

**O PAPEL DA LINGUAGEM INFORMAL  
NA COMUNICAÇÃO DA IGREJA  
De 30 d.C ao tempo do 5g**

Luís Rafael Teles Azevedo

Maio de 2024



**O PAPEL DA LINGUAGEM INFORMAL  
NA COMUNICAÇÃO DA IGREJA  
De 30 d.C ao tempo do 5g**

Luís Rafael Teles Azevedo

**Dissertação**

Mestrado em Comunicação Aplicada

Trabalho efetuado sob a orientação de  
Professora Doutora Teresa Antas de Barros  
e co-orientado por Professor Julien Diogo

Maio de 2024

## DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE CIENTÍFICA

Luís Rafael Teles Azevedo, n. °23755, do curso de Mestrado em Comunicação Aplicada - Ramo Comunicação Estratégica, declara sob compromisso de honra, que o Projeto de Mestrado é inédito e foi especialmente escrito para este efeito.

Viseu, 8 de Maio de 2024

O aluno, Luís Rafael Teles Azevedo

## AGRADECIMENTOS

O processo de investigação envolve sempre muita gente e a palavra «obrigado» é muito limitada para expressar tudo o que sentimos.

Agradeço à minha orientadora e ao meu co-orientador, Professora Doutora Teresa Antas de Barros e Professor Julien Diogo, porque aceitaram o desafio de me acompanhar nesta viagem e foram o meu GPS nos caminhos da investigação. A eles e a toda a comunidade académica da ESEV – IPV, a minha gratidão.

Agradeço à minha família, aos meus amigos e aos meus paroquianos, porque são a fonte da minha inquietação e me foram mostrando como a comunicação é essencial para nos entendermos dentro de casa e em todos os desafios do dia-a-dia.

Agradeço ao D. Américo Aguiar, ao D. Joaquim Dionísio, à Claudine Pinheiro e a todos aqueles que me ajudaram neste caminho e me motivaram para fazer este estudo, a todos aqueles que me emprestaram livros e me enviaram artigos, a todos os que foram uma mensagem de Deus na minha vida.

Serei um eterno caloteiro daquilo que recebi e jamais conseguirei retribuir em pleno!

“Os céus proclamam a glória de Deus  
e o firmamento anuncia a obra das suas mãos.  
O dia transmite ao outro esta mensagem  
e a noite a dá a conhecer à outra noite.

Não são palavras nem linguagem  
cujo sentido se não perceba.  
O seu eco ressoou por toda a terra  
e a sua notícia até aos confins do mundo.”

**Salmo 19 (18), 1-5**

## **RESUMO**

Vivemos no tempo do 5g... no tempo da comunicação ao segundo, da conexão à distância, das linguagens inovadoras e das mensagens inspiradoras. Há tanta coisa a acontecer, tantos temas para comentar, tanto conhecimento para assimilar, tantas notícias para partilhar. Ora, é neste aqui e agora que a Igreja Católica tem uma «Boa-Nova» para transmitir, apesar de haver quem diga que a novidade já não é atual e quem defenda que não é assim tão boa. Afinal, será uma «Boa-Nova» ou uma «Má-Atrasada»?

Tendo como ponto de partida o papel da linguagem informal na comunicação da Igreja, o presente estudo criará uma ponte entre a atualidade e as primeiras décadas do cristianismo, irá colocar-nos diante do estilo comunicativo de Jesus, procurará a essência da sua linguagem e apresentará propostas que ajudem a transparecer o poder transformador da sua mensagem.

Estando diretamente em jogo as potencialidades e as fragilidades da linguagem informal, para que seja possível entender esta matéria no âmbito eclesial, colocaremos em campo o Papa Francisco e outros convocados que são referência nesta temática, incluindo um beato que calça ténis da Nike. No fim da partida, fica claro que a Igreja nem sempre consegue acompanhar a alta velocidade da atualidade porque vai mantendo alguns registos comunicativos que já não despertam a atenção, não são entendidos e não geram comunhão.

Neste sentido, assumindo a informalidade comunicativa como base teórica de toda a investigação e seguindo uma metodologia qualitativa no tratamento e análise dos resultados das entrevistas realizadas, conclui-se que: a utilização de uma linguagem descomplicada, simples e familiar, pode ser muito útil no processo de evangelização porque tem o poder de facilitar a conexão empática entre os interlocutores, permitir uma melhor compreensão do conteúdo partilhado e proporcionar oportunidades de encontro, diálogo e compromisso.

## **Palavras-chave**

Comunicação; Linguagem Informal; Igreja Católica; Evangelização;

## **ABSTRACT**

We are living the time of the 5g... A time of instant communication, of connection despite the distance, of innovating languages and inspiring messages. There is so much happening, so many themes to comment, so much knowledge to absorb, so much news to share. It is in this here and now that the Catholic Church has «Good News» to convey, despite those who say that the «news» are not up-to-date, as well as not «good». Is it, after all, «Good News» or «Bad News»?

While taking the role of the informal language in the Church's communication as starting point, the present study creates a bridge between the present days and the first decades of Christianity. It will place us before Jesus' patterns of communication, looking for the essence of His language, and it will propose ways capable of helping with the manifestation of the transformative power of His message.

Since both the potential and the fragilities of the informal language are at play, and in order to understand this issue in an ecclesiastical framework, we will place Pope Francis in the field, along with other players who are a reference in this subject – including a blessed who wears Nike sneakers. At the end of the game, it becomes clear the Church is not always able to keep up with the current times, since it maintains some ways of communications which no longer attract attention, create communion, nor are even understood.

Being communicative informality the theoretical framework of all research and using a qualitative methodology in the processing and analysis of the results from the interviews carried out, it can be inferred that the use of simple, uncomplicated and familiar language can be very useful in the process of evangelization because it has the potential to encourage an empathetic connection between the participants, for allowing a better understanding of the content that is shared and providing opportunities for encounter, dialogue and commitment.

### **Key-words:**

Communication; Informal Language; Catholic Church; Evangelization;

## ÍNDICE

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 1. REVISÃO DE LITERATURA</b>	<b>5</b>
1.1. ERA UMA VEZ A COMUNICAÇÃO: DAS GRAVURAS PALEOLÍTICAS AOS EMOJIS	5
1.1.1. LINGUAGEM: DAS PALAVRAS AOS GESTOS	7
1.1.2. DO FORMAL AO INFORMAL	9
1.1.3. DO JARGÃO À COMPREENSÃO	12
1.1.4. DO FEEDBACK À EMPATIA	15
1.2. O STORYTELLING DA EVANGELIZAÇÃO: DE 30 D.C AO TEMPO DO 5G	20
1.2.1. UMA PONTE: DAS ÁGUAS DO JORDÃO ÀS MARGENS DO TIBRE	20
1.2.1.1. JESUS CRISTO: Um comunicador improvável	21
1.2.1.2. PAPA FRANCISCO: Uma lufada de ar fresco	24
1.2.2. UMA REDE: DAS EPÍSTOLAS AO WHATSAPP	30
1.2.2.1. SÃO PAULO: Um Apóstolo online	30
1.2.2.2. BEATO CARLO ACUTIS: Um nativo digital nos altares	34
1.3. RAIOS ECLESIAIS: DE UMA DÚZIA DE APÓSTOLOS A MILHÕES DE DISCÍPULOS	40
1.3.1. A COMUNIDADE E A TRANSMISSÃO DA MENSAGEM	40
1.3.2. A LINGUAGEM DA IGREJA NA ATUALIDADE	42
<b>CAPÍTULO 2. INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA</b>	<b>49</b>
2.1. METODOLOGIA	49
2.1.1. OPÇÕES METODOLÓGICAS E OBJETO DE ESTUDO	49
2.1.2. PROCESSO DE PESQUISA E RECOLHA DE DADOS	50
2.1.3. INSTRUMENTOS DE RECOLHA DE DADOS	51
2.1.4. DEFINIÇÃO DAS CATEGORIAS E SUBCATEGORIAS TEMÁTICAS PARA ANÁLISE DE DADOS	54
2.2. ANÁLISE DAS ENTREVISTAS	55
2.2.1. GRELHA GERAL DE ANÁLISE DE CONTEÚDO	55
2.2.2. DISCUSSÃO DE DADOS RECOLHIDOS	56
A ESSÊNCIA DA COMUNICAÇÃO	56
LINGUAGEM FORMAL E INFORMAL	57
CONEXÕES EMPÁTICAS	59
PALAVRAS E GESTOS DE JESUS	62
DINÂMICA COMUNICATIVA DO PAPA FRANCISCO	64
OS MEIOS E A MENSAGEM	67
O PAPEL DE DEUS NA COMUNICAÇÃO DA IGREJA	69
DIFICULDADES E DESAFIOS	72
POTENCIALIDADES DA INFORMALIDADE	76
2.3. SÍNTESE DA INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA	78

<b>CAPÍTULO 3. DESAFIOS E PROPOSTAS DE INVESTIGAÇÃO/ AÇÃO</b>	<b>80</b>
3.1. DESPERTAR A ATENÇÃO: Hora de acordar!	81
3.1.1. PROXIMIDADE 5G: Do clique ao toque	82
3.1.2. SPOILER ALERT: De profetas a patetas	85
3.2. ENTENDER A MENSAGEM: Descomplicando o XPTO!	91
3.2.1. DESCOMPLICAR: Do blá-blá-blá ao bê-à-ba	91
3.2.2. GLÓRIA A DEUS NAS ALTURAS: Da Exegese à EasyJet	94
3.3. ENVOLVIMENTO COM A IGREJA: Unindo margens!	99
3.3.1. UM DESAFIO: Coerência & Coragem	100
3.3.2. UMA OPORTUNIDADE: Verdade & Autenticidade	104
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>107</b>
<b>LIMITAÇÕES E LINHAS DE INVESTIGAÇÃO FUTURAS</b>	<b>111</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>112</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>117</b>
ANEXO I – ENTREVISTA AO CARDEAL D. AMÉRICO AGUIAR	117
ANEXO II – ENTREVISTA A D. JOAQUIM DIONÍSIO	125
ANEXO III – ENTREVISTA A CLAUDINE PINHEIRO	135

## **LISTA DE SIGLAS**

**PP** – Papa

**D.** – Dom

**DDPJ** – Departamento Diocesano da Pastoral dos Jovens

**JMJ** – Jornada Mundial da Juventude

**UCP** – Universidade Católica Portuguesa

**Lc** – Evangelho de São Lucas

**LR** – Luís Rafael

**AG** – D. Américo Aguiar

**JD** – D. Joaquim Dionísio

**CP** – Claudine Pinheiro

**P.** – Página

**Pp.** – Páginas

**et al.** – E outros



## INTRODUÇÃO

Se lançarmos um olhar geral sobre os últimos 2000 anos, percebemos que a Igreja Católica foi tentando adaptar a sua metodologia de evangelização ao contexto que estava a viver (Puntel, 2010), mas, ao mesmo tempo, também acumulou um conjunto de formalidades comunicativas que podem não ser as mais adequadas na conjuntura atual, tornando-se necessário propor e implementar novas formas de comunicar (Aguar, 2014; Guimarães 2021).

A Igreja, na sua relação com a sociedade e nas celebrações litúrgicas, tem privilegiado um estilo comunicativo muito formal que nem sempre é compreensível e apreciado por todos. Ao mesmo tempo, em Portugal e por toda a Europa, denota-se que os templos vão ficando mais vazios (Matteo, 2022; Halík, 2021; Halík, 2023) e os níveis de empatia com a mensagem cristã também já não são o que eram. Constatando que, inúmeras vezes, a Igreja Católica «peca» por falta de clareza naquilo que transmite e por complicar a linguagem da fé, em vez de a tornar compreensível (Puntel, 2010), desejamos realizar um estudo em que seja possível perceber se a linguagem informal pode ser uma mais-valia no processo de evangelização.

Considera-se que o presente estudo tem pertinência, uma vez que, de acordo com Bernate (2014), a Igreja Católica é, na atualidade, a instituição com maior número de crentes (cerca de 2.300 biliões de fiéis). Ora, este número tão significativo, justifica a relevância deste projeto, na medida em que demonstra o enorme desafio comunicativo que a Igreja tem diante de si, no contexto em que vivemos atualmente.

Sendo impossível falarmos de tudo, iremos focar o nosso olhar na perspetiva evangelizadora da Igreja Católica, dando continuidade à investigação já realizada na área da Teologia (Azevedo, 2016). Neste sentido, mantendo uma ligação com as temáticas teológicas, pretendemos aprofundar conhecimentos no âmbito da comunicação, principalmente naquilo que diz respeito ao tema da linguagem informal, desejando responder à questão de partida: **“Será que uma linguagem informal da Igreja desperta a atenção e poderá permitir e facilitar**

**a perceção da mensagem cristã, bem como impulsionar o envolvimento com a Igreja Católica?”**

**Objetivo geral da investigação:**

Compreender as fragilidades comunicativas da Igreja Católica e propor metodologias que melhorem a transmissão da mensagem cristã e a relação com a instituição.

**Objetivos específicos:**

- O1:** Identificar as dimensões e avaliar a efetivação da comunicação da Igreja Católica na atualidade;
- O2:** Identificar os meios e os tipos de mensagem utilizados pela Igreja;
- O3:** Sistematizar conteúdos na área da comunicação e evangelização;
- O4:** Estudar o impacto da linguagem informal na transmissão da fé e na imagem da Igreja Católica;
- O5:** Propor uma dinâmica de comunicação da Igreja para as atuais gerações;
- O6:** Estabelecer uma ponte entre a comunicação realizada no primeiro século cristianismo e a Igreja no século XXI;

A par destes objetivos, é de ter em conta que, apesar de se tratar de um estudo no âmbito eclesial, pretende-se que os resultados obtidos também possam ser aplicáveis a outras áreas do saber e, principalmente no que se refere ao papel da linguagem informal, possam servir de inspiração para outras instituições, organizações, empresas, escolas, etc.

Tendo como pano de fundo esta tela conceptual, no **Primeiro Capítulo** faremos um enquadramento teórico, devidamente fundamentado com autores de referência, passando pelas temáticas mais caras a este estudo: linguagem informal; clareza comunicativa; compreensão da mensagem; modelos de evangelização; desafios e oportunidades;

Seguir-se-á, no **Segundo Capítulo**, uma apresentação da Metodologia de Investigação e a Explanação dos Principais Resultados e Conclusões obtidos através da realização de três entrevistas a figuras de referência no panorama estudado: Cardeal D. Américo Aguiar, D. Joaquim Dionísio e Claudine Pinheiro.

No **Terceiro Capítulo**, serão apresentadas algumas propostas concretas que podem ajudar a Igreja a melhorar a qualidade da sua evangelização e a compreensão da mensagem. Para terminar, as considerações finais, procuram sintetizar o caminho percorrido e esboçar horizontes que permitam a outros, ou a nós próprios, avançar ainda mais.



## CAPÍTULO 1 REVISÃO DE LITERATURA

## CAPÍTULO 1. REVISÃO DE LITERATURA

Estando definida a estratégia, é crucial dar uma estrutura robusta à investigação, começando por elaborar um quadro teórico que faça a sistematização do conhecimento existente a nível nacional e internacional. De acordo com Coutinho (2011), a revisão do estado da arte é de extrema importância porque o contacto com autores de referência permite o aprofundamento dos conhecimentos, a procura de novas perspetivas fornece informação atualizada e, ao mesmo tempo, também se delimita o horizonte bibliográfico no âmbito das temáticas fundamentais.

### 1.1. ERA UMA VEZ A COMUNICAÇÃO: DAS GRAVURAS PALEOLÍTICAS AOS EMOJIS

A comunicação faz parte da História da humanidade desde que há registo e “é a base de toda a interação humana – inclusive nas organizações” (Rego, 2016, p. 20). Das gravuras paleolíticas nas grutas de Foz-Côa aos *emojis* que trocamos com os nossos familiares no *WhatsApp*, dos famosos sermões escritos e entoados pelo Padre António Vieira aos vídeos do *Youtuber* mais influente nas últimas semanas... encontramos, verdadeiramente, a dinâmica comunicativa na essência antropológica: “comunicar vive connosco desde que existimos (...) vivemos, logo comunicamos” (Monteiro et al., 2008, p. 15).

“Desde sempre, as sociedades humanas se ocuparam da produção, armazenamento e intercâmbio de informações e conteúdos simbólicos. Basta relembrar as mais antigas formas de comunicar e as diversas práticas e contextos que lhes estão associados, desde a comunicação gestual aos rituais das comunidades nómadas, do uso da escrita ao registo dos acontecimentos, da explicação da génese humana ao conceito de História” (Ferin, 2009, p. 99).

Neste sentido, pode dizer-se que o âmbito da comunicação não é domínio exclusivo de uma instituição ou «propriedade privada» de algum grupo de pessoas. Trata-se, na verdade, de um horizonte de estudo muito vasto e que está presente em todas as realidades em que o Ser humano se insere (Rodrigues, 2003) famílias, empregos, religiões, grupos de lazer, etc.

Na atualidade, o conceito de comunicação tem sido refletido por várias disciplinas “envolvendo simultaneamente diferentes domínios especializados, metodologias e técnicas disponíveis” (Ferin, 2009, p. 21). Nesta linha de pensamento, é importante constatar, desde já, que a investigação em torno da comunicação é verdadeiramente interdisciplinar e vai “da teologia à filosofia, da antropologia à sociologia, da linguística à psicologia, da ciência política ao direito” (Wolton, 1999, p. 9).

“É nisto que as ciências da comunicação são, por natureza, interdisciplinares, uma vez que a dimensão inelutavelmente antropológica da comunicação impede qualquer reducionismo disciplinar. A comunicação é, provavelmente, uma das atividades humanas em relação às quais o homem tem menos distância, uma vez que é diretamente constitutiva da sua relação com o mundo” (Wolton, 1999, p. 367).

Ao longo desta investigação, conscientes da existência de múltiplas definições e conceitos relacionados com a área da comunicação, iremos optar por assumir como ponto de partida a conceção da comunicação como interação, dando maior destaque à sua dimensão mediadora nas conexões interpessoais, assumindo, desde já, que a nossa História “pode resumir-se, pois, ao enorme e permanente esforço de comunicação. A sociedade moderna nada mais é que o resultado do penoso, mas progressivo processo comunicativo – do grunhido à palavra, da expressão à significação. (...) O Homem é aquilo que consegue comunicar ao seu semelhante na sociedade em que vive” (Monteiro et al., 2008, p. 51).

Ao olharmos os fenómenos de comunicação nesta perspetiva, pretendemos vislumbrar o potencial de cada ser humano “como agente de mudança e ação, apelando para todos os campos do saber que, de uma maneira ou outra, possam contribuir para a compreensão destes fenómenos” (Ferin, 2009, p. 148), em especial aqueles que estão diretamente relacionados com o âmbito da delimitação temática deste estudo.

### 1.1.1. LINGUAGEM: DAS PALAVRAS AOS GESTOS

Há algumas décadas, o estudo da comunicação tinha o seu foco nas perspetivas sociológicas dos meios e nas organizações dos media. Porém, com o desenvolvimento da semiótica, houve uma mudança e a questão da linguagem passou a estar no centro das atenções, o que é, sem dúvida, bastante importante porque permitiu que fossem dados grandes passos na compreensão da própria comunicação, na atualidade (Puntel, 2010).

“Classicamente, a filosofia considerava a linguagem como a exteriorização do pensamento, dando como suposta a correspondência entre o ser, o pensamento e a linguagem. Com a nova filosofia da linguagem (...) esta passou a designar não apenas as proposições que resultam do acordo do pensamento, mas também uma forma de vida ligada a uma cultura, a um ambiente social e a ritos, etc. No fundo, a linguagem passa a considerar-se como um sistema de interpretação do mundo, segundo o qual dizer equivale a fazer” (Neto, 2016, pp. 39-40).

Conscientes das complexas dinâmicas interpessoais da sociedade atual, facilmente concordaremos que “as palavras são a matéria-prima da comunicação” (Tavares, 2021, p. 43). Do «bom dia» que dizemos aos familiares pela manhã aos «melhores cumprimentos» escritos num e-mail para os nossos colaboradores, do pedido de «uma coca-cola zero» na hora do almoço ao envio de um áudio, enquanto se conduz, para avisar os amigos que «estou quase a chegar»... não há dúvidas: as palavras fazem parte da nossa comunicação diária e sem elas tudo seria muito diferente.

Para além do seu papel fundamental nas tarefas quotidianas, também é preciso mencionar que nem todas as palavras «valem» o mesmo, nem todas são adequadas a determinados contextos, nem todas cumprirão a missão comunicativa da mesma maneira, principalmente em contextos mais difíceis. Com este propósito, Kotter (2017, p. 109) afirma: “palavras bem escolhidas podem tornar a mensagem memorável, ainda que tenha de competir com centenas de outras comunicações pela atenção das pessoas”.

Mas será que apenas comunicamos com palavras? Freitas (2021, p. 127), refere que “a comunicação assenta em várias modalidades de linguagem, sendo

as mais proeminentes a verbal (que pode ser escrita ou oral) e a não verbal”. Neste sentido, Ferin (2009, p. 26), também constata:

“Na comunicação interpessoal são fundamentais os mecanismos não verbais e verbais, determinados pelos contextos culturais e de socialização, vividos pelos indivíduos desde o momento do seu nascimento. Identificam-se como mecanismos de comunicação não verbal, os gestos, as expressões faciais, as posturas do corpo e distâncias entre pessoas.”

Entende-se, portanto, que a linguagem é muito mais do que as palavras! Aliás, no âmbito das comunicações interpessoais, apenas 35% é comunicação verbal, “enquanto os restantes 65% são não-verbais: gestos, atitudes, olhares, posturas corporais, toques, modos de vestir, etc. A linguagem não verbal que acompanha a linguagem verbal, torna esta última mais autêntica, mais próxima, mais significativa” (Monteiro et al., 2008, p. 59).

“A cinésica ou linguagem dos gestos, particularmente a dos braços, das mãos e em menor medida da cabeça e dos pés, é tão precisa e elaborada como a linguagem verbal. (...) Num caso mais extremo, os gestos podem substituir na totalidade a linguagem verbal, como acontece com a linguagem dos surdos-mudos, que se converteu num sistema de comunicação não verbal de enorme complexidade, versatilidade e profundidade.

Os gestos e outros movimentos corporais dão ilustração gráfica ao discurso comunicativo, marcam o ritmo e estabelecem o sincronismo entre a troca recíproca de mensagens entre comunicadores.” (Monteiro et al., 2008, p. 61).

Diz-nos Freitas (2021) e Merayo (2007) que o tom da voz, os ritmos de expressão, os meios utilizados, a indumentária, as piadas e as pausas também fazem parte desse âmbito que nos habita e nos envolve.

“Nesta aproximação sistémica à comunicação, são de reter alguns princípios fundamentais: a comunicação é um fenómeno de interação; a comunicação não se reduz a uma mensagem verbal, na medida em que todo o comportamento social tem um valor comunicacional; a comunicação é determinada pelo contexto em que se inscreve” (Ferin, 2009, pp. 26-27).

Nesta linha, entende-se que a linguagem, na sua essência comunicativa, é o resultado de vários fatores: englobando os termos que escolhemos para

vocalizar, os gestos associados ao discurso, o contexto em que transmitimos a mensagem, as simbologias subjacentes, etc.

### 1.1.2. DO FORMAL AO INFORMAL

No nosso dia-a-dia vamos contactando com várias pessoas e com múltiplas realidades. Em cada uma delas, encontramos um tipo de linguagem muito próprio, claramente influenciado pela situação de vida em que esses indivíduos estão, a sua personalidade e a função que desempenham. Uns apresentam-se com uma linguagem colorida, sintética e, em grande parte das situações, positiva... e outros, utilizam palavras cinzentas, herméticas e sem emoção (Rocha, 2019). A par disto, ainda se pode distinguir um tom mais formal ou informal, que vai fazendo toda a diferença na maneira como se entende e acolhe a mensagem.

Antes de avançarmos na investigação, é necessário distinguirmos conceitos, permitindo que se veja com clareza o que é entendido como linguagem informal e aquilo que entra no âmbito da formalidade. Tendo por base o pertinente estudo de Rego (2016), podemos dizer que a linguagem informal se apresenta com um carácter dialogal, como uma conversa, permitindo a intervenção dos destinatários da mensagem. A par disto, trata-se de uma comunicação próxima da linguagem quotidiana, mais espontânea e coloquial: usam-se frases leves e simples. A este propósito, defende Rocha (2019, p. 45):

“A melhor forma de assegurar que somos compreendidos, qualquer que seja o meio de comunicar que utilizamos – e-mail, relatório, reunião, ata, memorando, apresentação – é simplificar a mensagem. Ninguém gosta quando tem de fazer um grande esforço para desvendar o sentido de um conjunto de palavras que não reconhece. Há sempre o risco de, não reconhecendo o significado de algumas, lhe atribuir outros que podem estar muito longe do sentido real”.

Para além da simplicidade, a linguagem informal pode ajudar a dissipar a ideia de assembleia, porque sendo mais próxima da plateia, mesmo que o emissor esteja a falar para uma centena de pessoas, soará a uma comunicação mais personalizada, como se estivesse a falar individualmente para cada pessoa

que está diante de si (Rocha, 2019). Neste âmbito, a informalidade na comunicação, sendo vista como mais genuína e transparente, tem o poder de despertar emoções e gerar empatia, abrindo espaço para um contacto visual mais confortável, uma postura corporal mais natural e permitindo o humor em contextos menos prováveis.

“Será que por sermos mais divertidos, mais descontraídos, acabamos por pôr em causa a autoridade e a disciplina? Esta ideia preconcebida ainda existe na cabeça de muitos de nós. Como se o humor descredibilizasse, matasse, arruinasse por si só qualquer ideia mais séria. Ou como se uma ideia séria não pudesse casar bem com humor. Sabe-se que não é assim. O humor é uma ferramenta importante na comunicação. (...) E se é daquelas pessoas que acham que o humor não cabe em certos contextos, mais institucionais, é com agrado que verifico que mesmo no universo mais contido, quando ele entra, faz milagres” (Rocha, 2019, p. 100).

Por outro lado, não podem ser ignorados os riscos deste tipo de linguagem, que pode não encontrar aceitação por parte de algum tipo de público (Rego, 2016), nomeadamente quando se opta por uma comunicação demasiado «fora da caixa» ou quando a informalidade é descontextualizada e gera desconforto porque o emissor não tem em conta as características da sua audiência.

“A nossa comunicação diária reflete as relações sociais e profissionais que mantemos uns com os outros. Isto quer dizer que a forma como tratamos a pessoa com quem falamos é condicionada pelo grau de intimidade e a relação de confiança que mantemos com ela. É esta relação de proximidade ou distância que determina o uso de um registo mais ou menos formal” (Tavares, 2021, p. 79).

É de salientar que “os meios de comunicação eletrónica têm facilitado o desenvolvimento deste fluxo de comunicação” (Rego, 2016, p. 245) porque estão aliados num fator crucial: a velocidade. Na era digital a informação percorre o mundo inteiro num segundo e as mensagens informais “tendem a disseminar-se mais rapidamente (por vezes, como «fogo na floresta») do que as mensagens formais” (Rego, 2016, p. 250). Neste sentido, a rapidez da comunicação eletrónica está a dar palco à celeridade da comunicação informal, revelando o seu potencial em vários contextos digitais e estimulando a sua utilização nos

ambientes concretos do nosso quotidiano, quebrando preconceitos existentes quanto à sua credibilidade.

“Existe uma ideia relativamente comum, segundo a qual as mensagens informais são pouco fidedignas. Provavelmente, essa suposição deve-se a que, quando há erros, os efeitos são dramáticos – sendo mais facilmente memorizados e lembrados. Algumas pesquisas sugerem, no entanto, que a informação denota elevado teor de fidedignidade ou exatidão. Ao permitir divulgar mensagens escritas rapidamente e para múltiplos destinatários, o correio eletrónico e outros meios eletrónicos reforçam essa característica” (Rego, 2016, p. 251).

Quanto à linguagem formal, poderemos enquadrá-la num estilo mais discursivo e mais elaborado. Sendo associada a uma comunicação mais institucional e empresarial, pode dizer-se que “é mais cinzenta, hermética e sem emoção” (Rocha, 2019, p. 107). Imagine-se, por exemplo, um grande discurso, num tom monótono e com vocabulário complexo.

“(…) o que a maior parte das pessoas faz é ‘lançar’ enormes quantidades de informação para outra pessoa, indiscriminadamente e sem critério, na esperança de que no meio de tanta informação, tão rica e densa, alguma cole. Esta tendência (…) é contraproducente. Quando damos informação em excesso, sem separar o que de facto é importante do que é menos relevante, e sem sermos claros em relação ao grau de importância da informação, corremos o risco de, por um lado, a audiência perder-se e acabar por não reter nada ou muito pouco, e por outro, deixamos ao critério de cada um selecionar para si aquilo que achou de facto relevante” (Rocha, 2019, p. 48).

De outro ponto de vista, também é importante referir que se trata de uma linguagem com informação bem estruturada, num registo oficial, que se caracteriza por ser assertiva e segura, escoreita, apurada, linear e encadeada. Tratando-se de um estilo de comunicação mais ponderado, não se confunde com «tagarelice» que se dissemina rapidamente, assumindo um processo de divulgação mais lento e mais controlado, evitando riscos de distorção da mensagem (Rego, 2016).

Olhando para esta temática numa perspetiva mais organizacional, extrai-se “uma lapidar constatação: a comunicação informal é uma realidade incontornável (...). É ingénuo pretender controlá-la ou evitá-la. Ignorá-la

corresponde a adotar a estratégia da avestruz. É possível (...) torná-la como ativo importante.” (Rego, 2016, p. 262).

Arménio Rego (2016), na obra várias vezes citada, dedicou mais de 75 páginas à temática da comunicação formal e informal e apresenta muitos fatores que distinguem uma da outra, possibilitando o risco de uma colisão entre a comunicação formal e informal... mas também ressalva que “ambas podem complementar-se” (Rego, 2016, p. 238).

Assim, sem querer sonegar os riscos existentes num estilo de comunicação menos protocolar, considera-se que a informalidade “pode constituir um precioso complemento da comunicação formal, podendo encorajar a coesão e a cooperação. Permitindo ultrapassar constrangimentos formais, possibilita a recolha e a partilha de informações de outro modo impossível, faculta a tomada mais rápida de decisões, permite desbloquear um processo formal demorado, e promove a implementação mais rápida de iniciativas valorosas” (Rego, 2016, p. 260).

### **1.1.3. DO JARGÃO À COMPREENSÃO**

Quer seja num registo mais formal ou numa tónica informal, de nada serve complicar na escolha das palavras se isso dificultar o entendimento entre o transmissor e o recetor. “Para que ambos se entendam, é indispensável que se manifestem numa língua (código) comum. As palavras emitidas por um (sons emitidos), têm que ter o mesmo significado para o outro (sons recebidos)” (Monteiro et al., 2008, p. 54). Portanto, a comunicação humana deve ter sempre como objetivo a compreensão, através da troca de significações comuns: os símbolos que emitimos devem ser compreendidos por aqueles que os vão receber, tendo o mesmo significado para eles e para nós.

“Quem comunica de forma complicada e difícil, usando um vocabulário hermético (sim, foi de propósito!), não comunica, mas antes isola, exclui, discrimina. Um bom comunicador tem a sabedoria de escolher bem as palavras e o talento de as articular bem. Consegue fazer com que o leitor

ou o ouvinte se sinta «em casa», encontrando na sua mensagem um lugar confortável e aprazível” (Tavares, 2021, p. 42).

No mundo atual as pessoas queixam-se da falta de tempo e energia e esses dois fatores não podem ser ignorados no processo comunicativo. De facto, “a comunicação parece funcionar melhor quando é tão direta e simples, que adquire uma espécie de elegância” (Kotter, 2017, p. 105). Por isso, a falta de clareza não é recomendável e o jargão deve ser evitado porque, em muitas situações, poderá tornar uma mensagem simples num enigma completamente incompreensível.

“Para que qualquer mensagem, oral ou escrita, seja eficaz e cumpra o seu objetivo comunicativo, as palavras não devem ser difíceis e desconhecidas, uma vez que dificultam a compreensão da mensagem, atrasam o seu processamento, convidando o leitor ou o ouvinte a desistir da mesma. As palavras devem, sim, ser comuns e reconhecidas instantaneamente. (...) O uso de palavras difíceis pode ser interpretado como uma marca de cultura, porém, se desejamos que o nosso objetivo comunicativo seja alcançado, devemos escolher e usar as palavras em conformidade com as preferências do interlocutor. No nosso discurso diário, por vezes basta uma palavra ilegível para bloquear a compreensão da mensagem” (Tavares, 2021, p. 43).

É verdade que, ao longo da vida, principalmente com a formação que recebemos e as leituras que fazemos, vamos aprendendo palavras «menos usuais». Em todas as áreas do saber, existe uma linguagem técnica que é muito útil para refletir de forma mais profunda sobre conceitos específicos e considera-se que esse vocabulário é muito oportuno quando se estabelece um diálogo com outra pessoa que também partilha da mesma «gramática». No entanto, quando se usa o jargão fora do contexto adequado, pode deixar os outros confusos e fomentar o sentimento de exclusão. “Em consequência disso, toda a comunicação em larga escala (...) deve evitar o jargão. Se forem contabilistas a falar apenas com outros contabilistas, o caso já é diferente” (Kotter, 2017, p. 107).

“Para que qualquer mensagem, oral ou escrita, seja eficaz e cumpra o seu objetivo comunicativo, as palavras não devem ser difíceis e desconhecidas, uma vez que dificultam a compreensão da mensagem, atrasam o seu processamento, convidando o leitor ou o ouvinte a desistir da mesma. As palavras devem, sim, ser comuns e reconhecidas

instantemente. (...) O uso de palavras difíceis pode ser interpretado como uma marca de cultura, porém, se desejamos que o nosso objetivo comunicativo seja alcançado, devemos escolher e usar as palavras em conformidade com as preferências do interlocutor. No nosso discurso diário, por vezes basta uma palavra ilegível para bloquear a compreensão da mensagem” (Tavares, 2021, p. 43).

Tratando-se de “um processo de relação assente na troca recíproca de mensagens e de sentido, para atingir a compreensão mútua” (Monteiro et al., 2008, p. 56), a arte de comunicar exige da parte dos emissores uma perceção da perspectiva dos recetores quanto ao conteúdo partilhado.

A este propósito, Tavares (2021, p. 48) deixa-nos o seguinte alerta: “numa situação formal de comunicação, procure sempre descomplicar os jargões linguísticos e explicitar a terminologia técnica, tornando assim a sua mensagem fácil de compreender. Lembre-se que basta uma palavra apenas para bloquear a legibilidade de uma mensagem.” Deve, portanto, privilegiar-se a utilização de palavras simples e quando for necessário utilizar um vocabulário «menos comum», é importante traduzir o seu significado, transparecendo totalmente aquilo que se pretende transmitir.

“Albert Einstein disse um dia que nada é tão complexo que não possa ser explicado de uma forma simples. Por muito conhecedor que seja de uma determinada matéria e por mais complexo que seja o tema da comunicação, um orador de excelência é aquele que consegue descomplicar a sua mensagem, tornando-a clara e fácil de interpretar. (...) Se as pessoas não compreendem instantaneamente o que ouvem, abandonam para sempre a nossa mensagem. (...) Use palavras simples e familiares para que possa ser facilmente compreendido, da primeira à última fila, da pessoa mais nova à mais velha do auditório” (Tavares, 2021, p. 125)

A comunicação humana é um ato de partilha, “é pôr as ideias em comum, através da compreensão” (Monteiro et al., 2008, p. 54). Quando uma pessoa se expressa de forma compreensível é mais provável que receba um eco da sua mensagem e isso permita que a comunicação se possa desenvolver e todos se consigam entender. De facto, a utilização de uma linguagem transversal aos vários intervenientes tenderá a ser mais eficaz.

“Qualquer mensagem no processo da comunicação humana precisa de ser significativa, isto é, deve dizer qualquer coisa em comum para o transmissor e para o recetor. Se não falo nem leio inglês, é perfeitamente inútil emitir qualquer mensagem naquela língua falada ou escrita. É a linguagem em comum que empresta significado à mensagem, compreendendo por linguagem, repetimos, tudo quanto possa servir à Comunicação Humana: palavras, sons, gestos, sinais, símbolos, etc” (Monteiro et al., 2008, p. 58).

No entanto, temos de ter em conta que: “compreensão, através da comunhão do significado, não quer dizer necessariamente, acordo. Qualquer um de nós pode compreender uma ideia, sem concordar com ela.” (Monteiro et al., 2008, p. 54). Além disso, a simplicidade comunicativa não pode ser vista como um «medicamento milagroso» ou uma «solução automática»... aliás, pode acontecer que se escolha um processo de comunicação adequado ao público-alvo e o processo comunicativo não se efetive: por vezes, expressaremos a nossa mensagem da melhor maneira possível, mas é preciso assumir que nem tudo está sob o nosso controle. Constata Monteiro et al. (2008, p. 57): “no dia-a-dia são inúmeras as vezes que, embora nos tenhamos expressado claramente, usando o código adequado, não conseguimos estabelecer comunicação real e efetiva. E isto porquê? Porque existem fatores pessoais, psicológicos e fisiológicos que facilitam e/ou dificultam a comunicação”.

#### **1.1.4. DO FEEDBACK À EMPATIA**

Seja qual for a dinâmica comunicativa, não se pode descartar o papel do interlocutor. De facto, é importante estarmos atentos ao destinatário da nossa comunicação, procurando assimilar os seus sinais e evitando pensar que já se conhece tudo sobre o outro. Diálogo e proximidade, são peças-chave em todo o processo comunicativo.

“Há quem diga que o grau de importância do transmissor se dilui perante o grau de importância do recetor, no processo de comunicação humana. Na verdade, o recetor condiciona a forma da comunicação entre indivíduos. Sou eu como recetor que condiciono a maneira de apresentação da mensagem pelo transmissor.

Na prática é vulgar verificar que a fonte e o destinatário nem sempre falam o mesmo código e nem sempre se colocam no mesmo plano. (...) É, portanto, o recetor, que condiciona a forma de comunicação. Para ser entendido, devo falar a mesma língua do recetor, circunscrever-me ao seu vocabulário e utilizar as expressões que lhe são familiares” (Monteiro et al., 2008, p. 66).

Qual é a regra que nunca pode ficar esquecida? O recetor é o elo mais importante num processo comunicativo! Se o nosso destinatário não entender a mensagem, de nada adiantou enviá-la. Diz-nos Tavares (2021, p. 11): “Comunicar é, e disso tenho convicção, servir o outro, escolhendo as palavras certas e eficazes para cada situação comunicativa”. Toda a comunicação deve implicar a preocupação com o outro e visar a compreensão da mensagem, tendo em conta aquilo que se profere e aquilo que o outro possa vir a compreender.

“Como recetores de comunicação não temos noção, a maioria das vezes, do nosso poder em influenciar a fonte. E nem sempre avaliamos bem a importância do *feedback*. As relações entre a ação e a reação são muito importantes na análise da comunicação. O *feedback* é um importante instrumento de influência. As reações do recetor são úteis para a fonte, para avaliar a eficácia das suas mensagens” (Monteiro et al., 2008, p. 76).

