



A comunicação na Igreja do Brasil na ótica do Diretório de Comunicação

Moisés Sbardelotto



Uma longa história de vivência e exercício da ação evangelizadora como **prática de comunicação** no Brasil

1963 – “Inter Mirifica”, fruto do #CVII

1989 – CF “Comunicação para a Verdade e a Paz”

1994 – “Comunicação e Igreja no Brasil” – Setor de Comunicação Social da CNBB

1997 – “Igreja e Comunicação rumo ao novo milênio: conclusões e compromissos” #AGCNBB1997

Referenciais

Comunicacionais

Sociológicos

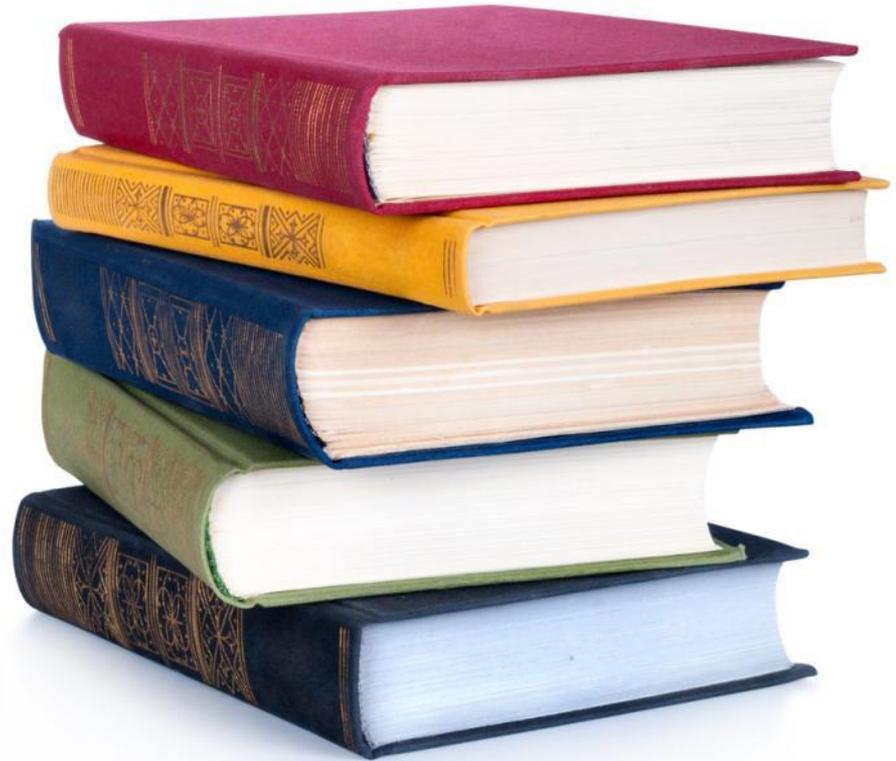
Éticos

