

Igreja Católica e Comunicação: tempos de reflexão/ação mais crítica e estratégica¹

Ricardo Costa ALVARENGA²
Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Estudo sobre a recente fase da relação Igreja-Comunicação, tendo com objetivo revisar os principais documentos publicados pela Igreja Católica (Santa Sé) sobre comunicação a fim de identificar possíveis apontamentos para uso mais crítico e estratégico dos meios de comunicação por parte da instituição. Esse artigo foi desenvolvido com base em revisão bibliográfica e análise documental em arquivos da Santa Sé, disponíveis no *site* (w2.vatican.va). Nossa principal conclusão é que com as mudanças e transições entre os Papas João Paulo II, Bento XVI e Francisco podemos identificar mudanças, particularmente no pontificado do atual papa, que implementou uma nova estrutura para os meios de comunicação e instituições vinculadas neste âmbito no Vaticano, tal reestruturação pode ser entendida com fruto de uma reflexão/ação mais crítica e estratégica.

PALAVRAS-CHAVE: Igreja Católica; Meios de Comunicação; Relação Igreja-Comunicação; Comunicação e Religião;

INTRODUÇÃO

A relação da Igreja Católica Apostólica Romana com os meios de comunicação é objeto de estudo no campo das Ciências da Comunicação e da Religião há muitos anos. Pesquisadores como Romeu Dale (1973), Marques de Melo (1985), Ismar de Oliveira (1988), Noemi Dariva (2003), Puntel (2011), entre outros contribuíram de modo significativo para a compreensão dessa complexa e cheia de altos e baixos, que é a relação da Igreja Católica com a comunicação de modo geral.

Partimos então da classificação de fases para a relação Igreja-Comunicação proposta Puntel (2011), no artigo *A Igreja a caminho na Comunicação*, na Revista do

¹ Trabalho apresentado no GT Comunicação Eclesial, do PENSACOM BRASIL 2016.

² Mestrando em Comunicação Social pelo programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Editor do Jornal Brasileiro de Ciências da Comunicação da Cátedra Unesco/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Bolsista Capes, email: ricardocalvarenga@gmail.com.

Programa de Pós-Graduação em Teologia, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, edição de jul./dez. 2011.

No texto, Puntel (2011) faz uma síntese preciosa da trajetória eclesial da Igreja Católica com relação aos meios de comunicação. Ela apresenta uma nova visão para a compreensão dessa relação, desta vez organizando-as em quatro fases. “É possível identificar, de forma sintética, três fases bem definidas na trajetória Igreja-Comunicação. E, no momento atual, ousaríamos acrescentar, em tal trajetória, uma quarta fase” (PUNTEL, p.222, 2011).

As fases apontadas pela autora são colocadas no contexto dos novos instrumentos de reprodução simbólica.

Assim temos a primeira fase, caracterizada por um comportamento da Igreja orientado para o exercício da censura e da repressão [...], uma segunda fase demonstra mudanças profundas caracterizadas pela aceitação desconfiada dos novos meios [...], na terceira fase, encontramos um ritmo veloz: é a velocidade com que as transformações sociais e tecnológicas acontecem (PUNTEL, p.223, 2011).

A proposta de Puntel tem base no estudo de Marques de Melo (1985), aproveitando dele as três primeiras fases propostas: 1) Censura e repressão; 2) Aceitação desconfiada; e 3) Deslumbramento ingênuo. No estudo de Marques de Melo, de 1985, a quarta fase, denominada Avaliação Crítica, dava conta de uma realidade peculiar vivida na América Latina.

Puntel (2011), entretanto, substitui a perspectiva da Avaliação Crítica, presente na quarta fase apontada por Marques de Melo, pelo que ela chama de Reviravolta. Concordamos com a autora no que diz respeito à substituição dessa fase apresentada por Marques de Melo (1985).

Neste artigo aprofundamos a reflexão em torno da quarta fase desse relacionamento, intitulada por Puntel (2011), como Reviravolta. Essa quarta fase é fortemente marcada pela superação de algumas das convicções que a Igreja tinha anteriormente sobre os meios de comunicação, apontando para um agir mais crítico e estratégico.

Revela uma “redescoberta da comunicação, em toda a sua plenitude”. Acontece, então, a superação do “deslumbramento ingênuo”. A Igreja adota uma postura crítica, iniciada por repensar a comunicação e por deixar de “acreditar que a tecnologia pode resolver os problemas da ação evangélica” (PUNTEL, 2008, p. 130).

Diversos documentos da Igreja Católica sobre comunicação são compreendidos dentro dessa fase: *Orientações sobre a formação de futuros sacerdotes para o uso dos instrumentos de comunicação social* (1986); *Pornografia e violência nas comunicações sociais: uma resposta pastoral* (1989); *Crêterios de colaboração ecumênica e interreligiosa nas comunicações sociais* (1989); *Aetatis Novae* (1992); *Ética da publicidade* (1997); *Ética nas comunicações sociais* (2000); *Ética na Internet* (2002) e *Igreja e Internet* (2002) e *Rápido desenvolvimento* (2005). No entanto, vamos encontrar as marcas que delimitam essa reviravolta de pensamento da Igreja Católica, de forma mais clara, na encíclica *Redemptoris missio*, de 1990, escrita pelo Papa João Paulo II, cuja mensagem central é a missão da Igreja no mundo atual.