Comunicar é muito mais do que o simples ato de informar, transmitindo uma mensagem em sentido único sem pressupor um *feedback*. Na verdade, “a clareza das nossas mensagens deve ser sempre avaliada pela lente do nosso interlocutor: é em função dele que escolhemos as palavras certas e o registo linguístico adequado.” (Tavares, 2021, p. 42). Por um lado, numa lógica preparatória, cada um de nós deve conhecer bem os interesses e as preferências dos nossos interlocutores, para procurar corresponder às suas necessidades... por outro lado, nos momentos em que se proporcionar o encontro «tu a tu», Rego (2016, p. 389), refere algo que não pode ficar esquecido: “através da linguagem corporal, das expressões faciais e do tom de voz, procure ouvir as suas (dele) emoções e sentimentos.”

“A comunicação é (...) um poderoso mecanismo de influência, através do qual desejamos levar o nosso interlocutor a adotar a nossa perspetiva, opinião ou crença, agindo em conformidade com as mesmas. Esta é, de resto, a grande diferença entre informar e comunicar: Informar é transmitir uma mensagem, apenas. Comunicar é partilhar uma mensagem com

alguém, implicando a existência de feedback: uma resposta, uma reação, um comentário, uma ação. A informação é unidirecional; a comunicação é bidirecional” (Tavares, 2021, p. 76).

Neste âmbito, é de ter em conta que qualquer pessoa que se predispõe a escutar-nos pretende ser inspirada e emocionada, deseja receber uma mensagem interessante e pertinente, quer iniciar um processo comunicativo que seja positivo e que provoque o desejo de continuidade (Freitas, 2021). Portanto, “se o rigor e a clareza conferem confiança ao nosso interlocutor, a empatia e a inteligência emocional serão o gatilho para ele concretize mais facilmente o nosso objetivo” (Tavares, 2021, p. 12).

“Se quando comunicamos temos sempre uma intenção – comunicamos para informar, para pedir alguma coisa, para influenciar, para esclarecer, etc -, então a nossa mensagem deve conter algo mais, além da beleza e a simplicidade das palavras. Acreditando que as palavras têm uma alma, uma identidade, um valor, então é a essa dimensão que me refiro. É a alma das palavras que seguramente tocará o interlocutor e permitirá criar uma ligação emocional com ele” (Tavares, 2021, p. 57).

Não querendo complicar agora com a apresentação de algumas declinações em língua grega ou o aprofundamento de tratados filosóficos, consideramos que é pertinente olhar rapidamente para abordagem de Aristóteles (384-322 a.C.) no que se refere à dinâmica comunicativa. Na sua obra «Arte Retórica» ele distingue três dimensões da comunicação: *Ethos*, *Logos* e *Pathos*.

“Em suma, *Ethos* apela para a credibilidade do orador, *Logos* para o rigor da mensagem e *Pathos* para a dimensão emocional das palavras. Estes três aspetos, no seu conjunto, continuam, ainda hoje, a ser considerados os pilares de uma comunicação persuasiva, com vista a convencer o interlocutor (ou o público) a aceitar uma determinada ideia, crença ou ponto de vista” (Tavares, 2021, p. 78).

Apesar de já se terem passado várias centenas de anos, podemos considerar que Aristóteles não está desatualizado... aliás, também hoje, qualquer ato comunicativo deveria ter em conta os três pilares que ele enumera: 1º A pessoa que comunica deve ser credível no assunto que está a abordar; 2º A mensagem deve ser verdadeira e ter qualidade; 3º Proporciona-se uma ligação empática entre os vários intervenientes.

“Um dos elementos que facilita qualquer comunicação é a capacidade de criar empatia. Empatia é a capacidade de cada um de nós em se projetar no íntimo de outra pessoa. É através da empatia que somos capazes de prever as reações das pessoas com quem falamos, o que nos permite conduzir a conversa para o ponto que julgamos de mais interesse para o nosso interlocutor. É através da empatia que somos capazes de sentir se o que estamos a dizer tem ou não tem interesse para uma determinada audiência: pelas expressões faciais, pelos gestos, pelas posições, etc” (Monteiro et al., 2008, p. 58).

De facto, para além da autoridade do orador e da força da mensagem, a empatia é fundamental nas nossas interações comunicativas. Quando uma pessoa se coloca no lugar da outra para tentar expressar-se de forma a corresponder às expectativas de quem está diante de si, isso permite que a comunicação se efetive “quando as tentativas empáticas são recíprocas, quando há interação, é mais do que certo que há uma situação ideal de comunicação” (Monteiro et al., 2008, p. 78).

De acordo com Preston & De Wall (2002), podemos distinguir três tipos de empatia: cognitiva, emocional e comportamental/condicionada. A empatia cognitiva enquadra-se ao nível do raciocínio porque a motivação para uma dimensão relacional está sediada no entendimento do outro ponto de vista. A empatia emocional implica uma conexão afetiva alicerçada na partilha mútua de sentimentos. Quando se trata empatia comportamental, é porque existe um salto qualitativo bastante significativo na conexão com o outro, manifestando-se em comportamentos pró-sociais e altruístas.

Certamente, a delimitação temática deste estudo não exige que se aprofundem estes contributos relacionados com outras áreas de investigação... mas, se pretendemos uma comunicação verdadeiramente eficaz, não podemos ignorar que, por exemplo: “palavras positivas geram emoções positivas. E sempre que nos sentimos felizes e eufóricos, produzimos a hormona da endorfina, que, ao ser libertada, provoca em nós uma sensação de bem-estar e satisfação.” (Tavares, 2021, p. 81).

De facto, “a comunicação é relacionada com a atividade sensorial e nervosa do ser humano. É através da linguagem que é expresso o que se passa

com o sistema nervoso” (Monteiro et al., 2008, p. 20). Quando proferimos uma palavra ou assumimos uma determinada postura, estamos a exteriorizar algo que teve a sua génese no nosso interior... algo que espelha as nossas emoções e os nossos pensamentos.

Posto isto, talvez seja bom recordar aquela máxima da lógica de mercado: “O cliente não tem sempre Razão, mas tem sempre Emoção!” (Guerra, 2011, p. 218). Com efeito, sabendo que “cerca de 80% das decisões humanas são de ordem emocional” (Oliveira, 2020, p. 121), não se pode descurar a vertente subconsciente e para a potenciar é preciso mudar algumas lógicas estabelecidas, passando “da transação à relação (...) da segmentação à personalização (...) do serviço à experiência” (Oliveira, 2020, p. 91).

“É certo que todos nós temos o nosso estilo de comunicação, todos nós temos as nossas palavras favoritas, mas em comunicação a máxima «ofereça ao outro a mensagem que gostaria de receber» não funciona. Em comunicação, a regra de ouro é outra: ofereça ao interlocutor a mensagem que ele gostaria de receber” (Tavares, 2021, p. 44).

A interação com os destinatários da mensagem, a criação de laços, o acompanhamento mais personalizado, a capacidade de adaptação às expectativas de cada um, a apresentação de soluções que permitam vivências únicas e memoráveis... tudo isto são competências essenciais para permitir que a mensagem chegue às pessoas deste “mundo volátil, incerto, complexo e ambíguo em que vivemos” (Oliveira, 2020, p. 93).

## 1.2. O STORYTELLING DA EVANGELIZAÇÃO: DE 30 D.C AO TEMPO DO 5G

Tal como acontece noutros espaços do saber e da sociedade, também no campo Teológico há um conjunto de conteúdos para transmitir aos outros, há uma mensagem a passar, há um público-alvo ao qual se quer chegar com uma notícia (Matteo, 2022). Nesta linha, lançando um olhar geral sobre os últimos 2000 anos, percebemos que a Igreja foi tentando adaptar a sua metodologia de evangelização ao contexto que estava a viver, mas, ao mesmo tempo, também acumulou um conjunto de formalidades comunicativas que podem não ser as mais adequadas na conjuntura atual. Chegados aqui, ao tempo do 5G, numa época em que os crentes (e não crentes) anseiam por algumas mudanças nos paradigmas religiosos, pode ser crucial começar a sacudir a poeira amontoada na linguagem eclesial e arriscar novos modos de comunicar a audácia de Jesus.

Que momentos destacar neste *storytelling* eclesial? Quais os pontos altos desta história? Certamente, é impossível contar todos os detalhes, falar de todas as personagens e a forma como isso tem criado sensações positivas e despertado emoções nas pessoas (Oliveira, 2020; Santos, 2016). A mensagem tem sido a mesma ao longo dos últimos 20 séculos: Jesus anunciou a Boa-Nova e os seus seguidores, até aos dias de hoje, comunicam o seu conteúdo por toda a parte.

“A opção da Igreja por inserir-se na cultura da comunicação não é apenas estratégica, mas principalmente evangélica, porque Jesus é o modelo e o paradigma da nossa comunicação (...). Ele é o comunicador por excelência e mandou-nos proclamar de cima dos telhados e para todos os povos a Boa-Nova do Reino. Jesus comunica com a vida e com a palavra, inserido na experiência, na linguagem, na mentalidade e na cultura do povo. E devemos fazer o mesmo” (Puntel, 2010, p. 208).

### 1.2.1. UMA PONTE: DAS ÁGUAS DO JORDÃO ÀS MARGENS DO TIBRE

Vulgarmente, a Igreja é vista como sendo uma instituição antiquada, ultrapassada e retrógrada. No entanto, há cerca de 2000 anos atrás, Jesus falava de uma Boa-Nova que rompia com os cânones instituídos (Puntel, 2010), quebrava com mentalidades enraizadas e permitiria às pessoas viver a fé de um

modo novo, relacionando-se com Deus de forma tão próxima que até o poderiam chamar de «Pai».

Ao longo do tempo, a humanidade foi sentindo a necessidade de explicar a sua existência recorrendo a várias crenças e servindo-se delas para organizar os seus valores e o seu modo de viver. Neste contexto, para aqueles que foram acreditando em Jesus Cristo, pertencendo à Igreja Católica, é normal uma ligação com a figura do Papa, sem que isso seja exclusivo da comunidade crente em que ele se insere (Craveiro, 2021).

#### **1.2.1.1. JESUS CRISTO: Um comunicador improvável**

Por volta do ano 30 depois do Seu nascimento, Cristo iniciou a sua vida pública, percorrendo várias povoações e comunicando constantemente a Boa-Nova. Fosse com as pessoas mais cultas ou com as mais simples, Jesus estabelecia diálogo com todas e destacava-se de todos os outros mestres, pelo modo diferente como ensinava.

“O uso que Ele faz da palavra na sua comunicação é muito original para nós, habituados ao monólogo e à argumentação racional. O tipo de comunicação verbal que Jesus utiliza tem, de acordo com os evangelistas, algumas características exemplares para uma comunicação efetiva. Em primeiro lugar, a comunicação verbal de Jesus tem um carácter dialogal. Num monólogo, qualquer ouvinte pode desligar-se a manter-se indiferente. Num diálogo pode manter-se a comunicação ou interrompê-la, mas ninguém pode permanecer indiferente sob pena de o diálogo se romper. Esse carácter dialogal da pregação de Jesus está refletido especialmente no Evangelho de João. Toda a pregação de Jesus é direta, pessoal, dialógica. Em virtude de algum encontro ou acontecimento, Jesus estabelece um discurso em forma de diálogo com os presentes. O diálogo é às vezes suave e fluido; outras, tenso e polémico” (Díez, 1997, p. 234).

Portanto, não é difícil de compreender que Jesus captou a atenção dos seus ouvintes, tornando-os seus interlocutores (Couto, 2020), recorrendo a uma pedagogia que continua muito atual e que necessita de ser ainda mais atualizada: o diálogo é solução para muitas fragilidades comunicativas nas instituições.

“A figura de Jesus como revelador e comunicador expressa-se, de modo particular, na sua vida como «modelo prático de comunicação», através de uma relação estreita entre as suas palavras e os sinais que realiza. Tomado como profeta, a sua comunicação verbal apresenta-se, em primeiro lugar, marcada pelo diálogo e por uma pregação «direta e concreta», com base na verdade. Deste modo de comunicar são expoente máximo as parábolas, interpelantes e abertas, em estreita relação com os sinais realizados – o que traz consigo uma eficácia comunicadora e libertadora, de tal forma que «devolve a capacidade de comunicação a quem tinha sido privado dela» e restabelecendo a comunhão dos Homens com Deus e dos Homens entre si” (Martins, 2000, pp. 29-30).

Nos Evangelhos sinóticos são apresentadas 40 parábolas, onde Jesus fala concretamente de assuntos que dizem respeito à vida das pessoas e ao ambiente que elas entendem. Pode dizer-se que Ele teve um profundo sentido do concreto e baseou-se nas experiéncias e práticas quotidianas dos seus contemporâneos (Díez, 1997), de maneira que os seus ensinamentos fossem inteligíveis para todos.

“Jesus tem diante de si um público simples, por isso não pode usar os arremedos «intelectuais» dos escribas e fariseus. Esses já tinham o seu público, as suas formas rebuscadas e até os seus artifícios literários, mas foram-nos esvaziando de conteúdos com múltiplos preceitos, que Ele denunciará como «jugos pesados»” (Couto, 2020, p. 12).

Vinhas, rebanhos, sementes, fermento, etc, etc, etc... são imagens bem conhecidas pela maioria dos indivíduos que escutavam o Nazareno. Ora, é nesses apontamentos do ritmo vivencial daquelas gentes, que Ele encontra a oportunidade que possibilita o anúncio da sua mensagem de uma forma simples, compreensível e envolvente.

“Efetivamente, as parábolas não se alongam em grandes pormenores, vão ao essencial, têm uma narrativa breve, precisa e concisa. A história contada caminha para um final, onde o ouvinte, por vezes, tem de tomar posição, isto é, não pode abster-se... Cada parábola tem uma finalidade, normalmente expressa nos últimos versículos, que é muito mais do que a «moral» da história, pelo contrário, situa-se no desafio à conversão que essa parábola coloca a cada ouvinte, ontem como hoje” (Couto, 2020, p. 13).

Na verdade, as parábolas de Jesus são uma autêntica interpelação que apanham os ouvintes de surpresa e não dão margem de manobra para negar o seu impacto. Como é óbvio, o ouvinte pode concordar ou discordar, mas, uma vez envolvido no cenário apresentado, não é possível simular surdez. “Assim, direta e prática, é a linguagem das parábolas” (Díez, 1997, p. 237). No entanto, é de ter em conta que Jesus também leva os seus interlocutores “a fazerem alguma ginástica mental e a pensarem para além do óbvio, que, ao sê-lo, não traria novidade...” (Couto, 2020, p. 15).

“Nos tempos mais recentes da nossa configuração comunicativa – digital, em sistema de internet e não só -, vem ganhando algum estatuto uma espécie de neoparabolismo, em que breves «estórias» querem elucidar a nossa linguagem (...). Por isso, será muito útil reaprendermos com Jesus este método de comunicação, sem enjeitarmos que temos ainda muito a aprofundar, e não bastará contar meras «historinhas» para tentarmos captar a atenção dos nossos interlocutores/ouvintes... distraídos ou sonolentos” (Couto, 2020, p. 14).

Ao analisarmos a Bíblia, percebemos que os Evangelistas preservaram, de propósito, não só as palavras como também os gestos de Jesus. A plenitude da linguagem comunicativa d’Ele é composta por estes dois aspetos, de forma a despertar o sentido da audição e o da visão. Ora, os gestos de Jesus comunicam toda a sua personalidade e sobressaem, precisamente, pela delicadeza e pela improbabilidade: o lavar dos pés, o tocar no leproso, o escrever no chão, o pegar pela mão, o levantar o olhar para o céu... são apenas alguns exemplos que podemos referir neste âmbito da linguagem corporal (Kuhnke, 2007).

“Os gestos de Jesus, tal como as suas palavras, causam uma forte impressão nos seus destinatários. (...) Na verdade, o gesto está em relação com a corporeidade exatamente como aquilo que, ao exprimi-la, a transcende e, por isso, é meio privilegiado para exprimir o sobrenatural” (Boscionne, 2006, p. 131).

Referindo-se, em concreto, à atitude de Jesus “inclinarse sobre o peito de alguém”, Boscionne (2006, p. 42) afirma que “este gesto possui uma poderosa capacidade comunicativa e suscita imediatamente uma ternura especial em quem o observa”.

Deste modo, fazendo uma análise da linguagem (verbal e corporal) de Jesus, encontramos vários detalhes que podem ser muito válidos na atualidade. Consequentemente, não se pretende defender que Jesus tenha empreendido um conjunto de técnicas de comunicação, cumprindo um guião que anularia a sua espontaneidade... mas entendemos que, na sua originalidade e identidade, Ele estava atento à realidade que o rodeava e fazia questão de lhe dar uma resposta apropriada.

### **1.2.1.2. PAPA FRANCISCO: Uma lufada de ar fresco**

Na noite de 13 de Março, depois do quinto escrutínio, viu-se o fumo branco na chaminé instalada na Praça de São Pedro, no Vaticano. *Habemus Papam*, Jorge Mario Bergoglio, de 76 anos. De facto, devido à sua idade, este Cardeal estava prestes a resignar ao seu cargo à frente da Arquidiocese de Buenos Aires, não constando na lista de «papáveis» da maioria da imprensa. Porque escolheram este homem? Tão idoso? Foram algumas questões que surgiram no momento, constando que seria um Papado de transição sem grande relevância no presente e no futuro da Igreja. Uma coisa era certa, a Igreja tinha inovado ao escolher o primeiro Papa latino-americano, o primeiro Papa Jesuíta e o primeiro Papa que escolhera o nome de Francisco (Glasman, 2015; Mooney, 2015; Tfouni, 2016).

“O Papa Francisco é eleito num contexto marcado pela renúncia do Papa Bento XVI, pelos escândalos do Vatileaks, pela suspeita de irregularidades na gestão financeira do Banco do Vaticano, pelo abuso de menores. Diante desta conjectura, o Papa veio trazer uma nova força e um novo impulso à Igreja” (Gonçalves, 2018, p. 41).

Na verdade, o novo Pontífice sabia bem que a engrenagem da Igreja, por um conjunto alargado de razões, não estava a funcionar como devia, necessitando de reformas na sua estrutura e organização. Os desafios eram muitos, a começar pelo facto de a Igreja Católica ser uma instituição muito ligada à tradição e reticente às mudanças (Krames, 2015).

O mundo parou diante das televisões e dos ecrãs dos Smartphones para assistir, em direto, a um momento histórico: após a renúncia do Papa Bento XVI, seria escolhido o seu sucessor e todos veríamos dois Papas vivos ao mesmo tempo (Figueiredo & Ferreira, 2013).

Depois de dois dias de conclave, a 13 de Março de 2013, o fumo branco saiu da famosa chaminé e, nesse mesmo momento, sabia-se que os cardeais tinham feito a escolha daquele que seria o próximo Papa. Os sinos tocaram, as pessoas juntaram-se e, em menos de uma hora, escutava-se a famosa frase em latim: *Habemus Papam!* O nome foi dito e a origem também, mas só com a ajuda dos jornalistas mais informados é que se tornou possível conhecer o homem que estaria à frente da Igreja Católica até à atualidade: Jorge Mario Bergoglio.

“No momento da sua apresentação, o Papa Francisco utiliza vestes mais simplórias que aquelas usadas por Bento XVI, o que estampa uma simplicidade atroz quando comparada com o seu antecessor” (Andrade, 2018, p. 114), tudo isto acompanhado por um sorriso e um “boa noite”, uma saudação tão normal, mas, ao mesmo tempo, inesperada. Aquele cumprimento tão singelo deixou clara a sua proximidade e a sensação de que algo iria mudar. Diz-nos Simon (2019, p. 75) que, “na singularidade daquela expressão, talvez uma das mais coloquiais que se tenha, o mundo será surpreendido pelos sinais que logo se seguirão”, tratando-se de um prenúncio de algo inovador. Por exemplo, logo na manhã seguinte, depois de ter ido fazer as suas orações à Basílica de Santa Maria Maior, passou na Casa do Clero, onde tinha ficado hospedado nos dias anteriores ao conclave, para efetuar o pagamento do alojamento.

Quem já conhecia o novo Papa não ficaria tão admirado, aliás, enquanto era arcebispo de Buenos Aires, “tinha um estilo de vida despojado, estava frequentemente com os mais pobres, vivia num pequeno apartamento, deslocava-se de metro” (Marujo & Franco, 2017, p. 45), procurando viver de maneira simples e assumindo as dificuldades de qualquer diocesano.

Nos meses seguintes, mostraria aquilo que lhe ia na alma através de gestos inéditos, não se deixaria aprisionar por protocolos e começaria um

processo de transformação que abanaria a estrutura interna da realidade eclesial e o colocaria sob o olhar atento de crentes e não crentes. A este propósito, afirma Craveiro (2021, p. 38):

“É um homem que entra na Igreja e toca nos pontos sensíveis. Lava os pés a presos e a uma mulher muçulmana, procura incluir os marginalizados, mas também lutar por uma melhor relação inter-religiões. Quando toma o cargo, no Vaticano, começa por criar uma comissão representativa da sociedade que incluísse oito cardeais de vários continentes diferentes, que espelhassem exatamente os diferentes contextos de vida enfrentados nesses continentes. O seu objetivo, com esta reforma passa por incluir pessoas diferentes nas tomadas de decisão, descentralizando e abrindo este «poder» a múltiplos pontos de vista que reconhecem realidades distintas.”

Em pleno século XXI, o novo Papa, ao deparar-se com uma Igreja envolvida em tantas situações desagradáveis, sentiu que o desafio se mantinha atual e também era para si: “levanta a minha Igreja, porque está destruída”. Deste modo, ao escolher o nome de São Francisco de Assis, Jorge Bergoglio demonstra quais os seus objetivos durante o seu pontificado: “reconstruir e purificar a Igreja, reevangelizar a Europa e dirigir o olhar da Igreja preferencialmente para as pessoas e povos mais pobres” (Gonçalves, 2018, p. 40).

O nome adotado foi um alerta muito direto para a revolução que se aproximava e que tornaria a Igreja menos ostensiva. Na análise de Oling (2018, p. 43):

“Jorge Mario Bergoglio decidiu pelo nome “Francisco” para homenagear São Francisco de Assis, o santo dos pobres e sofredores. A igreja concordou com sua escolha pois, de certo modo, iria reforçar a imagem positiva da igreja que estava demarcada por tantas perdas e escândalos das últimas décadas.”

No entanto, a centralidade da figura de São Francisco, não desloca o olhar do Papa do verdadeiro fundamento das suas escolhas mais simples, o próprio Jesus Cristo, modelo e referência principal de todo o cristão, inclusive do Santo de Assis. O Papa Francisco é detentor de uma personalidade autêntica e humilde, demonstrando-o em gestos muito simples como andar de autocarro em

vez de um carro luxuoso, comer num refeitório com os funcionários, caminhar nas favelas ou sair do Vaticano para comprar os próprios sapatos.

“Após a cerimónia, na frente do Palácio Apostólico, a pomposa Mercedes Classe S espera pelo papa – o carro que custa mais de 100 mil euros fora recebido de presente pelo papa Bento XVI. Mas o Papa Francisco recusa-se a entrar nele e entra no autocarro com os outros cardeais. (...) Isso nunca tinha sido visto: um papa a andar de autocarro, quem imaginaria que isso era possível?” (Englisch, 2013, p. 16).

Ora, esta humildade já vinha sendo percebida noutros contextos, como por exemplo quando foi nomeado Cardeal em 2001. Nessa ocasião apelou aos amigos argentinos para que não gastassem o dinheiro em viagens para Roma mas que o doassem aos Pobres... e fez o mesmo pedido quando foi eleito Papa (Oling, 2018). Obviamente, por detrás de Jorge Mario Bergoglio, estão um conjunto de raízes teológicas e de traços biográficos que dão origem ao seu modo de agir e pensar, nomeadamente no que se refere ao seu modelo pastoral tão inspirador e que coloca no centro das suas preocupações os pobres, os marginalizados, os excluídos (Auvinen, 2015).

O Papa, pela sua personalidade e consciência teológica, faz dos mais vulneráveis o centro do seu ministério e convida todos a tomar esta opção, regressando ao coração do Evangelho e construindo uma «Igreja em saída» (Halík, 2023), uma Igreja que vai ao encontro dos que mais precisam de apoio, uma Igreja desinstalada, uma Igreja que seja um «Hospital de campanha», uma Igreja que não limita a dizer coisas... mas que, de verdade, se relaciona com as pessoas, as escuta e as ama. Nesta conjuntura, é muito sintomática a afirmação de Biallowons (2013, p. 80):

“Os fiéis sentiram que este homem vive o que prega e prega o que vive. Ele prega água e bebe água. Ele apela para que as pessoas vão até aos pobres e ele vai até aos pobres. Pede humildade e modéstia e mostra humildade e modéstia. O novo Papa Francisco é autêntico. Uma palavra pequena, esse ‘autêntico’. Contudo, para uma Igreja que perdeu credibilidade, a autenticidade é extremamente valiosa.”

Na ótica do Santo Padre, a Igreja deve promover uma cultura do encontro estabelecendo relações, sem preconceitos ou medo das diferenças (Gonçalves,

2018). A sua prioridade, desde o início, foi “desenvolver e promover uma Igreja mais inclusiva e mais aberta, onde haja lugar para todos” (Craveiro, 2021, p. 42). Ele quer uma Igreja de contacto direto com a sociedade, que se encontra e se deixa encontrar, “que fixa a sua atenção em pessoas, compartilhando seus gestos, abraços e sorrisos personalizados” (Simon, 2019, p. 86). Deste modo, e com a sua maneira de ser, “mostra a coerência de vida, a partir da sua quebra de paradigmas, sobretudo àquela relacionada às outras formas de se enxergar o sagrado pelas religiões” (Simon, 2019, p. 105).

Para todos aqueles que acompanharam a sua primeira aparição pública enquanto Papa e o seu primeiro discurso oficial, não passou despercebida a forma como ele “concedeu, ao auditório presente, a possibilidade de interagir, de se manifestar” (Figueiredo & Ferreira, 2013, p. 115), promovendo momentos de riso e oração. De facto, nas suas primeiras palavras, ao referir que o foram buscar quase «ao fim do mundo», o novo Papa quebrou, automaticamente, uma rigidez protocolar que lhe permitiu estabelecer uma ligação empática com todos aqueles que acompanhavam o momento e, ao mesmo tempo, mostrava ao mundo que a Igreja deixara de lado a tendência eurocêntrica.

Naquele dia 13 de Março, surpreendeu-nos com o seu diálogo popular e gestos expressivos pedindo que a multidão invocasse Deus para que o abençoasse ao invés de ser ele a abençoá-la, como era o costume dos seus predecessores (Englisch, 2013). Além disso, também se apresentou apenas com a sua batina branca, sem utilizar os habituais sapatos e mantos vermelhos (Glasman, 2015). Eis uma nova forma de comunicar, uma nova forma de se apresentar, uma nova forma de se relacionar. Neste sentido, diz-nos Figueiredo & Ferreira (2013, p. 108):

“A identidade revelada pelo orador (expressa por meio da gestualidade e do discurso) evidencia uma postura de simetria frente ao seu auditório e de proximidade com ele, manifestada por meio de um discurso dialogado e pedagógico. Tal postura parece vir ao encontro das necessidades da sociedade atual, fragilizada pela falta de direcionamento e de sentido”.

Percebe-se, portanto, que o Papa procura adaptar o seu discurso às pessoas que estão diante de si, tentando ir de encontro à realidade quotidiana dos seus ouvintes, apresentando “uma linguagem e postura adequadas ao público, fugindo ao enfadonho e prolixo, sendo claro e adaptado ao auditório a que se dirigiu” (Andrade, 2018, p. 77).

“Bergoglio utiliza, pela oralidade (...) uma linguagem metafórica, para se conectar com seus interlocutores. Por conta disso, sua comunicação tende a ser, imediatamente, eficaz. E é essa comunicação voltada às pessoas que traz uma abertura, de parte mediática, ao papado de Bergoglio e, conseqüentemente, à visibilidade institucional da Igreja Católica. Essa atenção dada pelos meios a Francisco, tem origem, sobretudo, na sua capacidade de inserir uma imprevisibilidade nos seus atos previsíveis de líder religioso. Um silêncio, um gesto, uma imagem ou expressão do Papa colocam os média na condição de dever acompanhá-lo” (Simon, 2019, p. 86).

Não só a televisão, mas também a rádio, as revistas, jornais e os meios digitais fazem questão dar espaço e tempo às intervenções de alguém que assume, no seu dia-a-dia, a figura do próprio Jesus Cristo que ensina e testemunha a sua boa-nova através do comportamento, colocando “emoção e intensidade nas palavras para aproximar as pessoas” (Oling, 2018, p. 86). Este comportamento, claramente diferenciado do registo a que estávamos habituados, não tem passado despercebido aos olhos de ninguém.

Nesta linha, é de ressaltar que, de forma discreta, mas incisiva, o Sumo Pontífice tem empreendido um conjunto de reformas na Igreja, chegando a ser considerado uma das figuras mais influentes do mundo (Monteiro, 2016) e uma das pessoas mais populares da Europa (Glasman, 2015).

“No papado de Jorge Mario Bergoglio, mudanças consideráveis começaram a aparecer. (...) Um Papa latino, disposto a adaptar as normas da igreja à realidade da sociedade sem imposições, mas com diálogo, enfrentando opiniões conservadoras, discussões e tabus até então velados pelos líderes religiosos. (...) Francisco deixou explícito desde sua posse que veio para propor uma nova linguagem” (Oling, 2018, p. 47).

Uma coisa é certa, ele não quer que as coisas fiquem como estavam e, por isso, tem tentado fugir da autorreferencialidade clerical, “quer sair do bafio de uma Igreja centrada em si” (Gonçalves, 2018, p. 67), promovendo uma cultura de aproximação à sociedade civil, apelando à união entre as nações, ao diálogo entre povos e à fraternidade na resolução dos problemas da humanidade (Oling, 2018).

Aqui chegados, pode dizer-se que o Papa Francisco tem revelado uma grande vontade de “reformular radicalmente as estruturas administrativas da Igreja” (Craveiro, 2021, p. 39). Com carisma, simplicidade e originalidade tem conduzido a instituição para a maior reforma que viveu nos últimos séculos (Craveiro, 2021).

### **1.2.2. UMA REDE: DAS EPÍSTOLAS AO WHATSAPP**

Criar redes de comunicação, trabalhar em rede faz parte de uma “metodologia que identificara desde sempre a construção da identidade cristã” (Mendonça, 2022, p. 55). Paulo, nos inícios do Cristianismo concretizou-o através de Epístolas, que também podem ser chamadas de cartas se as encararmos como escritos mais pessoais.

“Na década e meia que dura a atividade epistolar” (Mendonça, 2022, p. 70), encontramos a sistematização do pensamento de Paulo. Nos 15 anos de um jovem chamado Carlo Acutis encontramos um testemunho tão atual que até o chamam de “Apóstolo da Internet” (Figueiredo, 2021, p. 21).

#### **1.2.2.1. SÃO PAULO: Um Apóstolo online**

Paulo não foi um acomodado, colocou os pés ao caminho e ficaríamos impressionados se conseguíssemos saber quantos quilómetros percorreu para transmitir uma mensagem que não era sua: Jesus é o nosso salvador! De forma itinerante, o Apóstolo dos gentios percorreu a bacia do mediterrâneo e é considerado um dos maiores estrategas do anúncio cristão (Guimarães, 2021). A par disto, em conformidade com aquilo que defende Mendonça (2022),

sabemos que ele também pode ser chamado de escritor, condição que lhe surgiu como uma responsabilidade... em virtude da necessidade que teve de manter relação com as várias comunidades cristãs.

“A ocasião que faz dele um escritor é o desejo de manter a comunicação com as comunidades espalhadas por diversos centros urbanos da bacia oriental do Mediterrâneo. A carta serve esse propósito. Por isso, para nos encontrarmos com Paulo de Tarso não basta apenas aproximar o ouvido do seu púlpito: é necessário conhecer os cantos do seu escritório” (Mendonça, 2022, p. 61).

É verdade que não temos conhecimento preciso do número de cartas que Paulo terá redigido. De facto, como defende Walker (2011), a discussão quanto a quem é o autor das várias cartas é complexa, sendo necessário ter em conta um estudo aprofundado da dimensão literária, sem esquecer a base teológica e os factos históricos. Assumindo que a Carta aos Hebreus não pode ser incluída no seu portefólio, no cânone do Novo Testamento são-lhe atribuídas treze cartas, das quais é consensual reconhecer que Paulo foi o autor de sete (Mendonça, 2022). Certamente, nem todas as cartas de Paulo chegaram até nós, muitas terão ficado perdidas nos recantos das comunidades e outras poderão nem ter chegado aos seus destinatários.

Estando para além dos nossos objetivos aprofundar os critérios de autenticidade das várias cartas, este estudo pretende colocar-nos diante da metodologia utilizada por Paulo e que é inquestionavelmente relevante: as Cartas. Diz-nos Mendonça (2022, p. 67): “O certo é que, entre o fim do século I e o início do século II, os textos porventura mais conhecidos (veja-se os testemunhos de Clemente Romano, Inácio de Antioquia e Policarpo de Esmirna) são as cartas de Paulo”.

Esta autoridade que foi reconhecida a Paulo levou a que se considerasse a maioria das suas cartas como Epístolas, assumindo os escritos um papel mais amplo e que se contempla na atualidade: as Cartas de São Paulo não são vistas como uma correspondência meramente pessoal à qual somos indiferentes, bem pelo contrário, a Igreja posiciona-se como a destinatária intemporal daquela mensagem (Guimarães, 2021), reforçando o seu carácter epistolar. Conscientes

disso, não podemos deixar de ter em conta que: no cânone bíblico, primeiro são apresentadas as cartas dirigidas às comunidades e, posteriormente, surgem as que foram redigidas para particulares.

“Certamente que o pensamento cristão teria sempre uma história para contar, mesmo se não tivesse existido o fariseu chamado Paulo. Mas sem ele essa história não teria sido o que foi e o que é, pois ela está marcada por categorias teológicas que testemunham o carimbo indelével do apóstolo dos gentios” (Mendonça, 2022, p. 91).

As cartas eram fruto da personalidade de Paulo e da relação que mantinha com os destinatários. É óbvio que se denotam diferenças emocionais e temáticas ao longo dos vários escritos... mas é natural que assim seja. De facto, assumindo que o autor é o mesmo, não se podem anular as condicionantes que o envolvem no momento da redação e menosprezar as várias sensibilidades dos interlocutores.

“As motivações aprofundam-se e renovam-se, deslocam-se para outros destinatários e latitudes, lançam repto e âncora em situações imprevistas. A evolução da biografia e pensamento de Paulo liga-se também a uma evolução da forma literária na qual ele se exprime. Se os seus primeiros escritos são encadeados simples, aparentemente sem grande elaboração, o apóstolo passa a conhecer os recursos da oficina literária e a operar com eles de forma espantosa, a ponto de George Steiner dizer que poucos homens, na história da comunicação humana, acreditaram tanto no poder da palavra como Paulo” (Mendonça, 2022, pp. 70-71).

Paulo faz questão de enviar as suas cartas porque sabe bem o poder da palavra dita e escrita. Ele não fica preso a esquemas rígidos de linguagem, permitindo-se a algumas divagações, reflexões e deixa transparecer, com genuinidade, os seus objetivos: “no mundo antigo, havia um formulário bastante rígido a seguir, que Paulo usa, mas adaptando-o aos seus objetivos específicos, marcados pela sua fé, pela sua experiência cristã e pela sua própria personalidade” (Claro, 2017, p. 46). Paulo não fica preso nas teorias, nas regras, no formalismo linguístico, mas “recorre a novos conceitos e imagens, ousa o contacto com distintas gramáticas, desconcerta, ilumina e comove” (Mendonça, 2022, p. 68).

“Na verdade, resulta claro, que Paulo assumiu e implementou o princípio da adaptabilidade ou condescendência cultural, hoje também designada por inculturação. Neste ensejo de fazer compreender a mensagem evangélica, Paulo soube recorrer das várias possibilidades literárias e filosóficas de cunho helenístico que permitiam a adaptabilidade dos seus escritos” (Claro, 2017, p. 90).

No tempo de Paulo, diz-nos Mendonça (2022, p. 69): “a nível literário predominava a tendência para um purismo da forma e da linguagem. Paulo aparece como um «impuro» se considerarmos a sua autoavaliação (1Cor 2:1.4-5)”. Não se trata de uma falta de dons ou capacidades do Apóstolo, mas Paulo fazia questão de adaptar a sua linguagem e de deixar transparecer as suas emoções, havendo textos em que Paulo se dirige aos destinatários de um jeito tão informal que era sinal de uma proximidade e familiaridade inquestionável. Diante de tal estilo, não é de admirar que Paulo tenha recebido indicações para que manifestasse mais claramente a força intelectual do seu pensamento.

Mendonça (2022) demonstra o exemplo de um ficcionado Séneca que mandou uma carta a Paulo pedindo-lhe que tivesse mais cuidado formal na redação das suas cartas, apostando numa linguagem correta que fizesse jus aos conceitos que empregava. No entanto, o Apóstolo também soube transparecer toda a sua capacidade linguística, deixando-nos Cartas que são autênticas preciosidades literárias que comunicam a mensagem cristã de forma inédita e que até são portadoras de alguns.

“Jesus mantinha um contacto oral e direto com quem o ouvia, enquanto Paulo comunicava também por escrito, com auditórios geograficamente distantes. A pregação de Jesus compunha-se de discursos breves, ditos sapienciais e parábolas, enquanto Paulo contruiu (voluntária ou involuntariamente) um sistema teológico de grande complexidade” (Mendonça, 2022, p. 86).

Paulo queria fazer-se próximo das comunidades e as cartas permitiram-lhe que a mensagem não ficasse confinada à sua presença física, aliás, as cartas permitiram a interação com as comunidades e o envolvimento das comunidades. Paulo nunca foi “um pregador solitário ou um *one man show*. Viveu toda a vida num ritmo comunitário, cultivou uma finíssima rede de relações pessoais, tinha um conjunto de colaboradores que partilhavam o seu quotidiano e o seu

pensamento, operava numa verdadeira rede social que é parcialmente reconstruível” (Mendonça, 2022, p. 153).

“É desafiante ver como Paulo foi um desinstalado e um perito em proximidade: não se acomodou a viver serenamente numa comunidade onde fosse admirado, mas arriscou ir, percorrer inúmeros quilómetros, passar por várias privações e até, quando estava longe fisicamente, fazia questão de continuar esta sua praxis missionária, tornando-se próximo através de diversas cartas. Portanto, o Apóstolo dos Gentios sempre privilegiou uma pastoral da proximidade. Mesmo quando não lhe era possível estar num lugar, em determinada situação, optava por utilizar a melhor metodologia comunicativa daquela época para tentar colmatar a sua ausência física e fazer sentir a sua presença, estima e esperança, a par das suas advertências. Por isso, se na contemporaneidade, queremos ser evangelizadores ao jeito de Paulo, temos, obviamente, de utilizar os meios de comunicação que temos ao nosso dispor – nomeadamente os digitais – para fazer com que a Boa-Nova de Jesus chegue até àqueles com quem nos é impossível ter um contacto mais próximo” (Azevedo, 2016, pp. 69-70).

Dessa forma, Paulo conseguia fazer o acompanhamento das comunidades (Puntel, 2010). Também é de ter em conta que a rede estabelecida com as cartas era claramente fortalecida pela “abundante rede de colaboradores” (Mendonça, 2022, p. 57) que o ajudavam a colmatar os imensos constrangimentos que afetariam a sua missão. Trabalhando em equipa e escrevendo cartas, Paulo conseguia assegurar que a mensagem cristã não ficava aprisionada, mas chegaria a muito mais pessoas (Guimarães, 2021).