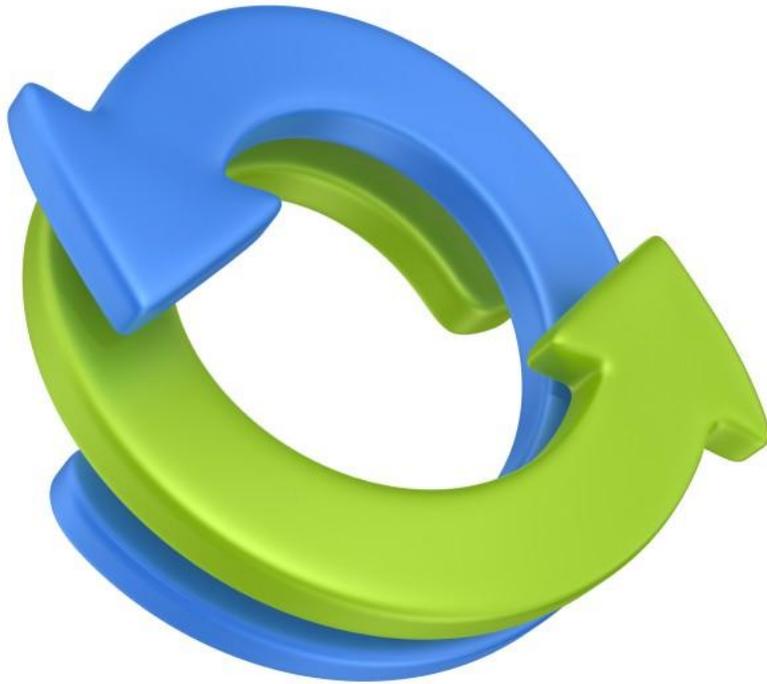
Políticos

Teológicos

Pastorais

destinados à reflexão das lideranças da comunidade eclesial e civil (n. 5).





A **Pastoral da Comunicação** precisa ser priorizada nos planos de ação da Igreja, em todas as suas instâncias (n. 7).

O Diretório entende a Pastoral da Comunicação como um **processo** dinâmico, dialógico, interativo e multidirecional (n. 10).

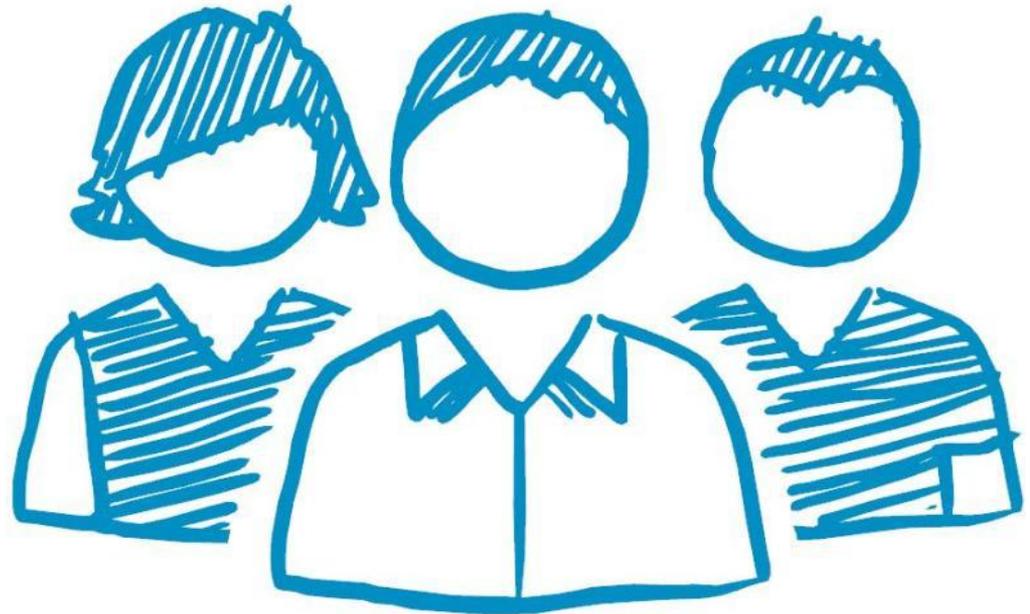
Ampliar as relações com a comunidade humana, na perspectiva de uma **“cultura do encontro”** e da mística missionária da **“Igreja ‘em saída’”**.



