

---

## **O Impacto de um Projeto Eclesial de Comunicação Popular no sertão do São Francisco<sup>1</sup>**

Francisco de Assis SILVA<sup>2</sup>  
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

### **Resumo**

O sertão do São Francisco é marcado por desigualdades e processos de exclusões sociais nos quais a comunicação como processo essencial na vida das pessoas pode contribuir com um novo formato de desenvolvimento local, contrapondo uma lógica de comunicação verticalizada e excludente. Busca-se descrever como ocorreu na Diocese de Juazeiro da Bahia, um projeto de comunicação popular envolvendo nove municípios e, ainda, destacar os seus desdobramentos. Todo o processo é descrito a partir de um levantamento bibliográfico e documental, demonstrando que é possível uma nova lógica de organização dos processos de comunicação que colaborem com uma perspectiva de construção da cidadania, de gestão participativa e a garantia de direitos, dando vez e voz as camadas mais sofridas da sociedade para que sejam atores sociais de seus destinos.

Palavras Chave: Comunicação; Desigualdades; Direitos; Desenvolvimento.

### **Introdução**

A igreja católica passou a trilhar novos caminhos em sua relação com o campo da comunicação e para concretizar o seu posicionamento publicou documentos que descrevem esse novo posicionamento que deveria ser transposto em ações por parte da igreja em todas as suas instâncias.

No Brasil, diante das novas orientações da igreja em relação a comunicação, alguns pastores católicos passaram a desenvolver projetos de comunicação que estavam em sintonia com as novas recomendações. Em Juazeiro da Bahia, o então bispo Dom José Rodrigues de Souza, um redentorista, resolveu desenvolver um projeto de comunicação popular, no âmbito da Diocese, com o intuito de dar vez e voz as camadas mais sofridas da sociedade, em uma região caracterizada por inúmeras desigualdades e exclusões sociais.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP 7 - Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local do XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Discente do Curso de Doutorado Interinstitucional (DINTER) entre o Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCOM – USP) e a Universidade do Estado da Bahia (UNEB). E-mail: assis-francisco@bol.com.br.

Experiências como a da Diocese de Juazeiro da Bahia, alicerçaram e serviram de referência tornando-se precursor de novos documentos sobre a comunicação, sendo que, em 2014, a CNBB lançou o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, documento no qual a igreja orienta o clero e os leigos no desenvolvimento dos processos de comunicação na igreja trazendo em seu texto avanços por sugerir aspectos como a democracia, o diálogo, a participação, além de outros, como elementos de concretização de suas ações nas quais estão sempre presentes a comunicação.

### **O contexto de consolidação da Políticas de Comunicação Popular na igreja católica**

Um fato marcante, para igreja, foi a publicação, em 04 de dezembro de 1963, do documento da Igreja Católica sobre comunicação Social, o decreto Inter Mirifica, pelo Concílio Vaticano II, que traz um conjunto de normas e preceitos responsáveis pela evolução, naquele momento, das interpretações dos fenômenos comunicacionais feitas pelas autoridades eclesásticas. São avanços apresentados por esse decreto o fato de o tema comunicação ter ganhado cidadania e independência na Igreja, reconhecendo que a sociedade tem direito à informação, inclusive motivando muitos episcopados a movimentarem-se na direção de iniciar a constituição das pastorais dos meios de comunicação, conforme ressalta Soares (1988, p. 105 e 107), destacando a estrutura do decreto, que possui: “24 artigos, que compõem a constituição conciliar ( 2 artigos para introdução, 10 destinados a doutrina, 10 à ação pastoral e 2 à conclusão).” Ainda, pode-se destacar que

O Decreto Inter Mirifica assinala a primeira vez que o concílio geral da Igreja se volta para o problema da comunicação. Pela primeira vez, um documento universal da Igreja assegura a obrigação e o direito de ela utilizar os instrumentos de comunicação social. Além disso, o Inter Mirifica também apresenta a primeira orientação geral para o clero e para os leigos sobre o emprego dos meios de comunicação social. Havia agora uma posição oficial da Igreja Católica Romana sobre o assunto (PUNTEL, 2010, p. 39-40).