“Assim que se colocou por escrito pela primeira vez, a fé soube abrir a mão a tudo o que de genuína e misteriosamente cristão nelas havia. Daqui resulta claro que o numa sociedade globalizada e de rápida fluidez cultural, não bastam os anátemas, nem as cedências fragmentárias. Paulo, ensina-nos o equilíbrio entre a sua intrínseca e inata capacidade de adaptabilidade ao contexto cultural e novidade radical, transformadora e transcendente da Boa Nova” (Claro, 2017, p. 100).

#### **1.2.2.2. BEATO CARLO ACUTIS: Um nativo digital nos altares**

No tempo atual, se pensarmos na temática da «santidade» no âmbito católico, podemos ser atraídos por uma perspetiva que nos leve a conceber

a imagem de alguém distante do nosso estilo de vida e da nossa cronologia quotidiana. E se pensarmos em «Beatos» e «Beatas»? Era um assunto que «dava pano para mangas» e extravasaria o objetivo deste estudo, portanto, vamos cingir-nos aos detalhes diretamente relacionados com a temática desta dissertação, focando o nosso olhar em Carlo Acutis, um jovem que é apresentado pela Igreja Católica como um modelo de discípulo de Jesus, tendo sido beatificado no dia 10 de Outubro de 2020 (Figueiredo, 2021).

De forma simples, podemos dizer que a beatificação de Carlo – ou de outra pessoa – atesta que a Igreja lhe reconhece virtudes na maneira como viveu e o propõe como exemplo humano na busca da felicidade eterna... aliás, a palavra «Beato» significa feliz. Ora, tendo em conta que Carlos nasceu em 1991 e faleceu em Outubro de 2006, estamos a falar de um nativo digital (Aguiar, 2014) que já está nos altares das nossas Igrejas e isto tem despertado “um interesse não exclusivo do mundo católico e nem sequer do mundo dos crentes” (Gori, 2021, p. 11).

Provavelmente, é inquietante saber que este jovem faleceu com apenas 15 anos de vida, vítima de uma leucemia M3... mas o que parece despertar mais a atenção de tanta gente para a vida de Carlo Acutis é o facto de ele ter levado “uma vida normal: nasceu numa família normal, cresceu como qualquer criança, tinha amigos, brincava, jogava PlayStation e Pokémon, via desenhos animados” (Figueiredo, 2021, p. 17).

“Carlo falava a linguagem das novas gerações, usava os mesmos meios de comunicação social, os mesmos smartphones. Tinha familiaridade com tudo o que dizia respeito à eletrónica e à informática, tendo sido um verdadeiro génio nesta matéria. Não lhe era alheio nada da nova tecnologia digital” (Gori, 2021, p. 31).

A relação de Carlo com os equipamentos informáticos começou bastante cedo, dedicando-lhes bastante atenção e fazendo questão de aprofundar conhecimento sobre os sistemas e programas. Os pais, possuindo meios financeiros para isso, apoiaram-no neste seu interesse, correspondendo aos seus pedidos quando solicitava algum livro ou algum aparelho. Apesar de ser bastante novo, aprofundou muitos conhecimentos na área da programação

digital e “alguns engenheiros informáticos e amigos da família ficavam espantados com as capacidades e os conhecimentos que o nosso jovem santo possuía” (Figueiredo, 2021, p. 50).

“Um dos seus interesses particulares a respeito de informática é o aprofundamento dos conhecimentos de programação. Lia vários textos e fazia muitas pesquisas para aprender a dominar melhor os meios que tinha à sua disposição. Queria aprender precisamente a programação para ser mais livre na criação de conteúdos” (Figueiredo, 2021, p. 52).

Até aqui pode parecer-nos que Carlo foi um jovem igual a tantos outros... e foi! Então a Igreja reconhece a sua santidade porquê? Porque a par dos seus gostos e habilidades, Carlo vivia uma “intensa vida espiritual” (Gori, 2021, p. 55): rezava, participava todos os dias na Eucaristia, falava com os outros sobre os assuntos relacionados com a fé, procurava espalhar a mensagem de Jesus e vivê-la com alegria na sua existência, fazendo questão de ajudar os outros com os talentos que possuía.

“Por vezes passava imenso tempo a inventar programas informáticos, a fazer cálculos e a escrever fórmulas matemáticas incompreensíveis para os demais, mas que iam servir para ajudar os amigos. Graças a estas suas capacidades era muitíssimo estimado pelos colegas, que o consideravam um verdadeiro ‘às’ na matéria. E depois, quando era necessário, dava pessoalmente aulas de informática ou de uso do computador. Estava convencido de que na sociedade contemporânea fosse indispensável saber usar bem o computador. O risco era o de ser marginalizado pela coletividade e ficar de fora do mercado de trabalho” (Gori, 2021, p. 84).

Carlo Acutis, na normalidade da sua vida, transparecia uma grande harmonia, comprovando que a santidade não é incompatível com o conhecimento, seja ele sobre que matéria for. Além disso, tinha bom-humor e humildade, “dizia piadas engraçadas, era sempre alegre e sereno. Gostava de fazer pequenos filmes que depois mostrava aos amigos. Em tudo procurava empenhar-se com afinco” (Gori, 2021, p. 82).

“Além de vários filmes de divertimento, criou alguns vídeos em que os seus animais de estimação desempenhavam os papéis principais. Fazia também pequenos filmes em que apresentava pontos sobre a fé, especialmente a Eucaristia. Montava filmes em que procurava mostrar a

beleza da criação e a beleza da presença de Deus na vida das pessoas” (Figueiredo, 2021, pp. 50-51).

No âmbito do estudo que estamos a efetuar, não passa despercebido que o Beato Carlo tinha gosto em aplicar os seus conhecimentos na área da informática ao serviço da comunicação da mensagem cristã e é de ter em conta o que atesta Gori (2021, p. 50): “de modo algum parecia formal, embora já tivesse um estilo atencioso, agradável, espirituoso, com uma surpreendente capacidade de se focar nas questões que são essenciais.” O Papa Francisco, na Exortação Apostólica Pós-Sinodal ‘Cristo Vive’, apresenta Carlo Acutis como um modelo a seguir nesta era digital, dizendo aos jovens:

“Recordo-te a boa notícia que nos foi oferecida pela manhã da Ressurreição: que para todas as situações obscuras ou dolorosas mencionadas há uma saída. Por exemplo, é verdade que o mundo digital te pode colocar perante o risco do ensimesmamento, do isolamento ou do prazer vazio. Não te esqueças, porém, que há jovens que inclusive nesses âmbitos são criativos e, por vezes, geniais. Era o que fazia o jovem servo de Deus Carlo Acutis.

Ele sabia muito bem que esses mecanismos da comunicação, da publicidade e das redes sociais podem ser utilizados para nos transformar em seres adormecidos, dependentes do consumo e das novidades que podemos comprar, obcecados pelo tempo livre, fechados na negatividade. Carlo, porém, foi capaz de usar as novas técnicas de comunicação para transmitir o Evangelho, para comunicar valores e beleza.

Não caiu na armadilha. Via que muitos jovens, embora parecendo diferentes, na realidade acabam por ser iguais a todos os outros, correndo atrás daquilo que lhes impõem os poderosos através dos mecanismos de consumo e de atordoamento. Desse modo, não deixam brotar os dons que o Senhor lhes concedeu, não oferecem a este mundo essas capacidades tão pessoais e únicas que Deus semeou em cada um. É por isso, dizia Carlos, que «todos nascem como originais, mas muitos morrem como fotocópias». Não permitas que isso te aconteça” (Francisco, 2019, nº 104-109).

O que cativa em Carlo é a sua autenticidade, a sua maneira de transmitir a mensagem de Jesus nas várias dimensões da sua vida, não se fica pela teoria... porque as pessoas contemplam a mensagem na sua prática, na sua maneira de lidar com os outros, de sorrir, de rezar. Sabemos que tudo isto não pode ser desligado da sua profunda vida espiritual, que ele assumia como fonte

de tudo aquilo que era e fazia. Carlo sabia bem que a mensagem cristã não se podia resumir “a um código ético ou moral, a um conjunto de normas de boa conduta, ou então a um conjunto de conhecimentos a possuir intelectualmente.” (Figueiredo, 2021, p. 18).

Ao falarmos deste jovem enquanto santo não podemos dizer que fosse um «santinho», tentando colocar-lhe um rótulo negativo associado a algo que indique fingimento ou artificialidade, bem pelo contrário... ele vivia a felicidade da sua fé com uma intensidade que não o desconectava da vida real. Afirma Gori (2021, p. 50) que “o seu sorriso transmitia algo do Além” e isso não desapareceu quando chegou a doença.

“Ficou famoso pelo cuidado que tinha pelos últimos: os colegas da escola que por algum motivo eram postos à parte pelos outros, as crianças mais pequenas e frágeis e os necessitados, de forma particular os sem-abrigo. Em tudo, é característica de Carlo o seu sorriso, de uma alegria profunda e verdadeira. Uma alegria que sempre o acompanhará, mesmo momentos antes de morrer com um sofrimento terrível, como testemunha uma enfermeira do hospital onde faleceu: todas as suas respostas começavam por um sorriso” (Figueiredo, 2021, p. 18).

Trata-se de uma vida normal e original. Criou um site na internet para difundir a devoção eucarística, preparou uma exposição sobre os Milagres Eucarísticos no Mundo, gostava de dar passeios pelo campo com os amigos e fazer filmagens com a sua câmara de vídeo, ia à piscina, viajava com a família, defendia os amigos que sofriam de *bullying*, ajudava os sem-abrigo... “usava os seus conhecimentos informáticos para ajudar em iniciativas de voluntariado da escola que frequentava, muito concretamente na construção do *site* (...) e vários *spots* para promover ações de voluntariado” (Figueiredo, 2021, p. 51), etc. Daqui se depreende que: ao olharmos para o exemplo de Carlo, se entende que “a santidade não é viver a levitar no meio das nuvens. Ser Santo é ser discípulo de Jesus no aqui e agora de cada um de nós” (Figueiredo, 2021, p. 14).

A vida deste rapaz demonstra-nos que não podemos continuar a transmitir a mensagem de Jesus e ignorar as potencialidades e os desafios que existem neste mundo cada vez mais digital, tal como não se pode equacionar

que alguém possa “ser santo como os outros são santos, ou como alguém foi santo há 300, 400 ou 500 anos” (Figueiredo, 2021, p. 14).

“A sua vida tornou-se, assim, evangelizadora, muito mais do que a sua «palavra», que de resto ele não desprezava, aliás, procurava ao máximo valorizar, inclusivamente servindo-se dos mais modernos meios de comunicação social” (Gori, 2021, p. 21).

De facto, no testemunho do Beato Carlo Acutis conseguimos ver que o mundo digital apresenta muitas possibilidades que devem ser aproveitadas para darmos testemunho e na atualidade ainda mais, como defende Dionísio (2017, p. 164) “a sociedade em rede em que vivemos é um desafio para todos, também para a Igreja e para quantos têm a missão de anunciar o Evangelho”.

Vivemos tempos novos e existem meio novos! Navegar na internet foi uma das maneiras que Carlo encontrou para de comunicar a mensagem cristã, ultrapassando barreiras físicas e fazendo-se próximo de quem estava longe. Sem menosprezar a proximidade real ele sabia conciliar o clique no teclado com o toque na vida de quem estava perto (Aguiar, 2014).

Nesta era da velocidade digital, contemporâneos do 5g, talvez seja oportuno dar uso à rede que nos conecta, abrindo uma página do Google e pesquisando por ‘Carlo Acutis’. Em 0,22 segundos surgem 2 740 000 resultados, destacando-se o site que lhe é dedicado: [www.carloacutis.com](http://www.carloacutis.com), que está traduzido em 6 línguas (italiano, inglês, francês, alemão, espanhol, português e polaco). Na linha de pensamento de Gori (2021), podemos afirmar que: uma vez que Carlo Acutis é considerado um «influencer de Deus», é normal que exista muita informação sobre ele nas plataformas digitais, notícias em jornais online sobre «Um santo que usa Nike», Tik Toks com fotos dele, vídeos no Youtube com testemunhos de pessoas que o conheceram pessoalmente, *podcasts* no Spotify, etc.

É verdade que ainda não foi canonizado... mas foi um dos Patronos da JMJ Lisboa 2023, tendo sido proposto como modelo de evangelizador para a multidão de nativos digitais que se reuniu na Capital portuguesa. Do lado de lá e do lado de cá, um jovem online!

### 1.3. RAIOS ECLESIAL: DE UMA DÚZIA DE APÓSTOLOS A MILHÕES DE DISCÍPULOS

A comunidade eclesial tem uma identidade própria (Guimarães, 2021). Tendo começado com Jesus e 12 Apóstolos, rapidamente atraiu novos seguidores e alargou as fronteiras do discipulado. Apesar de tantas fragilidades, o número continua a aumentar: dezenas, centenas, milhares, milhões de pessoas pertenceram e pertencem à Igreja Católica. No entanto, é de ter em conta que “a Igreja não é, pois, reduzível ao modelo sociológico de agregação em cluster e, principalmente, na visão católica, não é apenas um mero *hub*” (Spadaro, 2012, p. 80).

#### 1.3.1. A COMUNIDADE E A TRANSMISSÃO DA MENSAGEM

A origem etimológica da palavra «comunicação», na sua ligação ao termo latino *communis*, significa “pôr em comum, troca de informações, dando a ideia de comunidade. Comunicar significa participação, troca de informações, tornar comum aos outros ideias, convicções e estados de alma” (Monteiro et al., 2008, p. 20). De facto, este conceito está enraizado numa dinâmica que congrega as pessoas, une o que está isolado, permite que exista entendimento e caminho em conjunto.

“Um rápido exame dos primórdios da Igreja Católica demonstra que o seu conceito de comunicação estava concentrado na comunidade. Esta, composta pelos primeiros fiéis cristãos, era por si só um instrumento de comunicação. A comunidade acreditava que, através do testemunho de fraternidade entre os seus membros, a fé poderia espalhar-se externamente para outros” (Puntel, 2010, p. 23).

Durante muitos séculos, a Igreja Católica desempenhou, principalmente na sociedade ocidental, um papel de atração que vinculava as pessoas à mensagem que transmitia. Em certa medida, até podemos ver a “comunidade cristã como uma escola de comunicação” (Guimarães, 2021, p. 52). Nos vários cruzamentos da História a instituição foi procurando estar presente e dar resposta às inquietações de cada tempo, chegando a constituir-se como bastião do conhecimento e do desenvolvimento (Matteo, 2022; Monteiro, 2016). No

entanto, a modernidade trouxe consigo um fator que ainda não estava a jogo: a grande velocidade nas mudanças de paradigma. Ora, diante de um tempo tão acelerado, em que surgem novidades a cada segundo, a Igreja deparou-se com um grande desafio: como conseguir acompanhar este ritmo, anunciando a mensagem de Jesus à sociedade de hoje?

“A percentagem de cristãos na paisagem religiosa da Europa Ocidental, de acordo com o último estudo promovido pelo *Pew Research Center*, tem vindo a sofrer um continuo decréscimo. Apesar da identidade cristã permanecer um marcador significativo, assistimos a uma procura de novas espiritualidades individualistas e ao crescimento do número de pessoas que não se reconhecem em nenhuma religião. Ao mesmo tempo, são cada vez mais aqueles que se dizem cristãos, mas não fazem decorrer daí uma pertença comunitária” (Gonçalves, 2018, p. 5).

Chegando ao século XXI, “deu-se uma transformação na realidade religiosa” (Guimarães, 2021, p. 104) e a Igreja deparou-se com dificuldades em vários níveis, nomeadamente no que diz respeito à comunicação da sua mensagem no continente europeu, velho bastião da fé cristã.

“A Igreja demorou a perceber a força da comunicação moderna e ainda está longe da nova cultura da comunicação. De facto, os seus códigos comunicativos são, fundamentalmente, de índole doutrinal racional, quando a modernidade requer partir do quotidiano, do afetivo, das tramas das relações humanas, do emocional, do estético, do lúdico” (Puntel, 2010, p. 208).

Os últimos anos de vida do Papa João Paulo II serviam como espelho do estado da Igreja Católica: frágil, decadente. Seguiu-se o pontificado do Papa Bento XVI, que ficou diluído num conjunto de escândalos, retrocessos e incompreensões (Monteiro, 2016). A 11 de Fevereiro de 2013 dá-se um grande abanão na estrutura interna da Igreja. O Papa alemão decide resignar, algo completamente imprevisível na ótica geral, deixando em aberto o espaço para a eleição de um novo sucessor no governo da Igreja.

“A saída de Ratzinger acata consigo a necessidade de escolher um substituto que traga simultaneamente inovação e abertura à Igreja; há uma urgência na reforma, renovação e reinvenção desta instituição” (Craveiro, 2021, p. 37).

Qual seria a solução para tal situação? O que se seguiu foi muito para além das apostas mais óbvias e já o conseguimos aprofundar anteriormente: foi eleito o Papa Francisco, dando um novo rumo à dinâmica comunicativa da Igreja, criando laços com crentes e não crentes, marcando presença no mundo digital e insistindo na essência espiritual de toda a evangelização, da qual Deus é o protagonista e a meta.

“Se as relações na Rede dependem da presença e do funcionamento eficiente dos instrumentos de comunicação, a comunhão eclesial é radicalmente um ‘dom’ do Espírito. A ação comunicativa da Igreja tem nesse dom o seu fundamento e a sua origem” (Spadaro, 2012, p. 81).

Nos dias que correm, “os desafios que enfrentamos são diferentes” (Kotter, 2017, p. 32)... mas o ponto de partida será sempre “continuar a missão atribuída por Jesus aos apóstolos de «ir e propagar a Boa Nova»” (Ferin, 2009, p. 17), procurando, cada vez mais, conhecer aqueles que nos rodeiam e dialogar com eles para os compreender e lhes transmitir essa Boa Notícia.

“A fórmula fundamental da comunicação manifesta-se como morfologia nesta capacidade de gerar encontros reais, concretos e históricos: numa proximidade que saiba discernir à luz da realidade em que está inserido; como uma escuta capaz de conhecer o caminho do outro, respeitando o seu ritmo e a sua história; e realizando um caminho, «lado a lado», sabendo crescer em diálogo e na descoberta da essência da identidade da Igreja” (Guimarães, 2021, p. 51).

### **1.3.2. A LINGUAGEM DA IGREJA NA ATUALIDADE**

Habitualmente, no âmbito da linguagem, a Igreja tem optado por uma via mais «cult», que não foge muito ao léxico religioso nem aposta em grandes inovações. No entanto, a verdade é que as formas tradicionais de transmissão da fé enfrentam, atualmente, um fracasso generalizado que parece não apresentar perspetivas de futuro (Neto, 2016).

Atualmente, vivemos no tempo da conectividade e da rapidez... basta entrarmos na página do Google, pesquisar por “Igreja Católica” e, em menos 1 segundo, obtemos cerca de 40 200 000 resultados. Conscientes de que estamos

todos a bordo nesta viagem que segue a alta velocidade e nos conecta a todos os lugares, torna-se necessário acelerar o passo, ou ainda corremos o risco de ficar para trás. Diz-nos Spadaro (2015, p.138):

“A Rede e os instrumentos de informação em relação ao que ela desenvolve, antes de se emitir qualquer julgamento, constituem um facto, uma realidade. Se no passado recente havia relacionamentos humanos que não eram mediados pela tecnologia, exceto pelo telefone, recentemente irrompeu no nosso tecido social uma mediação tecnológica importante: é um facto com o qual é preciso confrontar-nos. Entricheirar-se numa recusa drástica ou num juízo negativo impediria administrar o fenómeno e ter uma abordagem em termos educacionais, que é do que mais precisamos. Hoje em dia, ao contrário, é necessário amadurecer uma integração salutar entre a nossa vida quotidiana e as potencialidades que nos são oferecidas pelo ambiente virtual.”

De facto, embora com medos e alguns atrasos (Díez, 1997), a Igreja sempre foi tentando incorporar à sua missão as novas formas de comunicação. A pintura, a escultura, a arquitetura, o teatro popular, o manuscrito e a imprensa são alguns exemplos concretos desse esforço interno.

“Nos anos 60, o Concílio Vaticano II, presidido pelo papa João XXIII, reconhece também a importância dos media, como meios de comunicação social, chamando à atenção para a sua proeminência cultural e social, e para serem utilizados em função do bem comum. Nesta perspetiva, o Decreto sobre os Meios de Comunicação Social, designado Inter Mirifica, anuncia o direito de a Igreja usar e possuir instrumentos de comunicação, estabelecendo normas morais e éticas para a sua utilização, apelando em seguida ao seu respeito pelos cristãos e Homens de boa vontade” (Ferin, 2009, p.127).

Assim, entende-se que a tecnologia não é uma inimiga das verdadeiras relações, pelo contrário, como defende Spadaro (2014, p.145) “pode ser a sua melhor aliada”. De mãos dadas com Teologia e sendo integrada no contexto real da vida, esta sinergia pode ser a fonte de novas linguagens... bem mais compreensíveis que o típico «catoliquês».

Por esse mundo fora, o latim caiu em desuso e, hoje em dia, a comunicação da Igreja é feita através das línguas vernáculas. No entanto, isto pode dar-nos a falsa sensação de que toda a gente entende tudo aquilo que a Igreja proclama, o que não corresponde a uma realidade. De facto, os termos

maioritariamente utilizados e a lógica ritualista dão origem a uma espécie de língua católica (Puntel, 2010) que, talvez, só os anjos consigam compreender na plenitude.

Tendo em conta o âmbito de estudo desta dissertação, vislumbramos que a linguagem informal possa apresentar-se como uma opção pertinente para o discurso católico. Diz-nos Spadaro (2014, p. 141) que “a criatividade dos fiéis e dos sacerdotes pode encontrar novas formas de divulgação e compartilhamento do Evangelho e da vida da Igreja”. Obviamente, não se equaciona que a Igreja transforme os seus púlpitos num balcão de café onde se fala de tudo e de qualquer maneira, mas que encontre espaços para introduzir uma dinâmica comunicativa mais leve, mais relacionada com a vida das pessoas, mais simples e atenção que “a linguagem simples não quer dizer simplória, mas antes dirigida aos seus ouvintes” (Couto, 2020, p.16).

“Uma nova linguagem, que se faça entender pelos Homens de hoje, é uma exigência de que não podemos prescindir, sobretudo para a linguagem religiosa que está conotada por uma tal especificidade que muitas vezes é incompreensível. Abrir a «gaiola da linguagem», para favorecer uma comunicação mais eficaz e fecunda, é um compromisso concreto para que a evangelização seja realmente «nova»” (Fisichella, 2012, p. 97).

Conscientes que “nem sempre o que se diz corresponde ao que se quer dizer” (Neto, 2016, p. 37), torna-se urgente encontrar novas oportunidades de comunicação que sejam mais transparentes e adequadas às comunidades que as recebem. Não se trata apenas do conteúdo ser uma Boa-Nova incrível... porque afinal numa mensagem é tão importante aquilo que se diz, como forma como se diz (Merayo, 2007). Assim, e na linha de pensamento de Santo Agostinho: “o objetivo de quem fala, será, pois, o da compreensão de quem escuta e (...) as palavras menos corretas devem ser preferidas à falta de exatidão e as palavras que nada ensinam devem ser evitadas” (Monteiro, 2004, p. 66).

“A finalidade da comunicação deve ser evidente, para evitar distorções e mal-entendidos. É vulgar ouvir alguém a dizer após ler ou ouvir uma

comunicação: «Mas, afinal, o que queria dizer aquele falatório todo?» (Monteiro et al., 2008, p. 66).

Na verdade, a arte de descomplicar, tornando simples mensagens complexas, até pode parecer fácil, mas não é. A clareza comunicativa é fruto de uma preocupação constante com aqueles que estão diante de nós, proporcionando-lhes a possibilidade de nos “compreender rápida e facilmente (...), com prazer e sem esforço. Quem não compreende instantaneamente o que lê ou ouve e tenta descortinar palavras embaraçosas, enigmas frásicos, discursos palavrosos, das duas uma: ou desliga e volta a (tentar) ligar, ou abandona para sempre a nossa mensagem” (Tavares, 2021, p. 41).

“Os discursos longos e detalhados não só podem surgir como camisas de forças, mas também podem vir a ser obsoletos num mundo em rápida mudança. Ao mesmo tempo, as visões que precisam de ajustes constantes perdem a sua credibilidade. Entre os dois extremos, o incrivelmente vago e o meticulosamente detalhado, existe espaço para muita coisa” (Kotter, 2017, p. 93).

Tendo em conta estes desafios e dificuldades, não podemos cair no risco de resumir a comunicação eclesial às homilias dos Sacerdotes. Tratando-se de algo bem mais complexo, seria necessário enquadrar os conceitos gerais em situações particulares para observar estrategicamente os pontos fortes e pontos frágeis de cada contexto: a linguagem utilizada pelos catequistas, as metodologias adotadas pelos grupos corais, a originalidade dos grupos de jovens, etc. Há situações onde a mensagem passa de forma clara e inspiradora e há outras em que pessoas podem ficar com a sensação de que os transmissores da mensagem “dizem muito sem dizerem nada” (Tornero, 2007, p. 103).

“Já lhe aconteceu assistir a uma conferência e no final pensar para consigo que não percebeu nada do que o orador disse? Ou receber um e-mail, lê-lo de trás para a frente e mesmo assim não conseguir compreender o assunto? Eu já e muitas vezes! Há oradores que falam, falam e dizem pouco ou então usam palavras tão difíceis e um discurso tão opaco, que a mensagem não passa da primeira fila. Há também e-mails que mais parecem enigmas da Agatha Christie, com frases longas, parêntesis intermináveis, parágrafos que são autênticos labirintos” (Tavares, 2021, p. 41).

Assumindo as dores no corpo eclesial, facilmente levantamos o olhar e percebemos que não se tratará de um problema que apenas diga respeito à comunicação da Igreja, consistindo numa dimensão transversal a todo o ser humano e a todas as instituições e organizações, em especial aquelas que carregam mais anos de existência (Puntel, 2010). Infelizmente, um pouco por todo o lado, não faltam pessoas que “comunicam mal, por vezes muito mal. Ou, inadvertidamente, enviam mensagens inconsistentes. Em qualquer dos casos, o resultado é o mesmo: uma transformação parada” (Kotter, 2017, p. 101).

“O assunto é mais complicado do que parece. Para lá dos problemas óbvios de código comum e clareza expressiva, a situação comunicativa acrescenta outros aspetos importantes, como a coerência, a credibilidade, a atmosfera emocional, etc. Por exemplo, poder-se-ia colocar a questão em tom descontraído, amável e tranquilo ou, pelo contrário, de forma imperativa e arquejante” (Tornerio, 2007, p. 105).

Ninguém nasce ensinado e a aposta formativa da Igreja na área da comunicação tem sido muito residual, incluindo no curso de Teologia, não existe espaço para uma capacitação nestas temáticas. Guimarães (2021, p. 56), na sua investigação «A comunicação da Igreja é um Encontro», defende que a formação “é fundamental para saber centrar a comunicação no essencial” e pode dizer-se que aliada a uma experiência prática abrirá o caminho certo para que se encontrem “maneiras imaginativas de comunicar” (Kotter, 2017, p. 109). Posto isto, sintetizando os vários conteúdos que servem de alicerce ao nosso estudo, coloca-se uma questão: Linguagem formal ou informal? Qual o caminho a assumir nos discursos e atitudes eclesiais?

A resposta é complexa, no entanto podemos afirmar que: diante desta revisão teórico-conceitual que toca as áreas da comunicação e da teologia, constata-se que a atualidade reclama uma renovação dos modos de compreender e de realizar a comunicação da fé. De acordo com Neto (2016, p. 32): torna-se urgente, “romper com os modelos herdados e encontrar formas diferenciadas que tenham em conta os dinamismos da recomposição do crer assentes numa identificação subjetiva dos sujeitos”.

“Na verdade, um discurso «desincarnado da vida real» não diz nada a ninguém! Cada momento da História, cada contexto social e cultural tem características novas, levantam novos desafios, exigindo-se por isso que um discípulo missionário (co-)responda com uma nova evangelização. Nova, porque é um processo sempre novo, interminável, que exige novas maneiras de se realizar. Torna-se necessário tomar consciência de que a maneira como se comunicava qualquer coisa há uns anos, já não é totalmente percebida hoje. A linguagem não é imutável, e isto também se aplica à forma como se evangeliza. O conteúdo do anúncio é sempre o mesmo, mas o modo como se realiza tem de estar de acordo com cada tempo e com cada lugar, necessitando de reformulações” (Azevedo, 2016, pp. 74-75).



## CAPÍTULO 2 INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

## **CAPÍTULO 2. INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA**

### **2.1. METODOLOGIA**

O desenho do modelo metodológico é definido quando se compreende a verdadeira natureza da problemática em estudo (Creswell, 2009), não existindo um modelo de investigação padronizado que possa ser aplicado a todo o universo académico.

Neste sentido, num processo de investigação é essencial encontrar um paradigma de pesquisa que permita uma visão científica sobre as “crenças e pressupostos que temos sobre a realidade” (Saccol, 2009, p. 251).

#### **2.1.1. OPÇÕES METODOLÓGICAS E OBJETO DE ESTUDO**

Considerando a especificidade dos objetivos apresentados em cada projeto de investigação, pode optar-se por um modelo qualitativo, por uma abordagem quantitativa ou pela conjugação das duas, seguindo um método misto. De acordo com as várias técnicas de recolha de dados apresentadas por Bryman (2006), optou-se por realizar entrevistas individuais semiestruturadas, seguindo uma metodologia qualitativa no tratamento e análise dos resultados.

De facto, atendendo à novidade da temática de estudo, não podíamos cingir-nos a uma revisão da literatura (Coutinho, 2011). É certo que existem inúmeras publicações que estabelecem pontes de contacto entre o âmbito teológico e a área da comunicação, no entanto, no que se refere ao tema da linguagem informal e o seu papel na comunicação eclesial, não existem pesquisas significativas.

Por esta razão, desejando abrir espaço a novos contributos científicos, podemos considerar que a metodologia apresentada em seguida caracteriza-se por ser de carácter exploratório (Selltiz et al., 1974).

### 2.1.2. PROCESSO DE PESQUISA E RECOLHA DE DADOS

Para a obtenção de novos dados que ajudem a responder à questão de partida e de acordo com os objetivos definidos, foram realizadas três entrevistas a figuras reconhecidas nas áreas da investigação: Cardeal D. Américo Aguiar, D. Joaquim Dionísio e Claudine Pinheiro.

O Cardeal D. Américo Aguiar é Bispo de Setúbal, Mestre em Comunicação pela UCP, Membro do Dicastério da Comunicação do Vaticano, Presidente da Fundação JMJ Lisboa 2023 e foi Diretor do Grupo Renascença Multimédia: RFM, MegaHits, Rádio Renascença. É conhecido pela opinião pública devido às suas inúmeras intervenções nos meios de comunicação social e pelo seu estilo informal de comunicar.

D. Joaquim Dionísio é Bispo Auxiliar da Diocese do Porto e é um dos Bispos mais jovens de Portugal, graças à sua formação e aptidão pessoal para a comunicação, desempenhou várias funções relacionadas com a área: Professor de Técnicas de Comunicação dos alunos do 6º Ano de Teologia, Diretor do Jornal Voz de Lamego, e Diretor do Centro de Estudos “Fé e Cultura”, Presidente da Direção do Centro Diocesano de Promoção Social e Diretor da sua Escola Profissional.

Claudine Pinheiro é licenciada em Comunicação, trabalha como produtora de conteúdos de evangelização nas Edições Salesianas e é um dos rostos mais conhecidos na realidade eclesial portuguesa, principalmente pelas suas capacidades como cantora e como formadora de agentes de pastoral juvenil e catequética.

Definidas as figuras a entrevistar, com base na pertinência da vivência pessoal dos entrevistados, a sua experiência e a perceção da realidade à sua volta (Fraser & Gondim, 2004), optamos pela realização de entrevistas semiestruturadas. Estas entrevistas foram realizadas presencialmente durante o mês de Outubro de 2023. Uma vez que todo o conteúdo foi gravado a nível de áudio e imagem, foram salvaguardadas todas as preocupações éticas e legais (Cohen, Manion & Morrison, 2008).

### 2.1.3. INSTRUMENTOS DE RECOLHA DE DADOS

Dada a natureza desta investigação, a entrevista foi construída tendo em conta as temáticas implícitas na questão de partida, assim como nos objetivos deste estudo, nos conteúdos abordados na revisão de literatura e no perfil dos entrevistados. De forma a permitir um diálogo mais significativo, o guião foi enviado para os entrevistados previamente e para que fosse assegurado o critério científico das entrevistas, cumpriram-se todos os parâmetros necessários à sua validação. Como recomenda Guerra (2006, p. 60):

“Não se deve esquecer as questões prévias a colocar no início das entrevistas, tais como a explicitação do objeto de trabalho, a valorização do papel do entrevistado no fornecimento de informações considerando o seu estatuto de informador privilegiado, a duração e a licença para gravar, etc.”

Neste sentido, apresentamos o guião preparado e utilizado na orientação das três entrevistas. As questões estão divididas em três categorias gerais: **Comunicação; Evangelização e Igreja**. Para garantir a pertinência analítica das perguntas é apresentada uma breve contextualização temática para cada categoria. Paralelamente e, uma vez que optamos pela realização de entrevistas semiestruturadas, foi criado um bloco de questões complementares que só seriam colocadas caso o contexto fosse oportuno e o tempo o permitisse (Stuckey, 2013).

#### GUIÃO DA ENTREVISTA

##### 1. COMUNICAÇÃO:

\*A comunicação está presente ao longo de toda a História da humanidade, sendo essencial nas nossas relações interpessoais;

\*Enquadrando a «linguagem» num âmbito alargado da comunicação (verbal, gestual, visual, etc), podemos encontrar diferenças entre uma linguagem formal e uma linguagem informal;

\*Num mundo em que há tanta informação em todos os lugares, é essencial conseguir encontrar metodologias que despertem a atenção daqueles para quem se destina a mensagem;

**1.1. Qual é o objetivo geral da comunicação? Qual o seu papel ao longo da História e no nosso quotidiano?**

**1.2. Em que aspetos é que podemos distinguir uma linguagem formal de uma linguagem informal? Quais as vantagens e desvantagens de uma e de outra?**

**1.3. Uma linguagem informal poderá despertar a atenção? Em que medida poderá permitir uma conexão empática e emocional entre o recetor e o emissor?**

## **2. EVANGELIZAÇÃO:**

\* Ao estudarmos a Bíblia, verificamos que Jesus se destacava de todos os outros mestres, pelo modo diferente como ensinava. Atraiu multidões mas sabemos que não agradou a todos;

\* O Papa Francisco, incluindo nas celebrações litúrgicas, tem optado por uma linguagem simples e por uma lógica comunicativa que facilite a compreensão da mensagem que quer transmitir;

\*Na atualidade, vivemos num mundo muito diferente daquele que existia há dois mil anos. No entanto, são muito inquietantes as semelhanças que nos permitem conectar épocas tão distantes;

**2.1. Em que medida as Parábolas de Jesus podem ser enquadradas num estilo informal? Qual a força comunicativa das palavras simples de Jesus e dos seus gestos improváveis?**

**2.2. Será que a informalidade do Papa Francisco tem facilitado a transmissão e a compreensão da mensagem cristã? Como encontrar o equilíbrio e não correr o risco de sermos “mais papistas que o Papa”?**

**2.3. Até que ponto podemos afirmar que: São Paulo e o Beato Carlos Acutis, tendo nascido com dois milénios de diferença, demonstram a importância de evangelizarmos com os melhores meios disponíveis em cada tempo? No contexto atual, convivendo com várias Gerações nos mesmos locais e plataformas digitais, a informalidade comunicativa poderá ter um impacto negativo em alguma geração específica?**

## **3. IGREJA:**

\* A Igreja, tendo sido fundada por Jesus, começou com um grupo de 12 e rapidamente se alargou a muitos mais seguidores, tendo passado por momentos muito complicados ao longo da sua história, incluindo no primeiro século;

\* Na atualidade, existe uma grande diversidade na dinâmica eclesial à escala global e constata-se que, contrariamente a outros lugares do globo, na Europa existem cada vez menos católicos;

\*Olhando para além dos 80,2% de Católicos Portugueses (apresentados pelos Censos de 2021), encontramos muitos desafios na relação quotidiana das pessoas com a Igreja, apresentando-se como oportunidade os eventos e as celebrações que congregam grupos pouco envolvidos com a instituição;

**3.1. Quando falamos de Igreja, falamos de quê e de quem? Qual o lugar de Deus na dinâmica evangelizadora?**

**3.2. Quais são as maiores fragilidades na comunicação eclesial? É possível evangelizar sem verdade, autenticidade, proximidade?**

**3.3. Como definir a ligação dos portugueses com a Igreja? Poderá a informalidade impulsionar o envolvimento afetivo e efetivo de mais pessoas?**

#### **4. OUTRAS QUESTÕES :**

**4.1. De um modo geral como é que as pessoas entendem a mensagem cristã? A que temáticas associam esta mensagem?**

**4.2. Será que a mensagem cristã está desatualizada? A complexidade com que tem sido apresentada tem um impacto negativo nas pessoas?**

**4.3. Para além das palavras que são escolhidas para comunicar esta mensagem, como conseguir transmitir a plenitude do conceito envolvendo a dimensão simbólica e artística? Como tornar a mensagem compreensível a todos?**

**4.4. É possível falar de assuntos “sérios” num registo informal? Ao simplificarmos a linguagem teológica podemos afastar-nos da verdade?**

**4.5. Poderá a Igreja arriscar novas formas de comunicação que incluam espaço para o humor e a surpresa? Qual o maior desafio que se coloca à evangelização no contexto atual?**

Uma vez que pretendemos dar uma resposta rigorosa à questão de partida desta Dissertação, optamos por direcionar o processo de Investigação Empírica para a temática específica da Linguagem Informal no âmbito eclesial. Neste sentido, todas as questões foram construídas com o objetivo de recolher o máximo de informação sobre esse tema (Stuckey, 2013), desejando encontrar algumas indicações para uma comunicação futura da Igreja Católica.

#### 2.1.4. DEFINIÇÃO DAS CATEGORIAS E SUBCATEGORIAS TEMÁTICAS PARA ANÁLISE DE DADOS

Para efetuarmos a análise de conteúdo das Entrevistas, procedeu-se à realização de um quadro síntese que indicasse as categorias e subcategorias temáticas a ter conta no processo de discussão dos resultados, assim como as referências teóricas que atestam a pertinência das mesmas. Para que exista uma melhor perceção das entrevistas e o seu conteúdo fique organizado tendo em conta os objetivos, realizaremos a análise e discussão de dados a partir das subcategorias aqui apresentadas.