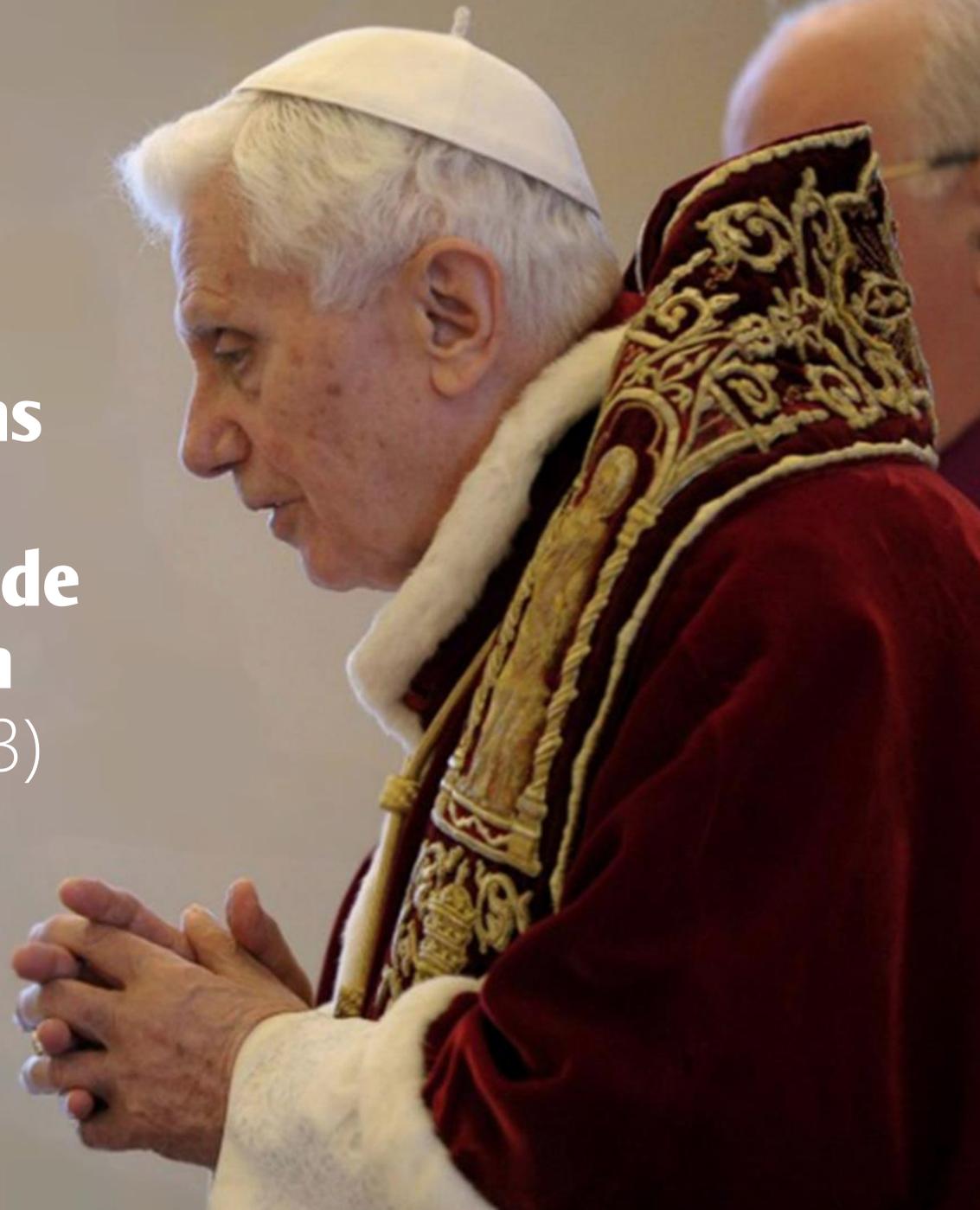
Capítulo 1

Comunicação e
Igreja no mundo
em mudanças

Compreender profundamente as pessoas e a sociedade na qual se vive e se atua é **condição essencial** para o êxito de toda ação evangelizadora (n. 11).