Em 1971, não menos importante que o decreto Inter Mirifica, foi promulgada a instrução pastoral *Communio et Progressio* da Comissão Pontifícia para os Meios de Comunicação. Foi mais um documento que marcou a evolução da igreja frente à questão da Comunicação a ser desenvolvida na Igreja Católica, trazendo influência direta sobre as

---

práticas de comunicação desenvolvidas na Igreja Católica do Brasil, principalmente por parte de eclesiásticos que enxergavam na comunicação um caminho na preparação para a liberdade, muitas vezes, negada pela forma como era conduzida a sociedade. Assim, são apontadas as características do *Communio et Progressio*:

1ª amplia as conquistas do Inter Mirifica; 2ª procura auscultar a sociedade, levantando questionamento sobre a presença dos modernos instrumentos de comunicação no mundo moderno; 3ª leva em consideração dados sobre a natureza do fenômeno da Comunicação Social, as peculiaridades de cada veículo e a situação psicossocial dos usuários na elaboração dos projetos de comunicação para a Igreja e, finalmente; 4ª Insere a Comunicação Social como elemento articulador de qualquer pastoral, ao reconhecer a necessidade e a legitimidade de formação de opinião dentro da Igreja. (SOARES, 1988, p. 108).

O documento de Medellín segue o caminho de evolução da política de Comunicação Social e define essa em seu texto da seguinte forma:

Os Meios de Comunicação Social (MCS) abrangem a pessoa na sua totalidade. Plasman o homem e a sociedade e tomam cada vez mais seu tempo livre. Forjam uma nova cultura, produto da civilização audiovisual que, se por um lado tende a massificar o homem, por outro favorece sua personalização. Esta nova cultura, pela primeira vez, se põe ao alcance de todos, alfabetizados ou não, fato que não acontecia com a cultura tradicional, que favorecia apenas uma minoria. (CELAM, 1968, p. 74)

Entre as contribuições de Medellín, no campo dos Meios de Comunicação Social, destaca-se o fenômeno de socialização dos homens, fazendo com que eles possam romper com um estado de consciência ingênua e avance para um outro estado, a consciência crítica frente aos desafios que lhe são impostos pela realidade vivenciada.

Na América Latina os MCS representam um dos fatores que mais têm contribuído e contribuem para despertar a consciência das grandes massas sobre suas condições de vida, suscitando aspirações e exigências de transformações radicais. Ainda que de forma incipiente, vêm atuando, também, como agentes positivos de mudança através da educação de base, programas de formação e opinião pública etc. (CELAM, 1968, p. 74).

---

As reflexões de Medellín trazem, em seu texto, a necessidade de a Igreja repensar determinadas posturas e vínculos com grupos que defendem ideias contrárias à real política dos Meios de Comunicação Social, adotando, muitas vezes, uma conceituação com uma concepção distorcida em relação ao que deve ser a comunicação da Igreja.

A Igreja empreendeu uma série de iniciativas neste campo. Se algumas não chegaram a preencher sua finalidade pastoral, deveu-se acima de tudo à falta de uma visão clara do que representa a comunicação social em si mesma e ao desconhecimento das condições que seu uso impõe (CELAM, 1968, p. 74).

Os indícios da necessidade de avanços nos processos de comunicação da Igreja aparecem no resultado de várias discussões, sendo, mais uma vez, exposta pelo documento de Puebla de 1979, que indicou mais um passo de avanços se comparado esse documento com o de Medellín. Isso fica claro na avaliação de Melo (1981, p.13) quando o mesmo fala de suas impressões sobre superações em comparação a Medellín, 1968: “O documento de Puebla traduz a certeza de que a opção pelos pobres, assumida pela hierarquia eclesiástica e respaldada pela prática libertadora das comunidades eclesiais de base, não importa atitudes conciliatórias frente às classes dominantes” (MELO, 1981, p. 13).

O fato de o documento de Puebla de 1979 fazer a inter-relação entre os meios de comunicação e a realidade sociocultural foi um avanço significativo para o que já havia sido declarado anteriormente. Isso estava claro para Melo (1981, p. 14-15), que relata:

A partir dessa constatação é que o documento de Puebla dá um passo além do de Medellín (...). Não há mais aquela ilusão sobre a possibilidade de a presença cristã nos meios burgueses de comunicação vir a representar um fator de convencimento junto aos detentores do capital, sensibilizando-os para a humanização do processo desenvolvimentista. Há ao contrário, uma compreensão do monopólio exercido pelos centros de poder, que manipulam os meios de comunicação de acordo com os princípios que não são absolutamente os da justiça e os do bem comum, mas os do arbítrio e dos interesses imperialistas (MELO, 1981, p. 14-15).