OBJETIVOS	CATEGORIAS/SUBCATEGORIAS	REFERÊNCIAS TEÓRICAS	
-Identificar o objetivo da comunicação; -Distinguir linguagem formal de informal; -Perceber a dimensão emocional da comunicação;	<b>Comunicação: Linguagem formal e informal;</b>	A essência da Comunicação;	Ferin (2009); Monteiro et al. (2008); Wolton (1999);
		Linguagem formal e informal;	Rocha (2019); Rego (2016); Kotter (2017);
		Conexões empáticas;	Tavares (2021); Oliveira (2020); Guerra (2020);
-Enquadrar as palavras e os gestos de Jesus; -Analisar a dinâmica comunicativa do Papa Francisco; -Averiguar os meios a utilizar na transmissão da mensagem;	<b>Evangelização: Modelos e meios;</b>	Palavras e gestos de Jesus;	Couto (2020); Boscionne (2006); Díez (1997);
		Dinâmica Comunicativa do Papa Francisco;	Craveiro (2021); Simon (2019); Gonçalves (2018);
		Os meios e a mensagem;	Mendonça (2022); Figueiredo (2021); Gori (2021);
-Compreender o papel de Deus no processo comunicativo da Igreja; -Sintetizar dificuldades e desafios; -Assinalar as potencialidades da informalidade na comunicação da Igreja;	<b>Igreja: Fragilidades e oportunidades;</b>	O papel de Deus na comunicação da Igreja;	Neto (2016); Spadaro (2012); Puntel (2010);
		Dificuldades e desafios;	Halík (2023); Guimarães (2021); Azevedo (2016);
		Potencialidades da informalidade;	Spadaro (2015); Aguiar (2014); Fisichella (2012);

## 2.2. ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

Pretendendo fazer uma análise fundamentada e refletida (Carmo & Ferreira, 1998), procedeu-se, à realização de uma grelha geral, colocando, em paralelo, o conteúdo recolhido nas três entrevistas, facilitando a seu estudo comparativo.

### 2.2.1. GRELHA GERAL DE ANÁLISE DE CONTEÚDO

SUBCATEGORIAS	D. AMERICO AGUIAR	D. JOAQUIM DIONÍSIO	CLAUDINE PINHEIRO
<b>A essência da comunicação;</b>	O objetivo é que todos se <b>entendam</b> ;	A comunicação visa a <b>Comunhão</b> ;	Comunicar é criar um território de <b>encontro</b> ;
<b>Linguagem Formal e Informal;</b>	Formal: <b>Institucional</b> ; Informal: <b>Quotidiana</b> ;	Formal: <b>Elaborada</b> ; Informal: <b>Espontânea</b> ;	Formal: <b>Rígida</b> ; Informal: <b>Familiar</b> ;
<b>Conexões empáticas;</b>	Dedicação um-a-um, de forma <b>simples</b> e <b>acolhedora</b> ;	Linguagem <b>acolhedora</b> e experiências <b>positivas</b> ;	<b>Proximidade</b> para que todos se sintam <b>acolhidos</b> em <b>casa</b> ;
<b>Palavras e gestos de Jesus;</b>	<b>Clareza, proximidade</b> e <b>parábolas acessíveis</b> ;	<b>Imagens do quotidiano</b> e linguagem muito <b>simples</b> ;	<b>Parábolas</b> que envolviam a <b>vida real</b> das pessoas;
<b>Dinâmica comunicativa do Papa Francisco;</b>	<b>Interagir</b> com aqueles que são os interlocutores;	<b>Novas formas</b> de dizer a mensagem de sempre;	Comunicação <b>perceptível</b> que sabe adequar-se ao contexto;
<b>Os meios e a mensagem;</b>	<b>Qualidade e originalidade</b> na transmissão da mensagem;	Utilizar os <b>novos meios</b> para <b>obter mais alcance</b> ;	<b>Adaptação</b> à realidade, com <b>fidelidade</b> à mensagem;
<b>O papel de Deus na comunicação da Igreja;</b>	<b>Deus age na Igreja</b> e ela deve propor a sua mensagem;	<b>A Igreja é um «nós»</b> que <b>aponta</b> para Deus;	Comunidade unida que <b>desmistifica preconceitos</b> ;
<b>Dificuldades e Desafios;</b>	<b>Desatualização</b> dos métodos e <b>resistência</b> à mudança;	A comunicação não é <b>atempada</b> , nem <b>perceptível</b> ;	<b>Linguagem fechada</b> que precisa de ser <b>transparente</b> ;
<b>Potencialidades da Informalidade</b>	Dependendo do contexto, <b>pode facilitar a aproximação</b> ;	Com verdade, <b>desinquietar</b> aqueles que escutam;	A <b>informalidade</b> deve incluir a <b>credibilidade e o respeito</b> ;

## 2.2.2. DISCUSSÃO DE DADOS RECOLHIDOS

Tendo em conta a metodologia assumida nesta investigação, as entrevistas foram gravadas e o seu conteúdo foi transcrito na totalidade, podendo ser consultado integralmente nos Anexos, depois das Referências Bibliográficas.

Neste momento procederemos à realização de uma discussão dos dados recolhidos. Sustentado em alguns excertos relacionados com as subcategorias apresentadas previamente, sintetizaremos o conteúdo apresentado nas Entrevistas.

### A ESSÊNCIA DA COMUNICAÇÃO

**Os entrevistados identificam a comunicação como fonte de comunhão, de entendimento entre os seres humanos, como uma partilha que proporciona um encontro.**

D. Américo Aguiar entende que: “No processo comunicacional **o que é importante é que o emissor e o destinatário se entendam. O objetivo é que todos se entendam!** (...) Podíamos falar de tanta coisa, mas, tanto no passado como hoje, o essencial é isto: para que haja comunicação, isto é, para que nos consigamos entender, não podemos esquecer aquilo que é a realidade dos nossos destinatários.”

Por sua vez, D. Joaquim Dionísio afirma que: “Nós passamos o tempo a comunicar e é a comunicação que nos ajuda a ser... e é a comunicação que nos ajuda a dizermo-nos. **Concretamente na Igreja, até pela raiz comum não se pode pensar a comunicação sem olhar à comunhão.** Nós comunicamos, em Igreja, não para dizer alguma coisa ou partilhar uma ideia, mas para dar a conhecer uma pessoa que é Jesus Cristo. Em Igreja, quando nós comunicamos através da palavra, do gesto, do toque, do silêncio ou do símbolo **devemos visar a comunhão.**”

Olhando para a raiz etimológica da palavra, Claudine Pinheiro defende que comunicar **“é tornar comum, é criar um território em que eu me encontro com a outra pessoa** e quero tornar pertença de ambos algo que até eu comunicar é só pertença minha. Portanto, o meu pensamento é só meu e passa a ser dos dois a partir do momento em que eu comunico. **Trata-se de um desejo de eu sair do meu núcleo e entrar em contacto com o núcleo do outro. Comunicar é partilhar.”**

#### LINGUAGEM FORMAL E INFORMAL

Os entrevistados definem a linguagem informal como um diálogo familiar, simples, compreensível, sem filtros, direto. A linguagem formal é vista como mais rígida e segura, mais hierárquica e institucional, menos autêntica e menos emocional. Sendo distintas, cada uma tem o seu papel, havendo contextos em que se podem conjugar harmoniosamente.

No ponto de vista de Claudine Pinheiro: “Dando uma resposta muito simples e sem recorrer a teorias da comunicação, eu digo que o que distingue a linguagem formal da linguagem informal é o **grau de familiaridade**. Ou seja, **quanto mais familiar eu quero que a minha mensagem seja, mais informal eu a vou tornar, tentando aumentar o grau de proximidade.**” Além disso, também especifica: “Eu entendo que **a comunicação formal é mais rígida e, muitas vezes, menos perceptível**. Pode não ser esse o objetivo, mas a formalidade tem um **código mais fechado e isso pode dificultar a compreensão** de quem acede à informação, correndo o risco de ser uma comunicação mais fechada e até menos partilhada porque dá menos azo a que a pessoa possa dar feedback. **Se estou diante de uma comunicação que é muito formal eu sinto que não há um grau de partilha muito grande e eu, enquanto recetora, posso não me sentir acolhida para dar um feedback sobre aquela informação que estou a receber e tornando-se num monólogo**

**em vez de se rum diálogo.** Por exemplo, se neste momento estivéssemos com uma linguagem mais formal eu não me sentiria tão acolhida para dialogar contigo e até para por em causa alguma coisa que não concorde, escolheria melhor as palavras a dizer e não estaria tão à vontade para partilhar aquilo que penso e que sinto.”

A este propósito, D. Américo Aguiar afirma o seguinte: “Quando nós colocamos os dois blocos da comunicação formal e informal, **podendo colocar também a comunicação institucional na barra da formal, vemos um desafio. Se qualquer uma destas permitir que o destinatário entenda, compreenda, acolha e assimile, ok! Quando alguma delas não está a permitir que isso aconteça, não está a cumprir o objetivo da comunicação.** E na Igreja temos muitos exemplos, tanto na parte ritual e litúrgica como na **comunicação quotidiana** dos sacerdotes, bispos, cardeais, de todos os agentes pastorais quando, enfim, nos esquecemos que o importante não é aquilo que a gente sabe, não é ouvirmo-nos.” O Cardeal defende que: “**Não faz sentido que da parte do emissor exista uma grande construção frásica, mental, sistemática e o destinatário não esteja ‘nem aí’, sem capacidade de entender.**”

Por sua vez, D. Joaquim Dionísio deixa claro que: “**Há lugar para as duas! Não se trata de privilegiar uma em detrimento de outra trata-se de saber compreender as potencialidades de cada uma delas e saber adaptar-se às circunstâncias e à verdade que queremos transmitir.** Portanto, tal como acontece em qualquer organização, também na Igreja nós olhamos a **comunicação formal com algo que vem de cima e não conseguimos retirar-lhe a carga hierárquica, sendo um pouco mais elaborada, menos emocional e imediata.** Com certeza que precisamos dela para comunicar a pessoa de Jesus com verdade, de forma intemporal, sem nos limitar-nos a uma opinião. Por outro lado, **a informalidade também é bem-vinda porque há assuntos e há circunstâncias onde pode ser útil.** Por exemplo: a Homilia não parte do nada! Há uma palavra formal que é o Evangelho, que é a Sagrada Escritura, que somos convidados a escutar e depois somos convidados a comentar. Ora, o Padre ou

Bispo, aquele que comenta num ato litúrgico não pode perder de vista essa dupla linguagem, que pode ser utilizada no mesmo espaço e na mesma celebração. No entanto, há algo que não se diz em nome próprio, é dito em nome da Igreja e, portanto, não se pode distanciar muito daquela linguagem formal. Mas, depois, há uma linguagem informal que tem a ver com a sua maneira de ser, tem a ver com a assembleia que tem diante de si e pode conjugar bem estas duas dimensões, **havendo espaço para as regras e para a espontaneidade.**”

### CONEXÕES EMPÁTICAS

Os entrevistados entendem que uma linguagem informal pode ser útil para despertar a atenção das pessoas, potenciando a identificação do emissor com o recetor em temáticas que geram acolhimento. Por vezes, uma simples brincadeira é suficiente para despertar uma ligação empática e criar proximidade. É consensual que todas as gerações apreciam uma comunicação que inclua informalidade e desperte emoções.

D. Joaquim Dionísio destaca que a linguagem da Igreja “tem de ser **acolhedora, não pode ser um ditado de cima para baixo** e que não permite que sejamos entendidos.” Neste sentido, deixa um alerta: “Fiéis à verdade, devemos ter uma **linguagem acessível**, tanto no âmbito formal como informal porque, na verdade, também podemos ser incompreendidos informalmente”. A par disto, não considera “que a informalidade seja apenas especifica deste ou daquele grupo geracional porque (...) **há sempre lugar para este estilo de linguagem**, apesar de termos a tentação de associarmos essa linguagem às gerações mais jovens”. Acima de tudo, “**tem de haver sempre autenticidade. Se não existir naturalidade isso vê-se logo e não dará o resultado esperado.** Aquele que toma a iniciativa de comunicar deve ser fiel a si próprio. No entanto, a pessoa que se preocupa em comunicar e o quer fazer de uma forma sempre e

cada vez mais ao encontro do outro, também se esforça e altera a sua maneira de ser e de estar, sem violência sobre si próprio, para **facilitar o encontro**. (...) Se eu tenho um determinado discurso para um público que não é capaz de o receber eu **não estarei a criar ligação** com aqueles que me estão a ouvir. O comunicador deve esforçar-se para melhorar a sua comunicação e se isso implica estar mais atento para ser capaz de entender melhor quem está diante de si, é um esforço que deve fazer.” Constata ainda que: “Se calhar há **pessoas que (...) se afastaram da Igreja por causa de alguma experiência menos positivas** que tiveram e pode ser que numa outra circunstância, nesta mesma Igreja, mas com outra pessoa a comunicar se sintam com vontade de regressar e de ver que a Igreja é muito mais do que aquele pormenor que conheciam e do que aquela pessoa que não foi simpática e não acolheu.”

Claudine Pinheiro concorda que “(...) **a informalidade tem esse poder de despertar a atenção**. Aliás, pensemos no poder que as redes sociais ganharam na nossa vida quotidiana e tenhamos em conta o poder comunicativo que os influencers possuem hoje em dia, sobre todas as faixas etárias. A informalidade da sua comunicação, **o facto de não haver quase código nenhum na escolha das palavras, às vezes até sem filtros nenhuns, tudo isso aumentou o grau de identificação e as pessoas sentiram-se mais acolhidas por aquele tipo de comunicação**. Ao ser-se tão informal, tu sentes que as portas estão abertas e **acabas por sentir-te família** porque eles estão a falar para o mundo como falam em casa.”

Por outro lado, Claudine Pinheiro alerta que o uso da informalidade deve ter em conta os vários contextos comunicativos e dá um exemplo esclarecedor: “Vamos imaginar num contexto de acidente de carro em que eu apresento uma linguagem demasiado informal porque estou exaltada e não conhecendo a outra pessoa começo a tratá-la por tu e do outro lado pode entender-se que há uma proximidade que precisa de ser controlada, **respondendo com uma linguagem formal para tentar balizar a comunicação e regular as emoções**. No entanto, havendo espaço para a informalidade, ela pode ser útil nesse mesmo contexto

para permitir que aquilo que eu quero dizer seja precisamente aquilo que vai ser entendido. Há contextos em que a informalidade pode gerar empatia e há contextos em que pode impedir que a comunicação se efetive. Um outro exemplo, imaginemos que estás a celebrar Missa e que as pessoas estão com uma linguagem corporal demasiado à vontade, às vezes um olhar ou uma postura mais formal da tua parte pode ajudar a que a pessoa entenda o contexto comunicativo em que está e assimile os códigos de comunicação próprios daquele momento e daquele espaço. Portanto, não considero que a informalidade ajude a criar uma empatia automática em todos os contextos, mas reconheço que: dentro de uma celebração, na qual estamos habituados a uma linguagem mais formal, com o devido equilíbrio, **a linguagem informal pode ter esse poder de ajudar a que as pessoas se sintam acolhidas, entendam a mensagem e se conectem emocionalmente.**” Tendo em conta isto, numa linha geral, a entrevistada pensa que “uma linguagem informal **pode ser útil para comunicar com qualquer geração, permitindo criar familiaridade sem que as pessoas se sintam desrespeitadas.**”

Na mesma linha, D. Américo Aguiar, também sente que “**em todas as gerações há pessoas disponíveis, que gostam e entendem** [uma linguagem informal]” e tendo como ponto de partida a sua experiência pessoal, constatou o seguinte: “a determinada altura eu presidi a muitas celebrações que eram transmitidas pela TVI e achava engraçado que, durante a Peregrinação dos Símbolos em todo o território nacional, eu estive por todo o país e **em todo o lado me apareciam as avozinhas a agradecer e a falarem, com muito carinho, das coisas engraçadas que eu disse quando elas viam a Missa na televisão.**” “Aliás, neste sentido, passei por situações interessantíssimas, em que a avozinha de não sei de onde perguntava como é que eu sabia que ela estava a cozinhar... ora, eu não sei se ela está a cozinhar, mas àquela hora pode acontecer que sim. No entanto, **a pessoa sentiu aquilo tão direto que sentiu uma grande alegria com uma mensagem que lhe fez sentido** porque estava a cozinhar. **Uma coisa tão simples conseguiu despertar a atenção daquela senhora e, de certa forma, aproximou-nos.**”

D. Américo Aguiar refere “que **as pessoas estão cada vez mais distraídas**, muitíssimo distraídas e nós, durante a parte em que podemos interagir com elas, **devemos tentar captar a sua atenção, nem que seja com uma brincadeira**. (...) Acima de tudo, é essencial que as pessoas se sintam **amadas, acolhidas e respeitadas** para que queiram fazer caminho. Eu sei que é muito fácil dizer isto, mas depois **teremos de nos dedicar um a um** (...).”

#### PALAVRAS E GESTOS DE JESUS

Os entrevistados enquadram várias atitudes de Jesus numa lógica de comunicação informal, nomeadamente as suas parábolas e gestos imprevistos. Destaca-se o facto de Jesus ser visto como próximo das pessoas, falar numa linguagem compreensível, utilizando imagens muitos simples. A par disto também se destaca a força da sua mensagem, a profundidade com que a transmite e o testemunho que dá.

Analisando, em traços gerais, o estilo comunicativo de Jesus, Claudine Pinheiro constata que “**há sinais de informalidade**. Em primeiro, há um sinal claro na sua **proximidade**, na gestão da distância interpessoal **Ele não tem problema nenhum em chegar-se às pessoas** e sentar-se à mesa com elas... não se retrai a nenhum ambiente e isso é um sinal de informalidade. Na comunicação, concretamente nas palavras que usava, **Jesus parte de exemplos muito claros como é o caso das parábolas... que são estratégias narrativas que permitem às pessoas imaginar aquilo que Ele está a dizer e isso permite que elas se envolvam no discurso porque conseguem visualizar aquilo que Ele está a transmitir**. Depois, também vemos sinais de informalidade nos exemplos que ele utilizava e que faziam parte do dia a dia. Ele não faz grande teorias sobre as Escrituras, mas **consegue fazer uma ponte entre essa Palavra mais formal e a vida real...** Ele faz acontecer sem complicar.”

D. Américo Aguiar concorda que **“Jesus tentou ser claro, sendo próximo àquilo que era a linguagem e a vida daquelas pessoas.** Naquele contexto foi uma comunicação brilhante e eu penso que nós hoje temos de fazer o mesmo e com imagens novas. Estou convicto que **hoje não podemos simplesmente replicar as mesmas imagens diante de um auditório que não tem a mesma base cultural.** Aliás, há uns tempos eu até inventei uma para garantir que me entendiam. Há malta, em certos contextos, que já não entende a linguagem agrícola e pastoral: as ovelhas, as vinhas... não sabem bem o que é. Jesus, hoje, connosco e através de nós, quer atualizar as parábolas, para dizermos o mesmo, mas com outras imagens. **Se os miúdos nunca viram uma ovelha e não fazem a mínima ideia daquilo que estamos a falar, é fatal.** Cristo é o mesmo, o Evangelho é o mesmo... mas nós temos a obrigação de ser capazes de permitir que a mensagem de Jesus se materialize em novas imagens, em novas formas de dizer, para que as pessoas nos entendam.” Para o Cardeal português, é importante **“que as pessoas nos entendam, tal como entendiam as parábolas de Jesus.”**

Na opinião de D. Joaquim Dionísio: **“Nós podemos dizer algo extremamente elevado com uma linguagem simples e compreensível, foi o que Jesus fez com as parábolas e com os seus gestos.** Jesus, na sua maneira de comunicar, nunca deixou de **colocar no centro o outro,** visando a comunhão ao **olhar na horizontal** e nunca de cima para baixo.” De facto, **“olhando para a plateia, Jesus é capaz de utilizar imagens do quotidiano, numa linguagem muito simples para apontar para algo mais alto e mais profundo. Jesus é um grande comunicador e a sua informalidade para lá da palavra vai também ao gesto.** Dou apenas um exemplo que nos pode ajudar a olhar Jesus como aquele que comunica: Ele podia ter feito aos seus discípulos um grande discurso sobre a importância do serviço, sobre o primeiro que se faz último para acompanhar e ajudar... mas, em vez disso, Jesus aproveitou um momento em que eles estavam todos em ambiente de festa, tirou o manto, colocou um avental e foi lavar-lhes os pés. Não era suposto fazer isto a meio de uma refeição e só no fim é que lhes disse: **“como eu fiz, fazei vós”.** Portanto, é

um ato de comunicação muito forte porque Ele diz o que espera de mim dando o exemplo e isso desinquieta-nos. Desta forma Jesus faz-nos pensar, faz-nos sair de nós e faz-nos olhar para mais longe.”

#### DINÂMICA COMUNICATIVA DO PAPA FRANCISCO

Os entrevistados fazem uma análise positiva da dinâmica comunicativa do Papa Francisco, referindo que ele sabe quando deve utilizar uma linguagem informal, dando força à mensagem que partilha. É consensual admitir que o Papa tem um carisma muito especial na relação com aqueles que estão à sua frente, tendo capacidade para adaptar os seus discursos e criar um diálogo que todos entendem, incluindo os meios de comunicação social.

Com um tom esperançoso, Claudine Pinheiro afirma: “Parece que, finalmente, **com a ajuda do Papa Francisco as pessoas conseguem entender o que a Igreja diz e o Evangelho anuncia.** A sua postura, provavelmente por ser Argentino, **sem medo do toque, acaba por contagiar as pessoas e criar mais familiaridade.** A sua linguagem corporal menos formal aproxima as pessoas.” Posto isto, são elencados alguns fatores: “Primeiro, **o Papa Francisco tem uma comunicação que toda a gente entende, o que ele diz é perceptível.** Por outro lado, isso **facilita a vida aos jornalistas que dominam cada vez menos a temática religiosa,** o que ajuda no tratamento mediático das peças do Papa Francisco e ele, **na sua comunicação, também tem os chamados «soundbites».** Portanto, ele consegue arranjar expressões que dão bons títulos e isso do ponto de vista comunicativo resulta bem, tanto para o jornalista que consegue preparar uma peça interessante como para as pessoas no geral porque vão receber um conteúdo imediato que vão poder consumir sem grande esforço intelectual. **Não considero que o que ele diz é pobre, não é... mas trata-se de uma linguagem simples que fala à vida das**

**peessoas e que as pessoas entendem de forma fácil porque é informal e porque lhes diz algo à sua vida em concreto.”**

Além disto, Claudine Pinheiro também faz questão de referir que **“o mais complicado é fazer as coisas de forma simples**. Vamos pensar em conteúdos para redes sociais, em que só temos três ou quatro frases para chamar à atenção das pessoas, porque mais do que isso elas não vão ler. Dizer em poucas palavras o essencial, de forma a que as pessoas fiquem com vontade de querer mais, é muito complicado. **Esta economia de palavras é muito difícil de gerir. Nós temos tanto para dizer e queremos tanto dizer... e é algo tão profundo e tem tantas camadas que às vezes só estragamos com as palavras que usamos**. No caso do Papa Francisco, vemos que **a informalidade dele não esvazia o conteúdo da mensagem, mas permite a própria mensagem seja mais imediata, indo ao encontro daquilo que é o tempo de concentração das pessoas e a capacidade que temos de reter informação numa época em que é tudo tão rápido**. Por exemplo, a expressão “todos, todos, todos” resultou por causa da repetição e também pela interação com as pessoas, ele criou uma dinâmica em que provocou o diálogo com a multidão.” É perceptível que **“o Papa Francisco tem a capacidade de medir até onde é que pode ir com cada assembleia e isso é básico nas regras de comunicação**. No caso da JMJ, ele percebeu que, diante dos jovens, podia ser mais informal e criativo.”

D. Américo Aguiar partilha da mesma opinião, afirmando que “nós vimos na Jornada Mundial da Juventude exemplos muito práticos disso, daquilo que eram os textos formais que ele tinha e aquilo que foi a sua **perspicácia, atenção e dom, de numa assembleia ver se o texto que estava preparado devia ou não ser proferido**. Na Capelinha das Aparições ele foi espetacular! **Ele viu que para as pessoas que ali estavam à sua volta, o texto não traduziria aquilo que ele queria dizer e, por isso, disse o que lhe pareceu melhor**. Ele fez isso noutros locais e consegue fazê-lo com especial capacidade, **interagindo com aqueles para quem está a falar** e isso é algo que eu também gosto. Tudo o que for interagir assim é boa comunicação.” Além disso, sem querer menosprezar o

papel da linguagem formal, D. Américo defende que: **“às vezes ganha-se muito com a informalidade e também se pode ganhar com a formalidade. É, precisamente, o dom de saber qual é que faz mais sentido em determinado contexto.** E há outra coisa interessante no Papa Francisco: ele, até com a sua expressão facial, consegue impor maior ou menor à vontade. Nós sabemos que nos primeiros tempos, quando ele chegava às celebrações na Basílica de São Pedro, as pessoas tinham muito a mania de bater palmas e de fazer barulho e ele mantinha um ar sisudo, fechado, precisamente para desafiar as pessoas a acalmar, sem ser preciso dizer nada. **Ele adapta-se e a sua linguagem corporal também ajuda a assembleia a adaptar-se.”**

Por sua vez, D. Joaquim Dionísio constata **“que algumas palavras do Papa Francisco dão ótimos títulos de jornal. Ele tem essa capacidade de sintetizar e de dizer de forma simples aquilo que é profundo** e também, de alguma forma, desinquietar aqueles que o escutam. A verdade é que ele não está a dizer nada de novo, a mensagem é a mesma... mas, **dito por ele, dessa maneira soa a novidade,** como foi o caso da repetição **“todos, todos, todos”.** Penso **que é este o desafio da comunicação da Igreja: dizermos a mensagem de sempre, porque não é nossa, mas de uma forma nova, para os ouvidos deste tempo.”** Também é de referir que a nossa comunicação **“em determinadas circunstâncias, com determinadas técnicas e de determinada forma é capaz de ter um alcance muito mais abrangente e, portanto, nós olhamos para o Papa Francisco na sua forma de comunicar e não temos dúvidas que a repercussão jornalística também estará relacionada com a sua informalidade em algumas circunstâncias.** Ele tem esse dom, esse carisma, de dizer de uma forma simples, colocando a informalidade ao serviço da verdade e conseguindo que a mensagem seja repetida. Durante a JMJ o Papa Francisco trazia os discursos escritos e compreende-se. No entanto, em determinadas circunstâncias, **olhando para a assembleia que o escuta, tomando o pulso àquele momento, em alguns momentos ele deixou de lado o texto que estava escrito e, de uma forma mais informal, disse tudo de uma forma diferente.”**

## OS MEIOS E A MENSAGEM

**Os entrevistados referem que a mensagem cristã não pode ser mudada, tem poder na atualidade e necessita de ser traduzida em imagens e palavras que façam sentido nos dias de hoje. Neste processo de evangelização devem ser aproveitados todos os meios que estão ao nosso alcance, permitindo que a mensagem seja transmitida com qualidade e chegue a mais pessoas.**

Perante esta temática, D. Joaquim Dionísio defende que **“a Igreja pode e deve servir-se de tudo aquilo que seja útil para transmitir a mensagem.** São Paulo, numa das suas cartas, diz: “transmiti-vos aquilo que eu próprio recebi” e, portanto, a missão da Igreja é transmitir aquilo de que é depositária. **Tudo o que possa favorecer essa transmissão deve ser aproveitado e é um dever para a Igreja atualizar-se nesse mundo, saber aproveitar tudo o que há de novo, estando recetiva à utilização de todos os meios que favoreçam a comunicação.** São Paulo fê-lo de uma forma muito singular e Carlo Acutis também não desperdiçou os dons que Deus lhe deu, nem as circunstâncias e os meios que favoreceram a sua missão. São dois exemplos bem conseguidos e testemunhos que ficam.” Neste sentido, **“a Igreja deve preocupar-se em comunicar bem, sempre.** Deve querer utilizar os novos meios para chegar a uma diversidade maior, deve empenhar-se em **tornar conhecida a mensagem de que é portadora** e há momentos privilegiados onde esse encontro pode acontecer. Por exemplo, falando em Fátima, com certeza que nos apercebemos que **a piedade popular é um mundo que deve ser tido em conta.** Há pessoas que vão ocasionalmente aos Santuários, mas não frequentam assiduamente as suas paróquias de residência.” Por outro lado, também se constata **“as dificuldades que a Igreja tem hoje em comunicar.** Não apenas por não saber, às vezes, utilizar os meios atuais, mas **porque se perdeu muita da cultura simbólica ligada à mensagem cristã.** Neste sentido, é muito fácil chegarmos a um local e não perceber nada da mensagem que está diante de nós se ninguém

nos explicar. Por exemplo: olhamos para algumas construções, alguns vitrais e nem sempre se compreende a mensagem que ali está.”

Partilhando do mesmo pensamento, D. Américo Aguiar afirma “que **não podemos deixar o belo e o verdadeiro**. Se olharmos para trás nós vemos que havia um gosto, um cuidado de escolher algo que fosse bom para glorificar a Deus. Ora, esse cuidado e esse empenho já não se sente hoje, não só na dimensão artística, mas também na maneira como comunicamos, **parece que qualquer coisa serve, arranja-se um tripé, uma sombrinha e siga para a frente**. Ou seja, não podemos perder o equilíbrio, pondo em causa a beleza e a verdade. Eu lembro-me, por exemplo, quando nós começamos a entrar na onda do digital e a criar sites para as dioceses, enfim, o bom gosto não era propriamente reinante. E nós sabemos como **a falta de bom gosto é fatal para a adesão dos cibernautas à mensagem**. Ora, **é importante que a comunicação da Igreja tenha bom gosto, que as coisas sejam bem feitas** e que não se esqueça a sensibilidade dos destinatários.” Além disso, também é referido que: “**as tecnologias, o digital e as novas linguagens, por si só, nem são boas nem são más**, tudo dependerá da nossa capacidade e sabedoria de as saber usar, oportunamente, para que o circuito de comunicação se concretize. Neste sentido, penso **que é urgente aproveitarmos e utilizarmos os novos meios que estão à nossa disposição, estando fora de questão insistirmos numa evangelização de pedra e picareta na mão**. A mim não me causa nenhum problema que algumas pessoas queiram privilegiar outras metodologias, mas não podemos impedir que a mensagem chegue a todos. (...) São precisos **novos métodos, novas expressões, novas plásticas, novas leituras e ainda bem que vão surgindo maneiras novas de fazer as coisas...** se não estávamos todos no «tempo da roda».”

Claudine Pinheiro partilha da mesma opinião dos outros entrevistados, e entende que “**a Igreja deve ser pioneira na linguagem audiovisual** porque **estamos a usar uma linguagem muito datada**, continuando a fazer guiões para diaporamas quando **a logica atual já não é a mesma**. Do mesmo modo, a

**Igreja devia ser pioneira no domínio das novas linguagens, porque temos uma mensagem forte para comunicar e atual.** No entanto, temos sentido a dificuldade de estar à frente neste processo e acabamos por ir mais atrás, estando a ser ultrapassados. **Na escolha de meios não me parece que temos de usar tudo de qualquer maneira porque pode correr muito mal.** No caso de São Paulo, ele usou as cartas porque era bom a fazê-lo e fez muito bem em usá-las. Carlo Acutis no âmbito da tecnologia, dominava a linguagem da programação e dominava a linguagem do Evangelho, então fala de si e daquilo que é importante na sua vida, servindo-se daquele meio com o qual se identificava. Falando de mim, da mesma forma eu uso a música porque ela faz parte da minha forma de estar na vida e o Evangelho diz-me muito se for musicado então eu quando falo do Evangelho também o faço em forma de música porque faz parte de mim. Portanto, **quando um meio é dominado pela pessoa, torna-se muito mais válido que fales de Jesus através desse meio porque ao fazer parte da tua vida torna-se natural.** Acima de tudo tem de bater a cara com a careta quando comunicamos a mensagem, tem de haver verdade no conteúdo e na forma, tem de existir credibilidade na informalidade.”

#### **O PAPEL DE DEUS NA COMUNICAÇÃO DA IGREJA**

**Os entrevistados compreendem que é essencial os comunicadores estarem bem preparados e darem o seu melhor no processo comunicativo, sem esquecer que Deus deve ter sempre o papel principal em toda a comunicação eclesial. Além disso, também se olha para a relação das pessoas com a Igreja, destacando a proximidade social e referindo a diminuição do compromisso espiritual e institucional.**

Para D. Américo Aguiar, Deus está presente... “desde que acordamos até que nos deitamos. Principalmente **quando lhe damos espaço para Ele fazer, através de nós, aquilo que quiser.** (...) Temos de partir do princípio que Deus

não faz nada, mas ter a plena consciência que é Ele que faz tudo. **Nós não nos podemos impor, a Igreja não impõe, propõe.**” A par disto, o Cardeal D. Américo também alerta que “nós temos de ter sempre cuidado quando falamos da Igreja porque **tem de ficar claro o que queremos dizer, evitando cair na tentação de: quando falarmos de uma coisa má é a hierarquia e quando se trata de uma coisa boa estamos a falar de todos.** Também temos de ter em conta a geografia... porque se estamos a falar da Europa é uma coisa, se estamos a falar da África é outra, se estamos a falar da Ásia é outra e, porventura, da Oceânia é outra. E dentro desses continentes também **temos muitas diferenças.**”

Na mesma linha, D. Joaquim Dionísio constatou que a Igreja “não são apenas os outros, **não é a hierarquia, não são apenas as figuras que vemos mais vezes, não aquele que preside às celebrações...a Igreja é um nós.** É neste sentido que toda a comunicação, visando a comunhão, deve ter presente a necessidade de levar todos e cada um a sentir-se como membro deste corpo que é a Igreja, formada por muitos membros, onde a diversidade está patente e ainda bem. Se conseguirmos, através da nossa forma de ser e de estar, transmitir Jesus Cristo e **motivar todos a sentirem-se como um grupo que caminha em conjunto,** penso que estamos diante de uma comunicação bem conseguida.” No âmbito eclesial, “**a função de quem comunica é a função de São João Batista, que não quer ser o centro, mas aponta.** Tendo consciência de que não nos transmitimos a nós próprios, mas a alguém em quem acreditamos e nós somos apenas servidores dessa verdade. **O centro é a mensagem de Jesus.** No dia em que nos colocarmos a nós no centro, estaremos a falhar. O conteúdo nunca pode ser negligenciado. Deus, às vezes, pode estar ausente se aquele que comunica der mais atenção a si próprio do que à mensagem, à técnica do que ao conteúdo, à forma do que à essência. Certamente, **aquele que comunica fá-lo de uma forma pessoal e não pode esconder a sua maneira de ser, a formação que tem, as capacidades que possui, os seus dons ou carismas que devem ser vividos com a consciência de que ele está ao serviço de uma verdade que é alguém que o**

ultrapassa infinitamente e que também está muito para além da própria instituição, porque também **a Igreja tem de estar ao serviço da mensagem:** a Igreja não tem luz própria e só brilha se mostrar Cristo.”

Além disto, D. Joaquim também refere o seguinte: “sabemos que, de acordo com os últimos sensos, **uma larga maioria dos portugueses se diz católico... mas nós sabemos que essa maioria é sobretudo sociológica.** Depois, a nível da prática anda muito longe e também a **distinção entre o crer e o pertencer.** É capaz de haver muita gente que diz acreditar, mas, depois, não quer qualquer ligação institucional à Igreja. Se formos analisando o número daqueles que estão habitualmente nas nossas celebrações e que sentem a Igreja como um “nós”, tem vindo a diminuir.”

De forma simples, Claudine Pinheiro também aborda este tópico e explica: “No geral, eu diria que as pessoas têm uma relação com a Igreja mais ou menos como a relação que as mulheres têm com os sapatos no dia do casamento. Quando é para ir à cerimónia levam o sapatinho de salto alto... que magoa os pés, que **não é confortável, mas é preciso para parecer bonito.** No entanto, quando chegam à pista de dança e é para ser a vida a sério e é para se divertirem, colocam uns chinelos de dedo e já não querem saber se combina com o vestido ou se fica mal nas fotografias. **Trata-se de uma relação muito tradicional, mas que nem sempre tem espaço de antena quando é para tomar decisões concretas da vida.** No dia a dia **as pessoas agarram-se muito a alguns preconceitos** que se foram perpetuando sobre a Igreja e **ficam presas a uma dimensão negativa que não deixa espaço para ver as coisas boas** e o papel fundamental da Igreja, por exemplo na área da caridade.”

No que concerne à essência da Igreja e ao papel de Deus na sua comunicação, Claudine Pinheiro explica que, “desejavelmente, falaríamos na família dos cristãos, aqueles que se identificam com Jesus e que dizem que querem viver como Ele, unidos em comunidade como irmãos. **Falar de Igreja é falar daqueles que são os relações-públicas de Jesus Cristo,** aqueles que defendem e representam a sua mensagem.”

## DIFICULDADES E DESAFIOS

**Os entrevistados sintetizam como maiores dificuldades da Igreja: a dificuldade em fazer entender a sua mensagem, a incapacidade de acompanhar a velocidade comunicativa do mundo moderno. Nesta linha, a Igreja é desafiada a aproveitar as oportunidades em que as pessoas estão presentes nas suas celebrações e a tomar a iniciativa de ir ao encontro das pessoas, atualizando as suas metodologias.**

D. Joaquim Dionísio considera que, “por vezes, a **Igreja não está atenta à linguagem que utiliza** e que, por isso, não é compreendida. É preciso estarmos mais atentos aos destinatários, aos quais já vai faltando alguma cultura religiosa. Por outro lado, também **não vamos apresentando uma comunicação atempada, acompanhando o tempo da era digital em que tudo é atualizado ao segundo**. A Igreja tem apresentado alguma dificuldade em acertar o ritmo com esta rapidez porque a Igreja tem de que pensar no que diz sob pena de falhar em relação à verdade. Às vezes a boa-nova de Jesus não chega aos destinatários por **incapacidade da Igreja traduzir de uma forma simples, em conceitos atuais, e de um modo rápido, atempado e oportuno essa boa-notícia**. Por outro lado, às vezes a Igreja também **encontra barreiras e oposição porque a sua mensagem nem sempre encontra recetividade** no que diz respeito a determinadas áreas e que soa como algo ultrapassado.” De facto, “a Igreja defende determinados princípios que talvez já não encontrem eco em algumas sociedades e em alguns grupos, nomeadamente daqueles que podemos dizer que habitam a bolha mediática e que são os fazedores de opinião. **Fica muito complicado tentarmos comunicar com alguém que, de antemão, já olha para nós com a ideia de que aquilo que vamos dizer já está ultrapassado**, encarando de forma preconceituosa todo o edifício da nossa doutrina com algum pormenor dessa doutrina.”

Neste âmbito das dificuldades comunicativas da Igreja, D. Américo Aguiar confessa: “Eu acho piada, sempre achei, quando nós nos armamos em «coisa

e tal» e falamos do Vaticano II e da Gaudium et Spes, da Exortação Apostólica e mais não sei quê e não sei que mais... e ficamos satisfeitos. Ora bem, **eu tenho a certeza que uma boa percentagem de quem nos está a ouvir nem sabe o que é, nem está a ver o que queremos transmitir. (...)** A erudição e a sistematização académica não são pecado, antes pelo contrário, mas temos de ter essa sabedoria de, **estando diante de uma assembleia, tentar subir e descer mediante aquilo que estamos a assimilar dos mais velhos aos mais pequeninos, dos mais ilustrados aos menos, de maneira a que aquilo que estamos a dizer seja entendido...** Na verdade, “às vezes **corremos o risco de ser tão papistas e tão desatualizados na maneira como comunicamos que a mensagem já não chega às pessoas.** Isto é como ir assistir a um jogo de críquete sem saber as regras, no máximo bates palmas quando os outros baterem e estás só a assistir sem perceber nada. O Papa São João Paulo II disse-nos que era precisa uma nova evangelização, nova no ardor, nos métodos e nas expressões... e é aí que está o problema, nos métodos e nas expressões. Às vezes **agarramo-nos a coisas que são dos séculos passados e queremos insistir e insistir só «porque sim», sem termos em atenção aqueles que são os nossos verdadeiros destinatários.**”

Por exemplo, “no caso das Homilias, há muitos livrinhos onde nos podemos inspirar – eu sou assinante de vários portugueses e espanhóis – mas **não podemos pegar naquilo e chapar com tudo às nossas assembleias.** Aquela homilia foi feita por outra pessoa, num contexto diferente e para outros destinatários! Se nós pegarmos naquilo e replicarmos numa Missa de Catequese, num lar de 3ª Idade ou num encontro de Jovens, vai ser fatal. Além disso, **um dos nossos maiores problemas é o tempo prolongado de «blá, blá, blá».** Nós continuamos a ter massacres de 20, 40, 50 minutos de homilia numa celebração e isso é fatal. **Nem empatia, nem comunicação, nem mensagem, nem conversão, não ganhamos nada com isso.** Os especialistas de comunicação estão fartos de alertar para isto e o Papa também tem falado várias vezes no assunto, mas não estamos a ser capazes mudar.”