“... no mundo de hoje, sujeito a **rápidas mudanças** e agitado por **questões de grande relevância para a vida da fé...**” (2013)



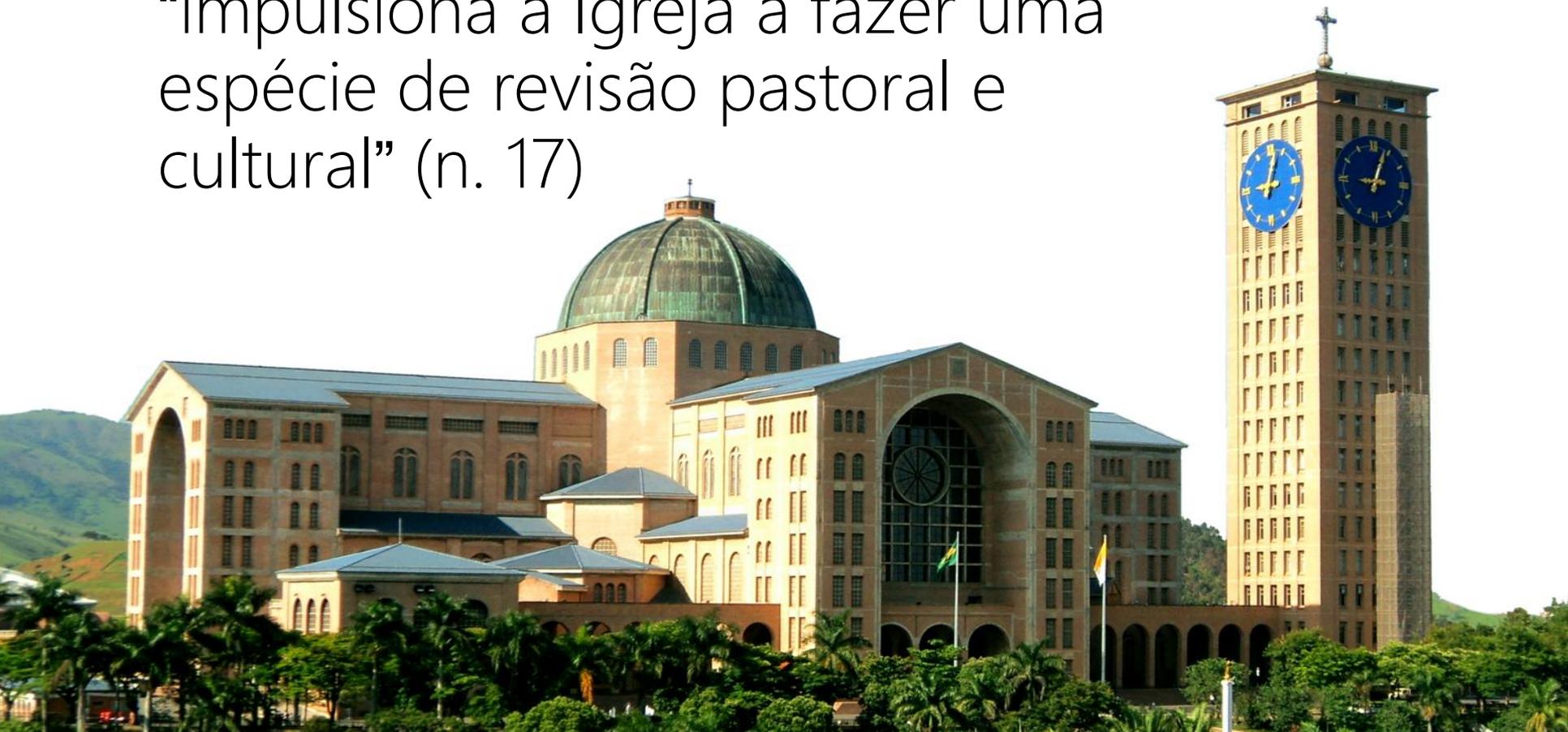
Trata-se de uma perspectiva que deve **perceber a comunicação para além dos meios e dos aparatos de informação**, reafirmando o ser humano como um ser de relação e de comunhão, parte de uma comunidade (n. 11).



Comunicação diz respeito aos processos de construção simbólica que possibilitam a interação pessoal e a organização social. Não se trata de mera transmissão de mensagens, mas de **ressignificação constante do mundo** (n. 12).