Dom Luciano Metzinger, ao escrever o texto: Puebla e a Comunicação Social, diz que: “Puebla, não se limita a repetir o que já foi dito; oferece-nos, antes, uma visão nova da

---

Comunicação Social, visão de que se deriva uma aplicação renovada à evangelização e à ação pastoral da Igreja em geral” (METZINGER, 1881, IN: NEOTTI, 1981, p. 13).

A mudança de postura da Igreja Católica a partir da proposta de um trabalho, tendo como referência uma comunicação social, envolvendo as Comunidades Eclesiais de Base e Movimentos como o MEB, levou a Igreja a adotar o que foi chamado por Marcelo Azevedo (1985, p. 43) de evangelização inculturada, termo que difere de enculturação ou aculturação, assim, descritos pelo autor:

Por enculturação entende-se o processo pelo qual uma pessoa é introduzida a sua própria cultura. A aculturação significa as transformações que se verifica pelo contato de um indivíduo ou grupo com uma cultura que não é a sua ou pela interação de duas ou mais culturas distintas. Quanto ao conceito de inculturação foi precedido pelo de adaptação que queria indicar o necessário esforço de aproximação e abordagem do não-católico pelo missionário (AZEVEDO, 1985, p. 43).

Essa é mais uma constatação das mudanças pelas quais passa a igreja e a sua relação com a comunicação, que passa a ser vista e vivida como um elemento necessário e indispensável na nova caminhada a que se propunha a igreja frente às demandas que lhe eram, naquele momento, impostas pela sociedade. No entanto, não foi um processo de aceitação unânime, pois encontrou as resistências que precisaram ser superadas por meio de muita luta e organização daqueles que acreditavam na nova postura comunicacional adotada pela igreja no Brasil e na América Latina. A Diocese de Juazeiro não estava fora desse contexto e desenvolveu um Projeto de Comunicação Popular em pleno sertão do São Francisco.

### **Um Projeto de Comunicação Popular no Sertão do São Francisco**

Entre os que resolveram adotar a nova postura da igreja frente aos objetos comunicacionais, destacamos o trabalho de Dom José Rodrigues de Souza, sempre em sintonia com o seu tema episcopal: “Enviou-me a evangelizar os pobres” (Lc 4: 19), que gerou mais uma ação concreta, que desdobrava o que já vinha sendo feito com uma Política de Educação Popular, que tinha o intuito de levar o povo a libertação, por meio da aquisição de conhecimento e formação política; ação essa que levou ao

---

desenvolvimento de um Projeto de Comunicação, mediante a montagem da Pastoral das Comunicações Sociais na Diocese, que aproveitou a estrutura do SEDICA – Setor Diocesano de Comunicação e Audiovisuais, que foi reformulado e transformado em PASCOM.

No início de suas atividades o SEDICA não constituía propriamente uma Pastoral, estava a serviço das Pastorais Sociais da Diocese para confecção de panfletos, boletins, gravação de programas de rádio, almoxarifado. Em 1991, passou por uma reformulação da equipe executiva e planejou seus trabalhos para a montagem da “Pastoral das Comunicações Sociais” na Diocese. (CAMINHAR JUNTOS, 1995, p.14)

O trabalho do SEDICA passa a constituir a própria Pastoral das Comunicações Sociais da Diocese de Juazeiro da Bahia com o objetivo geral, que é:

Dar vez e voz as camadas mais sofridas da sociedade: pescadores, assalariados, trabalhadores, mulheres e desempregados, através da participação desses, ativamente, nos diversos formatos de comunicação (programas de rádio, alto-falantes, vídeos e boletins), para que sejam veiculadas as denúncias de opressão, as reivindicações, os direitos sociais e a valorização as expressões culturais e a organização popular como instrumentos de luta e despertar do senso crítico. (CAMINHAR JUNTOS, 1995, p.14)

Essa nova linha de ação pastoral, que tinha, em um de seus eixos, a comunicação popular, tinha um amplo campo de atuação dentro da Diocese, envolvendo as demais pastorais, as paróquias, o clérigo e os leigos engajados nas pastorais, principalmente os jovens, que foram os mais envolvidos nas principais ações, que a SEDICA desenvolveu na organização popular eclesial como instrumento de luta e despertar do senso crítico frente à realidade que já vinha sendo enfrentada, reforçando o trabalho de Política de Educação Popular, que era uma realidade na Diocese.