MARCAS NO PONTIFICADO DE JOÃO PAULO II

Na encíclica *Redemptoris missio*, de 1990, João Paulo II fala de novos areópagos, novos e modernos lugares de evangelização. O mundo da comunicação é entendido pelo pontífice como o primeiro lugar, o primeiro areópago dos tempos modernos.

O primeiro areópago dos tempos modernos é o mundo das comunicações, que está a unificar a humanidade, transformando-a — como se costuma dizer — na “aldeia global”. Os meios de comunicação social alcançaram tamanha importância que são para muitos o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais [...]. Talvez se tenha descuidado um pouco este areópago: deu-se preferência a outros instrumentos para o anúncio evangélico e para a formação, enquanto os *mass media* foram deixados a iniciativas de particulares ou de pequenos grupos, entrando apenas secundariamente na programação pastoral (REDEMPTORIS MISSIO..., [1990] 2008, p. 131).

O Papa se apropria do conceito “Aldeia Global”, de Marshall McLuhan, para exemplificar que, com o surgimento, desenvolvimento tecnológico e a popularização

dos novos meios de comunicação, como a televisão e o telefone, o mundo se interligaria completamente, ampliando as possibilidades de evangelização dos povos.

Para Puntel (2008), essa referência feita por João Paulo II é sinal de uma mudança na compreensão da relação entre Igreja e os meios de comunicação. “Trata-se, porém, de algo mais, um ir além: depois do período do uso (e do desprezo e rejeição por parte de alguns), chegou o momento de adquirir mais profundamente a cultura e a linguagem dos *media*” (PUNTEL, 2008, p.132).

Já é possível observar essa mudança apontada por Puntel (2008) no documento *Orientações sobre a formação de futuros sacerdotes para o uso dos instrumentos de comunicação social*³, de 19 de março de 1986, editado e publicado pela Congregação para a Educação Católica, pois apresenta uma postura mais crítica e estratégica sobre os meios. Esse documento é o sétimo de uma lista de uma série de nove guias sobre áreas específicas da formação dos novos padres, que foi produzido pela Congregação para a Educação Católica, a fim de incentivar a prática das atualizações sugeridas nos documentos do Concílio Vaticano II.

Portanto, com o tempo, aos poucos, inventou meios e veículos de comunicação sempre mais aptos a superar os limites originais de espaço e de tempo, até empregar, com o sempre rápido desenvolvimento tecnológico, uma comunicação mundial e instantânea de toda a humanidade pelos meios de comunicação social, que hoje se integram numa muito abrangente tele(infor)mática (ORIENTAÇÕES..., [1986] 2003, p. 139).

De modo geral, a publicação apresenta uma perspectiva bastante semelhante a dos documentos anteriores sobre os meios de comunicação. Trecho de documentos com *Vigilante Cure* (1936), *Miranda Prorsus* (1957), *Inter Mirifica* (1963) e *Comunio et Progressio* (1971) são recorrentes no texto. No entanto, é interessante observar como foi apresentado no documento os níveis de formação para os novos padres sobre os meios de comunicação. Os apontamentos se desenvolvem em torno de três níveis, sendo eles:

³ A publicação dessas orientações é um desdobramento do documento *Ratio fundamentalis institutionis sacerdotalis*, lançado pela Congregação para a Educação Católica, em 1971, que se tornou uma espécie de plano base para a formação dos padres. Esse documento se constituiu como uma plataforma de referência fundamental para todos os programas de formação nos seminários e nas casas religiosas das diversas dioceses e congregações pelo mundo.

1) Básico, que diz respeito à formação do receptor; 2) Pastoral, com foco na formação para o bom uso técnico dos meios; e 3) Especializado, no estudo e na formação sobre os meios (ORIENTAÇÕES..., [1986] 2003, p. 144). Cada um desses níveis é tratado de maneira aprofundada no item 3 do documento.

O texto traz um discurso mais atualizado e contextualizado. Os meios de comunicação, por exemplo, são chamados de *mass media*, terminologia típica da época. Os responsáveis pela formação dos novos padres são convocados a investir em uma formação para os, mas *media*, que possibilite aos sacerdotes a compreensão das influências dos meios na vida e nas relações das pessoas e, além disso, o conhecimento dos aspectos técnicos de cada meio específico de comunicação.

Dois documentos também foram importantes neste contexto e marcam a relação Igreja-Comunicação nos anos 80, *Pornografia e violência nas comunicações sociais: uma resposta pastoral* (1989) e *Critérios de colaboração ecumênica e inter-religiosa nas comunicações sociais* (1989), ambos do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. Oportunamente, o Pontifício Conselho lançava documentos sobre temáticas relevantes e emergentes na área da comunicação.

Essa não foi a primeira vez que a temática da pornografia, da violência e do ecumenismo e a sua relação com os meios de comunicação foram tratados em documentos oficiais da Igreja Católica. Porém, a publicação de documentos específicos sobre a temática nos faz perceber que a Igreja, de fato, foi amadurecendo seu pensamento e comportamento com relação aos meios de comunicação.