Na visão de Claudine Pinheiro, a maioria das dificuldades surge quando **“falamos uma espécie de «catoliquês», utilizamos uma linguagem fechada,** servindo-nos de palavras e símbolos, assumindo que aqueles que nos escutam conhecem os nossos códigos, aprenderam as nossas palavras e sabem daquilo que nós falamos... mas não é bem assim. Nós, hoje, **estamos diante de muita gente que não faz ideia daquilo que estamos a falar, nem tem conhecimento daquilo que somos e fazemos.** Às vezes, algumas intervenções de **certas entidades religiosas são mal interpretadas porque as expressões escolhidas não são as melhores:** há simbologias e expressões que no âmbito interno fazem sentido, mas que podem ter o efeito contrário quando são utilizadas para comunicar com a sociedade atual.” Na verdade, **“a mensagem é simples e nós é que a complicamos.** A mensagem de Jesus é muito simples... tens duas túnicas, dás uma. Mais simples do que isto? Mas pode dar-nos jeito teorizar e complicar a mensagem para não nos sentirmos impelidos a dar a túnica que temos em casa. E penso que **há uma culpa partilhada entre a Igreja e a sociedade.** Por um lado, nem sempre conseguimos transmitir a mensagem com verdade e de forma simples, alimentamos um conjunto de distâncias e formalidades porque nos convém conservar um núcleo fechado, elitista, mantendo um certo estatuto... **e educamos as pessoas para nos ver dessa forma mais altiva.** Porém, hoje queremos que as pessoas nos olhem de forma igual e torna-se muito difícil tornar isto cada vez mais fraternal. **Em certa medida estamos a ser vítimas da nossa própria comunicação. A responsabilidade é partilhada e não tenho dúvidas que nos compete a nós reverter o jogo porque não será a sociedade a tomar essa iniciativa.”**

Além disto, Claudine Pinheiro resume estas dificuldades com um «mea culpa» eclesial: “Por muito que me custe admitir, **a culpa só pode estar no comunicador. Temos os meios, a mensagem é boa, o produto é bom, temos mercado, a mensagem é positiva** e vemos outras correntes da espiritualidade e da *new age* a que as pessoas aderem... a meditação está na moda, muita gente quer aprender a meditar e instala aplicações de meditação. Se formos a ver, em alguns aspetos essa meditação não é muito diferente da nossa oração.

Aquilo que as pessoas procuram e que nos parece mais complicado, está lá: o sentar, o refletir, o tempo. Nós dizemos para reservar os primeiros 5 minutos do dia para dar graças a Deus e a sociedade fala em exercitar a gratidão e até existem livros onde se podem escrever as três coisas pelas quais se está grato naquele dia. A sociedade está a tentar propagar a ideia da felicidade e a linguagem do Evangelho é precisamente a felicidade: Jesus é o autor das bem-aventuranças, que é um código de felicidade. Definitivamente, **a falha só pode ser nossa porque o problema não é da mensagem nem do Mestre da mensagem.**”

Por outro lado, Claudine Pinheiro também defende que a Igreja devia ser mais transparente a comunicar o seu papel positivo na vida dos católicos e da sociedade em geral: “Por exemplo, as pessoas não têm noção que se os Centros Sociais e Paroquiais fechassem seria um descalabro e uma miséria para a nossa sociedade. **É uma pena que as pessoas não saibam disso e que ninguém o diga.** Eu entendo que **a Igreja não queira comunicar para não fazer propaganda,** mas também penso que **para darmos a boa-nova também temos de dizer aquilo que é bem feito e é feito por bem.** Isto não significa que tenhamos de nos exibir e dizer que somos melhores que os outros, não é nada disso... mas penso que temos a obrigação de dizer aquilo que fazemos bem e por bem. Se temos a obrigação de reconhecer o que fizemos mal, também temos o dever de mostrar o outro lado e às vezes não o fazemos por falsa humildade. Temos medo de dizer que fizemos o bem porque vai parecer que nos estamos a armar, como se tivéssemos de fazer o bem, mas caladinhos. **Não se trata de nos gabarmos ou dizermos tudo o que fazemos de bem, mas é justo que também se esclareça a sociedade sobre essas temáticas porque é informação que as pessoas têm o direito de receber.** Neste aspeto **a Igreja tem de ser mais transparente,** não podemos continuar a abafar o bem que é feito e permitir que as pessoas estejam desinformadas quanto a isso.”

### POTENCIALIDADES DA INFORMALIDADE

Os entrevistados assinalam várias características favoráveis à utilização da linguagem informal na comunicação da Igreja, sendo de destacar a proximidade que gera e a clareza descomplicada com que se expressa a mensagem. Surgem também alguns alertas que devem ser tidos em conta: é essencial que as pessoas se sintam respeitadas e confortáveis com esse tipo de abordagem, devendo prestar-se muita atenção à reação e ir gerindo com equilíbrio a utilização da informalidade.

No entender de Claudine Pinheiro, uma linguagem informal **“tem poder, sem dúvida, porque aumenta a familiaridade.** O perigo é se a informalidade não for credível, se for fantochada, se for um teatro. **Se a informalidade for credível não há desvantagem.**” E acrescenta: “do ponto de vista de quem escuta, **eu acredito que um estilo informal agradará à maioria das pessoas porque se vão sentir parte do processo comunicativo, o mais importante é que os recetores se sintam respeitados.** Todos nós conseguimos ser informais em família porque nos sentimos em casa, porque dominamos os códigos daquele ambiente e não temos de fazer cerimónia, porque sabemos o que é permitido e o que não é permitido: eu sei que me posso sentar aqui porque não é lugar de ninguém, sei que posso ir ao frigorífico porque tenho autorização para isso e que me posso servir à vontade. **Eu acredito que toda a gente se sente à vontade para ser informal em família e se alguém considerar a comunidade como família não há problema nenhum em ser informal e se a Igreja for uma família, a informalidade não será uma coisa treinada, mas fará parte natural do processo.**”

D. Joaquim Dionísio conclui que **“a informalidade só pecará se o comunicador faltar deliberadamente à verdade,** só para manter uma determinada imagem ou para cumprir um determinado ritmo que não está ao serviço da mensagem. Agora, numa assembleia muito diversificada, com diferentes expectativas, **é preciso saber dosear para conseguir chegar a**

**todos.**” Além disto, também constata “que a informalidade tem sempre lugar, independentemente daqueles a quem nos dirigimos. **Se a informalidade tiver essa preocupação com a verdade, a proximidade e a comunhão, favorecerá a comunicação.** Mas não podemos esquecer que os públicos para quem nos dirigimos, às vezes também têm expectativas diferentes e nós também precisamos da boa-vontade do recetor. **É um desafio, saber dosear, saber ler o outro e saber aproximar-se de alguém para lhe levar a mensagem e criar comunhão.**”

Na mesma linha de pensamento quanto à informalidade, D. Américo Aguiar reconhece que “**às vezes pode correr muito bem e outras nem por isso...** mas **há coisas que só a brincar, a gente consegue aproximar-se, dizer e falar.** Quando digo a **brincar, não é com desrespeito.** O segredo é sempre nós sermos capazes de ler os destinatários, de sabermos se estamos ou não estamos a ‘jogar em casa’, se **estamos ou não estamos a ter feedback.**” De facto, D. Américo salienta a importância do «bom-senso» e afirma que “**devemos ter sempre o cuidado do equilíbrio, o «QB» porque o «à vontade» não pode ser «à vontadinha».** Como exemplo, D. Américo faz referência ao seu discurso numa Eucaristia em Roma, no dia 30 de Setembro, depois de ter sido criado Cardeal pelo Papa Francisco: “Por exemplo: eu podia dizer que a Igreja de Santo António dos Portugueses tem muito significado porque esteticamente isto, porque é daquele século e tal... mas eu, **usando de informalidade, disse que aquela Igreja era um «expetáculo» como diz o Fernando Mendes, toda a gente sorriu e entendeu o que eu queria dizer.** É claro que eu também não gosto que as celebrações, a determinada altura, sejam outra coisa. **É preciso o equilíbrio e ter em conta o contexto!**”

### **2.3. SÍNTESE DA INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA**

Finda esta análise, com base nas subcategorias da investigação, conclui-se que a experiência e a formação dos três entrevistados foram essenciais para a recolha de conteúdo pertinente para o projeto. De um modo geral, D. Américo Aguiar, D. Joaquim Dionísio e Claudine Pinheiro, partilham da mesma opinião quanto ao papel da linguagem informal na comunicação da Igreja, verificando-se uma pertinente complementaridade entre os vários pontos de vista.

A par disto, constatou-se que o tema é atual e vislumbra-se que o conteúdo recolhido e analisado possa ser muito útil à comunicação da Igreja e não só. De facto, apesar de se tratar de um estudo que teve como foco a comunicação eclesial, não podemos deixar de referir que a temática da linguagem informal pode ser enquadrada noutros âmbitos de ação e investigação, considerando-se que há vários aspetos deste estudo que podem ser aproveitados para reflexão do papel da informalidade numa dinâmica comunicativa mais geral.

## CAPÍTULO 3 DESAFIOS E PROPOSTAS DE INVESTIGAÇÃO/AÇÃO



### CAPÍTULO 3. DESAFIOS E PROPOSTAS DE INVESTIGAÇÃO/ AÇÃO

«Bem-vindos» à terceira etapa desta caminhada! Depois do caminho percorrido até aqui, iremos apresentar um conjunto de propostas que resumem as temáticas abordadas nas Entrevistas e que encontram o seu fundamento no Enquadramento Teórico.

Numa linha de continuidade, tendo em vista o horizonte desta investigação, os temas abordados nas páginas que se seguem terão sempre como pano de fundo o potencial da linguagem informal na comunicação da Igreja Católica. **Proximidade, originalidade e espontaneidade** são características alinhadas com uma postura menos formal e, por isso, reconhecendo que as suas “vantagens podem concretizar-se mesmo no mundo académico” (Rego, 2016, p. 287), optaremos por assumir essa tónica em alguns pormenores do texto.

Olhando para a Igreja como uma comunidade, tentaremos traçar algumas linhas de ação para todos os que se sentem portadores da Boa-Nova de Jesus, de maneira particular para aqueles que vivem nos países europeus com uma grande tradição católica, mas cada vez menos relevante, como acontece em Portugal (Guimarães, 2021). Tendo consciência que os desafios aqui lançados também são dirigidos a quem os redige, compreendamos que estes assuntos não dizem respeito apenas aos padres e aos bispos, mas a todos aqueles que comunicam a mensagem da Igreja.

A par disto, considera-se que os conteúdos partilhados de seguida poderão ultrapassar as fronteiras da linguagem eclesial e ser aproveitados por outras realidades comunicativas, aprofundados por outras áreas do saber e aplicados em contextos muito variados.

### 3.1. DESPERTAR A ATENÇÃO: Hora de acordar!

De manhãzinha, depois de surgirem os primeiros raios de sol, é hora de acordar. Um pouco por todo o mundo, vão tocando os despertadores e as pessoas vão despertando para os desafios do dia-a-dia. Enquanto tudo isto acontece, parece que a Igreja vai andando adormecida, sem escutar os alarmes que vão tocando à sua volta (Puntel, 2010). Talvez seja cansaço, talvez seja preguiça... mas está na hora de acordar. Enquanto a Igreja se apresentar com voz rressacada, olhar choroso e ritmo arrastado (Matteo, 2022), dificilmente despertará a sociedade de hoje para o potencial da mensagem que pretende comunicar.

Num contexto de indiferença cada vez mais generalizada é importante encontrar novas formas de chamar a atenção e isso implicará uma análise séria daquilo que se está a passar à nossa volta.

Sabemos que existem muitas formas de apelar à atenção e, desde já, precisamos de ter uma noção: no âmbito da comunicação da Igreja, tendo em conta a sua identidade, nem tudo vale (Guimarães, 2021). É essencial despertar a atenção daqueles que nos rodeiam, mas, por fidelidade à mensagem e ao Mestre da mensagem, não podemos encenar um «show off» ou armar um espalhafato para que «olhem para nós!»

Nos discursos religiosos fala-se, e muito, da conversão, apela-se à mudança de vida, foca-se o olhar na efetivação de um processo de transformação que, inevitavelmente, teve o seu início em algum momento. Com os olhos postos na conversão comunicativa da Igreja... por onde começar? Parece-nos que o «pontapé de saída» passará por aceitar que é preciso mudar.

Há muitos católicos que cresceram num tempo em que a mudança era pouco comum. No entanto, as últimas décadas vieram provar que a “mudança é inevitável” (Kotter, 2017, p. 15) e é um processo que tem de ser vivido com espírito sinodal ou acabaremos “por pagar caro mais tarde” (Kotter, 2017, p. 100).

### 3.1.1. PROXIMIDADE 5G: Do clique ao toque

Vivemos no tempo da proximidade digital e das relações à distância... e não podemos ignorar que “tudo isto está a sofrer uma enorme aceleração decorrente da pandemia provocada pela covid-19” (Oliveira, 2020, p. 85).

Há quem diga que «antigamente é que era bom» e há quem defenda que «virão dias melhores». No cruzamento destes dois olhares e de tantos outros, aqui estamos nós, no tempo do 5G, no aqui e agora da História da Igreja, com uma certeza: se queremos comunicar a mensagem de Jesus aos nossos contemporâneos, não podemos perder o «TGV» onde segue a humanidade, ficando na paragem «a ver passar comboios».

“Inseridos na *hight-speed-society*, ou sociedade da aceleração que estamos a viver” (Guimarães, 2021, p. 91), constatamos que a nossa fé não pode ficar tolhida ou servir de argumento para dispensarmos a nosso cartão de embarque nesta viagem. Também nós, temos a necessidade de marcar presença “em tempo real, criar conteúdo, instrumentos ou serviços, comunicar, interagir e pensar como um ser humano, para possibilitar às pessoas compreender e atingir o seu objetivo naquele momento particular” (Oliveira, 2020, p. 83).

Pode parecer contraditório, mas a verdade é que hoje está tudo «à distância de um clique» e isso cria uma sensação de proximidade. Tendo como ponto de partida esta realidade, temos a obrigação de assumir uma presença *online* nos espaços digitais e garantir a nossa proximidade eclesial nos dinamismos reais. De facto, “a Igreja, para ser fiel a Jesus comunicador, precisa inserir-se na vida do povo” (Puntel, 2010, p. 208), necessita de estar onde as pessoas estão e tocar a sua realidade concreta, transparecendo uma preocupação efetiva e afetiva (Guimarães, 2021).

Para uma boa comunicação, precisamos de conhecer bem aqueles para quem nos dirigimos... sabendo quais são as suas expectativas, os seus interesses, aquilo que os preocupa, o que as motiva, etc. “Trata-se de um processo de compreensão empática, que visa o conhecimento profundo dos

problemas, dificuldades, necessidades físicas e emocionais, desejos, motivações, pensamentos e realidades das pessoas no seu ambiente” (Oliveira, 2020, p. 105).

Mantendo o nosso olhar na dinâmica comunicativa, considera-se que a Igreja não pode desperdiçar possibilidades de criar laços com as pessoas e isso implica saber acolher cada um com espírito empático e não «com sete pedras na mão». Defende Guerra (2011, p. 92) “não há 2ª oportunidade para causar uma boa 1ª impressão” e temos de reconhecer que a comunicação da Igreja nem sempre proporciona um «amor à primeira vista».

Para que se possa projetar uma imagem positiva e credível deve apostar-se numa comunicação clara, autêntica, transparente e empática (Tavares, 2021; Oliveira, 2020). Sendo verdade que uma comunicação institucional ou celebrativa costuma dirigir-se a muitos, não significa que se possa descurar o acompanhamento individual ou a proximidade com algum grupo de pessoas específico. Isto é um desafio para todos os comunicadores da atualidade! Já não serve uma linguagem geral que se destine a um público abstrato... torna-se urgente “uma compreensão e satisfação individualizada” (Oliveira, 2020, p. 82), otimizando a experiência de cada um. Isto é exigente? Sim! Mas não podemos continuar a apostar em fórmulas que já estão gastas, a dar respostas para perguntas que não são colocadas, a falar das mesmas coisas para pessoas que já não são as mesmas e com as quais não mantemos qualquer relação de proximidade.

É verdade que, nesta “época de transformação rápida e disruptiva” (Oliveira, 2020, p. 118), torna-se difícil acompanhar o ritmo tão célere das mudanças sociológicas e tecnológicas... mas isso não pode servir de desculpa para mantermos um estilo exclusivamente formal. “A Igreja, no pós-covid-19, é chamada a viver a cultura do encontro como chave da comunicação para este tempo” (Guimarães, 2021, p. 21) e isto significa que devemos apostar em relações de familiaridade que nos permitam comunicar «tu-a-tu», fortalecendo laços emocionais e despertando a atenção «coração-a-coração».

Alguns dirão que a emoção não basta, mas também não pode ser entendida como um mero sentimentalismo contrário à fé e à racionalidade. Pensemos, por exemplo, na passagem Bíblica em que Jesus caminha com os discípulos de Emaús e no fim eles comentam: «Não nos ardia o nosso coração quando Ele no caminho nos falava, quando nos abria as escrituras?» (Lc 24, 32). De facto, “a comunicação deve tocar o coração e iluminar o pensamento. Duas dimensões que talvez andem um pouco afastadas uma da outra na atual realidade eclesial” (Guimarães, 2021, p. 120).

“É diante destes dois opostos que surge a renovação da linguagem, como uma das chaves para que comuniquemos uma identidade e não apenas um pensamento ou uma emoção. Uma realidade que a Igreja sempre procurou incarnar em cada época, mas que neste tempo das redes sociais exige uma atenção ainda mais redobrada: a comunicação digital desenvolve na pessoa, entre outras coisas, uma capacidade mais intuitiva e emotiva do que analítica, de onde resulta uma organização lógica diferente do pensamento e da relação com a realidade que privilegia a imagem e as ligações textuais. Dilui-se a tradicional diferença entre linguagem escrita e oral, adquirindo novas formas de comunicar (mensagens áudio, vídeos, *gifs*, memes...). E isto implica novos riscos: a perda de interioridade, a superficialidade na vivência dos relacionamentos, a fuga da emotividade, a predominância da opinião mais convincente em relação ao desejo de verdade. Por isso, já não se trata apenas de «saber usar» esta nova linguagem, mas de ir mais além, mais profundo. Trata-se de compreender, interpretar e falar esta «nova linguagem» em modo pastoral, descobrindo os desafios que esta realidade coloca à Igreja” (Guimarães, 2021, pp. 120-121).

Despertando para a realidade que nos envolve, encontraremos oportunidades e riscos. O que fazer hoje? O que está para vir? São questões que podemos colocar enquanto procuramos soluções adequadas para os desafios que nos vão surgindo. Diz-se que «cada caso é um caso» e, portanto, não será fácil encontrar respostas automáticas para todos os desafios que se colocam neste momento. Ainda assim, conscientes da complexidade comunicativa que nos coloca «à prova» a cada instante, fica claro que a proximidade não é um elemento dispensável na missão de corresponder ao presente e construir o dia de amanhã. A este propósito, diz-nos Tornero (2007, p. 187), “numa sociedade plena de informação que circula à velocidade da luz,

como é a sociedade digital, em que os processos se aceleram a um ritmo intenso, imaginar o futuro tornar-se uma necessidade imprescindível”.

Sem cedermos a futurologias e a «teorias da conspiração», é interessante «olhar-nos-olhos» das novas gerações e vislumbrar os temas que as preocupam e a maneira como sentem o pulsar da realidade.

“A Geração Z retoma alguns valores das gerações anteriores, mas acentua as suas preocupações nas mudanças climáticas e na sustentabilidade, na autenticidade e na responsabilidade social. (...) A mais recente geração, a Alpha, é a primeira geração totalmente nativa digital, que não concebe qualquer separação entre o mundo físico e o mundo digital, e para a qual a tecnologia é algo a que estão intimamente ligados” (Oliveira, 2020, p. 136).

Perante estes traços gerais, tendo em conta aquilo que defende Aguiar (2014), coloca-se uma questão: Será que, diante de nativos digitais, a Igreja cumprirá a sua missão se continuar a comunicar de forma analógica?

Certo dia, num encontro de jovens, um dos animadores limitou-se a dizer: “Atenção! Atenção! Obrigado pela vossa atenção!” e foi-se embora. Num estilo claramente informal, sabendo que os jovens apreciavam uma boa piada, conseguiu conectar-se empaticamente com os restantes participantes através de uma simples brincadeira. Nesse dia não disse mais nada... mas, já tinha dado o primeiro passo para conseguir ter a atenção do grupo nos momentos em que teria algo importante para transmitir.

### **3.1.2. SPOILER ALERT: De profetas a patetas**

Eis a missão de qualquer Profeta: anunciar e denunciar! Em pleno século XXI, a missão profética da Igreja mantém-se na mesma linha: anunciar a Boa-Nova de Jesus e não compactuar com aquilo que possa estar mal. A mensagem da Igreja é muito clara nestas duas linhas de ação e não podemos correr o risco de transformar a sua essência num «conto de fadas» ou num «filme de terror».

Conscientes da força da mensagem, percebemos que há várias maneiras de a transmitir (Matteo, 2022). Ao longo desta investigação, tentando compreender qual o papel da linguagem informal na transmissão dessa

mensagem, conseguimos constatar que existe um grande potencial comunicativo nas abordagens menos formais. No entanto, também percebemos que existem alguns riscos e é preciso apresentar os «prós» e os «contras» para podermos fazer um uso positivo da linguagem informal.

Podemos dizer, desde já, que o grande perigo da informalidade está na possibilidade de não nos levarem a sério e, por causa disso, não entenderem o sentido da mensagem (Rego, 2016). No entanto, para evitar que isso aconteça, há alguns alertas que devemos ter em conta. Do mesmo modo, um estilo mais formal também tem os seus perigos, principalmente quando se opta por uma linguagem demasiado complexa, que não prende a atenção dos nossos interlocutores e os desconecta desde o primeiro momento. Tanto num estilo como noutro, há alguns detalhes que nos dão *spoiler* do possível resultado da nossa comunicação e, se estivermos atentos, evitaremos passar de Profetas a patetas.

Com efeito, abdicar da formalidade não implica perder a credibilidade e manifestar entusiasmo não pode ser sinónimo de incompetência (Tavares, 2021). Uma comunicação mais criativa e «fora da caixa» deve ter sempre uma linha orientadora que conduza os nossos interlocutores até ao coração da temática abordada e, permitindo a sua compreensão, os leve “a realizar uma determinada ação” (Tavares, 2021, p. 155). Por exemplo, diz-nos Rego (2016, p. 433): “o humor pode ser útil para «quebrar o gelo», atrair a audiência ou «acordá-la». Mas seja cuidadoso, sob pena de ferir suscetibilidades ou dar uma aparência folclórica ao assunto”.

De facto, “na língua inglesa, os termos *gossip* e rumor surgem frequentemente associados à comunicação informal” (Rego, 2016, p. 265). Ora, o presente estudo demonstra a fragilidade da informalidade quando ela se resume a «bisbilhotice e mexeriquices» ou conversa banal e improvisada. Por outro lado, uma linguagem informal pode ser muito útil para dar explicações de forma direta e clara. “Explicações complexas e nebulosas dificultam a compreensão. Explicações desnecessariamente longas podem induzir a

convicção nos ouvintes de que algo não está a ser contado” (Rego, 2016, p. 273).

Entusiasmo e convicção, envolvimento e personalização, firmeza e autenticidade... ser simples, sem ser simplista. Para despertar à atenção não precisamos de encenar um teatro, nem devemos criar uma personagem «plástica». “Cada pessoa tem uma forma diferente de falar, e é importante que cada orador imprima a sua marca pessoal às suas intervenções” (Merayo, 2007, p. 94).

Além disso, a Igreja também deve vislumbrar que o seu papel profético transpõe os limites da própria mensagem. Na verdade, quando comunicamos de forma coerente, testemunhamos o poder da comunicação em todas as realidades. Diz-nos Monteiro et al. (2008, p. 52): “Quando a capacidade de comunicação humana é negligenciada, a sociedade entra rapidamente em degradação moral e cívica, e a violência ocupa o lugar do diálogo e da concórdia. A prova disso é o mundo caótico em que vivemos”. De forma simples, costuma dizer-se que «a falar é que a gente se entende» e a Igreja tem a missão de deixar esta mensagem muito clara com a sua forma de comunicar, promovendo o diálogo e ajudando a abrir caminhos de paz. Se não o fizer, alerta... já se sabe que o resultado não será positivo.

Quer seja num estilo mais formal ou numa linguagem informal, não há dúvidas sobre o poder da comunicação enquanto instrumento que promove o diálogo entre Homens e culturas (Ferlin, 2009), sem limites territoriais ou algemas eclesiais.

“Precisamos de ter a coragem de transcender *kenoticamente* as atuais formas e fronteiras do Cristianismo. É necessário compreender e acolher mais profundamente aquela que é a missão e a essência da Igreja: ser um sinal eficaz (*signum efficiens*) da unidade à qual toda a Humanidade é convocada, ser um instrumento de reconciliação e de cura das feridas do nosso mundo comum. (...) Devemos comunicar a mensagem que nos foi confiada de uma forma credível, inteligente e convincente. As tensões entre cristãos minam essa credibilidade” (Halík, 2023, pp. 7-8).

A sociedade atual, da qual os católicos fazem parte, reclama por uma linguagem aberta e inclusiva e nisso a informalidade pode apresentar-se como uma solução muito viável porque permite uma comunicação mais direta e mais humanizada. A par disto, também se exige uma postura que transpareça segurança, responsabilidade e compromisso, que são traços mais característicos de uma linguagem formal. Será possível conciliar o melhor destes dois mundos? Parece-nos que sim e não é só no âmbito eclesial. Um bom exemplo desta tese é o «Programa Cautelar», apresentado pela disruptiva Filomena Cautela e emitido pela RTP 1 ao longo de 3 temporadas, conseguindo abordar temáticas bastante sérias, de forma credível, mas num registo claramente informal.

No nosso dia-a-dia, precisamos de estar atentos a cada contexto comunicativo e evitar armadilhas que são óbvias. Por exemplo, no que se refere ao ritmo como comunicamos... quando alguém é demasiado monocórdico pode provocar uma sonolência hipnótica e, pelo contrário, quando alguém discursa de forma demasiado acelerada pode tornar-se cansativo para quem está a tentar assimilar todos os detalhes da mensagem (Tavares, 2021). É importante haver um crescendo harmonioso, proporcionar alguma oscilação ao longo do discurso, incluir pequenas pausas, expressar-se com uma voz segura e assertiva nos momentos de maior intensidade, baixar o tom quando se abordam temáticas sensíveis, criar “um envolvimento emocional com o público, interagindo com perguntas, partilhando experiências, testemunhos pessoais, contando histórias” (Tavares, 2021. p. 131).

E falar demais? Também não irá levar-nos a grandes resultados. Por mais que o tema seja interessante, não é conveniente optar por um discurso que parece não ter fim. Costuma dizer-se que: «O que é demais é moléstia»... e isto também é válido para a comunicação. “Apresentações de 15 a 20 minutos são as ideais, às quais os especialistas chamam «período de impacto». Estudos comprovam que o ser humano tem períodos de atenção muito curtos e «desliga» se o orador ultrapassar esse tempo” (Tavares, 2021, p. 125).

O Papa Francisco tem alertado para isto e até diz que, numa Eucaristia, a Homilia não pode ser uma palestra que dura 45 minutos, devendo rondar os 8 a 10 minutos (Spadaro, 2015). Nesse período breve, o sacerdote deve deixar um ensinamento pertinente, servindo-se de alguma imagem/ história que seja útil à compreensão da mensagem e tendo a preocupação de tocar o interior das pessoas, tentando transmitir algo que lhes faça despertar um sentimento positivo e saborear aquele momento de forma transformadora.

Com efeito, deve evitar-se um estilo demasiado formal, que seja maçador e embale a plateia. Não podemos considerar que uma celebração está a correr bem se a assembleia adormecer, desconectar ou ficar baralhada das ideias porque dissemos o que não devíamos ou falamos demais.

Recorrendo às memórias televisivas dos últimos anos, encontramos num dos programas do «Gato Fedorento», o famoso *sketch* humorístico em que um indivíduo, durante vários minutos, profere um discurso completamente vazio de conteúdo e conclui que «Eles falam, falam, falam, falam e eu não os vejo a fazer nada! Fico chateado... é claro que fico chateado!»

De facto, é muito fácil vermos as fragilidades comunicativas dos outros, mas a verdade é que todos as temos e para podermos melhorar a nossa forma de comunicar a mensagem de Jesus, precisamos de assumir as nossas dificuldades e procurar novas formas de o fazer. Em tom de descontração, talvez nos fizesse bem gravar algumas das nossas intervenções e depois dedicarmos algum tempo a analisar o nosso discurso, a nossa metodologia e a reação das pessoas (ou a falta dela). Às vezes, mais valia estarmos calados!

Isto não quer dizer que temos de nos diluir no meio das outras mensagens que circulam na sociedade, nem se pretende anular a presença institucional da Igreja no mundo de hoje... aliás, Guimarães (2021, p. 54) também alertou para isso: “penso, em especial, na ideia errada segundo a qual a Igreja vai deixando se ser uma presença formal em diversas realidades (escola, prisões, hospitais, serviços públicos) e, por isso incapaz de evangelizar.”

No entanto, quando se defende o papel da linguagem informal na missão profética da Igreja, não se trata de um apelo à banalização do conteúdo da

mensagem. Pelo contrário, entendemos que Boa-Nova de Jesus será acolhida de forma mais disponível e consciente se os comunicadores eclesiais conseguirem chamar à atenção dos nossos contemporâneos com uma postura próxima e descomplicada. É neste sentido que Guimarães (2021, p. 85), nos deixa a seguinte indicação: “A presença [da Igreja] não se faz com bombardeamentos de mensagens religiosas, mas sabendo entrar em diálogo com o outro, compreendo-o para depois lhe oferecer o Evangelho.”

### **3.2. ENTENDER A MENSAGEM: Descomplicando o XPTO!**

Assumiu-se, vulgarmente, que uma coisa XPTO é algo de alta qualidade, alguma coisa boa, recomendável e desejável. E a mensagem cristã o que tem de XPTO? Pode parecer que não tem nada... mas afinal tem tudo! Tudo? Como assim? Talvez existam muitas condicionantes a desconectar a dimensão positiva da mensagem cristã, mas a verdade é que a expressão XPTO surge nesse contexto: em grego XPTO = CRISTO! Tratando-se de uma abreviatura da palavra CRISTO, a expressão atual não perdeu a sua força positiva e o seu poder de atração. Então porque é que a mensagem cristã não soa a uma mensagem XPTO? Tavares (2021, p. 61) considera que: “Muitas vezes, não conta tanto o que dizemos, mas o modo como dizemos.” Neste sentido, o estudo presente também nos indica que o problema não está na mensagem... mas na maneira como se comunica a mensagem (Puntel, 2010). Andaremos com «papas na língua»?

#### **3.2.1. DESCOMPLICAR: Do blá-blá-blá ao bê-à-ba**

É do conhecimento geral que a expressão «não ter papas na língua» é sinónimo de uma comunicação sem rodeios. Tendo como ponto de partida esta gíria popular, será pertinente fazer o aprofundamento de algumas temáticas que lhe estão associadas, deixando esclarecido que: decidimos abordar essa expressão na sua intenção positiva, isto é, encará-la como um desafio à clareza comunicativa. Daqui se depreende que deixaremos de lado qualquer conotação com a lógica totalmente «desbocada», sem qualquer reflexão prévia antes de se abrir a boca.

Chegados aqui, tentemos imaginar visualmente a dificuldade que alguém terá em comunicar se tiver duas colheradas de papas na sua boca (daquelas papas que os bebés comem). Facilmente depreendemos que será uma missão complicada, da qual resultarão palavras destorcidas e um «blá, blá, blá» de frases incompreendidas.

É neste sentido que, em Portugal, se entende que uma pessoa «sem papas na língua» é alguém que não enrola as palavras e que diz as coisas

de maneira que os outros entendem (Rocha, 2019). Por outro lado, também é de ter em conta que esta expressão popular poderá ter a sua origem na frase castelhana «*no tener pepitas en la lengua*», referindo-se a uns pequenos tumores que surgem na língua das galinhas, impedindo o animal de cantar. Seja de uma maneira ou de outra, o significado é o mesmo, tratando-se de uma referência a uma comunicação livre e direta.

Já constatamos que, por vezes, a Igreja peca por falta de transparência naquilo que transmite e por complicar a linguagem da fé em vez de a tornar compreensível (Puntel, 2010). Neste contexto, e sem fugir totalmente à expressão apresentada até agora, não se pode esquecer que existem católicos «mais papistas do que o Papa» e que, em vez de seguirem o exemplo comunicativo do próprio Papa Francisco, insistem numa linha de transmissão da Fé em que a maioria da população não se revê e que não favorece o entendimento de uma mensagem XPTO.

Com o presente estudo, tentamos perceber o papel da informalidade na comunicação da Igreja e, nesse âmbito, constata-se que é muito importante descomplicarmos a forma como comunicamos a mensagem de Jesus, para que todos a possam entender. Não tem sentido usar um «catoliquês» incompreensível e apostar numa linguagem que já está gasta.

“A renovação da linguagem da Igreja deve ser parte indispensável da reforma atual do Cristianismo. Deve ser uma linguagem viva, bela, poética e inteligível, e não uma artificial ‘língua de Igreja’, cheia de frases vazias e piedosamente doces (...), nem de uma imitação fácil e intrometida da gíria que está na moda” (Halík, 2021, p. 144)

Neste sentido, compreende-se que a comunicação da Igreja precisa de encontrar novas metodologias, tendo como prioridade a compreensão mútua. Certamente, devemos estar atentos ao que se passa à nossa volta, procurar novos modelos de transmissão da mensagem e aprender com a experiência de outras pessoas e instituições (Rego, 2016). Precisamos de estar atentos às tendências, ondas e modas do contexto comunicativo em que nos inserimos e transmitir a nossa missão, visão e valores de forma aberta, transparente, humilde

e original, evitando cair em plágios desadequados ou réplicas descontextualizadas.

Alguns tenderão a defender que a linguagem informal não é uma aposta viável para o discurso da Igreja Católica, uma vez que a entendem como uma espécie de idioma oficial da anarquia. No entanto, essa perspetiva é demasiado afunilada, porque apenas destaca as fragilidades que já fomos elencando neste estudo e ignora o claro potencial de uma comunicação com menos filtros. Para uma avaliação séria deste assunto é necessário olhar para os «dois pratos da balança» e ter a capacidade de ver que há muitos pontos positivos na informalidade e entender que também é muito arriscado passar alguns limites, nomeadamente quando se confunde o informal com o impessoal (Tavares, 2021).

Reconhecemos que este exercício de renovação da linguagem possa ser difícil para a Igreja Católica... mas não se pode adiar por muito mais tempo porque já não se tratará de uma ação mas de uma reação e isso, por si só, já demonstra que não estamos a olhar à nossa volta com horizonte alargado. A este propósito, Kotter (2017, p. 121) constata que: “por vezes habituamo-nos de tal forma a um tipo de desenho de organização, talvez por ter sido usado durante décadas, que nos tornamos cegos perante as alternativas”. A verdade é que hoje há dificuldades, tal como existiram ontem e como houve há dois milénios atrás. Com audácia criativa e alguma prudência, não faltarão as soluções.

“É possível descomplicar, substituindo palavras complexas por palavras simples” (Tavares, 2021, p. 44). Aliás, uma linguagem coloquial tornará o nosso discurso mais cativante (Merayo, 2007).

Constatamos que o problema não está na mensagem de Jesus, mas na forma como a temos transmitido. Quantas vezes transformamos a Boa-Nova numa «Má-Atrasada»? Porque será que as pessoas continuam a ficar com a sensação de que foram à Missa para ouvir um «sermão»? Não podemos cumprir a nossa missão colocando outras palavras no dicionário da evangelização?

“Conhece o ditado «não se apanham moscas com vinagre»? Aplica-se na perfeição neste caso. Se desejamos manter com os outros bons

relacionamentos, então eliminemos totalmente do nosso léxico palavras de carga afetiva negativa” (Tavares, 2021, p. 69).

Se podemos usar palavras que motivem porque é que optamos por uma tónica lamuriosa e acusatória? É certo que a mensagem da Igreja tem na sua essência um conjunto de exigências que não podem ser maquiadas apenas para «parecer bem». Mas há várias maneiras de abordar essas temáticas sem assumir uma postura comunicativa que provoque nos outros uma repulsa automática.

“Como sabemos, as mensagens que partilhamos na nossa comunicação diária nem sempre são «música» para o ouvido do nosso interlocutor. Para uma comunicação mais sensível, para uma mensagem menos positiva, os recursos linguísticos deverão ser outros, se desejamos manter relacionamentos saudáveis e felizes” (Tavares, 2021, p. 12).

Não se trata, portanto, de alterar o conteúdo da nossa comunicação... mas de repensar a forma como o fazemos para que nos possam entender. Clareza, confiança, energia, ritmo, mudança de tom e expressões, são ingredientes importantes para criar interesse e expectativa (Marayo, 2007).

Por exemplo, na apresentação de um tema bíblico, é essencial pegar no texto, explicar o contexto e apresentar uma proposta de atualização da mensagem, relacionando aquele acontecimento descrito na Bíblia com a vida concreta das pessoas que estão à nossa frente. Ao longo destes passos, se queremos ser entendidos, não poderemos dispensar a clareza da nossa linguagem. Eis o «bê-à-bá» da comunicação: é preciso desligar o «complicómetro».

### **3.2.2. GLÓRIA A DEUS NAS ALTURAS: Da Exegese à EasyJet**

Algo que pode ser muito útil nas nossas comunicações são as histórias que contamos e as imagens que usamos para explicar alguma coisa mais complexa. Não há dúvidas sobre “o poder da metáfora, da analogia, do exemplo, ou de uma linguagem simples e colorida para comunicar ideias complicadas rapidamente e com eficiência” (Kotter, 2017, p. 107).

Jesus servia-se de Parábolas para abordar algumas temáticas bem difíceis! Olhando para Ele, percebemos que não se tratava de contar «histórias da carochinha» e compreendemos que hoje também não se pretende uma banalização do discurso teológico, mas a sua compreensão com a ajuda de várias metodologias. “As histórias, as metáforas e as analogias criam imagens poderosas, mexendo com as emoções da audiência. Rigor e emoção: é tudo o que a sua comunicação precisa” (Tavares, 2021, p. 120).