“A revolução das comunicações afeta, de igual modo, a percepção que se pode ter da Igreja (...). Tudo isso tem **consequências pastorais importantes**”. Esse fenômeno “impulsiona a Igreja a fazer uma espécie de revisão pastoral e cultural” (n. 17)



A **cultura do encontro** “requer que estejamos dispostos não só a dar, mas também a receber de outros. Os meios de comunicação podem ajudar-nos nisso”. (n. 33).





PISTA DE AÇÃO

Colaborar para que as ações comunicativas da Igreja sejam marcadas pelo espírito participativo, colaborativo e cooperativo.

Capítulo 2

Teologia da Comunicação



Na criação do homem e da mulher e de todos os seres, Deus revelou-se como **autor e comunicador da vida** na sua expressão mais ampla e profunda (n. 34).



A comunicação como dom e responsabilidade

A Trindade, comunidade comunicadora

Deus se comunica por meio do seu Filho

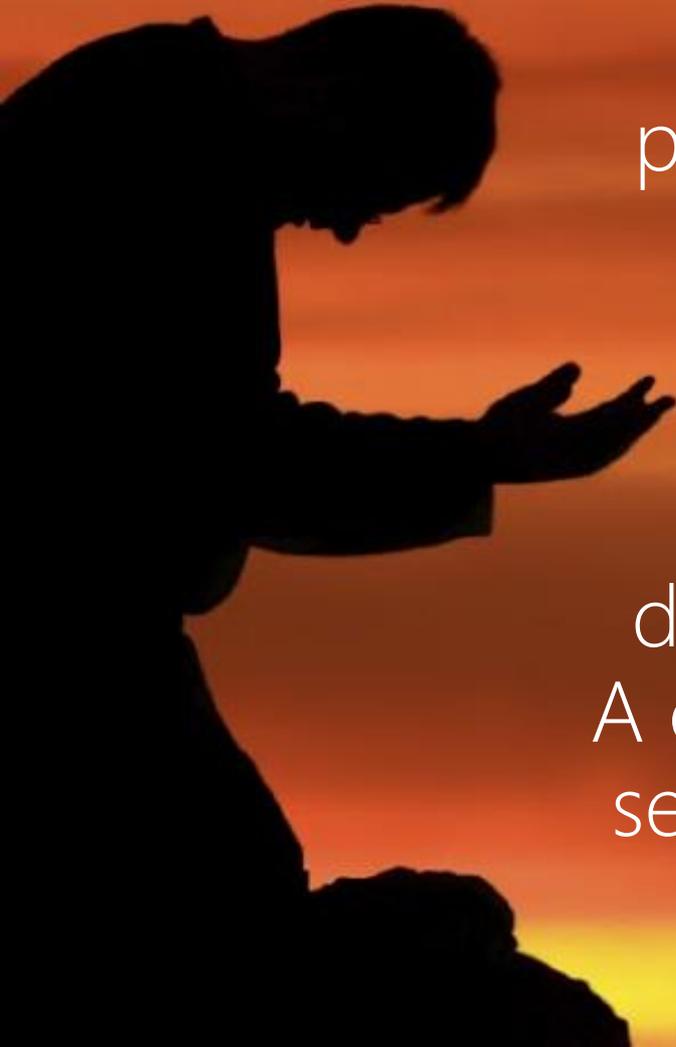
Jesus Cristo, a videira verdadeira que nos irmana

O sopro do Espírito e a novidade da comunicação

A Igreja, mistério de comunhão-comunicação

Sacramentos e comunicação

Espiritualidade do comunicador



Na intimidade do encontro pessoal do comunicador com o Criador, a comunicação lança suas raízes na verdadeira e inesgotável fonte de onde emana o sentido profundo dessa mensagem comunicativa. A comunicação, portanto, torna-se **experiência de graça**. (n. 60)



PISTA DE AÇÃO

Viver a espiritualidade do comunicador na vida pessoal para que as ações comunicativas sejam coerentes com aquilo em que se acredita.