O documento sobre pornografia e violência consistia um verdadeiro levantamento sobre a mudança nos valores humanos e os graves efeitos da pornografia e da violência nos indivíduos e a sociedade. A Igreja Católica ilustrava esses efeitos e indicava as causas principais do problema, propondo soluções.

A propagação da pornografia e da violência através dos meios de comunicação ofende os indivíduos e a sociedade e cria um problema urgente que exige respostas realistas dos indivíduos e da comunidade. O direito legítimo à liberdade de expressão e à troca livre de informação deve ser respeitado, mas, ao mesmo tempo, deve ser respeitado o direito de cada um, das famílias e da sociedade, à privacidade pública e à proteção dos valores fundamentais da vida (PORNOGRAFIA..., [1989] 2003, p. 168).

Essa é e sempre será uma temática muito cara para a Igreja Católica. Qualquer questão relacionada à sexualidade humana é sempre interpretada única e exclusivamente do ponto de vista moral católica. Por isso, no documento, a Igreja busca distribuir a responsabilidade para com o combate e controle dos problemas da pornografia e da violência. São sete setores responsáveis pelo enfrentamento: os meios de comunicação; os pais; os educadores; os jovens; o público; as autoridades civis; a Igreja e os grupos religiosos. Em sua conclusão, a Igreja convoca para um diálogo com os meios de comunicação, a fim de não repetir a postura de censura e repressão.

Essa postura de abertura para o diálogo é retomada no documento *Critérios de colaboração ecumênica e inter-religiosa nas comunicações sociais*, do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, publicado em 4 de outubro de 1989. Ousariamos dizer que a Igreja, neste ponto, está mais interessada em combater o movimento de desreligiosidade vivido pela sociedade da época do que efetivamente um diálogo ecumênico.

A colaboração ecumênica pode verificar-se em todos os campos da comunicação social que, de per si, já é um testemunho oferecido ao mundo. Considerando-se que os meios de comunicação ultrapassam os limites normais de espaço e de tempo, esta colaboração poderá, ao mesmo tempo, ser exercida no plano local, regional e internacional (CRITÉRIOS..., [1989] 2003, p. 177).

O documento destaca alguns critérios que devem ser levados em consideração para que se estabeleça a colaboração interreligiosa nos meios de comunicação. O texto é bastante conciso. Com apenas 23 artigos, a proposta central é incentivar um diálogo e uma colaboração com outras igrejas cristãs, para salvaguardar os valores cristãos e a própria referência cristã na sociedade.

Outro documento que tem grande significado nesta fase da relação Igreja-Comunicação é a instrução pastoral *Aetatis Novae*, lançada pela Pontifícia Comissão para os Meios de Comunicação Social, em 22 de fevereiro de 1992. Para Dariva, “o texto não apresenta uma fluidez como a primeira Instrução Pastoral e muitas coisas parecem ser repetitivas ou simplesmente transcritas de documentos anteriores” (2003, p.183). Essa atitude de construir um documento com base em outros já publicados pode

ser entendida com uma maneira de manter a mesma linguagem e conceitos apresentados anteriormente, atualizando apenas alguns pontos.

Os próprios autores de *Aetatis Novae* afirmam, na introdução do documento, que consideram que “os princípios e as ideias destes documentos conciliares e pós-conciliares têm valor permanente nos tempos” (AETATIS NOVAE..., [1992] 2003, p.185). O documento faz referência ao contexto cultural e social, sinalizando considerações também sobre o contexto político e econômico em que os meios de comunicação estão inseridos.

A mudança que se dá hoje nas comunicações implica, mais que uma simples revolução técnica, a transformação completa de tudo o que é necessário à humanidade para compreender o mundo que a envolve e para verificar e expressar a percepção dele (AETATIS NOVAE..., [1992] 2003, p.187).

Sobre as ligações que se estabelecem entre os meios de comunicação e as estruturas políticas de cada nação, o documento afirma: “As estruturas econômicas das nações estão dependentes dos sistemas de comunicação contemporâneos. Considera-se geralmente como necessário ao desenvolvimento econômico e político do Estado” (AETATIS NOVAE..., [1992] 2003, p.188).

No documento, o Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais tenta delimitar o papel das comunicações, apresentando algumas das possibilidades e dos campos de uso dos meios de comunicação na missão evangelizadora da Igreja: 1) a serviço do homem e das culturas, promovendo a unidade e a compreensão mútua; 2) a serviço do diálogo com o mundo atual. A Igreja precisa comunicar-se com o mundo, com diversos povos das mais distintas culturas; 3) a serviço da comunidade humana e do progresso social. A utilização dos meios de comunicação para a propagação do evangelho, favorecendo, assim, o desenvolvimento das pessoas e da sociedade humana; 4) a serviço da comunhão eclesial, garantindo pelo uso dos meios de comunicação o direito de fala e expressão a todos os membros da comunidade; e 5) a serviço de uma nova evangelização. Os meios de comunicação tornam-se imprescindíveis para a evangelização e para a catequese.

A Igreja faz um apanhado das diversas realidades entendidas como “sombras” nos meios de comunicação, bem como a constante necessidade de se rever e avaliar criticamente os meios de comunicação e seus produtos, observando seus impactos e interferências na cultura. Como principal mácula dos meios de comunicação, o documento destaca a falta de solidariedade e incentivo ao desenvolvimento integral da sociedade. Para a Igreja, o materialismo, o consumismo e a secularização falam mais alto nas produções e na própria estrutura organizacional dos meios. O direito à informação e às políticas de comunicação também é questionado no documento.