Permitam-nos, com benevolência académica, que partilhemos (neste parágrafo) uma história pessoal que nos poderá ajudar a compreender a abordagem deste tópico. Certo dia pedi à minha mãe para ler o Resumo da minha Dissertação de Mestrado em Teologia (Azevedo, 2016). Em meia dúzia de linhas, apercebi-me que ela teve dificuldade em entender o sentido de algumas palavras demasiado técnicas e pouco utilizadas no quotidiano. A determinada altura fiquei admirado porque me disse que sabia o que era «exegese». “Exegese? Sim! É uma companhia aérea de voos baratos!” É óbvio que acabamos os dois a rir-nos e eu lá lhe expliquei que a exegese era o nome que se dava ao estudo aprofundado da Bíblia. É verdade que a EasyJet também anda lá nas alturas, mas isso já são outros voos.

De facto, este acontecimento demonstra-nos o perigo da utilização do jargão em certos contextos. Certamente, é compreensível que num trabalho académico existam palavras específicas... mas facilmente percebemos que a mensagem precisará de ser descodificada para as pessoas que não estão formadas nessa área. O grande perigo surge quando deixamos de nos preocupar com que está do outro lado e comunicamos de forma tão erudita e complexa que deixamos os nossos interlocutores sem entender o que acabamos de proferir.

“Outro aspeto igualmente importante para uma comunicação clara é o uso cauteloso de linguagem técnica.

Sempre que comunicamos para um público não especializado, devemos evitar utilizar termos técnicos, mas se a situação assim o exigir, devemos ter o cuidado de explicitar esses termos. Por exemplo, se um médico, ao falar com paciente, usar o termo *ablepsia*, deverá ter o cuidado de explicar o seu significado: «cegueira», sob pena de não ser compreendido” (Tavares, 2021, p. 47).

Não queremos negar que a Igreja é portadora de uma linguagem específica e que possa precisar de recorrer a termos específicos para abordar com profundidade algumas temáticas da sua mensagem. No entanto, é de ter em conta que esse tipo de comunicação tem de ser clarificado, traduzindo de forma objetiva aquilo que se pretende transmitir. Uma coisa é um Padre estar a falar para alguém que estudou teologia, outra coisa é estar a falar para pessoas que aprofundaram os seus conhecimentos noutras áreas. Uma coisa é um Catequista estar a falar para Jovens, outra coisa é estar a falar com as crianças de 7 anos.

“Se julga que impressiona o seu interlocutor usando palavras «caras e pomposas», desejando passar uma imagem de que é muito culto e erudito, desengane-se: arrisca-se a ser ignorado.

Quando somos confrontados com um vocabulário ilegível, que bloqueia a interpretação da mensagem, sentimo-nos angustiados, irritados e, em certos casos, humilhados. Se tropeçarmos numa palavra difícil e tivermos de nos socorrer de um dicionário, a magia da comunicação quebra-se instantaneamente” (Tavares, 2021, p. 43).

Não nos podemos esquecer que “os cristãos vivem no tempo” (Mendonça, 2022, p. 132) e o facto de fazermos parte de uma comunidade que caminha para uma realidade futura não pode separar-nos do presente histórico. Na verdade, a dimensão escatológica não é um convite a vivermos como extraterrestres, não é uma proposta para alienarmos as responsabilidades e os sonhos que brotam no agora das nossas vidas. Ter os olhos no Céu não pode implicar que deixemos de ter os pés na terra!

Querer evangelizar nos dias de hoje implica aceitar que “os tempos mudaram” (Monteiro et al., 2008, p. 51) e compreender que o “futuro será marcado pela necessidade de introduzir um conjunto de ajustamentos nas estratégias (...) adaptando-as ao novo contexto” (Oliveira, 2020, p. 89) e alargando os limites do nosso discurso e da nossa presença. “Sensíveis e comprometidos com esta realidade, sabemos que a renovação da linguagem é fundamental para que o projeto comunicativo seja, efetivamente, evangelizador” (Guimarães, 2021, p. 120).

“A primeira Reforma teve origem na coragem de São Paulo para conduzir o jovem Cristianismo para fora dos estreitos limites de uma das seitas

judaicas e ao encontro da mais vasta *oikumene* do mundo de então. Ele apresentou-a como uma oferta universal, que transcende as fronteiras religiosas, culturais, sociais e de género: já não importa se alguém é judeu ou gentio, homem ou mulher, livre ou escravo – somos todos novas criaturas em Cristo.

Também hoje, o Cristianismo enfrenta a necessidade de transcender as atuais fronteiras mentais e institucionais, confessionais, culturais e sociais, a fim de cumprir a sua missão universal” (Halík, 2023, p. 9).

Neste sentido, podemos dizer que a questão da linguagem terá de fazer parte de uma mudança de paradigma, ou seja, uma transformação profunda da maneira de estar no mundo e de “comunicar o que somos” (Guimarães, 2021, p. 108). Não se trata de um «Querido mudei a Igreja», acreditando que em 48 horas o processo fica concluído, mas é um processo que não pode ser adiado. É urgente levar a sério o papel da comunicação na vitalidade do Igreja, assumindo a nossa responsabilidade de comunicar com qualidade a mensagem cristã.

Ninguém quer perder o seu precioso tempo com assuntos que «não interessam, nem ao Menino Jesus» e quem se dispõe a escutar-nos merece a nossa preocupação, respeitar a nossa assembleia começa por dedicarmos algum tempo à nossa preparação (Tavares, 2021). E quando pretendemos comunicar de forma mais simples, também é precisa essa preparação? Ainda mais! Quanto mais claros e concisos pretendemos ser, melhor tem de ser a nossa preparação! Vejamos, por exemplo, o que diz Kotter (2017, p. 106):

“O desafio da comunicação direta e simples é que requer grande clareza de pensamento e coragem. Recordemos o velho princípio: Se eu tivesse mais tempo, escrevia-lhe uma carta mais curta. É muito mais trabalhoso ser claro e conciso do que complicado e rebuscado.”

De facto, tendo em conta o papel central da mensagem cristã no dinamismo da Igreja, é importante dedicar-lhe mais tempo e providenciar os meios necessários para que os evangelizadores consigam tornar o seu conteúdo compreensível para as gerações atuais.

Não nos esqueçamos que: “as audiências são volúveis, ganham-se e perdem-se rapidamente” (Merayo, 2007, p. 37) e, quando o assunto parece

demasiado denso ou irrelevante, o mais provável é que as pessoas nem se conectem e não absorvam nada da mensagem.

Ainda assim, sempre que for necessário utilizar um estilo comunicativo em que a densidade teológica seja mais complexa, ele deve estar pontilhado de momentos explicativos, permitindo a aprendizagem de novos conceitos e a efetivação do ato comunicativo. Diz-nos Tavares (2021, p. 53): “o segredo é encontrar um equilíbrio entre a relevância do tema e a sua fácil compreensão.”

### 3.3. ENVOLVIMENTO COM A IGREJA: Unindo margens!

A missão da Igreja é evangelizar... é comunicar a mensagem de Jesus àqueles com quem se cruza nos vários caminhos da atualidade. Sentindo que “a Igreja, particularmente na Europa, começa a ser um corpo estranho” (Guimarães, 2021, p. 19), torna-se urgente mudar algumas metodologias para que se possa “causar impacto com as nossas palavras, despertar emoções positivas e desencadear um determinado comportamento ou ação no nosso interlocutor” (Tavares, 2021, p. 77).

Continuar com uma postura adormecida e uma linguagem fria não é opção. Algo tem de mudar! Começemos por encontrar espaços de diálogo com a sociedade atual, marquemos presença ativa na normalidade da vida das pessoas, derrubemos as barreiras que nos impedem de ver a realidade «olhos-nos-olhos» e larguemos as metodologias arcaicas que nos travam a originalidade e a proximidade.

Pensando, por exemplo, nas nossas Celebrações Religiosas, em que a comunicação já está fortemente estruturada e a mensagem se apresenta de forma ritualizada: não haverá espaço para fazer diferente? A este propósito, Monteiro et al. (2008, p. 45), considera o seguinte: “a função dos ritos é mais de comunhão do que de informação”. E no dia-a-dia, como é que interagimos com as pessoas? Da forma como comunicamos, que relações criamos? “O Papa Francisco, dando voz às orientações do Concílio Vaticano II e às palavras dos papas precedentes, tem insistido constantemente que a comunicação da Igreja deve ser um encontro que gera proximidade” (Guimarães, 2021, p. 19).

No meio de tantos desafios, nem tudo está perdido, há pontos de luz ao nosso redor. Começemos por algum lado porque a atualidade é uma oportunidade.

“Quando Francisco de Assis, numa visão, ouviu Deus chamando-o três vezes - «Vai, Francisco, e repara a minha Igreja que, como vês, está toda em ruínas!» - a princípio, ele pensou que Deus se referia à reparação da pequena capela em ruínas de São Damião, em Assis, coisa que ele fez. Apenas, mais tarde, percebeu que ele era chamado a ajudar a reconstruir radicalmente toda a arruinada Igreja Romana. Talvez até o Papa Francisco e toda a Igreja Católica estejam apenas gradualmente a

perceber que a renovação sinodal é um processo que não afeta exclusivamente a Igreja Católica.

Diz respeito a muito mais do que a transformação da mentalidade clerical e das rígidas instituições da Igreja Católica (...) numa rede dinâmica de comunicação mútua” (Halík, 2023, p. 28)

### 3.3.1. UM DESAFIO: Coerência & Coragem

Vimos as dificuldades e sentimos a necessidade de mudar várias coisas no dinamismo comunicativo da Igreja. Ainda assim, felizmente, nem tudo está mal! Temos verificado uma crescente preocupação com esta área de estudo no seio da Igreja, nomeadamente em Portugal, como se pode constatar com a organização da JMJ em Lisboa, os temas abordados nas últimas Jornadas Nacionais de Comunicação Social, a revitalização da Rádio Renascença, etc. A par disto, também vamos encontrando alguns exemplos de «bons comunicadores» à nossa volta e destaca-se, como é óbvio, o Papa Francisco (Guimarães, 2021).

Expressões como «a Igreja não é um museu, mas um hospital de campanha» ou «Maria é a *influencer* de Deus», demonstram-nos bastante bem a lógica comunicativa do atual Pontífice, que não receia enveredar novos termos para comunicar a mensagem de que se sente portador, contruindo pontes que vão ao encontro dos seus destinatários e os aproximam da vida da Igreja.

“É, evidentemente, um intuitivo, que muitas vezes sai da linha e não se arrepende disso; alguém que faz a palavra saltar o obstáculo, inclusive doutrinal, e desse modo desconcerta, mas também encara novos caminhos. Os outros gritam: Não se faz isso! A Igreja tem tradições milenares, que não se podem deitar por terra com uma simples tirada. (...) É um estilo certamente não infalível, mas que tem as suas inegáveis vantagens, sobretudo em ambientes bafientos devido ao clericalismo” (Scavo & Beretta, 2019, p.196).

Não passou despercebida a sua simplicidade na primeira aparição pública, na noite da sua eleição, nem deixou de parecer estranho saber que o Papa decidiu viver fora dos palácios do Vaticano e que nomearia pastores com «cheiro a ovelhas». Na verdade, são muitas as situações em que podemos ficar admirados com as suas atitudes e as suas palavras, porque ele não está preso a formalismos e tanto aceita fazer um casamento num avião em pleno voo, como

numa homilia afirma que “o amor cristão não é o das telenovelas” (Spadaro, 2015, p. 444).

Convém salientar que, apesar de centrarmos a nossa investigação no pontificado do Papa Francisco, não podemos menosprezar o papel dos seus antecessores. Na verdade, todos tiveram a sua importância no caminho da Igreja (Oling, 2018), cada um com a sua forma pessoal de inovar e alterar o rumo que Igreja ia seguindo no seu devido tempo. Aliás, “há que se destacar que o discurso magisterial de Francisco não destoa com o dos seus predecessores, mas apresenta-se de maneira imagética e com uma nova forma de linguagem.” (Simon, 2019, p. 110). Vejamos, por exemplo, o que já dizia o Papa Paulo VI:

“Até que ponto deve a Igreja adaptar-se às circunstâncias históricas e locais em que desempenha a sua missão? (...) Não é de fora que salvamos o mundo; assim como o Verbo de Deus se fez homem, assim é necessário que nós nos identifiquemos, até certo ponto, com as formas de vida daqueles a quem desejamos levar a mensagem de Cristo, é preciso tomarmos, sem distância de privilégios ou diafragmas de linguagem incompreensível, os hábitos comuns, contanto que estes sejam humanos e honestos, sobretudo os hábitos dos mais pequenos, se queremos ser ouvidos e compreendidos” (PP. Paulo VI, 1964, nº 49).

Na verdade, “Francisco apresenta um cristianismo não por proselitismo, mas por atração. (...) A sua comunicação não é *broadcast*, mas é sinodal, participativa, de favorecimento da cultura de ouvir” (Simon, 2019, p. 118). Pode parecer complexo, mas o Papa Francisco não comunica com uma lógica de estatísticas, ele encara a evangelização de um ponto de vista menos institucional e isso faz-nos entender que o envolvimento com a Igreja não se pode resumir a um maior número de «católicos praticantes».

“O objetivo da missão não é recrutar novos membros para a Igreja de modo a comprimi-los nas fronteiras mentais e institucionais existentes das nossas Igrejas, mas antes ir para lá dessas fronteiras e, juntamente com eles, em respeito mútuo e diálogo mutuamente enriquecedor, dar o passo seguinte rumo a um Cristo que é maior do que as nossas ideias sobre Ele” (Halík, 2023, p. 21)

No computo geral, o Papa Francisco é visto como um construtor de pontes que procura a normalidade do dia a dia e evita o ambiente palaciano, formal, burocrático e protocolar... é um homem humilde que está a mudar a

forma de comunicar a mensagem cristã (Monteiro, 2016), tornando-a compreensível em qualquer contexto e por qualquer pessoa. Neste sentido, é oportuno citar Oling (2018, p. 105):

“A personalidade singular do Papa Francisco como homem autêntico, conservador, firme e, ao mesmo tempo, amoroso, empático, humilde e sensível conquista as pessoas. Ele é considerado um ícone de liderança não só para religiosos, para empresários, gerentes, professores e líderes em geral que diariamente se relacionam com pessoas e equipas.”

Curiosamente, é precisamente aqui que encontramos a essência da mudança empreendida pelo Papa Francisco na Igreja: a forma como ele se relaciona com o povo, o modo como vai ao encontro dos seus anseios e necessidades, como promove processos de transformação de forma tão natural e propõe à Igreja que se reinvente sem medo de se adaptar “às necessidades e exigências do século XXI” (Craveiro, 2021, p. 41). A grande mudança potenciada pelo Papa Francisco não é de ordem jurídica ou canónica, mas assenta, precisamente, nos pilares da proximidade e da simplicidade.

Tendo “plena consciência da realidade mundial” (Andrade, 2018, p. 112), o Papa está a renovar a instituição (Simon, 2019) com os seus gestos solidários e preocupados. Não se trata de um plano estratégico, de populismo ou inconsciência, mas de essência e coerência entre aquilo que se diz e aquilo que se faz (Gonçalves, 2018, p. 58).

Não conseguindo analisar (no presente) e prever (no futuro) todas as consequências da sua abordagem sincera, humilde e motivadora, limitamo-nos a verificar a grande aceitação, à escala global, deste homem vindo de Buenos Aires para guiar os passos de uns e tocar o coração de outros. Como é óbvio, a Igreja Católica não é a mesma depois do Papa Francisco.

De forma resumida, podemos considerar que o presente estudo corrobora a opinião de Oling (2018, p. 38): “O Papa Francisco tornou-se um ícone incentivando novas perspetivas para a Igreja Católica a partir de 2013. (...) Um homem simples que conquistou e vem conquistando a empatia da Igreja”.

E agora? Neste tempo em que a comunicação é tão rápida e eficaz, a Igreja não pode continuar a comunicar com o mundo de formar ultrapassada...

os «sinais de fumo» só funcionam na eleição do novo Papa. É urgente continuar o caminho apresentado pelo Papa Francisco, adotando uma postura próxima e transparente que toque o quotidiano das pessoas e fortaleça laços.

No entanto, também é de ter em conta que a sua franqueza assertiva nem sempre gera os efeitos desejados e, por vezes, as suas expressões provocam reações extremadas e o próprio Papa já sentiu necessidade de prestar esclarecimentos sobre situações em que a sua espontaneidade não foi bem compreendida. A propósito deste exemplo concreto, Rego (2016, p. 330), também constata que: num estilo informal, “a franqueza, a genuinidade e a autenticidade têm os seus custos!” Ora, o Papa Francisco costuma ser tão claro e direto que não deixa margens para dúvidas naquilo que quer transmitir e, não é de admirar que alguns acomodados se sintam incomodados porque ele “coloca «o dedo na ferida»” (Guimarães, 2021, p. 48).

Ainda assim, fica claro que o contexto atual exige “ações corajosas ou mesmo arriscadas” (Kotter, 2017, p. 56). Não sabemos quanto tempo continuaremos a contar com o Papa Francisco para guiar os passos da Igreja, mas é certo que o seu estilo comunicativo deixará uma marca para o nosso futuro, principalmente no que diz respeito à sua coerência: ele fala de forma simples e vive de forma simples... ele dá o exemplo!

“A melhor maneira de comunicar uma nova direção é através do comportamento. (...) As palavras estão gastas, mas as ações não. Os cínicos entre nós, em particular, tendem a não acreditar nas palavras, mas deixam-se impressionar pelas ações.

No mesmo sentido, dizer às pessoas uma coisa e depois comportar-se de maneira diferente é uma excelente maneira de sabotar a comunicação sobre uma visão de mudança” (Kotter, 2017, pp. 111-112).

«Bem prega Frei Tomás. Façam o que ele diz, não façam o que ele faz!» é uma expressão que a maioria dos portugueses conhecerá. Sabemos que, em certa medida, se pode aplicar à incoerência das pessoas no geral, mas não deixa de ter uma conotação direta à realidade eclesial. Entre o dizer e o fazer deve haver uma ligação total, tem de «bater a cara com a careta» porque a coerência é essencial para efetivar o processo comunicativo.

É preciso despertar a atenção? «Yes!»

É importante comunicar de forma compreensível? Claro que sim!

E quanto à coerência? Não pode faltar!

Sabemos que a imagem da Igreja tem sido fortemente abalada por diversos escândalos, fragilizando a sua credibilidade na opinião pública. Neste momento é urgente fazer uma aposta na confiança, conscientes de que “é algo que demora tempo a conquistar” (Oliveira, 2020, p. 90). Precisamos de coragem para não desanimar e de coerência, transparência, segurança e proximidade para comunicar.

### **3.3.2. UMA OPORTUNIDADE: Verdade & Autenticidade**

Crescemos a ouvir histórias que começam com a expressão «Era uma vez...» e terminam com o típico «... e viveram felizes para sempre». Pelo meio do enredo há sempre tramas e dramas, encontros e percalços, momentos de suspense e reviravoltas inesperadas. Na mesma perspetiva, constatamos que a lógica geral da maioria dos enredos continua a repetir-se nas séries da *Netflix* e de outras plataformas que propõem o mesmo tipo de conteúdo. Ora, tentando olhar para a Igreja através deste prisma, não podemos concluir que já tenha chegado ao último episódio.

De facto, temos assistido a momentos desastrosos na História da Igreja, mas estaríamos a precipitar-nos se pensássemos que isso teria sido o nosso fim e nos esquecêssemos que Deus assume o papel principal nesta aventura de evangelização.

A Igreja é formada por pessoas normais com qualidades e defeitos, com receios e sonhos. Certamente, no dinamismo interno da instituição, existem responsabilidades diferentes, mas, em certa medida, não deixamos de formar uma imensa rede de *stakeholders*, cujo chefe orienta as coisas de uma dimensão celestial. Assumindo que, neste estudo, não se pretende fazer um aprofundamento teológico sobre a ação de Deus no dinamismo evangelizador da Igreja, foquemos naquilo que compete aos «comuns mortais»: colaborar uns

com outros na missão de anunciar a Boa-Nova, partilhando as alegrias e tristezas que forem surgindo ao longo do caminho.

A Igreja, na sua essência, é uma comunidade, uma família. É um corpo constituído por muitos membros e quando um sofre, todos sofrem... e, nestas coisas da comunicação, já percebemos que nos tem doído. Ainda assim, encaramos o amanhã com esperança e sentimos o pulsar de uma ampla vontade para que se cumpra melhor a missão que nos foi confiada, comunicando a mensagem de Jesus com autenticidade, criatividade, profundidade, qualidade e humildade.

No entanto, sabemos que não é fácil comunicar uma mensagem e nem todas as pessoas se sentem à vontade para o fazer publicamente. Por exemplo, numa celebração da Eucaristia, o Sacerdote está diante de várias dezenas de pessoas e não se trata de uma situação automaticamente prazerosa... aliás, é de referir que “segundo especialistas na área da comunicação, falar em público é o segundo maior medo que as pessoas têm, a seguir à morte” (Tavares, 2021, p. 117). Tendo em conta isto, não é de admirar que a esperança na Ressurreição até possa remeter para o pódio dos nossos receios a comunicação diante de uma assembleia numerosa. Humanamente falando, para quem tem consciência da responsabilidade, não é uma missão fácil ou como se diz hoje em dia, «*não são peanuts!*»

Então, o que fazer? Se pensarmos nos grandes atletas, percebemos que eles se preparam de forma muito dedicada antes das suas provas. Da mesma maneira, quando alguém pretende comunicar uma mensagem e se sente inseguro, é essencial que se prepare bem. Do ponto de vista de Tavares (2021, p. 118): “qualquer pessoa que assiste a uma comunicação aprecia um orador bem preparado. E é uma questão de honra, também, pois ninguém quer perder tempo a ouvir um orador inseguro, pouco confiante e que tropeça no discurso”. Uma boa preparação ajuda-nos a comunicar com mais clareza e impacto, deixamos-nos mais à vontade para envolver aqueles que estão diante de nós e compartilhar de forma lógica a mensagem.

No entanto, se pretendemos transmitir algo que inspire e motive os outros não podemos simplesmente memorizar um discurso e debitar um conjunto de palavras certinhas, de forma mecânica e sem emoção. A preparação não pode ser um colete de forças que nos tolhe a vivência do momento... bem pelo contrário, será aquilo que nos ajuda a estar mais seguros e nos permite uma postura mais natural e descontraída (Tavares, 2021).

No presente estudo, fomos apresentando alguns aspetos essenciais para podermos melhorar a nossa linguagem eclesial, mas, por mais que nos esforcemos para cumprir esses parâmetros, há algo que nunca pode falhar: a verdade! Quer seja nas palavras ditas ou escritas, quer seja nos gestos que fazemos ou na produção de conteúdo digital, não podemos enganar aqueles que receberão a nossa mensagem. Nisto, a lógica comunicativa da Igreja não pode colocar «o pé na poça» e correr o risco de querer iludir e acabar por desiludir. De facto, “numa época em que se revela cada vez mais sofisticada a falsificação, atingindo níveis exponenciais (o *deepfake*), precisamos de sapiência para patrocinar e criar narrações belas, verdadeiras e boas” (Guimarães, 2021, p. 29).

Quer seja na comunicação de uma mensagem cristã, quer seja nas várias dinâmicas comunicativas do dia-a-dia, acima de tudo, é preciso mostrar paixão por aquilo que se está a comunicar, transparecer que se acredita apaixonadamente naquilo que está a dizer. “Mostrar paixão é não se preocupar em ser perfeito, mas sim autêntico, genuíno, único. O público deve sentir que o orador, apesar de profundo conhecedor da matéria, também é «humano»”. (Tavares, 2021, p. 99). Aliás, “num mundo que se encaminha para a automação e para a robótica, a questão da humanização assume um papel central” (Oliveira, 2020, p. 81).

De forma muito concreta e resumida: a Igreja, para cumprir a sua missão de anunciar o Evangelho, tem a necessidade de apostar “numa relação «humano-a-humano», falando a linguagem das pessoas e constituindo um apoio ou uma solução para os seus problemas.” (Oliveira, 2020, p. 176). Para isso é preciso comunicar de forma transparente e verdadeira, evitando assumir uma postura altiva e distante.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

*“E se há preocupações que desfilam no horizonte,  
há também novos projetos que se forjam”*

(Mendonça, 2022, p. 75)

Tudo começou com aquele primeiro choro comunicativo de vida, no dia do nosso nascimento. Depois, fomos crescendo no meio da natureza e junto ao rio onde pescávamos algumas palavras, enquanto os pássaros cantavam sem partitura e os noticiários contavam as páginas da História que se escrevia. Nos bancos da escola éramos embalados por desafios que nos permitiam publicar algumas coisitas no jornal regionalista e nas ruas da aldeia, lá nos juntávamos para dar corpo aos teatros que iriam animar a vizinhança nas noites de São João. Ainda miúdos, houve um dia em que deixamos a soleira da porta de casa, alguns rabiscos e o colo da mãe. Na mala levamos a liberdade para descobrir o que nos poderia fazer felizes e o sonho de partilhar isso com o mundo. Passados alguns anos e cumpridos alguns planos, sentimos que a viagem não podia parar. Afinal, «ninguém nasce ensinado» e estava na hora de aprofundar conhecimentos na área da comunicação, possibilitando um novo olhar sobre o percurso académico feito na área da Teologia e dando cumprimento àquilo que somos, desde pequeninos.

No ato de candidatura ao Mestrado de Comunicação Aplicada, pediram-nos que escrevêssemos uma carta de motivação e acabamos a redigir as palavras anteriores para «mostrar ao que vínhamos». Iniciamos assim, num estilo um pouco arriscado, este processo de investigação e fomos percebendo que, no âmbito académico, seria pertinente fazer um estudo que analisasse o papel da linguagem informal na comunicação da Igreja Católica.

Deste modo, a presente dissertação apresentou-se como continuidade dos estudos já existentes nas áreas da comunicação e da teologia e, ao mesmo tempo, como novidade na temática específica que se escolheu para servir de base teórico-conceitual, procurando colmatar uma lacuna de investigação. Com efeito, verificando-se que a maioria das propostas estavam demasiado centradas

numa perspetiva biográfica e teológica, tentamos abrir algumas portas com um horizonte mais prático e consequente.

Obviamente, haveria muitos aspetos a explorar, mas foi necessário delinear um conjunto de opções que nos levassem ao encontro de respostas concretas à problemática colocada: **“Será que uma linguagem informal da Igreja desperta a atenção e poderá permitir e facilitar a perceção da mensagem cristã, bem como impulsionar o envolvimento com a Igreja Católica?”**

Interpelados por esta questão, iniciamos um processo de busca de conhecimento sobre a temática, fazendo um enquadramento conceptual devidamente fundamentado no contributo de vários autores e realizando três entrevistas com o intuito de recolher informações mais específicas sobre a área.

A par disto, é de assinalar que o Terceiro Capítulo já assume uma tónica conclusiva da dissertação, apresentando os principais desafios desta investigação e deixando algumas propostas de ação para a dinâmica comunicativa da Igreja. De facto, compreendendo que Igreja Católica tem a missão de anunciar a Mensagem de Jesus, tentamos propor caminhos que ajudem a atingir esse objetivo evangelizador, contando com o contributo de uma Comunicação Estratégica (Pereira, 2014).

Uma coisa é certa, de uma maneira geral, a forma como a Igreja comunica já não está a resultar e isso é o reflexo de uma dinâmica pastoral baseada numa “época que já deixamos completamente para trás” (Matteo, 2022). Ao longo da investigação, constatou-se que é urgente a implementação de mudanças no discurso católico, abrindo espaço a novas formas de partilhar o Evangelho (Spadaro, 2014), com criatividade, com coragem, com beleza, com proximidade... e **a linguagem informal é apresentada como uma proposta muito válida para despertar a atenção das pessoas e facilitar a transmissão da mensagem de Jesus, propondo a Boa-Nova de forma compreensível e abrindo portas para uma aproximação à dinâmica eclesial.**

Depois de analisarmos as grandes dificuldades que surgem no contexto atual (Matteo, 2022), concluímos que a informalidade é uma das melhores

expressões da familiaridade e isso não pode ser desvalorizado pela comunidade católica. É normal que os ritos, os protocolos e as tradições façam parte da lógica comunicativa da Igreja, mas, se nos assumimos como uma comunidade de «irmãos» não podemos expressar-nos constantemente como se fossemos desconhecidos. Neste sentido, Bianco (2004, p. 163) apresenta algumas vantagens de uma linguagem menos protocolar e familiar, destacando que “a informalidade deixa as pessoas desinibidas, não na defensiva, nem espedadas. Exprimem-se com autenticidade.”

Ora, é precisamente isto que a comunicação da Igreja precisa neste momento da História: transparência, verdade, impacto, emoção, clareza, profundidade (Merayo, 2007). Já «não há paciência para sermões» e se «queremos levar a água ao moinho» precisamos de encontrar outro caminho.

No entanto, como se costuma dizer, «Deus, que é Deus... não agradou a todos» e com esta investigação, verificou-se que a linguagem informal também não escapa a esta falta de consenso. Há quem prefira uma comunicação mais formal e há aqueles que apreciam um registo mais informal (Tavares, 2021), não sendo possível concluir que exista uma «receita» que agrade a todos e seja a melhor solução em todos os contextos comunicativos.

“Em geral, não há «um melhor estilo»: diferentes estilos podem ser apropriados em diferentes situações. Por conseguinte, a pessoa mais eficaz é a que, sem se descaracterizar, ajusta o seu estilo ao dos interlocutores, sendo versátil. A ideia de que os outros terão de se adaptar ao nosso estilo não é recomendável” (Rego, 2016, p. 369).

De facto, o tema é complexo e tem de ficar claro que: quando apresentamos a linguagem informal como proposta para melhorar a comunicação da Igreja Católica, pretendemos provocar o início de uma reflexão sobre esta temática e, ao mesmo tempo, reconhecemos que o dinamismo da evangelização não se pode resumir a este ponto de vista ou a meia dúzia de dicas que possam ajudar numa espécie de *engagement* das pessoas.

Ainda assim, tendo em conta os dados apresentados neste estudo, não podemos ficar indiferentes ao enorme potencial da linguagem informal quando é utilizada em contextos oportunos e respeita os interlocutores da comunicação. A

Igreja não pode fechar os olhos e fingir que «não tem culpas no cartório», desculpando-se com a falta de motivação das pessoas. É verdade que o contexto atual não é propriamente fácil para os anunciadores do Evangelho (Matteo, 2022), mas isso não pode servir de desculpa para se continuar com um registo comunicativo obsoleto. O tempo presente “exige da própria Igreja novos métodos pastorais, novas linguagens” (Puntel, 2010, p. 159).

Reparemos como o Papa Francisco tem despertado à atenção pela sua forma de guiar a Igreja Católica. Com a sua espontaneidade e clareza comunicativa tem provocado um «abanão» na dinâmica comunicativa da Igreja (Craveiro, 2021), demonstrando que a evangelização não pode ficar enclausurada em esquemas que já estão fora da validade. Não deixa de ser provocador que Papa, corroborando o pensamento do Cardeal Carlo Maria Martini, apele a uma mudança da mentalidade porque “a Igreja está duzentos anos atrasada” (Matteo, 2022, p. 99).

Com isto, não se pretende defender que a Igreja deve ser proibida de olhar para trás, bem pelo contrário, esta investigação também nos levou até ao ano 30 d.C. e mostrou-nos o poder do estilo comunicativo de Jesus, as metodologias de São Paulo e as recentes investidas tecnológicas do Beato Carlo Acutis. No entanto, desafiados pelo Papa Francisco, somos convidados a viver este tempo como uma mudança de época (Guimarães, 2021) e isso implica aprender com o passado e assumir a responsabilidade de cumprir a vontade de Deus na atualidade, tendo em conta os desafios e as oportunidades com que nos deparamos em cada dia.

Normalmente, no fim da Eucaristia Dominical, o sacerdote costuma dizer o seguinte: “Alguns avisos paroquiais para esta semana” e depois elenca uma «ladainha» com os vários horários das celebrações, encontros e iniciativas que vão decorrer nos dias seguintes. Depois, despede-se com a Bênção e diz “Ide em paz e que o Senhor vos acompanhe”... ao que o povo responde “Graças a Deus”. Espero que, com o término deste estudo, possamos também dizer o mesmo... não como uma expressão de alívio, mas com sentido de gratidão!

## **LIMITAÇÕES E LINHAS DE INVESTIGAÇÃO FUTURAS**

Como é próprio de uma investigação científica, vão surgindo algumas dificuldades e é preciso tomar opções que acabam por limitar o alcance do estudo e a obtenção de resultados mais robustos.

Neste sentido, é de referir que a metodologia escolhida condicionou a amostra estudada e os resultados obtidos, apesar de consensuais, são a expressão de um universo muito específico.

Considera-se que, a nível académico, seria interessante continuar a aprofundar a temática da linguagem informal na comunicação da Igreja, realizando um estudo mais acurado e construindo modelos concretos para a sua aplicação em diferentes realidades eclesiais: Catequese, Grupos de Jovens, Reuniões de Pais, Homílias na Missa, Avisos Paroquiais, Formações, etc.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguiar, A. (2014). *Um Padre na Aldeia Global - Evangelização e o desafio das novas tecnologias*. Prior Velho: Paulinas.

Andrade, G. (2018). “*Com jeitinho*”, *uma análise retórica do discurso do Papa Francisco e seu multiethos*”. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem para obtenção do título de Doutor em Ciências da Linguagem. Universidade do Vale do Sapucaí, Pouso Alegre. <http://pos.univas.edu.br/ppgcl/docs/2018/dissertacoes/GUILHERMEBERALDODEANDRADE.pdf>

Auvinen-Pöntinen, M. A. (2015). Missionary Discipleship as the Innovation of the Church in Pope Francis’ *Evangelii Gaudium*. *International review of mission*, 104(2), 302-313. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/irrom.12104>

Azevedo, L. (2016). *Discípulos missionários do Deus desconhecido. Um estudo exegetico-pastoral de At 17, 16-34*. Dissertação de Mestrado. UCP. <https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/23756>

Bergoglio, J.; & Skorcka, A. (2016). *Sobre o céu e a terra*. Clube do Autor. Lisboa.

Bernate, G. (2014). *Examples of XXI Century Leadership*. PM World Journal, III (VI).

Biallowons, S. (2013). *Francisco, o Papa do Povo: fé, bondade, família, humildade e o futuro da Igreja Católica*. São Paulo: Pensamento.

Bianco, E. (2004). *Reuniões eficazes – Um manual para comunidades e grupos eclesiais*. Porto: Edições Salesianas.

Boscionne, F. (2006). *Os gestos de Jesus. A comunicação não verbal nos Evangelhos*. Lisboa: Paulus Editora.

Carmo, H. & Ferreira, M. (1998). *Metodologia da Investigação – Guia para Auto-Aprendizagem*. Lisboa: Universidade Aberta.

Claro, F. (2017). *Marcas helenistas na Primeira Carta de São Paulo aos Tessalonicenses: a inculturação no primeiro escrito bíblico cristão*. Dissertação de Mestrado em Teologia. UCP. <https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/23678>

Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2008). *Research methods in education*. New York: Routledge.

Coutinho, C. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: teoria e prática*. Coimbra: Edições Almedina.

- Couto, A. S. (2020). *Falava-lhes em parábolas*. Prior Velho: Paulinas.
- Craveiro, C. (2021). *A perceção de liderança do Papa Francisco através da encíclica Fratelli Tutti*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. UCP. <https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/37100>
- Díez, F. M. (1997). *Teologia da Comunicação*. São Paulo, Brasil: Paulinas.
- Dionísio, J. (2017). *Ao Ritmo do Tempo - Olhar a actualidade*. Edição do Autor.
- Englisch, A. (2013). *Francisco: o Papa dos Humildes*. São Paulo: Universo dos Livros.
- Ferin, I. (2009). *Comunicação e culturas do quotidiano*. Quimera Editores.
- Figueiredo, M.F. & Ferreira, F. A. (2013). *Habemus Papam: um orador em diálogo com o mundo*. Scripta Uniandrade, 11(1), pp. 108-131. <https://revista.uniandrade.br/index.php/ScriptaUniandrade/article/view/570/384>
- Figueiredo, R. (2021). *Não eu, mas Deus – Biografia espiritual de Carlo Acutis*. Apelação: Paulus Editora.
- Fisichella, R. (2012). *A Nova Evangelização – Um desafio para sair da indiferença*. Lisboa: Paulus Editora.
- Francisco, PP. (2019). *Cristo Vive – Exortação Apostólica CHRISTUS VIVIT*. Edição DDPJ Lamego.
- Fraser, M. & Gondim, S. (2004). *Da fala do outro ao texto negociado: Discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa*. Paidéia: Cadernos de Psicologia e Educação. <https://doi.org/10.1590/S0103-863X2004000200004>
- Freitas, J. (2021). *O Dom da Palavra. Guia para falar bem em público*. Lisboa: Pactor.
- Glasman, M. (2015). *Beloved of the people: The popularity and political mastery of Pope Francis*. *Juncture*, 21(4), pp. 319-323.
- Gonçalves, N. (2018). *A opção preferencial pelos pobres: O modelo pastoral do Papa Francisco e as suas raízes latino-americanas*. Dissertação de Mestrado em Teologia. UCP. <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/4838>
- Gori, N. (2021). *Carlo Acutis – Da Informática ao Paraíso*. Prior Velho: Paulinas Editora.
- Guerra, I. C. (2006). *Pesquisa Quantitativa e Análise de Conteúdo – Sentidos e formas de uso*. Cascais: Príncipia Editora.

- Guerra, P. (2011). *O cliente não tem sempre razão mas... tem sempre emoção!* Lisboa: Edições Sílabo.
- Guimarães, P. (2021). *A comunicação da Igreja é um encontro*. Apelação: Paulus Editora.
- Gullo, M. (2013). *Papa Francisco: a opção pelos pobres sem cair no marxismo*. Aleteia. <https://bit.ly/2sQ0oq0>
- Halík, T. (2021). *O tempo das Igrejas vazias*. Prior Velho: Paulinas.
- Halík, T. (2023). *No limiar de uma Nova Reforma do Cristianismo*. Prior Velho: Paulinas.
- Kotter, J. P. (2017). *Liderar a Mudança*. Alfragide: Lua de Papel.
- Krames, J. (2015). *Liderar com Humildade - As 12 Lições de Liderança do Papa Francisco*. Editorial Presença. Lisboa.
- Kuhnke, E. (2007). *Linguagem Corporal para totós*. Portugal: Porto Editora.
- Martins, N. (2000). *Cristo: o comunicador perfeito. Delineamento de uma teologia da comunicação à luz da Instrução Pastoral Communio et Progressio*. Lisboa: Edições Didaskalia.
- Marujo, A. & Franco, J. (2017). *Papa Francisco: a revolução imparável*. Manuscrito. Barcarena.
- Matteo, A. (2022). *Converter Peter Pan. O destino da fé na sociedade da eterna juventude*. Prior Velho: Paulinas.
- Mendonça, J. T. (2022). *Metamorfose Necessária* – Reler São Paulo. Quetzal Editores.
- Merayo, A. (2007). *A eficácia persuasiva do comunicador*. Prior Velho: Paulinas.
- Monteiro, D. (2016). *Mídia e Religião: a construção dos imaginários sociodiscursivos referentes ao Papa Francisco nas notícias das revistas Veja e Carta Capital*. Dissertação de Mestrado em Letras. Universidade Federal de Viçosa. [https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFV\\_eb65c40befa6a1f8e6229f579a1f20cb](https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFV_eb65c40befa6a1f8e6229f579a1f20cb)
- Mooney, M. M. (2015). Habemus papam. *Christian Bioethics*, 21(1), 69-72. <https://doi.org/10.1093/cb/cbu050>
- Monteiro, P. (2004). *Pregar o Evangelho. Os critérios de Santo Agostinho na teologia da pregação*. Prior Velho: Paulinas.