Os trabalhos do SEDICA foram objeto de análise na tese de Roberto Joaquim de Oliveira (2008), que fez a seguinte consideração sobre o setor de comunicações e suas possíveis transformações: “O SEDICA ganha novos contornos a partir de 1991, quando a diocese contrata um coordenador para o setor de comunicação e os trabalhos passam a ser organizados pensando em estruturar uma pastoral das comunicações na diocese”. (OLIVEIRA, 2008, p. 111)

Os objetivos específicos, que foram elencados pela Pastoral das Comunicações Sociais da Diocese de Juazeiro, mostram-nos, claramente, o caráter dialógico, participativo e democrático de como se dava todo esse trabalho, estando em sintonia com o que era orientado no desenvolvimento das ações de formação social e política por meio da Política de Educação Popular sob a orientação de teóricos como o prof. Paulo Freire, Moacir Gadotti, Leonardo Boff, prof. Ladislau Dowbor e muitos outros que ajudaram a construir um caminho a ser seguido pela Diocese de Juazeiro, sendo a PASCUM mais uma linha de ação dentro de projeto maior de libertação do povo.

Essa perspectiva de desenvolvimento de um projeto de comunicação popular foi fortalecida no âmbito da Igreja anos mais tarde, por ocasião da publicação do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil em 2014, quando o mesmo conceitua a comunicação popular, dizendo que:

A comunicação popular ou alternativa é aquela que tem o povo como seu sujeito, conhecida, por isso, como “comunicação do povo”. Ela cumpriu importante papel na luta pela redemocratização do país, na construção da cidadania e no combate à desigualdade social, recebendo forte apoio da Igreja. Está voltada especificamente para a libertação dos pobres e excluídos. (CNBB, 2014, p. 115)

A PASCUM elencava, entre seus objetivos específicos, as seguintes ações:

Criar espaços de comunicação popular em Centros Comunitários e bairros de periferia e Igrejas das comunidades; Capacitar pessoas das comunidades para assumirem o trabalho como correspondentes populares nos diversos programas radiofônicos; Produzir e apresentar programas nas rádios locais, utilizando matérias enviadas pelos correspondentes populares e afins; Apoiar as diversas equipes de comunicação com informações e fontes de pesquisa a serem utilizadas em suas atividades; Produzir documentários sobre a realidade do povo do Vale do São Francisco, seus problemas, suas organizações e buscas de alternativas e sobrevivência; Assessorar e apoiar diversas equipes de comunicação, planejando, acompanhando e avaliando junto com eles os trabalhos realizados. (CAMINHAR JUNTOS, 1995, p.14)

Dentro desse universo da PASCUM, destaca-se um forte trabalho de comunicação popular, envolvendo, principalmente, os jovens leigos da Diocese em linhas de ações da PASCUM: A Rede de Correspondentes Populares é uma das linhas de ações, que traz,

em seu contexto, fortes indícios de organização popular inclusiva, comprometida com a libertação do povo e transformação da sociedade, deixando isso explícito por meio das bases teóricas que sustentam todas as ações, como, também, na forma operacional com que era desenvolvido todo o trabalho comunicacional.

### **A Rede de Correspondentes Populares da Diocese de Juazeiro**

A Diocese de Juazeiro na Bahia desenvolveu um projeto para fazer com que PASCUM (Pastoral das Comunicações) ampliasse a sua atuação, tornando-se uma pastoral ativa e estratégica no fortalecimento das atividades desenvolvidas pela Diocese. Como parte do trabalho da PASCUM nasceu a Rede de Correspondentes Populares, no ano de 1992, como relata Moisés Almeida, então coordenador da PASCUM da diocese:

A experiência da Rede de Correspondentes Populares estava por vim. E, em fevereiro (1992), tivemos o primeiro treinamento com representantes das paróquias de Remanso, Pilão Arcado, Campo alegre de Lourdes, Juazeiro e Sobradinho. Iniciava assim a Rede de Correspondentes Populares, que assumiu o Programa “A Voz do Velho Chico”, veiculado a emissora Rural de Petrolina-PE, aos domingos às 06:30 horas. (Caminhar Juntos, 1993, p.13)

A Rede de Correspondentes Populares da Diocese de Juazeiro na Bahia era formada por uma equipe de comunicadores populares da Pastoral das Comunicações Sociais da Diocese que tinha como uma de suas funções ser um elo de comunicação entre as pastorais sociais da mesma.

Na concretização dos objetivos direcionados à Rede de Correspondentes Populares, destacava-se o auxílio na produção de programas de rádios apresentados a partir de entrevistas, notícias e informações vindas dos diversos municípios, trazendo, assim, a realidade vivida e experienciada pelos diversos grupos organizados e pela comunidade em geral.