ÉTICA NA COMUNICAÇÃO

Após a publicação de *Aetatis Nova*, em 1992, a Igreja lançou três documentos que tinham a ética como temática principal: *Ética da publicidade* (1997), *Ética nas comunicações sociais* (2000) e *Ética na Internet* (2002), todos produzidos pelo Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais.

A primeira publicação destaca a preocupação da Igreja Católica com os rumos da publicidade na sociedade, chamando a atenção dos cristãos envolvidos nessa área a não se esquecerem do seu compromisso de promover o progresso autêntico e integral dos homens e da sociedade de modo geral. “A informação midiática está a serviço do bem comum. A sociedade tem direito a uma informação fundada na verdade, na liberdade, na justiça e na solidariedade” (ÉTICA NA PUBLICIDADE [1997] 2003, p.209).

O Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais também ressalta “as contribuições positivas que a publicidade pode oferecer e que, por outro lado, não deixa de oferecer” (ÉTICA NA PUBLICIDADE [1997] 2003, p. 210). Um debate importante que o documento retoma é a questão em torno da afirmação de que a publicidade é um reflexo dos comportamentos e valores culturais da sociedade. Sobre esse ponto, a Igreja concorda que “a publicidade e os *mass media* em geral têm a função dum espelho. Mas, num sentido mais amplo, este espelho contribui para modelar a realidade que reflete e, por vezes, projeta uma imagem deformada” (ÉTICA NA PUBLICIDADE [1997] 2003, p. 211).

Mais uma vez a Igreja Católica ignora a dimensão política e economia dos meios de comunicação de massa, apelando para o bom senso, senso crítico e de compromisso com o desenvolvimento que não existe. Ao final do texto, são apresentadas propostas e medidas que podem ser adotadas para tornar a publicidade um bem comum para a sociedade.

O segundo documento da tríade tem seu foco sobre a ética nas comunicações sociais de modo geral. O texto traz considerações bastante pertinentes sobre aspectos éticos que, muitas vezes, os meios de comunicação deixam de exercer, mas novamente a Igreja constrói seu discurso quase que exclusivamente sobre os princípios morais e éticos individuais, esquecendo que existe uma lógica de produção de sentido por trás de todos os produtos apresentados nos meios de comunicação, que muitas vezes ultrapassam os princípios individuais. “Embora os atos de comunicação, com frequência, tenham consequências involuntárias, são as pessoas que escolhem usar os *mass media* para finalidades positivas ou negativas, de modo reto ou incorreto” (ÉTICA NAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS [2000] 2003, p. 229).

De modo geral o documento proporciona uma reflexão sobre abordagens bíblicas que podem nortear as boas práticas na comunicação, fornecendo, neste sentido, alguns princípios éticos.

A abordagem da Igreja aos meios e comunicação social é fundamentalmente positiva, encorajadora. Ela não se limita simplesmente a julgar e condenar; pelo contrário, considera que esses instrumentos são não só produtos do gênio humano, mas também grandes dádivas de Deus e verdadeiros sinais do tempo (ÉTICA NAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS [2000] 2003, p.231).

Na conclusão do texto, a Igreja faz apontamentos muito pertinentes sobre a constituição das relações e interações humanas dentro da nova cultura criada pelas tecnologias de comunicação, particularmente com o desenvolvimento da internet. “A comunicação social pode reunir as pessoas em comunidades de simpatia e de interesse comum. [...] também podem ser usados para separar e isolar” (ÉTICA NAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS [2000] 2003, p. 248).

Dois anos após a publicação de *Ética nas comunicações sociais* (2000), o Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais lança um documento com reflexões sobre os princípios éticos que devem nortear o uso da internet, *Ética na Internet* (2002). “O documento está dividido em partes conteudísticas, que oferecem aspectos de relevância quanto à reflexão sobre os princípios éticos e sugestões para alcançar determinações, inclusive regulamentares, em vista do bem comum” (PUNTEL, 2012, p.18).

A primeira afirmação do documento demonstra o quanto a Igreja Católica tem evoluído na sua reflexão sobre os meios de comunicação, o que só confirma nossa hipótese de que essa é a fase da reviravolta do pensamento da instituição. “A mudança que se dá hoje nas comunicações implica, mais que uma simples revolução técnica, a transformação completa de tudo o que é necessário para compreender o mundo que a envolve e para verificar e expressar a percepção do mesmo” (ÉTICA NA INTERNET [2002] 2003, p.269).

Na sequência, o documento ainda traz uma segunda afirmação de bastante peso e que nos faz compreender de que lugar a Igreja olha a internet. “Os novos meios de comunicação são instrumentos poderosos para o enriquecimento educativo e cultural, para a atividade comercial e a participação política, para o diálogo e a compreensão interculturais” (ÉTICA NA INTERNET [2002] 2003, p.269). Ao mesmo tempo que a Igreja reconhece abertamente todas essas potencialidades dos novos meios de comunicação, ela também chama a atenção para o fato de que esses meios podem ser usados “para explorar, manipular, dominar e corromper” (ÉTICA NA INTERNET [2002] 2003, p.270). Aqui, coloca-se a questão ética e a Igreja continua a manter seu discurso sobre a função primeira dos meios de comunicação, que é de promover o desenvolvimento integral das pessoas.