Monteiro, A., Caetano, J., Marques, H. & Lourenço, J. (2008). *Fundamentos de Comunicação*. Lisboa: Edições Sílabo.

Neto, T. (2016). *Hora de mudança na transmissão da fé*. Prior velho: Paulinas.

Oling, J. (2018). *A comunicação de Papa Francisco no Instagram no contexto multicultural contemporâneo*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. Pontifícia Universidade Católica do Grande do Sul. <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/7965#preview-link0>

Oliveira, C. M. (2020). *Marketing Pós-Digital. O Marketing à medida do ser humano*. Lisboa: Conjuntura Actual Editora.

Paulo VI, PP. (1964). Carta Encíclica *Ecclesiam suam*, AAS 56, pp.646-647.

Pereira, M. J. (2014). *Comunicação Estratégica no contexto organizacional*. Revista Internacional de Ciências (Julho/ Dezembro), 4, pp. 37-50.

Preston, S. & De Waal, F. (2002). *Empathy: Its ultimate and proximate bases*. Behavioral and Brain Sciences, 25(1), 1-72. <https://doi.org/10.1017/s0140525x02000018>

Puntel, J. T. (2010). *Comunicação. Diálogo dos saberes na cultura midiática*. São Paulo: Paulinas.

Rego, A. (2016). *Comunicação Pessoal e Organizacional (Teoria e Prática)*. Edições Sílabo.

Rocha, C. (2019). *Fale menos. Comunique mais*. Lisboa: Manuscrito.

Rodrigues, J. (2003). *Antropologia e Comunicação. Princípios Radicais*. São Paulo: Edições Loyola.

Santos, L. S. (2016). *Storytelling: O poder da narrativa estratégica dentro do branding e do marketing*. Curso de pós-graduação Lato Sensu MBA Branding e Business. <https://www.univates.br/bdu/handle/10737/1629>

Scavo, N., & Beretta, R. (2019). *Fake Pope. As falsas notícias acerca do Papa Francisco*. Prior Velho: Paulinas.

Simon, M. (2019). *Papa Francisco: Uma encíclica viva de gestos e imagens*. Tese de Doutoramento em Comunicação e Semiótica. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/22346>

Selltiz, C., Wrightsman, L. S. & Cook (1974). *Métodos de pesquisa nas relações sociais: Delineamentos de pesquisa*. São Paulo, Brasil: Editora Pedagógica e Universitaria Ltda.

Spadaro, A. (2012). *Cyberteologia – Pensar o Cristianismo na era da internet*. Prior Velho: Paulinas.

Spadaro, A. (2014). *WEB 2.0 – Redes Sociais*. São Paulo, Brasil: Paulinas.

Spadaro, A. (2015). *Papa Francisco. A verdade é um encontro. Homilias em Santa Marta*. Prior Velho: Paulinas.

Stuckey, H. L. (2013). *Three types of interviews: Qualitative research methods in social health Methodological Issues in Social Health and Diabetes Research*. Journal of Social Health and Diabetes, 1. <https://doi.org/10.4103/2321-0656.115294>

Tavares, S. D. (2021). *Comunicar com sucesso – Dicas úteis para uma comunicação clara, empática e emocionalmente inteligente*. Alfragide: Oficina do Livro.

Tfouni, F. E. V., & Pereira, A. D. C. (2016). Entre o acontecimento e a memória: discursos sobre o papa Francisco em capas de revista de grande circulação. *Linguagem em (Dis) curso*, 16, 11-33.  
<https://doi.org/10.1590/1982-4017-160101-1515>

Whalker, P. (2011). *Nas Pegadas de São Paulo – Um guia ilustrado das viagens de São Paulo*. Prior Velho: Paulinas.

Wolton, D. (1999). *Pensar a Comunicação*. Miraflores: Difel.

## **ANEXOS**

### **ANEXO I – ENTREVISTA AO CARDEAL D. AMÉRICO AGUIAR**

**Bispo de Setúbal e Membro do Dicastério da Comunicação do Vaticano e Presidente da Fundação JMJ**

**Local da Entrevista: Pontifício Colégio Português, em Roma (4 de Outubro de 2023)**

**Luís Rafael (LR):** Saúdo o Sr. Cardeal D. Américo e agradeço-lhe este tempo que me dispensa para a realização desta entrevista. Como sabe, sendo aluno do Instituto Politécnico de Viseu (IPV), mais concretamente na Escola Superior de Educação de Viseu (ESEV), estou a redigir uma dissertação de Mestrado em Comunicação Aplicada.

Iremos realizar uma entrevista semi-estruturada, havendo um conjunto de questões que irão orientar-nos a nível temático, no entanto, é normal que, ao longo do diálogo, possam surgir outros assuntos pertinentes. Este estudo na área da comunicação estará ligado com a minha formação de base na área da teologia, tendo como tema: “O papel da linguagem informal na comunicação da Igreja”. Neste sentido, com a colaboração da minha orientadora e do meu Co-orientador, Professora Teresa Barros e Professor Julien Diogo, optou-se por assumir a seguinte questão de partida: “Será que uma linguagem informal da Igreja desperta a atenção e poderá permitir e facilitar a perceção da mensagem cristã, bem como impulsionar o envolvimento com a Igreja Católica?”

Antes de avançarmos mais, dizer-lhe que necessitamos de gravar esta entrevista e solicitamos a sua autorização para podermos fazer este registo audiovisual e utilizar a informação recolhida para benefício deste estudo.

**D. Américo Aguiar (AA):** Ok. Tudo bem.

**LR:** Muito Obrigado! A entrevista durará, aproximadamente, 45 minutos e pretendemos dialogar sobre a sua perspetiva pessoal no âmbito da temática que estamos a estudar. Sabemos que é um comunicador sem medo da informalidade, mestre em comunicação com uma dissertação intitulada “Um Padre na Aldeia Global”, foi diretor do Grupo Renascença vários anos, assumiu várias funções nestas áreas e, hoje mesmo, foi anunciada a sua nomeação como membro do Dicastério da Comunicação do Vaticano.

Tendo esta base formativa e tanta experiência, começamos por lhe perguntar: Qual é o objetivo da comunicação? Qual o seu papel no nosso dia-a-dia e ao longo da nossa história?

**AA:** Muito bem! Então, vamos lá! No processo comunicacional o que é importante é que o emissor e o destinatário se entendam. O objetivo é que todos se entendam! Não faz sentido que: da parte do emissor exista uma grande construção frásica, mental, sistemática e o destinatário não esteja «nem aí», sem capacidade de entender. No caso da Igreja podemos falar das línguas e dar o exemplo do latim... podemos falar da questão da litúrgica, dos símbolos, das imagens... podemos falar em séculos diferentes e naquilo que seriam as ferramentas de catequese das pessoas que não sabiam ler nem escrever, etc. Podíamos falar de tanta coisa, mas, tanto no passado como hoje, o essencial é isto: para que haja comunicação, isto é, para que nos consigamos entender, não podemos esquecer aquilo que é a realidade dos nossos destinatários.

**LR:** Estando atentos à sensibilidade e à identidade das pessoas para quem estamos a comunicar, haverá espaço para uma linguagem informal? Comparando um estilo de comunicação mais formal, quais as vantagens e os perigos?

**AA:** Nós, quando estamos numa celebração, temos a obrigação de assimilar a sensibilidade de quem nos está a ouvir e temos a obrigação de respeitar aquilo que é o ritual, não é cada um fazer aquilo que lhe dá na «real gana», se não isso acaba numa «feira da ladra» ou numa «salada». Isto não invalida que, às vezes, estejamos diante de assembleias em que podemos arriscar um bocadinho mais. Eu acho piada, sempre achei, quando nós nos armamos em «coisa e tal» e falamos do Vaticano II e da Gaudium et Spes, da Exortação Apostólica e mais não sei quê e não sei que mais... e ficamos satisfeitos. Ora bem, eu tenho a certeza que uma boa percentagem de quem nos está a ouvir nem sabe o que é, nem está a ver o que queremos transmitir. Por isso temos a obrigação, cada vez mais, como eu disse há dias num programa, não é de descer ao nível do povo... é de subir! Algumas pessoas ficaram um bocadinho baralhadas e pensaram que eu me tivesse enganado, mas não me enganei nada, foi de propósito que disse que temos de subir ao nível do povo. A erudição e a sistematização académica não são pecado, antes pelo contrário, mas temos de ter essa sabedoria de, estando diante de uma assembleia, tentar subir e descer mediante aquilo que estamos a assimilar dos mais velhos aos mais pequeninos, dos mais ilustrados aos menos, de maneira a que aquilo que estamos a dizer seja entendido... porque o Cristo e o Evangelho são sempre os mesmos. Quando nós colocamos os dois blocos da comunicação formal e informal, podendo colocar também a comunicação institucional na barra da formal, vemos um desafio. Se qualquer uma destas permitir que o destinatário entenda, compreenda, acolha e assimile, ok! Quando alguma delas não está a permitir que isso aconteça, não está a cumprir o objetivo da comunicação. E na Igreja temos muitos exemplos, tanto na parte ritual e litúrgica como na comunicação quotidiana dos sacerdotes, bispos, cardeais, de

todos os agentes pastorais quando, enfim, nos esquecemos que o importante não é aquilo que a gente sabe, não é ouvirmo-nos.

**LR:** Olhando para temática fundamental deste estudo e tendo em conta que os recetores da mensagem podem ser crianças, jovens, adultos ou idosos... considera que existe uma diferença na sensibilidade das várias gerações quanto à linguagem informal? Será que há alguma geração menos aberta a este tipo de comunicação?

**AA:** Eu sinto que: em todas as gerações há pessoas disponíveis, que gostam e entendem. É transversal... mas também há pessoas que não apreciam que se use de informalidade. A mim já me chamaram à atenção e eu «enfio o barrete», fica na memória, corrijo e não arrisco quando estou naquele local ou com aquelas pessoas... não arrisco porque não gostam, porque não entendem e não consigo que a mensagem passe. Se o objetivo é a proximidade e o efeito é contrário, então não.

**LR:** Mas trata-se de uma maioria?

**AA:** Não, absolutamente. O que me parece importante é que as pessoas nos entendam, tal como entendiam as parábolas de Jesus. Por exemplo: eu podia dizer que a Igreja de Santo António dos Portugueses tem muito significado porque esteticamente isto, porque é daquele século e tal... mas eu, usando de informalidade, disse que aquela Igreja era um «expetáculo» como diz o Fernando Mendes, toda a gente sorriu e entendeu o que eu queria dizer. É claro que eu também não gosto que as celebrações, a determinada altura, sejam outra coisa. É preciso o equilíbrio e ter em conta o contexto! Outro exemplo: a determinada altura eu presidi a muitas celebrações que eram transmitidas pela TVI e achava engraçado que, durante a Peregrinação dos Símbolos em todo o território nacional, eu estive por todo o país e em todo o lado me apareciam as avozinhas a agradecer e a falarem, com muito carinho, das coisas engraçadas que eu disse quando elas viam a Missa na televisão.

**LR:** Sente que informalidade pode ajudar a criar proximidade, despertando a atenção e a empatia?

**AA:** Eu penso que sim e é óbvio que eu me sinto bem a comunicar dessa forma e a criar essas ligações, mas também entendo que existam pessoas que não sintam o mesmo. Por exemplo, há quem defenda que a Missa deve ser, pura e simplesmente, televisionada e ninguém deve interagir com os telespectadores, nem o presidente da celebração, nem o coro, nem a produção deve ter qualquer interferência, ninguém... está ali apenas uma objetiva que está a transmitir um acontecimento, ponto! Mas, como as pessoas reparam, eu falo lá para casa, desejo um bom almoço, paro um bocadinho para referir algo que se esteja a passar... e há quem diga que é inadequado. Ora, eu não concordo! Aliás,

durante o confinamento até se reforçou que estávamos todos a concelebrar, a participar... ao contrário daquilo que se dizia no passado. Aliás, neste sentido, passei por situações interessantíssimas, em que a avozinha de não sei de onde perguntava como é que eu sabia que ela estava a cozinhar... ora, eu não sei se ela está a cozinhar, mas àquela hora pode acontecer que sim. No entanto, a pessoa sentiu aquilo tão direto que sentiu uma grande alegria com uma mensagem que lhe fez sentido porque estava a cozinhar. Uma coisa tão simples conseguiu despertar a atenção daquela senhora e, de certa forma, aproximou-nos.

**LR:** Fazendo uma viagem até 30 d.C e olhando para Jesus apercebemo-nos que Ele não era igual aos outros mestres, optando por outras formas de comunicar. Podemos, por exemplo, dizer que as Parábolas de Jesus se enquadram numa lógica informal?

**AA:** Sim, claro que sim. Jesus tentou ser claro, sendo próximo àquilo que era a linguagem e a vida daquelas pessoas. Naquele contexto foi uma comunicação brilhante e eu penso que nós hoje temos de fazer o mesmo e com imagens novas. Estou convicto que hoje não podemos simplesmente replicar as mesmas imagens diante de um auditório que não tem a mesma base cultural. Aliás, há uns tempos eu até inventei uma para garantir que me entendiam. Há malta, em certos contextos, que já não entende a linguagem agrícola e pastoral: as ovelhas, as vinhas... não sabem bem o que é. Jesus, hoje, connosco e através de nós, quer atualizar as parábolas, para dizermos o mesmo, mas com outras imagens. Se os miúdos nunca viram uma ovelha e não fazem a mínima ideia daquilo que estamos a falar, é fatal. Cristo é o mesmo, o Evangelho é o mesmo... mas nós temos a obrigação de ser capazes de permitir que a mensagem de Jesus se materialize em novas imagens, em novas formas de dizer, para que as pessoas nos entendam.

**LR:** Olhando para o Papa Francisco, vamos verificando que o seu estilo de comunicação tem várias marcas de informalidade, incluindo nas celebrações litúrgicas. Considera que isso tem facilitado a comunicação da mensagem cristã?

**AA:** Absolutamente! Sem dúvida nenhuma! Aliás, nós vimos na Jornada Mundial da Juventude exemplos muito práticos disso, daquilo que eram os textos formais que ele tinha e aquilo que foi a sua perspicácia, atenção e dom, de numa assembleia ver se o texto que estava preparado devia ou não ser proferido. Na Capelinha das Aparições ele foi espetacular! Ele viu que para as pessoas que ali estavam à sua volta, o texto não traduziria aquilo que ele queria dizer e, por isso, disse o que lhe pareceu melhor. Ele fez isso noutras locais e consegue fazê-lo com especial capacidade, interagindo com aqueles para quem está a falar e isso é algo que eu também gosto. Tudo o que for interagir assim é boa comunicação. Essa coisa de eu falar e vocês estarem calados, eu começo e termino, essa

lógica de monólogo não faz muito sentido. Aliás, até pedagogicamente, naquilo que é hoje o ensino, há quem continue a defender que o senhor professor deve continuar a ensinar do alto da sua cátedra, desbobinando a matéria enquanto a malta apenas ouve, aponta e ponto final. Mas, hoje em dia, há muitos métodos pedagógicos que defendem uma interação permanente e basta olharmos para esta geração dos nativos digitais para vermos que eles não encaixam num registo que se feche ao diálogo. É o mundo novo que temos pela frente.

**LR:** Na JMJ o Papa Francisco conseguiu dizer a mesma mensagem em registo formal e informal. Tratando-se da mesma pessoa a comunicar e da mesma mensagem a transmitir, qual é a pertinência de usar registos diferentes?

**AA:** Às vezes ganha-se muito com a informalidade e também se pode ganhar com a formalidade. É, precisamente, o dom de saber qual é que faz mais sentido em determinado contexto. E há outra coisa interessante no Papa Francisco: ele, até com a sua expressão facial, consegue impor maior ou menor à vontade. Nós sabemos que nos primeiros tempos, quando ele chegava às celebrações na Basílica de São Pedro, as pessoas tinham muito a mania de bater palmas e de fazer barulho e ele mantinha um ar sisudo, fechado, precisamente para desafiar as pessoas a acalmar, sem ser preciso dizer nada. Ele adapta-se e a sua linguagem corporal também ajuda a assembleia a adaptar-se.

**LR:** Então, até que ponto há espaço para uma linguagem informal em momentos sérios e diante de assuntos mais sérios?

**AA:** Reconheço que às vezes pode correr muito bem e outras nem por isso... mas há coisas que só a brincar, a gente consegue aproximar-se, dizer e falar. Quando digo a brincar, não é com desrespeito. O segredo é sempre nós sermos capazes de ler os destinatários, de sabermos se estamos ou não estamos a 'jogar em casa', se estamos ou não estamos a ter *feedback*. Quer dizer, se estiver diante de uma assembleia que não aprecia e que não entende, eu tenho de fazer ali, rapidamente, uma manobra... recuar, puxar o travão a fundo e ir por outro caminho. Eu vou tentando fazer isso, principalmente nos funerais e nos casamentos, que vão sendo as assembleias mais diversas naquilo que é o interesse das pessoas em estarem lá. Nos casamentos há convidados e muitos deles não estão «nem aí» e eu tento ver se a mensagem também chega a esses. Eu vou dando conta que as pessoas estão cada vez mais distraídas, muitíssimo distraídas e nós, durante a parte em que podemos interagir com elas, devemos tentar captar a sua atenção, nem que seja com uma brincadeira. Nos funerais, há aspetos semelhantes e razões diferentes, há pessoas que estão sentidas e doridas, há outras que estão ali para cumprir um dever civil de amizade e, tanto numas como nas outras, encontramos quem esteja disponível para ouvir e para pensar. É uma oportunidade que não podemos perder e temos de estar bem preparados para conseguir corresponder às necessidades deste tipo de pessoas

que já só encontramos nesses momentos. Acima de tudo, é essencial que as pessoas se sintam amadas, acolhidas e respeitadas para que queiram fazer caminho. Eu sei que é muito fácil dizer isto, mas depois teremos de nos dedicar um a um e a comunicação só vai resultar se dermos testemunho de vida.

**LR:** Falando de testemunho... o Beato Carlo Acutis serviu-se do mundo informático para testemunhar a sua fé, São Paulo fez o mesmo escrevendo várias cartas. Ambos utilizaram os meios disponíveis no seu tempo para comunicar a mensagem. Na atualidade, como devemos encarar as novas tecnologias? Estaremos a menosprezar o seu poder?

**AA:** As tecnologias, o digital e as novas linguagens, por si só, nem são boas nem são más, tudo dependerá da nossa capacidade e sabedoria de as saber usar, oportunamente, para que o circuito de comunicação se concretize. Neste sentido, penso que é urgente aproveitarmos e utilizarmos os novos meios que estão à nossa disposição, estando fora de questão insistirmos numa evangelização de pedra e picareta na mão. A mim não me causa nenhum problema que algumas pessoas queiram privilegiar outras metodologias, mas não podemos impedir que a mensagem chegue a todos. Às vezes corremos o risco de ser tão papistas e tão desatualizados na maneira como comunicamos que a mensagem já não chega às pessoas. Isto é como ir assistir a um jogo de críquete sem saber as regras, no máximo bates palmas quando os outros baterem e estás só a assistir sem perceber nada. O Papa São João Paulo II disse-nos que era precisa uma nova evangelização, nova no ardor, nos métodos e nas expressões... e é aí que está o problema, nos métodos e nas expressões. Às vezes agarramo-nos a coisas que são dos séculos passados e queremos insistir e insistir só «porque sim», sem termos em atenção aqueles que são os nossos verdadeiros destinatários. São precisos novos métodos, novas expressões, novas plásticas, novas leituras e ainda bem que vão surgindo maneiras novas de fazer as coisas... se não estávamos todos no «tempo da roda». Para mim é obvio que vamos acompanhar nos próximos anos, nas próximas décadas e nos próximos séculos – nós já não estaremos aqui e veremos isso de outro «camarote» – que as coisas vão evoluir e isso não é melhor nem pior, é diferente. O que é importante é que as pessoas sejam sensíveis ao que se está a passar à sua volta, que se entendam, que acolham e que façam caminho.

**LR:** E não lhe parece que as pessoas pensam que a Igreja ficou no «tempo da roda»? Como é que a sociedade olha para nós e para a nossa comunicação?

**AA:** Nós temos de ter sempre cuidado quando falamos da Igreja porque tem de ficar claro o que queremos dizer, evitando cair na tentação de: quando falarmos de uma coisa má é a hierarquia e quando se trata de uma coisa boa estamos a falar de todos. Também temos de ter em conta a geografia... porque se estamos

a falar da Europa é uma coisa, se estamos a falar da África é outra, se estamos a falar da Ásia é outra e, porventura, da Oceânia é outra. E dentro desses continentes também temos muitas diferenças.

**LR:** Mas tentando abordar o contexto Europeu e focando em Portugal. Quais as maiores dificuldades e os maiores desafios no âmbito da comunicação?

**AA:** Julgo que não podemos deixar o belo e o verdadeiro. Se olharmos para trás nós vemos que havia um gosto, um cuidado de escolher algo que fosse bom para glorificar a Deus. Ora, esse cuidado e esse empenho já não se sente hoje, não só na dimensão artística, mas também na maneira como comunicamos, parece que qualquer coisa serve, arranja-se um tripé, uma sombrinha e siga para a frente. Ou seja, não podemos perder o equilíbrio, pondo em causa a beleza e a verdade. Eu lembro-me, por exemplo, quando nós começamos a entrar na onda do digital e a criar sites para as dioceses, enfim, o bom gosto não era propriamente reinante. E nós sabemos como a falta de bom gosto é fatal para a adesão dos cibernautas à mensagem. Ora, é importante que a comunicação da Igreja tenha bom gosto, que as coisas sejam bem feitas e que não se esqueça a sensibilidade dos destinatários. Oh Luís, no caso das Homilias, há muitos livrinhos onde nos podemos inspirar – eu sou assinante de vários portugueses e espanhóis – mas não podemos pegar naquilo e chapar com tudo às nossas assembleias. Aquela homilia foi feita por outra pessoa, num contexto diferente e para outros destinatários! Se nós pegarmos naquilo e replicarmos numa Missa de Catequese, num lar de 3ª Idade ou num encontro de Jovens, vai ser fatal. Além disso, um dos nossos maiores problemas é o tempo prolongado de «blá, blá, blá». Nós continuamos a ter massacres de 20, 40, 50 minutos de homilia numa celebração e isso é fatal. Nem empatia, nem comunicação, nem mensagem, nem conversão, não ganhamos nada com isso. Os especialistas de comunicação estão fartos de alertar para isto e o Papa também tem falado várias vezes no assunto, mas não estamos a ser capazes mudar.

**LR:** Sendo a mensagem cristã tão profunda e tão séria, poderá a informalidade colocar em risco a verdade que se pretende transmitir?

**AA:** Penso que não. Ui! Há tanta formalidade que é aldrabice total! Eu penso que devemos ter sempre o cuidado do equilíbrio, o «QB», porque o «à vontade» não pode ser «à vontadinha». É preciso ter bom senso. Por exemplo, na altura do inverno as pessoas tosse muito e temos duas hipóteses: ou pedimos às pessoas para irem tossir lá para fora porque estão a incomodar ou podemos dizer que não temos reбуçados Dr. Bayar e que para a próxima iremos trazer, etc. Como se pode ver, são duas maneiras distintas de abordar o mesmo assunto, uma mais formal e outra mais informal, e qual delas é que é mais simpática? A mim parece-me melhor estar a brincar e falar dos reбуçados do que estar a repreender a pessoa por algo que nem tem culpa nenhuma. Outro

exemplo: nos batizados ou noutras celebrações está uma criança a chorar ou a fazer barulho... o que é que eu digo? Peço para saírem para não incomodarem? Não, eu digo que ali os únicos que podem fazer barulho são os bebés e peço aos adultos que façam o favor de estar atentos. Fica resolvido! Haverá quem diga que o padre deixa as crianças a fazer barulho e tal, mas eu penso que é a melhor opção. Naquilo que é o dia a dia da nossa vida, seja no encontro com uma pessoa, seja numa celebração, seja num ato académico, seja num ato oficial ou num ato qualquer cada um de nós é como é. Nós vemos que há pessoas que entram numa sala e ninguém liga e há pessoas que entram numa sala e interagem e reagem. O que é certo é que cada um de nós deve ser sempre verdadeiro e tentar encontrar a melhor maneira de comunicar a mensagem com autenticidade.

**LR:** E para terminar, diga-me onde é que colocamos Deus no meio disto tudo?

**AA:** Olha, desde que acordamos até que nos deitamos. Principalmente quando lhe damos espaço para Ele fazer, através de nós, aquilo que quiser. Isto nem sempre é fácil e vai para além de qualquer técnica e qualquer preparação. D. António Taipa dizia que temos de partir do princípio que Deus não faz nada, mas ter a plena consciência que é Ele que faz tudo. Nós não nos podemos impor, a Igreja não impõe, propõe. Temos de ir por aí... «coraggio»!

**LR:** Muito Obrigado por este tempo. Será, certamente, uma mais-valia para este estudo. Daqui a uns dias irei enviar-lhe a versão escrita desta entrevista e se desejar poderá corrigir e acrescentar aquilo que lhe parecer oportuno.

## **ANEXO II – ENTREVISTA A D. JOAQUIM DIONÍSIO**

### **Bispo Auxiliar do Porto**

#### **Local da Entrevista: Paço Episcopal do Porto (17 de Outubro de 2023)**

**Luís Rafael (LR):** Começo por saudá-lo e agradecer-lhe a disponibilidade para este tempo em que vamos dialogar um pouco sobre a temática escolhida para a dissertação de Mestrado que estou a redigir. Este estudo está a ser realizado no Instituto Politécnico de Viseu (IPV), mais concretamente na Escola Superior de Educação de Viseu (ESEV), como conclusão do Mestrado em Comunicação Aplicada, vertente estratégica e tendo como Orientadora a Professora Teresa Barros e como Co-Orientador o Professor Julien Diogo. Tendo em conta que a minha formação de base é em Teologia, esta dissertação também irá ter uma ligação com essa área e pretende-se aprofundar conhecimentos sobre “O papel da linguagem informal na comunicação da Igreja”.

Neste sentido, ao longo desta entrevista vamos dialogar sobre algumas temáticas relacionadas com a questão de partida deste estudo: “Será que uma linguagem informal da Igreja desperta a atenção e poderá permitir e facilitar a perceção da mensagem cristã, bem como impulsionar o envolvimento com a Igreja Católica?”

Dizer-lhe, também, que optamos por fazer uma entrevista semiestruturada. Certamente terá visto as questões que lhe enviei previamente. No entanto, este tipo de entrevista, dar-nos flexibilidade para abordar as várias questões sem seguir rigidamente o esquema preparado. Em diálogo aberto, estamos conscientes que podem surgir outras questões pertinentes e temáticas úteis ao estudo.

Posto isto, solicito a sua autorização para a gravação desta entrevista em formato audiovisual e peço a sua permissão para que os conteúdos recolhidos ao longo desta entrevista possam ser utilizados neste estudo e, se necessário, apresentados publicamente.

**D. Joaquim Dionísio (JD):** Muito bem. Com certeza que aceito e autorizo!

**LR:** Agradeço a sua autorização e, como combinado, está previsto que esta entrevista dure aproximadamente 45 minutos.

Em diálogo com a Equipa Orientadora deste projeto, decidimos fazer-lhe esta entrevista por algumas razões: Por um lado porque foi professor de «Técnicas de Comunicação» durante a formação dos jovens seminaristas na área da Teologia, também tivemos em conta a experiência que ganhou ao ser Diretor do Jornal «Voz de Lamego» durante vários anos e, por fim, a vitalidade do seu estilo

pastoral, a sua maneira de ser e a sua forma de comunicar a mensagem. A par disto, também é de destacar o seu papel na hierarquia da Igreja, sendo um dos bispos mais jovens de Portugal. Sem querer fazer uma biografia sua, tudo isto levou a que o convite fosse realizado e, mais uma vez, agradeço-lhe por ter dito que sim.

**JD:** Ora bem, antes de avançarmos, quero aproveitar este momento para te dar os parabéns pela tua vontade de querer saber mais... e um saber não apenas pelo saber mas, sobretudo, um saber que te vai ajudar a ser. Penso que na área que escolheste, neste curso, pode ser muito proveitoso para ti e acima de tudo para a tua missão. Parabéns pela tua disponibilidade e parabéns pela tua inquietude porque podias ter ficado quieto naquilo que já sabes e, certamente, é muito. Esta disponibilidade para manter essa inquietude será favorável para ti e isso também é bom para a Igreja. Além disto, quero partilhar a minha alegria de estar aqui e poder dizer alguma coisa, sabendo que talvez outros o fizessem melhor. Mas, posto isso, é com toda a vontade que participo neste teu projeto.

**LR:** Tendo como pano de fundo a questão de partida, gostaríamos de começar pela base de todo o estudo: a comunicação! Tratando-se de um domínio que não é exclusivo da Igreja porque faz parte da essência humana, qual o seu papel na nossa história? Qual o objetivo da comunicação?

**JD:** Eu penso que nós passamos o tempo a comunicar e é a comunicação que nos ajuda a ser... e é a comunicação que nos ajuda a dizermo-nos. Concretamente na Igreja, até pela raiz comum não se pode pensar a comunicação sem olhar à comunhão. Nós comunicamos, em Igreja, não para dizer alguma coisa ou partilhar uma ideia, mas para dar a conhecer uma pessoa que é Jesus Cristo. Em Igreja, quando nós comunicamos através da palavra, do gesto, do toque, do silêncio ou do símbolo devemos visar a comunhão.

**LR:** Já que fala da dimensão simbólica gostava de perceber o pensa sobre esta comunicação de uma mensagem que está muito para a além daquilo que se diz.

**JD:** Isso leva-nos logo de imediato para as dificuldades que a Igreja tem hoje em comunicar. Não apenas por não saber, às vezes, utilizar os meios atuais, mas porque se perdeu muita da cultura simbólica ligada à mensagem cristã. Neste sentido, é muito fácil chegarmos a um local e não perceber nada da mensagem que está diante de nós se ninguém nos explicar. Por exemplo: olhamos para algumas construções, alguns vitrais e nem sempre se compreende a mensagem que ali está.

**LR:** Pode dizer-se que, atualmente, há uma gramática religiosa que as pessoas não entendem?

**JD:** Sim, é verdade! É uma dificuldade que é também um desafio para a Igreja. Temos de saber comunicar hoje uma verdade que é de sempre.

**LR:** Neste âmbito da comunicação, sabendo que a linguagem é muito mais do que aquilo que dizemos, gostaríamos de direcionar o nosso olhar mais especificamente para a temática que estamos a aprofundar, tentando balizar a linguagem formal e a linguagem informal. Qual a sua perspetiva sobre este assunto? Como é que as distinguiria?

**JD:** Eu penso que, falando numa perspetiva eclesial, precisamos das duas. Há lugar para as duas! Não se trata de privilegiar uma em detrimento de outra trata-se de saber compreender as potencialidades de cada uma delas e saber adaptar-se às circunstâncias e à verdade que queremos transmitir. Portanto, tal como acontece em qualquer organização, também na Igreja nós olhamos a comunicação formal com algo que vem de cima e não conseguimos retirar-lhe a carga hierárquica, sendo um pouco mais elaborada, menos emocional e imediata. Com certeza que precisamos dela para comunicar a pessoa de Jesus com verdade, de forma intemporal, sem nos limitar-nos a uma opinião. Por outro lado, a informalidade também é bem-vinda porque há assuntos e há circunstâncias onde pode ser útil. Por exemplo: a Homilia não parte do nada! Há uma palavra formal que é o Evangelho, que é a Sagrada Escritura, que somos convidados a escutar e depois somos convidados a comentar. Ora, o Padre ou Bispo, aquele que comenta num ato litúrgico não pode perder de vista essa dupla linguagem, que pode ser utilizada no mesmo espaço e na mesma celebração. No entanto, há algo que não se diz em nome próprio, é dito em nome da Igreja e, portanto, não se pode distanciar muito daquela linguagem formal. Mas, depois, há uma linguagem informal que tem a ver com a sua maneira de ser, tem a ver com a assembleia que tem diante de si e pode conjugar bem estas duas dimensões, havendo espaço para as regras e para a espontaneidade.

**LR:** E será que essa espontaneidade exige alguma preparação?

**JD:** Sim! Como se costuma dizer: «o improvisado dá muito trabalho». Aliás, às vezes, ser simples é muito mais difícil, mas penso que a simplicidade também tem de estar nos dois lados, também tem de haver simplicidade quando somos formais. Não é por se usar o jargão, uma linguagem técnica, uma linguagem muito elaborada que se transmite mais. Aliás, às vezes é muito mais difícil usar uma linguagem simples capaz de ser entendida. Certamente, é diferente estar a falar para uma assembleia com expectativas diferenciadas ou estar perante um grupo mais ou menos homogéneo. No entanto, não convém exagerar na informalidade, anulando a dimensão formal que faz parte da nossa identidade. É preciso saber dosear, porque a ânsia de querer ser demasiado informal pode esvaziar a mensagem e colocar em risco a verdade que se pretende comunicar.

**LR:** Na revisão de literatura que fizemos para esta dissertação fomos encontrando autores que referem que a informalidade pode ajudar a despertar a atenção. Da sua experiência, até que ponto considera que a informalidade pode ter esse poder de conectar com uma assembleia?

**JD:** A informalidade tem de estar ao serviço da verdade e isso vai dependendo da criatividade do comunicador. Costumo dizer que ser simples é uma coisa e ser simplório é outra. Portanto, no ato de comunicar devemos procurar ser simples, sem esquecer o essencial e ficar apenas pela superficialidade. No entanto, a informalidade, a maneira como nos colocamos, o modo como gesticulamos, os exemplos que damos, o auxílio de algumas imagens e objetos, tudo o que seja para ajudar a transmitir a mensagem é sempre bem-vindo e útil. Portanto, a informalidade é necessária e o ser simples é bom, procurando não cair na tentação de olhar mais para o invólucro do que ao conteúdo. A forma tem de estar ao serviço da mensagem e Jesus fazia isso de uma forma singular. A informalidade levada ao exagero, baseada apenas em opiniões, pode dar origem a *fake news*, aos rumores, ao «diz que disse». É importante ser informal e é necessário que essa informalidade não perturbe o essencial.

**LR:** Olhando concretamente para Jesus, para a sua forma de estar e de ser, como podemos encarar as suas parábolas e os seus gestos imprevisíveis naquele contexto? Encontra no seu estilo de comunicação traços de informalidade?

**JD:** Muita informalidade e as parábolas é o mais óbvio! Olhando para a plateia Jesus é capaz de utilizar imagens do quotidiano, numa linguagem muito simples para apontar para algo mais alto e mais profundo. Jesus é um grande comunicador e a sua informalidade para lá da palavra vai também ao gesto. Dou apenas um exemplo que nos pode ajudar a olhar Jesus como aquele que comunica: Ele podia ter feito aos seus discípulos um grande discurso sobre a importância do serviço, sobre o primeiro que se faz último para acompanhar e ajudar... mas, em vez disso, Jesus aproveitou um momento em que eles estavam todos em ambiente de festa, tirou o manto, colocou um avental e foi lavar-lhes os pés. Não era suposto fazer isto a meio de uma refeição e só no fim é que lhes disse: “como eu fiz, fazei vós”. Portanto, é um ato de comunicação muito forte porque Ele diz o que espera de mim dando o exemplo e isso desinquieta-nos. Desta forma Jesus faz-nos pensar, faz-nos sair de nós e faz-nos olhar para mais longe.

**LR:** Fazendo agora uma ponte para a atualidade e tentando fazer uma ligação entre a comunicação de Jesus e o estilo de comunicação do Papa Francisco, considera que a linguagem informal tem ajudado as pessoas a entender melhor a mensagem?

**JD:** Sim, é verdade que algumas palavras do Papa Francisco dão ótimos títulos de jornal. Ele tem essa capacidade de sintetizar e de dizer de forma simples aquilo que é profundo e também, de alguma forma, desinquietar aqueles que o escutam. A verdade é que ele não está a dizer nada de novo, a mensagem é a mesma... mas, dito por ele, dessa maneira soa a novidade, como foi o caso da repetição «todos, todos, todos». Penso que é este o desafio da comunicação da Igreja: dizermos a mensagem de sempre, porque não é nossa, mas de uma forma nova, para os ouvidos deste tempo.

**LR:** Pegando nessa expressão dita pela Papa e analisando os vários discursos que proferiu durante a JMJ 2023, reparamos que a expressão «todos, todos, todos» teve muito impacto na Celebração de Acolhimento quando o Papa o fez de modo mais informal. No entanto, já tinha dito a mesma coisa no dia anterior, no Mosteiro dos Jerónimos, num registo mais formal. Porque é que da primeira vez que o disse não foi tão marcante e não foi repercutido pela comunicação social?

**JD:** Porque não o disse de uma forma tão empática. O facto de na Cerimónia de Boas-Vindas, no Parque Eduardo VII, ele parar e pedir para que repetissem criou automaticamente outra dinâmica na frase e aí viu-se bem a informalidade ao serviço da mensagem. Em determinadas circunstâncias, com determinadas técnicas e de determinada forma é capaz de ter um alcance muito mais abrangente e, portanto, nós olhamos para o Papa Francisco na sua forma de comunicar e não temos dúvidas que a repercussão jornalística também estará relacionada com a sua informalidade em algumas circunstâncias. Ele tem esse dom, esse carisma, de dizer de uma forma simples, colocando a informalidade ao serviço da verdade e conseguindo que a mensagem seja repetida. Durante a JMJ o Papa Francisco trazia os discursos escritos e compreende-se. No entanto, em determinadas circunstâncias, olhando para a assembleia que o escuta, tomando o pulso àquele momento, em alguns momentos ele deixou de lado o texto que estava escrito e, de uma forma mais informal, disse tudo de uma forma diferente. Então, a informalidade neste âmbito será, talvez, a capacidade de dizer de uma forma mais próxima do recetor uma verdade que não é sua. A informalidade só pecará se o comunicador faltar deliberadamente à verdade, só para manter uma determinada imagem ou para cumprir um determinado ritmo que não está ao serviço da mensagem. Agora, numa assembleia muito diversificada, com diferentes expectativas, é preciso saber dosear para conseguir chegar a todos. Nós podemos dizer algo de extremamente elevado com uma linguagem simples e compreensível, foi o que Jesus fez com as parábolas e com os seus gestos. Jesus, na sua maneira de comunicar, nunca deixou de colocar no centro o outro, visando a comunhão ao olhar na horizontal e nunca de cima para baixo.

**LR:** Será esse o caminho para a comunicação desta mensagem? Sem querer estar acima ou estar abaixo, simplesmente estar diante do outro ao mesmo nível, comunicando horizontalmente?