O trabalho cresceu e vários eram os programas de rádio produzidos e apresentados pelo SEDICA (Setor Diocesano de Comunicação), antecessor da PASCUM, que contavam com a participação dos correspondentes populares. O Boletim Caminhar Juntos (1995), cita os seguintes programas:



Participação e Comunhão: Rádio Juazeiro, de segunda a sábado, de 06:45 às 7:00h; Semeando a Verdade, terças e sextas, de 17:30 às 18:00h.; A Voz do Velho Chico, domingo, de 06:30 às 07:30h., esses dois últimos na Emissora Rural em Petrolina-PE, cidade vizinha a Juazeiro-BA. (CAMINHAR JUNTOS, 1995)

A rede de correspondentes populares era composta inicialmente por quinze jovens repórteres populares, que participavam de treinamentos periódicos a cada três meses, sendo que, nos treinamentos oferecidos pela Pastoral das Comunicações aos Correspondentes Populares, eram desenvolvidas temáticas como: entrevista e notícia; dicção; locução e criatividade; neoliberalismo; legislação; entre outros, além da realização de encontros de planejamento e avaliação.

No processo de formação dos membros da Rede de Correspondentes Populares, assim como nas atividades de produção de formatos para a divulgação, existia o Acervo Dom José Rodrigues que aparece como uma fonte de dados e informações para o enriquecimento dos temas trabalhados, por possuir, em seus materiais, autores, títulos e temas, que podiam colaborar com as questões colocadas em pauta.

O trabalho da rede de comunicadores populares, da Diocese de Juazeiro, com seus canais de comunicação alternativos, imbuídos no processo das lutas pela liberdade de expressão e na ampliação dos direitos da cidadania, era fruto de todo um processo de planejamento, que se dava desde a articulação entre entidades até a formação da rede de comunicadores.

Eram levantados os nomes de entidades que poderiam financiar trabalhos com a finalidade de contribuir com a mudança de realidade das pessoas. Foi, assim, que entidades como a MISEREOR, que é uma Obra episcopal da Igreja Católica da Alemanha para a cooperação ao desenvolvimento, que há mais de 50 anos está comprometida com a luta contra a pobreza na África, Ásia e América Latina e a CARITAS, que é uma entidade de promoção e atuação social, que trabalha junto aos excluídos e excluídas em defesa da vida e na participação da construção solidária de uma sociedade justa, igualitária e plural, foram consultadas através de projetos e conseguiu-se com êxito o levantamento de financiamento para a estruturação e o desenvolvimento das atividades propostas pela pastoral das comunicações.

---

A Pastoral das Comunicações disponibilizava para os correspondentes populares equipamentos como: gravadores, microfones, fones de ouvido, credenciais de identificação, além da cobertura dos custos de transporte, alimentação e hospedagem nos treinamentos oferecidos.

Todo o trabalho desenvolvido pela Pastoral das Comunicações primava por um processo democrático, de forma que todas as atividades eram planejadas e desenvolvidas a partir de discussões que envolviam os jovens repórteres populares, a equipe executiva do SEDICA e as demais pastorais da Diocese.

Os comunicadores populares trabalhavam sobre o alicerce de uma estrutura, que dava condições de desenvolver um trabalho de suma importância para a prática de uma comunicação que favorecesse a ampliação do direito à cidadania de parte uma população do Nordeste brasileiro, que passou a dar eco dos seus anseios e reivindicações, a sua cultura, tornando-se, assim, uma população com visibilidade, que, antes, não dispunha.

Dessa forma, a Rede de Correspondentes Populares desenvolvia as múltiplas possibilidades de produção e difusão da informação, utilizadas como canais de comunicação alternativos, preenchendo, assim, um espaço vazio de comunicação, que não era atendido pelos veículos de comunicação que tinham uma linha de atuação comercial.

### **Consideração Final**

Na Diocese de Juazeiro da Bahia, no sertão do São Francisco, na década de 80, do século XX, o então bispo Dom José Rodrigues já vislumbrava o potencial que um projeto de comunicação poderia desenvolver junto ao clero e aos leigos e por isso, começou a desenvolver um Projeto de Comunicação Popular, sempre primando por pilares como diálogo, democracia, criticidade, entre outros, na base do processo de formação no sentido mais amplo.