Assim como acontece com os outros meios de comunicação, a pessoa e a comunidade dos indivíduos são centrais para uma avaliação ética da Internet. Em relação à mensagem comunicada, ao processo de comunicação e às questões de estrutura e de sistema no campo das comunicações, ‘o princípio ético fundamental é este: a pessoa e a comunidade humana são a finalidade e a medida do uso dos meios de comunicação social; a comunicação deveria fazer-se de pessoa a

pessoa, para o desenvolvimento integral das mesmas’ (ÉTICA NA INTERNET [2002] 2003, p.270).

O texto do documento é composto de uma introdução geral, com considerações sobre a internet, uma descrição das áreas de preocupação da Igreja acerca da internet, além de recomendações pastorais e conclusão. Segundo Puntel (2012), o documento enfatiza em suas conclusões algumas recomendações, em termos de responsabilidade, que elencamos sumariamente a seguir:

- Dos usuários da internet, para um uso ponderado e disciplinado;
- Dos pais, na orientação dos filhos;
- Da escola, formação para discernir o uso da internet como educação (incluído não apenas a formação da capacidade técnica, introdução à informática [...], mas capacidade de avaliação do conteúdo) (PUNTEL, 2012, p. 23).

No mesmo dia e ano em que foi publicado o documento *Ética na Internet*, o Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais lançou outro documento intitulado *Igreja e Internet*. Um texto muito positivo, no qual a Igreja afirma que a internet “está contribuindo para promover transformações revolucionárias no comércio, na educação, na política, no jornalismo e nas relações transnacionais e interculturais” (IGREJA E INTERNET [2002] 2003, p. 254).

Para Puntel (2010), a Igreja estava decida a entrar no novo milênio, buscando desenvolver um diálogo com a nova cultura midiática em que vive a sociedade contemporânea. “A Igreja avança, empreendendo novos caminhos para a evangelização, traçando diretrizes renovadas que orientam suas pastorais eclesiais. Iniciando pela escuta aos ‘sinais dos tempos’, pela valorização da continuidade da obra da criação através das invenções da inteligência humana” (PUNTEL, 2010, p.58).

Esse documento está organizado em três partes. Na introdução, uma contextualização importante sobre o interesse da Igreja Católica com relação aos meios de comunicação e um pouco da trajetória percorrida neste sentido. Esse tópico também é fortemente marcado por citações de diversos outros documentos da instituição sobre a temática.

O item seguinte do documento é intitulado *Oportunidades e desafios*. Aqui, a Igreja reconhece a necessidade de se aprofundar nos estudos, para, de fato, compreender

a Internet. “Isso é necessário a fim de que ela possa comunicar-se eficazmente com os indivíduos – de modo especial com os jovens – que se encontram mergulhados na experiência desta nova tecnologia, e também com relação a fazer bom uso da mesma” (IGREJA E INTERNET [2002] 2003, p.257).

No que tange ao item três, Recomendações e Conclusão, vamos encontrar orientações da Igreja para seis grupos específicos: 1) aos líderes da Igreja; 2) aos agentes pastorais; 3) aos educadores e catequista; 4) aos pais; 5) às crianças e aos jovens; e 6) a todas as pessoas de boa vontade. Em suma, são palavras de encorajamento e incentivo.

[...] que as pessoas, em todos os âmbitos da Igreja, lancem mão da Internet de maneira criativa, para assumirem as responsabilidades que lhes cabem e para ajudarem a Igreja a cumprir a sua missão. Na perspectiva das inúmeras possibilidades apresentadas pela Internet, não é aceitável hesitar timidamente, por medo da tecnologia ou por algum outro motivo (IGREJA E INTERNET [2002] 2003, p.262).

Passaram-se cerca de três anos para que a Igreja Católica lançasse outro documento sobre comunicação. Foi então que o Papa João Paulo II publicou, no dia 24 de janeiro de 2005, a carta apostólica *Rápido desenvolvimento*. Essa foi a última carta do pontífice, pois, pouco mais de três meses depois, ele faleceu. “Numa tonalidade positiva a respeito das comunicações sociais, o Papa demonstra estar consciente do rápido desenvolvimento das tecnologias no campo da mídia e retoma o pensamento do Magistério da Igreja sobre a comunicação” (PUNTEL, 2012, p.24).

Em seu texto, João Paulo II recupera a reflexão e o caminho percorrido pela Igreja Católica desde a publicação do decreto conciliar *Inter Mirifica*. São quarenta anos em que a instituição manteve uma fidelidade progressiva no seu entendimento sobre a comunicação. Como referência a esse processo, o pontífice destaca as palavras do Papa Paulo VI no documento *Evangelii Nuntiandi*, no qual afirma que a Igreja “se sentiria culpável diante do seu Senhor se não usasse estes poderosos meios” (O RÁPIDO... [2005] 2012, p.25).