**JD:** Sim, a nossa linguagem hoje tem de permitir esse encontro, independentemente do cargo que se ocupa ou do serviço que se presta. A nossa linguagem tem de ser acolhedora, não pode ser um ditado de cima para baixo e que não permite que sejamos entendidos. Fiéis à verdade, devemos ter uma linguagem acessível, tanto no âmbito formal como informal porque, na verdade, também podemos ser incompreendidos informalmente. Se o nosso gesto ou a nossa palavra não vier ao encontro das circunstâncias e da verdade, podemos estar a privilegiar uma linguagem informal que não transmite nada. A informalidade tem de estar sempre ao serviço da mensagem e o comunicador, com a sua maneira de ser, nunca poderá colocar em causa a centralidade da mensagem. É bom que nós, como comunicadores, privilegiemos a criatividade em função de uma verdade que não é nossa.

**LR:** Tentando criar uma rede que ligue o início do cristianismo com a atualidade, assumindo que São Paulo utilizou as cartas como forma de se manter ligado com as comunidades porque era a melhor metodologia comunicacional daquele tempo e sabendo que o Beato Carlo Acutis, mais recentemente, se serviu das novas tecnologias para que a mensagem circulasse. Tendo em conta estes dois exemplos, até que ponto a Igreja deve e pode utilizar os meios disponíveis na atualidade?

**JD:** A Igreja pode e deve servir-se de tudo aquilo que seja útil para transmitir a mensagem. São Paulo, numa das suas cartas, diz: “transmiti-vos aquilo que eu próprio recebi” e, portanto, a missão da Igreja é transmitir aquilo de que é depositária. Tudo o que possa favorecer essa transmissão deve ser aproveitado e é um dever para a Igreja atualizar-se nesse mundo, saber aproveitar tudo o que há de novo, estando recetiva à utilização de todos os meios que favoreçam a comunicação. São Paulo fê-lo de uma forma muito singular e Carlo Acutis também não desperdiçou os dons que Deus lhe deu, nem as circunstâncias e os meios que favoreceram a sua missão. São dois exemplos bem conseguidos e testemunhos que ficam.

**LR:** Vivemos tempos novos e somos desafiados a comunicar com uma geração de nativos digitais. No entanto, as assembleias com as quais a Igreja comunica são formadas por pessoas de várias gerações. Considera que, na diversidade geracional, há algum público que seja mais recetivo a um estilo informal?

**JD:** Penso que a informalidade tem sempre lugar, independentemente daqueles a quem nos dirigimos. Se a informalidade tiver essa preocupação com a verdade, a proximidade e a comunhão, favorecerá a comunicação. Mas não podemos

esquecer que os públicos para quem nos dirigimos, às vezes também têm expectativas diferentes e nós também precisamos da boa-vontade do recetor. É um desafio, saber dosear, saber ler o outro e saber aproximar-se de alguém para lhe levar a mensagem e criar comunhão. Se olharmos para as nossas comunidades e até se procurarmos na internet e virmos alguns vídeos no Youtube, encontramos várias sensibilidades em várias gerações: às vezes em comunidades formadas por pessoas com uma idade mais avançada manifesta-se uma grande abertura para a novidade, compreensão perante a informalidade e até agradecem essa criatividade. Também encontramos grupos, não serão muitos, de gente mais jovem que tem uma maneira de se exprimir e expectativas que nem sempre favorecem essa proximidade e informalidade e preferem defender posturas, gestos e hábitos mais formais. De maneira que: não considero que a informalidade seja apenas específica deste ou daquele grupo geracional porque me parece que há sempre lugar para este estilo de linguagem, apesar de termos a tentação de associarmos essa linguagem às gerações mais jovens. Na Igreja há quem aprecie e também há alguns que não gostam, em todas as gerações.

**LR:** Quando falamos de Igreja, falamos de quê... falamos de quem?

**JD:** Não são apenas os outros, não é a hierarquia, não são apenas as figuras que vemos mais vezes, não aquele que preside às celebrações...a Igreja é um nós. É neste sentido que toda a comunicação, visando a comunhão, deve ter presente a necessidade de levar todos e cada um a sentir-se como membro deste corpo que é a Igreja, formada por muitos membros, onde a diversidade está patente e ainda bem. Se conseguirmos, através da nossa forma de ser e de estar, transmitir Jesus Cristo e motivar todos a sentirem-se como um grupo que caminha em conjunto, penso que estamos diante de uma comunicação bem conseguida.

**LR:** Compreendendo a Igreja como um nós, podemos dizer que a informalidade eclesial também é bem-vinda na catequese, nos grupos corais, nos nossos movimentos, nas diversas realidades onde estão inseridas as pessoas?

**JD:** Esse é o grande desafio de todos os dias. Temos falado muito da comunicação verbal, mas todos os batizados são convidados a comunicar através do testemunho que dão. Portanto, podemos ter alguém na nossa comunidade que verbalmente até tem uma certa dificuldade em fazer-se entender, mas que é capaz de comunicar, exemplarmente, através do testemunho que dá. Julgo que foi o Papa São Paulo VI que escreveu que o nosso tempo precisa mais de testemunhas do que de mestres e se ouve os mestres é porque eles também são testemunhas. O ideal, na Igreja, é a complementaridade entre a palavra e o testemunho.

**LR:** Ao longo desta entrevista ficou muito claro que a verdade assume um papel central em toda a comunicação. Olhando para a verdade da mensagem e para a verdade do comunicador enquanto pessoa que tem uma personalidade, quais os riscos de adotar um estilo informal se isso não for natural e não transmitir autenticidade?

**JD:** Tem de haver sempre autenticidade. Se não existir naturalidade isso vê-se logo e não dará o resultado esperado. Aquele que toma a iniciativa de comunicar deve ser fiel a si próprio. No entanto, a pessoa que se preocupa em comunicar e o quer fazer de uma forma sempre e cada vez mais ao encontro do outro, também se esforça e altera a sua maneira de ser e de estar, sem violência sobre si próprio, para facilitar o encontro. Quando falamos em comunicação na Igreja, eu comecei por dizer que nós não comunicamos alguma coisa, comunicamos alguém! Também disse que a comunicação deve levar à comunhão e, tanto a informalidade como a formalidade, podem prejudicar essa comunhão. Se eu tenho um determinado discurso para um público que não é capaz de o receber eu não estarei a criar ligação com aqueles que me estão a ouvir. O comunicador deve esforçar-se para melhorar a sua comunicação e se isso implica estar mais atento para ser capaz de entender melhor quem está diante de si, é um esforço que deve fazer. Mas, tendo sempre em vista o sucesso da comunicação e não o sucesso do comunicador, porque neste contexto é a própria mensagem que me exige esse esforço.

**LR:** Para comunicar melhor é preciso aprender, mas será que tudo se resume ao aprofundamento de algumas técnicas? Qual o lugar de Deus neste processo todo?

**JD:** A função de quem comunica é a função de São João Batista, que não que ser o centro, mas aponta. Tendo consciência de que não nos transmitimos a nós próprios, mas a alguém em quem acreditamos e nós somos apenas servidores dessa verdade. O centro é a mensagem de Jesus. No dia em que nos colocarmos a nós no centro, estaremos a falhar. O conteúdo nunca pode ser negligenciado. Deus, às vezes, pode estar ausente se aquele que comunica der mais atenção a si próprio do que à mensagem, à técnica do que ao conteúdo, à forma do que à essência. Certamente, aquele que comunica fá-lo de uma forma pessoal e não pode esconder a sua maneira de ser, a formação que tem, as capacidades que possui, os seus dons ou carismas que devem ser vividos com a consciência de que ele está ao serviço de uma verdade que é alguém que o ultrapassa infinitamente e que também está muito para além da própria instituição, porque também a Igreja tem de estar ao serviço da mensagem: a Igreja não tem luz própria e só brilha se mostrar Cristo.

**LR:** Neste sentido, sabendo que às vezes a Igreja não consegue comunicar a boa-nova de Jesus, pode indicar-nos algumas das nossas fragilidades na comunicação eclesial?

**JD:** Penso que, por vezes, a Igreja não está atenta à linguagem que utiliza e que, por isso, não é compreendida. É preciso estarmos mais atentos aos destinatários, aos quais já vai faltando alguma cultura religiosa. Por outro lado, também não vamos apresentando uma comunicação atempada, acompanhando o tempo da era digital em que tudo é atualizado ao segundo. A Igreja tem apresentado alguma dificuldade em acertar o ritmo com esta rapidez porque a Igreja tem de que pensar no que diz sob pena de falhar em relação à verdade. Às vezes a boa-nova de Jesus não chega aos destinatários por incapacidade da Igreja traduzir de uma forma simples, em conceitos atuais, e de um modo rápido, atempado e oportuno essa boa-notícia. Por outro lado, às vezes a Igreja também encontra barreiras e oposição porque a sua mensagem nem sempre encontra receptividade no que diz respeito a determinadas áreas e que soa como algo ultrapassado.

**LR:** E será que essa falta de receptividade provém da própria mensagem ou da maneira como a Igreja comunica essa mensagem?

**JD:** Eu penso que o problema pode estar nas duas formas. Por um lado, a Igreja defende determinados princípios que talvez já não encontrem eco em algumas sociedades e em alguns grupos, nomeadamente daqueles que podemos dizer que habitam a bolha mediática e que são os fazedores de opinião. Fica muito complicado tentarmos comunicar com alguém que, de antemão, já olha para nós com a ideia de que aquilo que vamos dizer já está ultrapassado, encarando de forma preconceituosa todo o edifício da nossa doutrina com algum pormenor dessa doutrina.

**LR:** Focando no contexto europeu e, principalmente, aquilo que conhece de Portugal como define a relação das pessoas com a Igreja e com a nossa mensagem?

**JD:** Sabemos que, de acordo com os últimos censos, uma larga maioria dos portugueses se diz católico... mas nós sabemos que essa maioria é sobretudo sociológica. Depois, a nível da prática anda muito longe e também a distinção entre o crer e o pertencer. É capaz de haver muita gente que diz acreditar, mas, depois, não quer qualquer ligação institucional à Igreja. Se formos analisando o número daqueles que estão habitualmente nas nossas celebrações e que sentem a Igreja como um “nós”, tem vindo a diminuir.

**LR:** Casamentos, Batizados, Funerais são celebrações onde marcam presença muitas pessoas que formam essa maioria sociológica. Como aproveitar esses momentos como uma oportunidade para transmitir a mensagem?

**JD:** A Igreja deve preocupar-se em comunicar bem, sempre. Deve querer utilizar os novos meios para chegar a uma diversidade maior, deve empenhar-se em tornar conhecida a mensagem de que é portadora e há momentos privilegiados onde esse encontro pode acontecer. Por exemplo, falando em Fátima, com certeza que nos apercebemos que a piedade popular é um mundo que deve ser tido em conta. Há pessoas que vão ocasionalmente aos Santuários, mas não frequentam assiduamente as suas paróquias de residência.

**LR:** E nesses contextos específicos, poderá a informalidade ajudar-nos na transmissão da mensagem? Pode ajudar a criar laços empáticos e a estreitar a relação com a instituição?

**JD:** Se a informalidade for doseada, vier a propósito, sem ser fictícia, é oportuna. Aqueles que estão nessas celebrações e espaços devem sentir-se acolhidos e se a informalidade favorecer a proximidade, pode permitir que alguém se motive para participar mais vezes e fazer caminho com a Igreja e em Igreja. O ideal é que na nossa comunicação sejamos capazes de ajudar os outros a tomarem consciência da sua fé e das implicações que esta fé lhes traz. É importante criar nas pessoas o desejo de querer saber mais porque só poderemos ter cristãos conscientes, empenhados e participativos se estiverem disponíveis para alguma formação. Neste sentido, a informalidade pode ser importante para favorecer uma aproximação inicial e para apresentar uma outra visão da Igreja. Se calhar há pessoas que deixaram de se afastaram da Igreja por causa de alguma experiência menos positiva que tiveram e pode ser que numa outra circunstância, nesta mesma Igreja, mas com outra pessoa a comunicar se sintam com vontade de regressar e de ver que a Igreja é muito mais do que aquele pormenor que conheciam e do que aquela pessoa não foi simpática e não acolheu.

**LR:** Chegamos assim ao fim da nossa entrevista. Entretanto, esta gravação será passada para formato escrito e será enviado um documento para si a fim de ser validado o seu conteúdo. Se depois quiser corrigir alguma parte ou acrescentar alguma informação que lhe pareça importante, também o poderá fazer. Agradeço-lhe mais uma vez o tempo que nos dispensou e os preciosos contributos que nos deixou.

## **ANEXO III – ENTREVISTA A CLAUDINE PINHEIRO**

### **Entrevista a Claudine Pinheiro – Licenciada em Comunicação, Produtora de Conteúdos de Evangelização numa Editora, Formadora e Cantora**

**Local da Entrevista: Edições Salesianas do Porto (17 de Outubro de 2023)**

**Luís Rafael (LR):** Em primeiro lugar, boa tarde! Começo por lhe agradecer a disponibilidade para esta entrevista que será muito útil para a dissertação que estou a escrever no contexto do Mestrado em Comunicação Aplicada.

**Claudine Pinheiro (CP):** Boa Tarde Luís Rafael, eu é que agradeço este convite e tendo em conta o facto de já nos conhecemos há vários anos, se te parecer bem e não for problemático para a validação da entrevista, parece-me que podemos tratar-nos por “tu”. Mas... diz-me tu o que será melhor? (Risos) Digame?

**LR:** Sim, sim. Podemos tratar-nos por “tu” ao longo da entrevista. Aliás, esta dissertação tem como objetivo estudar o papel da informalidade e, neste contexto, parece-me que nos facilitará o diálogo se nos tratarmos da forma a que estamos habituados.

**CP:** Sim, por mim parece-me bem.

**LR:** Então, não é demais repetir a minha gratidão por este tempo que me disponibilizas. Para contextualizar a entrevista é importante dizer que este estudo está a ser realizado no Instituto Politécnico de Viseu (IPV), mais concretamente na Escola Superior de Educação de Viseu (ESEV), como conclusão do Mestrado em Comunicação Aplicada, vertente estratégica e tendo como Orientadora a Professora Teresa Barros e como Co-Orientador o Professor Julien Diogo. Sendo eu um aluno formado em Teologia, tentou-se criar uma ponte entre a área da comunicação e a base formativa que já possuo. Neste sentido, o tema que tenho em mãos está ligado a ambas as áreas, pretendendo aprofundar conhecimentos sobre “O papel da linguagem informal na comunicação da Igreja”. Para além disto, também teremos um enquadramento da análise “De 30 d.C ao tempo do 5G”, procurando fazer uma ponte entre o início do cristianismo, mais precisamente depois de Jesus começar o seu ministério público em 30 d.C e olhando também para contexto atual, a que chamamos tempo do 5G.

Neste sentido, ao longo desta entrevista vamos dialogar sobre algumas temáticas relacionadas com a questão de partida deste estudo: “Será que uma comunicação informal da Igreja desperta a atenção e poderá permitir e facilitar a

perceção da mensagem cristã, bem como impulsionar o envolvimento com a Igreja Católica?”

Dizer-te, também, que optamos por fazer uma entrevista semiestruturada. Certamente iremos guiar-nos pelas questões que te enviei previamente... mas este tipo de entrevista, dá-nos flexibilidade para abordar as várias questões, sem seguir rigidamente o esquema preparado. Em diálogo aberto estamos conscientes que podem surgir outras questões pertinentes e temáticas úteis ao estudo.

Posto isto, solicito a tua autorização para a gravação desta entrevista em formato audiovisual e peço a tua permissão para que os conteúdos recolhidos ao longo desta entrevista possam ser utilizados neste estudo e, se necessário, apresentados publicamente.

**CP:** A autorização está dada! Por mim tudo bem!

**LR:** Obrigado! Como combinado, a entrevista tem uma duração prevista de cerca de 45 minutos. Obviamente, esta escolha da Claudine para esta entrevista, prende-se com aquilo que é conhecido da experiência que tens, o trabalho que fazes no âmbito da preparação de conteúdos para comunicar a mensagem de Jesus e, como é óbvio, a formação que também tens na área da comunicação.

**CP:** Ora essa, ajudarei com muita alegria naquilo que me for possível.

**LR:** Então, para começar, pedimos-te que nos ajudes a olhar para a base. Tendo a consciência que a comunicação nem é propriedade da Igreja nem é pertença exclusiva de ninguém, o que podemos dizer do seu papel ao longo da nossa história e na atualidade? Qual é o objetivo da comunicação?

**CP:** Pegando naquilo que a palavra diz... é tornar comum, é criar um território em que eu me encontro com a outra pessoa e quero tornar pertença de ambos algo que até eu comunicar é só pertença minha. Portanto, o meu pensamento é só meu e passa a ser dos dois a partir do momento em que eu comunico. Trata-se de um desejo de eu sair do meu núcleo e entrar em contacto com o núcleo do outro. Comunicar é partilhar.

**LR:** Falando de comunicação teríamos tema para muitas horas por isso, tentaremos focar com mais intensidade em duas perspetivas da linguagem, a formal e a informal. O que podemos dizer para distinguir uma da outra?

**CP:** Dando uma resposta muito simples e sem recorrer a teorias da comunicação, eu digo que o que distingue a linguagem formal da linguagem informal é o grau de familiaridade. Ou seja, quanto mais familiar eu quero que a minha mensagem seja, mais informal eu a vou tornar, tentando aumentar o grau de proximidade.

**LR:** Enquadrando essa proximidade no âmbito da comunicação informal, como podemos caracterizar a comunicação formal?

**CP:** Eu entendo que a comunicação formal é mais rígida e, muitas vezes, menos perceptível. Pode não ser esse o objetivo, mas a formalidade tem um código mais fechado e isso pode dificultar a compreensão de quem acede à informação, correndo o risco de ser uma comunicação mais fechada e até menos partilhada porque dá menos azo a que a pessoa possa dar feedback. Se estou diante de uma comunicação que é muito formal eu sinto que não há um grau de partilha muito grande e eu, enquanto recetora, posso não me sentir acolhida para dar um feedback sobre aquela informação que estou a receber e tornando-se num monólogo em vez de se rum diálogo. Por exemplo, se neste momento estivéssemos com uma linguagem mais formal eu não me sentiria tão acolhida para dialogar contigo e até para por em causa alguma coisa que não concorde, escolheria melhor as palavras a dizer e não estaria tão à vontade para partilhar aquilo que penso e que sinto.

**LR:** No âmbito da tua experiência, consideras que a informalidade pode ser útil para despertar a atenção? O mundo diz-nos tanta coisa, a informação é tanta ao mesmo tempo... como despertar a atenção?

**CP:** No geral eu diria que sim, que a informalidade tem esse poder de despertar a atenção. Aliás, pensemos no poder que as redes sociais ganharam na nossa vida quotidiana e tenhamos em conta o poder comunicativo que os *influencers* possuem hoje em dia, sobre todas as faixas etárias. A informalidade da sua comunicação, o facto de não haver quase código nenhum na escolha das palavras, às vezes até sem filtros nenhuns, tudo isso aumentou o grau de identificação e as pessoas sentiram-se mais acolhidas por aquele tipo de comunicação. Ao ser-se tão informal, tu sentes que as portas estão abertas e acabas por sentir-te família porque eles estão a falar para o mundo como falam em casa. Neste sentido, diria que aumentando o grau de familiaridade acabaremos por despertar a atenção.

**LR:** Em que medida é que uma linguagem informal pode permitir uma conexão empática com as pessoas e ajudar na criação de emoções entre o emissor e o recetor?

**CP:** Parece-me que dependerá muito dos contextos. Vamos imaginar num contexto de acidente de carro em que eu apresento uma linguagem demasiado informal porque estou exaltada e não conhecendo a outra pessoa começo a tratá-la por tu e do outro lado pode entender-se que há uma proximidade que precisa de ser controlada, respondendo com uma linguagem formal para tentar balizar a comunicação e regular as emoções. No entanto, havendo espaço para a informalidade, ela pode ser útil nesse mesmo contexto para permitir que aquilo

que eu quero dizer seja precisamente aquilo que vai ser entendido. Há contextos em que a informalidade pode gerar empatia e há contextos em que pode impedir que a comunicação se efetive. Um outro exemplo, imaginemos que estás a celebrar Missa e que as pessoas estão com uma linguagem corporal demasiado à vontade, às vezes um olhar ou uma postura mais formal da tua parte pode ajudar a que a pessoa entenda o contexto comunicativo em que estás e assimile os códigos de comunicação próprios daquele momento e daquele espaço. Portanto, não considero que a informalidade ajude a criar uma empatia automática em todos os contextos, mas reconheço que: dentro de uma celebração, na qual estamos habituados a uma linguagem mais formal, com o devido equilíbrio, a linguagem informal pode ter esse poder de ajudar a que as pessoas se sintam acolhidas, entendam a mensagem e se conectem emocionalmente.

**LR:** Entrando mais concretamente no âmbito da evangelização e olhando primeiramente para o estilo comunicativo de Jesus, em que medida é que podemos encontrar na sua comunicação sinais de informalidade?

**CP:** Sim, há sinais de informalidade. Em primeiro, há um sinal claro na sua proximidade, na gestão da distância interpessoal. Ele não tem problema nenhum em chegar-se às pessoas e sentar-se à mesa com elas... não se retrai a nenhum ambiente e isso é um sinal de informalidade. Na comunicação, concretamente nas palavras que usava, Jesus parte de exemplos muito claros como é o caso das parábolas... que são estratégias narrativas que permitem às pessoas imaginar aquilo que Ele está a dizer e isso permite que elas se envolvam no discurso porque conseguem visualizar aquilo que Ele está a transmitir. Depois, também vemos sinais de informalidade nos exemplos que ele utilizava e que faziam parte do dia a dia. Ele não faz grandes teorias sobre as Escrituras, mas consegue fazer uma ponte entre essa Palavra mais formal e a vida real... Ele faz acontecer sem complicar.

**LR:** Fazendo agora uma ponte para a atualidade e olhando para o Papa Francisco, o que dizer do seu modo de comunicar?

**CP:** Parece que, finalmente, com a ajuda do Papa Francisco as pessoas conseguem entender o que a Igreja diz e o Evangelho anuncia. A sua postura, provavelmente por ser Argentino, sem medo do toque, acaba por contagiar as pessoas e criar mais familiaridade. A sua linguagem corporal menos formal aproxima as pessoas.

**LR:** Pode dizer-se que as pessoas sentem o Papa Francisco como mais próximo e isso facilita a compreensão da mensagem? Como enquadrar isso num registo maioritariamente protocolar e que começa com um anúncio feito com sinais de fumo?

**CP:** A questão dos sinais de fumo é interessante porque, apesar de se tratar de uma forma de comunicação arcaica, tem uma carga simbólica que é entendida pela maioria das pessoas e é uma forma de comunicação visual que não precisa de grandes explicações. Quando se vê o fumo branco as pessoas sabem logo qual é a notícia. Neste caso, trata-se de um símbolo que ainda é compreendido, ao contrário de outros que já não são captados e não fazem sentido.

**LR:** Há símbolos que já não são compreendidos e dificultam a nossa comunicação?

**CP:** Sim, às vezes falamos uma espécie de «catoliquês», utilizamos uma linguagem fechada, servindo-nos de palavras e símbolos, assumindo que aqueles que nos escutam conhecem os nossos códigos, aprenderam as nossas palavras e sabem daquilo que nós falamos... mas não é bem assim. Nós, hoje, estamos diante de muita gente que não faz ideia daquilo que estamos a falar, nem tem conhecimento daquilo que somos e fazemos. Às vezes, algumas intervenções de certas entidades religiosas são mal interpretadas porque as expressões escolhidas não são as melhores: há simbologias e expressões que no âmbito interno fazem sentido, mas que podem ter o efeito contrário quando são utilizadas para comunicar com a sociedade atual.

**LR:** Retomando a questão que ficou para trás: pode dizer-se que as pessoas sentem o Papa Francisco como mais próximo e isso facilita a compreensão da mensagem? Que aspetos é que se destacam na comunicação do Papa?

**CP:** Há que tem em conta vários fatores. Primeiro, o Papa Francisco tem uma comunicação que toda a gente entende, o que ele diz é perceptível. Por outro lado, isso facilita a vida aos jornalistas que dominam cada vez menos a temática religiosa, o que ajuda no tratamento mediático das peças do Papa Francisco e ele, na sua comunicação, também tem os chamados «*soundbites*». Portanto, ele consegue arranjar expressões que dão bons títulos e isso do ponto de vista comunicativo resulta bem, tanto para o jornalista que consegue preparar uma peça interessante como para as pessoas no geral porque vão receber um conteúdo imediato que vão poder consumir sem grande esforço intelectual. Não considero que o que ele diz é pobre, não é... mas trata-se de uma linguagem simples que fala à vida das pessoas e que as pessoas entendem de forma fácil porque é informal e porque lhes diz algo à sua vida em concreto.

**LR:** Pegando naquilo que acabaste de dizer, será que comunicar a linguagem teológica de uma forma simples pode confundir-se com falta de preparação ou de conhecimentos?

**CP:** O mais complicado é fazer as coisas de forma simples. Vamos pensar em conteúdos para redes sociais, em que só temos três ou quatro frases para chamar à atenção das pessoas, porque mais do que isso elas não vão ler. Dizer

em poucas palavras o essencial, de forma a que as pessoas fiquem com vontade de querer mais, é muito complicado. Esta economia de palavras é muito difícil de gerir. Nós temos tanto para dizer e queremos tanto dizer... e é algo tão profundo e tem tantas camadas que às vezes só estragamos com as palavras que usamos. No caso do Papa Francisco, vemos que a informalidade dele não esvazia o conteúdo da mensagem, mas permite a própria mensagem seja mais imediata, indo ao encontro daquilo que é o tempo de concentração das pessoas e a capacidade que temos de reter informação numa época em que é tudo tão rápido. Por exemplo, a expressão «todos, todos, todos» resultou por causa da repetição e também pela interação com as pessoas, ele criou uma dinâmica em que provocou o diálogo com a multidão. O mesmo aconteceu na Vigília da JMJ, quando ele disse que “só se pode olhar alguém de cima para baixo se for para ajudar essa pessoa a levantar-se”, essa frase já não era nova, ela estava escrita num livro que ele apresentou há alguns anos e, naquele âmbito, não teve grande repercussão... mas dita no contexto da JMJ, num estilo menos formal, parecia uma novidade e isso também possibilitou que a mensagem fosse difundida por todos os meios de comunicação.

**LR:** Mas o Papa não é sempre informal. Porquê?

**CP:** Porque está em diferentes contextos. Saber adequar-se aos ambientes em que está, mostra que ele domina os códigos de comunicação. Nós estamos aqui num contexto informal e isso sentiu-se antes de começarmos a entrevista quando eu perguntei se querias um café e te disse para sentiras à vontade, não significa que tenhas colocado os pés em cima da mesa. Ainda que estejamos a utilizar uma linguagem informal, há uma certa formalidade no ser e no estar, não estamos aqui com uma linguagem de tasco ou a arrotar como se não houvesse um mínimo de educação. O Papa Francisco tem a capacidade de medir até onde é que pode ir com cada assembleia e isso é básico nas regras de comunicação. No caso da JMJ, ele percebeu que, diante dos jovens, podia ser mais informal e criativo.

**LR:** Mas será que, num âmbito mais geral, a informalidade tem o poder de despertar a atenção e facilitar a compreensão da mensagem em todas as gerações? Há alguma geração em que não resulte?

**CP:** Da experiência que eu tenho a vários níveis, quer na produção de conteúdos, quer em contextos eclesiais, formativos ou profissionais, eu não noto diferenças. Por exemplo, eu dou formação e uma das primeiras coisas que combino com os grupos é que, caso todos se sintam à vontade, vamos tratar-nos todos por «tu»... porque sinto que facilita a comunicação, cria um ambiente mais familiar e não ficamos na dúvida se devemos tratar alguém por «você» porque é sacerdote, ou se devemos tratar por «você» porque pensamos que a pessoa tem 50 anos. Esta regra baliza-nos a todos e estamos todos ao mesmo

nível. Regra geral, é muito fácil implementar isto e as pessoas sentem-se mais à vontade, permitindo até alguma interação com elas porque, às vezes, acabamos por nos enganar e isso cria alguma dinâmica. Falando também na nossa experiência da Editora em que trabalho, nos guias que preparamos para os catequistas optamos por tratar sempre por «tu» toda a gente. Nós sabemos que a maioria dos nossos catequistas, neste momento, terão entre 35 e 55 anos e na teoria devíamos optar por tratá-los de modo mais formal, mas não o fizemos e mantemos essa informalidade em toda comunicação digital e nos vários conteúdos que estão associados a esse itinerário chamado «Ligações». Em contexto de loja, presencial, nas livrarias optamos por tratar por «você», mas a postura pretende ser próxima e informal. No entanto, não querendo resumir a informalidade a este exemplo, penso que uma linguagem informal por ser útil para comunicar com qualquer geração, permitindo criar familiaridade sem que as pessoas se sintam desrespeitadas.

**LR:** Voltando agora aos inícios do cristianismo queria escutar a tua opinião a propósito das Cartas de São Paulo e, voando até à atualidade, saber qual o teu ponto de vista sobre o exemplo do Beato Carlo Acutis. Um com cartas e o outro usando os meios digitais, ambos fizeram questão de comunicar a mensagem através das melhores metodologias disponíveis. E agora, que caminho devemos seguir com os meios atuais?

**CP:** Eu defendo que a Igreja deve ser pioneira na linguagem audiovisual porque estamos a usar uma linguagem muito datada, continuando a fazer guiões para diaporamas quando a logica atual já não é a mesma. Do mesmo modo, a Igreja devia ser pioneira no domínio das novas linguagens, porque temos uma mensagem forte para comunicar e atual. No entanto, temos sentido a dificuldade de estar à frente neste processo e acabamos por ir mais atrás, estando a ser ultrapassados. Na escolha de meios não me parece que temos de usar tudo de qualquer maneira porque pode correr muito mal. No caso de São Paulo, ele usou as cartas porque era bom a fazê-lo e fez muito bem em usá-las. Carlo Acutis no âmbito da tecnologia, dominava a linguagem da programação e dominava a linguagem do Evangelho, então fala de si e daquilo que é importante na sua vida, servindo-se daquele meio com o qual se identificava. Falando de mim, da mesma forma eu uso a música porque ela faz parte da minha forma de estar na vida e o Evangelho diz-me muito se for musicado então eu quando falo do Evangelho também o faço em forma de música porque faz parte de mim. Portanto, quando um meio é dominado pela pessoa, torna-se muito mais válido que fales de Jesus através desse meio porque ao fazer parte da tua vida torna-se natural. Acima de tudo tem de bater a cara com a careta quando comunicamos a mensagem, tem de haver verdade no conteúdo e na forma, tem de existir credibilidade na informalidade.

**LR:** Qual a tua opinião sobre a mensagem cristã? Será que é atualizada? Será que é demasiado complexa? Será que tem um impacto negativo nas pessoas?

**CP:** A mensagem é simples e nós é que a complicamos. A mensagem de Jesus é muito simples... tens duas túnicas, dás uma. Mais simples do que isto? Mas pode dar-nos jeito teorizar e complicar a mensagem para não nos sentirmos impelidos a dar a túnica que temos em casa. E penso que há uma culpa partilhada entre a Igreja e a sociedade. Por um lado, nem sempre conseguimos transmitir a mensagem com verdade e de forma simples, alimentamos um conjunto de distâncias e formalidades porque nos convém conservar um núcleo fechado, elitista, mantendo um certo estatuto... e educamos as pessoas para nos ver dessa forma mais ativa. Porém, hoje queremos que as pessoas nos olhem de igual e torna-se muito difícil tornar isto cada vez mais fraternal. Em certa medida estamos a ser vítimas da nossa própria comunicação. A responsabilidade é partilhada e não tenho dúvidas que nos compete a nós reverter o jogo porque não será a sociedade a tomar essa iniciativa.

**LR:** Sendo a mensagem boa... o que é que está a falhar? Quais é que são os pontos fracos na comunicação da Igreja?

**CP:** Por muito que me custe admitir, a culpa só pode estar no comunicador. Temos os meios, a mensagem é boa, o produto é bom, temos mercado, a mensagem é positiva e vemos outras correntes da espiritualidade e da *new age* a que as pessoas aderem... a meditação está na moda, muita gente quer aprender a meditar e instala aplicações de meditação. Se formos a ver, em alguns aspetos essa meditação não é muito diferente da nossa oração. Aquilo que as pessoas procuram e que nos parece mais complicado, está lá: o sentar, o refletir, o tempo. Nós dizemos para reservar os primeiros 5 minutos do dia para dar graças a Deus e a sociedade fala em exercitar a gratidão e até existem livros onde se podem escrever as três coisas pelas quais se está grato naquele dia. A sociedade está a tentar propagar a ideia da felicidade e a linguagem do Evangelho é precisamente a felicidade: Jesus é o autor das bem-aventuranças, que é um código de felicidade. Definitivamente, a falha só pode ser nossa porque o problema não é da mensagem nem do Mestre da mensagem.

**LR:** Se o 'calcanhar de Aquiles' está nos comunicadores, qual é a maior fragilidade que consegues detetar?

**CP:** Penso que os comunicadores não dominam suficientemente a mensagem, do ponto de vista humano. O «catoliquês» e a teologia tornaram-se tão fechados porque faltou estudar comunicação. Teorizamos tanto a mensagem que nos distanciamos daquilo que ela diz e distanciamos-nos das pessoas porque começamos a ter uma linguagem muito complicada, deixando de tornar comum aquilo que queremos dizer e passando a funcionar em circuito fechado. Sabes

quando queres ligar a impressora ao computador, mas não estás a ligar na porta certa? Podes tentar quantas vezes quiseres... mas nunca vai funcionar. Até podes ter o melhor texto para imprimir... mas se não está na porta certa nunca chegará à impressora. O evangelizador tem de ser um tradutor, tem de saber traduzir a mensagem para as pessoas e manter-se fiel à essência da própria mensagem. Isto não quer dizer que tenhamos de dizer sempre a mesma coisa, da mesma maneira... nem São Paulo fez isso, não mandou fotocópias para ninguém, ele transmitiu a mesma mensagem de formas muito diversas: para os romanos disse de uma maneira, para os filipenses disse de outra, para os coríntios de outra... ele sabia ler cada realidade e adaptar-se a ela.

**LR:** Certamente, São Paulo também teve as suas dificuldades, o contexto dele também não foi fácil e às vezes pensamos que só hoje é que é difícil, só hoje é que temos desafios...

**CP:** Aliás, convém não esquecer o que aconteceu ao nosso comunicador-mor: Jesus morreu na cruz. A mensagem era boa e Ele acabou na cruz! Portanto, ser comunicador do Evangelho não é fácil... mas a mensagem continuou.

**LR:** As pessoas dizem «Deus que é Deus não agradou a todos». E a linguagem informal, será que agradará a todos? Será útil para todos? Servirá para todos ou apenas para alguns?

**CP:** Servir para todos? Do ponto de vista do comunicador, pode não servir se não houver uma certa credibilidade, a pessoa pode sentir-se desconfortável ao ser informal, pode sentir-se insegura e procurar alguma segurança num estilo mais formal, num âmbito que domina e sem dar espaço aos outros para que ponham em causa aquilo que se está a dizer. No entanto, do ponto de vista de quem escuta, eu acredito que um estilo informal agradará à maioria das pessoas porque se vão sentir parte do processo comunicativo. O mais importante é que os recetores se sintam respeitados. Todos nós conseguimos ser informais em família porque nos sentimos em casa, porque dominamos os códigos daquele ambiente e não temos de fazer cerimónia, porque sabemos o que é permitido e o que não é permitido: eu sei que me posso sentar aqui porque não é lugar de ninguém, sei que posso ir ao frigorífico porque tenho autorização para isso e que me posso servir à vontade. Eu acredito que toda a gente se sente à vontade para ser informal em família e se alguém considerar a comunidade como família não há problema nenhum em ser informal e se a Igreja for uma família, a informalidade não será uma coisa treinada, mas fará parte natural do processo.

**LR:** Quando falamos de Igreja falamos de quê? Falamos de quem?

**CP:** Desejavelmente, falaríamos na família dos cristãos, aqueles que se identificam com Jesus e que dizem que querem viver como Ele, unidos em comunidade como irmãos. Falar de Igreja é falar daqueles que são os relações-

públicas de Jesus Cristo, aqueles que defendem e representam a sua mensagem. No entanto, é inevitável falar na dimensão institucional da Igreja com toda a sua estrutura.

**LR:** E será que a sociedade tem essa ideia da Igreja ou pensa que seja apenas algo hierárquico? Em Portugal somos mais de 80% de Católicos... mas qual é a relação que existe com a mensagem e com a Igreja?

**CP:** No geral, eu diria que as pessoas têm uma relação com a Igreja mais ou menos como a relação que as mulheres têm com os sapatos no dia do casamento. Quando é para ir à cerimónia levam o sapatinho de salto alto... que magoa os pés, que não é confortável, mas é preciso para parecer bonito. No entanto, quando chegam à pista de dança e é para ser a vida a sério e é para se divertirem, colocam uns chinelos de dedo e já não querem saber se combina com o vestido ou se fica mal nas fotografias. Trata-se de uma relação muito tradicional, mas que nem sempre tem espaço de antena quando é para tomar decisões concretas da vida. No dia a dia as pessoas agarram-se muito a alguns preconceitos que se foram perpetuando sobre a Igreja e ficam presas a uma dimensão negativa que não deixa espaço para ver as coisas boas e o papel fundamental da Igreja, por exemplo na área da caridade.

**LR:** Parece-te que as pessoas não estão conscientes dos aspetos positivos da Igreja? Será que não sabem o papel que a Igreja tem na sociedade atual?

**CP:** Por exemplo, as pessoas não têm noção que se os Centros Sociais e Paroquiais fechassem seria um descalabro e uma miséria para a nossa sociedade. É uma pena que as pessoas não saibam disso e que ninguém o diga. Eu entendo que a Igreja não queira comunicar para não fazer propaganda, mas também penso que para darmos a boa-nova também temos de dizer aquilo que é bem feito e é feito por bem. Isto não significa que tenhamos de nos exibir e dizer que somos melhores que os outros, não é nada disso... mas penso que temos a obrigação de dizer aquilo que fazemos bem e por bem. Se temos a obrigação de reconhecer o que fizemos mal, também temos o dever de mostrar o outro lado e às vezes não o fazemos por falsa humildade. Temos medo de dizer que fizemos o bem porque vai parecer que nos estamos a armar, como se tivéssemos de fazer o bem, mas caladinhos. Não se trata de nos gabarmos ou dizermos tudo o que fazemos de bem, mas é justo que também se esclareça a sociedade sobre essas temáticas porque é informação que as pessoas têm o direito de receber. Neste aspeto a Igreja tem de ser mais transparente, não podemos continuar a abafar o bem que é feito e permitir que as pessoas estejam desinformadas quanto a isso.

**LR:** Para terminar, em forma de resumo: será que informalidade tem poder comunicativo no âmbito da Igreja? E quais são as suas limitações?

**CP:** Tem poder, sem dúvida, porque aumenta a familiaridade. O perigo é se a informalidade não for credível, se for fantochada, se for um teatro. Se a informalidade for credível não há desvantagem.

**LR:** Obrigado Claudine por este tempo tão frutuoso. Dizer-te que esta entrevista vai ser passada para formato escrito e depois vou enviar-te o documento para que possas ver se está tudo bem. Se quiseres acrescentar alguma coisa também o poderás fazer. Depois disso, estando validada a versão final, utilizaremos estes conteúdos no nosso estudo. Mais uma vez te agradeço esta partilha.