O desenvolvimento de uma política de comunicação no âmbito da Igreja deverá acontecer em várias frentes; entre elas, o Diretório de Comunicação da Igreja aponta a criação e/ou fortalecimento da Pastoral das Comunicações como uma questão importante e necessária

---

para o planejamento, a aplicação e a avaliação da política de comunicação da Igreja no Brasil, com vistas a uma postura comunicacional, que deverá ser vivenciada por todos os setores da igreja, de forma mais próxima da realidade da sociedade.

Diante da necessidade de articular as diversas iniciativas comunicacionais, a CNBB, desde o seu início, foi estruturada sua comunicação em vista da evangelização e do diálogo com a sociedade. A Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação tem como tarefa animar e articular a Pastoral da Comunicação (Pascom), os processos e meios comunicativos da igreja no Brasil. (CNBB, 2014, p. 187)

A Diocese de Juazeiro da Bahia organizou, a partir de 1991, a sua Pastoral das Comunicações Sociais, que, já naquela época, desenvolvia um trabalho, com os correspondentes populares, semelhante ao que propõe o Diretório publicado em 2014, pela CNBB, que, sobre a Pastoral das Comunicações, diz:

A existência dessa pastoral só é possível graças à colaboração dos leigos presentes nas comunidades que assumem as várias atividades da comunicação, desde o planejamento e gestão, até ações específicas como a acolhida dos fiéis, a redação de notícias para boletins, o cuidado com os murais, a atualização contínua dos sites, a realização de cursos de comunicação para as comunidades, entre outras atividades relativas à comunicação na Igreja. (CNBB, 2014, p. 107)

No ponto que trata da questão do planejamento e ações da Igreja no contexto da comunicação, a proposta vivenciada em Juazeiro da Bahia, também, traz semelhanças com o que defende hoje a política de comunicação da igreja em termos de uma construção coletiva e em forma de projetos, ao dizer que:

Os agentes da comunicação, nas diferentes realidades, leigos, ministros ordenados e consagrados, precisam desenvolver projetos e trabalhos conjuntos de comunicação, a partir de uma cultura do planejamento e da avaliação das ações comunitárias. É de vital importância promover políticas de sinergia e convergência de comunicação que envolva todas as pessoas que trabalham com a comunicação na Igreja, em um processo que valorize sempre mais a ação comunitária sobre as ações individuais. (CNBB, 2014, p. 106)

Um ponto ressaltado no Diretório é a construção da cultura do encontro, no qual o Papa Francisco, em 2014, acreditava como sendo um caminho para ajudar a construir um

---

mundo melhor, com mais justiça e fraternidade. Sobre essa cultura, foi destacada no Diretório que o desafio é:

Descobrir e transmitir a mística de viver juntos, misturar-nos, encontrar-nos, dar o braço, apoiar-nos, participar desta maré um pouco caótica que pode transformar-se em uma verdadeira experiência de fraternidade, em uma caravana solidária, em uma peregrinação sagrada. (CNBB, 2014, p.29)

Ao propor, por meio do campo da comunicação, enxergar as mudanças no mundo, especificamente no Brasil, vivenciando a fé e colocando os leigos como protagonistas, com a definição de uma política de comunicação, percebe-se que a Igreja pode trilhar novos caminhos que fortaleçam ainda mais a responsabilidade da instituição com a sociedade. Esse caminho foi trilhado pela Diocese de Juazeiro da Bahia ao desenvolver um Projeto de Comunicação Popular que rende frutos até os dias atuais.

### **Referências Bibliográfica**

AZEVEDO, Marcelo. **Comunidade eclesiais de base e inculturação da fé**. São Paulo: Loyola, 1985.

CELAM. **Meios de Comunicação. Documento de Medellín**, 1968. Disponível em <<https://spirandiopadre.wordpress.com/documento-de-medellin-texto-integral>> Acessado em 18/08/2017.

CNBB. **Diretório de comunicação da Igreja no Brasil**. 1ª edição. São Paulo: Editora Paulinas, 2014

DIOCESE DE JUAZEIRO DA BAHIA. Boletim Informativo. 1993; 1995.

MELO, José Marques de. **Comunicação & Libertação**. São Paulo: Vozes, 1981.

NEOTTI, Clarêncio (ORG). **Puebla Brasil: Comunicação um Estudo Crítico**. São Paulo: Loyola, 1981.

OLIVEIRA, Roberto Joaquim. **Comunicação e cidadania as margens do São Francisco: a rede de correspondentes da Diocese de Juazeiro da Bahia**. Tese de Doutorado. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2008.

PUNTEL, Joana T. **Comunicação: diálogo dos saberes na cultura midiática**. São Paulo: Paulinas, 2010.

---

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