Talvez a maior contribuição dessa última carta do papa polonês seja a convocação para que a Igreja amplie a sua compreensão sobre a utilização e presença da

mensagem cristã nos meios de comunicação, pois, segundo ele, a Igreja “não está chamada unicamente a usar os *mass media* para difundir o Evangelho, mas, hoje, como nunca, é chamada também a integrar a mensagem salvífica na ‘nova cultura’ que os poderosos instrumentos da comunicação criam e amplificam” (O RÁPIDO... [2005] 2012, p.25).

Puntel (2012) afirma que “a visão positiva de João Paulo II a respeito da comunicação, entretanto, vem acompanhada do incentivo para usar os meios ‘com o gênio da fé e na docilidade à luz do Espírito Santo’ (n.6), a fim de criar vínculos de comunhão entre o povo e Deus” (p.27). Em geral, o pontífice convoca a Igreja para o amadurecimento do seu pensamento e prática com os meios de comunicação, como forma de se estabelecer uma renovação pastoral neste campo.

Destacamos também a eminente preocupação do pontífice com a finalidade do uso dos meios de comunicação e também com uma atenção pastoral que a Igreja deve dar aos profissionais da comunicação. “Com frequência, estes homens e mulheres encontram-se perante pressões particulares e dilemas éticos [...]; muitos deles ‘sentem o desejo sincero de conhecer e praticar o que é justo no campo ético e moral’ e esperam da Igreja orientações e apoio” (O RÁPIDO... [2005] 2012, p.28).

João Paulo II dirigiu-se, também, às pessoas que trabalham com comunicação, nos seus diversos meios. “Não tenhais medo! Não tenhais medo das novas tecnologias! Elas incluem-se ‘entre as coisas maravilhosas’, ‘*Inter Mirifica*’, que Deus pôs à nossa disposição, para as descobrirmos, usarmos, fazer conhecer a verdade” (O RÁPIDO... [2005] 2012, p.30). A publicação desse texto representa o último legado de João Paulo II à humanidade, particularmente aos comunicadores.

REVIRAVOLTA DE FRANCISCO

Depois de João Paulo II, a Igreja Católica teve dois pontífices, Bento XVI e Francisco, ambos não lançaram documento específico sobre comunicação; somente as mensagens por ocasião do Dia Mundial das Comunicações Sociais, que é celebrado anualmente pelos católicos, a pedido do Concílio Vaticano II.

O Papa Francisco, no entanto, iniciou um processo bastante revolucionário com relação aos meios de comunicação e as instituições desse setor no Vaticano. No dia 27 de junho de 2015, ele anunciou a criação da Secretaria para a Comunicação da Santa Sé, órgão que iniciou suas funções, oficialmente, no dia 29 de junho de 2015, tendo como sede provisória o Palácio Pio, na Cidade do Vaticano.

O atual contexto comunicativo, caracterizado pela presença e pelo desenvolvimento dos meios de comunicação digitais, pelos fatores da convergência e da interatividade, exige uma revisão do sistema informativo da Santa Sé, comprometendo-a numa reorganização que, valorizando aquilo que ao longo da história se desenvolveu no interior da estrutura da comunicação da Sé Apostólica, proceda decididamente rumo a uma integração e gestão unitária.

Por estes motivos, determinei que todas as realidades que, de vários modos, até hoje se ocuparam da comunicação, sejam reunidas num novo Dicastério da Cúria Romana, que será denominado Secretaria para a Comunicação. Desta forma, o sistema comunicativo da Santa Sé responderá cada vez melhor às exigências da missão da Igreja (CARTA..., 2015).

A Secretaria consiste em um órgão para gerenciar toda a comunicação da Santa Sé, articulando o Centro Televisivo Vaticano, a Libreria Editrice Vaticana, o L'Osservatore Romano, o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, a Rádio Vaticano, a Sala de Imprensa da Santa Sé, o Serviço Fotográfico, o Serviço Internet do Vaticano, a Tipografia Vaticana, o site institucional da Santa Sé e o serviço redes sociais do Sumo Pontífice. Trata-se de um verdadeiro processo de reforma de todo o sistema de comunicação do Vaticano, como se pode verificar no conteúdo da Carta Apostólica de Francisco sobre a instituição da Secretaria para a Comunicação:

Art. 1 – No Dicastério, segundo quanto foi apresentado pela Comissão dos Meios de Comunicação do Vaticano, instituída a 30 de Abril de 2015, confluirão segundo os tempos estabelecidos, os seguintes Organismos: Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais; Sala de Imprensa da Santa Sé; Serviço de Internet do Vaticano; Rádio Vaticano; Centro Televisivo do Vaticano; L'Osservatore Romano; Tipografia do Vaticano; Serviço Fotográfico; Libreria Editrice Vaticana.

Art. 2 – Tais organismos, a partir da data de publicação do presente Motu Proprio, deverão dar continuidade às próprias atividades, mas seguindo as indicações dadas pela Secretaria para a Comunicação.

Art. 3 - O novo Dicastério, de acordo com a Secretaria de Estado, assumirá o site da web institucional da Santa Sé: www.vatican.va e o serviço de Twitter do Sumo Pontífice: @pontifex.

Art. 4 - A Secretaria para a Comunicação dará início às suas funções no dia 29 de Junho de 2015, tendo como sede provisória: Palazzo Pio, Piazza Pia, 3, 00120 — Cidade do Vaticano. (CARTA..., 2015).

O novo órgão é conduzido por Mons. Dario Edoardo Viganò, padre católico, de 54 anos de idade, oriundo da diocese de Milão e que se destacou como pesquisador da interface Comunicação e Religião na Itália, com estudos sobre Igreja e cinema na Diocese de Milão, e também como diretor do Centro Televisivo Vaticano (CTV), função que ocupou até ser nomeado prefeito da Secretaria. Viganò também é professor catedrático de Teologia da Comunicação, na Pontifícia Universidade Lateranense, de Roma.

O estatuto que define as atribuições da Secretaria para a Comunicação da Santa Sé foi publicado no dia 22 de setembro de 2016 e entrou em vigor em 1º de outubro de 2016, em caráter experimental, por três anos. O texto traz apontamentos no sentido da integração e gerenciamento unificado da comunicação da Igreja Católica.

A Secretaria, segundo consta no Estatuto, trabalha em língua italiana e responde “ao atual contexto comunicativo caracterizado pela presença e pelo desenvolvimento da mídia digital, pelos fatores da convergência e da interatividade”. Esse novo ecossistema exige uma “reorganização” dos órgãos vaticanos e das entidades relacionadas com a Santa Sé, face “à integração e gestão unitária”. (PUBLICADO..., 2016).

A atual Secretaria de Comunicação está organizada da seguinte forma: Direção de Assuntos Gerais; Direção Editorial; Direção de Imprensa da Santa Sé; Direção de Tecnologia; e Direção de Teologia Pastoral.

Art. 8 - A Direção de Assuntos Gerais é responsável, sob a orientação do Secretário:

- 1º. o cuidado e a gestão dos assuntos comuns dos departamentos;
- 2º. a administração, a organização e a formação de recursos humanos;
- 3º. a administração, controle de gestão e desenvolvimento de procedimentos internos;
- 4º. assuntos legais na contratação, relativo aos direitos de propriedade intelectual e, em geral, a proteção dos direitos dos escritos, a voz sobre as fotos e imagens de vídeo, bem como a proteção de posições legais, e tudo o mais necessário para as atividades da Secretaria de Comunicação, em conformidade com a legislação aplicável relativa à

proteção dos direitos de autoria e sujeito às atuais competências da Secretaria de Estado, para as quais é necessária uma licença para continuar no campo de litígio.

5º. a administração das atividades produtivas do Secretariado Técnico para a comunicação, a logística em relação à matéria própria, aquisição de bens e serviços, tendo em conta as prerrogativas do departamento competente;

6º. coordenação de esforços e as participações internacionais de serviços e organismos ligados à Secretaria de Comunicação.

Art. 9 – A Direção Editorial é responsável por:

1º. o planejamento e coordenação de todas as linhas editoriais da responsabilidade da Secretaria de Comunicação;

2º. o desenvolvimento estratégico de novas formas de comunicação;

3º. a integração efetiva da mídia tradicional com o mundo digital, com atenção constante à dimensão universal da comunicação da Santa Sé.

Art. 10 – A Direção de Imprensa da Santa Sé é responsável por:

1º. publicar e divulgar anúncios oficiais dos atos do Sumo Pontífice ou das atividades da Santa Sé, seguindo as instruções da Secretaria de Estado.

2º. receber e moderar coletivas de imprensa e briefings; responder oficialmente a perguntas de jornalistas sobre as atividades do Papa, de Departamentos da Cúria Romana e as outras organizações da Santa Sé ou do Vaticano, após consulta com o Secretário de Estado.

Art. 11 – A Direção de Tecnologia é responsável por:

1º. gestão integrada de plataformas e serviços de tecnologia necessários as atividades comunicativas da Secretaria de Comunicação e seu desenvolvimento para apoiar a evolução dos meios de comunicação da Santa Sé;

2º. pesquisa e desenvolvimento de soluções inovadoras para manter o ritmo com a modernização tecnológica global;

3º. a concepção de novos serviços e o desenvolvimento dos já existentes, com uma atenção constante à compatibilidade tecnológica da comunicação universal da Santa Sé, em relação às diferentes condições de desenvolvimento das Igrejas particulares;

4º. a definição e implementação de processos que aderem aos regulamentos do Vaticano e internacionais no campo das tecnologias de informação e comunicação, bem como as melhores práticas da indústria.

Art. 12 – A Direção de Teologia Pastoral é responsável por:

1º. desenvolver uma visão teológica da comunicação em conteúdo adaptado do que se comunica;

2º. promover as atividades pastorais do Papa, em palavras e imagens, e contextualizá-lo com conteúdo teológico favorável;

3º. promover uma formação teológica e pastoral, tecendo uma rede com as Igrejas particulares e as associações católicas que operam no campo da comunicação;

4º. sensibilizar o povo cristão a tornar-se consciente, especialmente por ocasião da celebração do Dia Mundial das Comunicações, a

importância dos meios de comunicação, na promoção da mensagem cristã e do bem comum. (ESTATUTO..., 2016, tradução nossa).

CONCLUSÕES

Reconhecemos que a Igreja Católica ao longo dos anos adotou diversas posturas equivocadas com relação aos meios de comunicação, sempre se valendo de pressupostos morais, na maioria das vezes para criticar os meios. Após o Concílio Vaticano II a instituição passou por diversas mudanças do ponto de vista, estrutural, das práticas e do próprio discurso.

Com o pontificado de João Paulo II, viveu-se um grande protagonismo do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais na produção e publicação de diversos documentos sobre a temática da comunicação. Em sua maioria os documentos apresentavam apontamentos no sentido de uma mudança significativa na maneira com a Igreja via e percebia a importância dos meios de comunicação.

O próprio Papa João Paulo II assinou alguns documentos sobre a temática. Em nossa compreensão isso sinaliza que a comunicação neste período de fato assumia um papel importante no contexto da Igreja Católica. Com o início do pontificado de Bento XVI, vive-se um verdadeiro silêncio no que diz respeito a comunicação, o papa continuou a produzir somente as mensagens por ocasião do Dia Mundial das Comunicações Sociais, que é celebrado anualmente pelos católicos, a pedido do Concílio Vaticano II.

Neste período não foi publicado nenhum outro texto que se tratava diretamente da temática. O mesmo cenário se repete com Francisco, no entanto uma mudança significativa no que diz respeito à comunicação aconteceu neste pontificado. A estrutura macro da Igreja, a Santa Sé, iniciou um completo processo de transformação das suas estruturas no âmbito da comunicação.

Interpretamos esse processo de reestruturação que está acontecendo na Cúria Romana como mais uma prova de que a Igreja Católica vive um momento de pensamento crítico e estratégico sobre a comunicação, o que caracteriza mais do que nunca uma reviravolta no seu pensamento.

REFERÊNCIAS

AETATIS NOVAE. Instrução pastoral sobre as comunicações sociais no XX aniversário da *Communio et progressio* (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS – 22. fev. 1992). In: DARIVA, Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 183 - 208.

CARTA apostólica em forma de ‘motu proprio’. **Vatican**, Vaticano, 27 jun. 2015. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/motu_proprio/documents/papa-francesco-motu-proprio_20150627_segreteria-comunicazione.html>. Acesso em: 19 out. 2016.

CRITÉRIOS DE COLABORAÇÃO ECUMÊNICA E INTER-RELIGIOSA NO CAMPO DAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS – 4. out. 1989). In: DARIVA, Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 161 - 172.

DALE, Romeu. **Igreja e comunicação social**. São Paulo: Paulinas, 1973.

DARIVA, Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003.

ESTATUTO da Secretaria de Comunicação. **Vatican**, Vaticano, s.d. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/francesco/it/motu_proprio/documents/papa-francesco_20160906_statuto-segreteria-comunicazione.html>. Acesso em: 19 out. 2016.

ÉTICA NA INTERNET (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS – 22. fev. 2002). In: DARIVA, Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 269 - 283.

ÉTICA NA PUBLICIDADE (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS – 22. fev. 1997). In: DARIVA, Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 209 - 227.

ÉTICA NAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS – 4. jun. 2000). In: DARIVA, Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 229 - 251.

IGREJA E INTERNET (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS – 22. fev. 2002). In: DARIVA, Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 253 - 267.

MARQUES DE MELO, José. Igreja e Comunicação. In: SOARES, Ismar de O.; PUNTEL, Joana T. (Orgs.). **Comunicação Igreja e Estado na América Latina**. São Paulo: Paulinas, 1985. p. 59 – 70.

O RÁPIDO DESENVOLVIMENTO (PAPA JOÃO PAULO II – 24. jan. 2005). In: PUNTEL, J. T. **Inter Mirifica**: texto e comentário. São Paulo: Paulinas, 2012. p. 24 – 30.

ORIENTAÇÕES PARA A FORMAÇÃO DOS FUTUROS SACERDOTES SOBRE OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (CONGREGAÇÃO PARA A EDUCAÇÃO CATÓLICA – 19. mar. 1986). In: DARIVA, Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 137 - 159.

PORNOGRAFIA E VIOLÊNCIA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS – 7. mai. 1989). In: DARIVA, Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 161 - 172.

PUBLICADO estatuto da Secretaria para as Comunicações do Vaticano. **Rádio Vaticano**, Cidade do Vaticano, 22 set. 2016. Disponível em: <
http://br.radiovaticana.va/news/2016/09/22/estatuto_da_secretaria_para_as_comunica%C3%A7%C3%B5es_do_vaticano/1260088>. Acesso em 19 out. 2016.

PUNTEL, J. T. A Igreja a caminho na Comunicação. **Teocomunicação**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Teologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 221-242, 2011.

PUNTEL, J. T. **Cultura Midiática e Igreja**: uma nova ambiência. São Paulo: Paulinas, 2008.

PUNTEL, J. T. **Inter Mirifica**: texto e comentário. São Paulo: Paulinas, 2012.

REDEMPTORIS MISSIO. CARTA ENCÍCLICA SOBRE A VALIDADE PERMANENTE DO MANDATO MISSIONÁRIO (PAPA JOÃO PAULO II – 7. dez. 1990). In: PUNTEL, J. T. **Cultura Midiática e Igreja**: uma nova ambiência. São Paulo: Paulinas, 2008.

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
Serviço Social do Comércio – SESC São Paulo
Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

SOARES, Ismar de Oliveira. **Do santo ofício à libertação** – o discurso e a prática do Vaticano e da Igreja Católica no Brasil sobre comunicação social. São Paulo: Paulinas, 1988.