Capítulo 3

Comunicação e vivência da fé



A Igreja existe para evangelizar e sua missão primordial consiste em comunicar a Boa Notícia do Reino (...) Sob esse ponto de vista, a formação cristã, que se realiza também pela **Catequese**, e a expressão da fé mediante a **Liturgia** merecem especial cuidado por parte dos pastores e da comunidade eclesial (n. 64).

Catequese, processos e meios de comunicação

A dimensão dialógica e participativa
Atitudes comunicativas dos catequistas

As possibilidades das mídias para a catequese

A comunicação para as pessoas com necessidades especiais



Liturgia: plenitude da comunicação

Cuidados na preparação da liturgia
(equipe, ambiente, linguagem, homilia,
música, silêncio)

Comunicação ao longo do ano litúrgico

Transmissão de celebrações litúrgicas

Outros cuidados, discrição e dignidade





Na **homilia**, Deus se comunica e revela o seu poder por meio da palavra humana. (...) Por isso, o pregador deve **conhecer o coração da sua comunidade** (...). Muitas vezes, porém, os fiéis e os próprios ministros ordenados sofrem, “uns a ouvir e outros a pregar. É triste que assim seja”. (n. 89-90).



PISTA DE AÇÃO

Viver a fé através de ações que nasçam do diálogo com Deus, mediante uma comunicação que privilegie a escuta, o louvor e a fraternidade.

Capítulo 4

Ética e Comunicação

A ética na comunicação consiste em saber se os avanços tecnológicos estão “contribuindo para um **desenvolvimento humano autêntico** e ajudando os indivíduos e os povos a corresponder à verdade do seu destino transcendente” (n. 104).





PISTA DE AÇÃO

Defender e garantir o acesso às tecnologias da comunicação e da informação como condição fundamental para romper as barreiras e os monopólios que deixam tantos povos à margem do desenvolvimento.

Capítulo 5

O protagonismo
dos leigos na
comunicação
evangelizadora



A Igreja reconhece a **inestimável contribuição** dos leigos que anunciam a Boa Nova de Jesus Cristo (n. 120).

O Documento de Aparecida diz que (...) é necessário que o leigo seja levado em consideração com espírito de **comunhão e participação** (n. 125).

Os **jovens**, sujeitos ativos da comunicação

A **família** e sua missão na formação para a comunicação

A comunicação nas **comunidades**





Os **pobres** “desafiam o núcleo do trabalho da Igreja, da pastoral e de nossas atitudes cristãs. Isso também diz respeito às práticas comunicacionais da Igreja diante da realidade da pobreza que marca o nosso continente e, especialmente, o nosso país...



É preciso ter **ouvido atento** aos clamores e às reivindicações dos pobres, assumindo um compromisso de escuta, de diálogo e comunhão com os mais necessitados (n. 135).



PISTA DE AÇÃO

Promover maior inserção dos leigos no campo da comunicação, como animadores de processos comunicacionais na comunidade.

Capítulo 6

A Igreja e a mídia

O compromisso da Igreja no mundo da mídia, tão plural de opiniões e posições, **não se esgota no discernimento e na formação.**





A comunicação popular ou alternativa é aquela que tem o **povo como seu**

sujeito, conhecida, por isso, como “comunicação do povo”. (...) É uma comunicação transformadora que visa mudar as estruturas. O povo é seu protagonista. (n. 146-147)

Presença dos católicos nas diversas mídias

As iniciativas midiáticas da Igreja

(pintura, escultura, arquitetura, música, teatro, imprensa, cinema, rádio, televisão, associações)



Leão XIII



PISTA DE AÇÃO

Favorecer o diálogo entre a Igreja e a sociedade, com atenção particular às demandas sociais de informação e propondo pautas do interesse da Igreja.

Capítulo 7

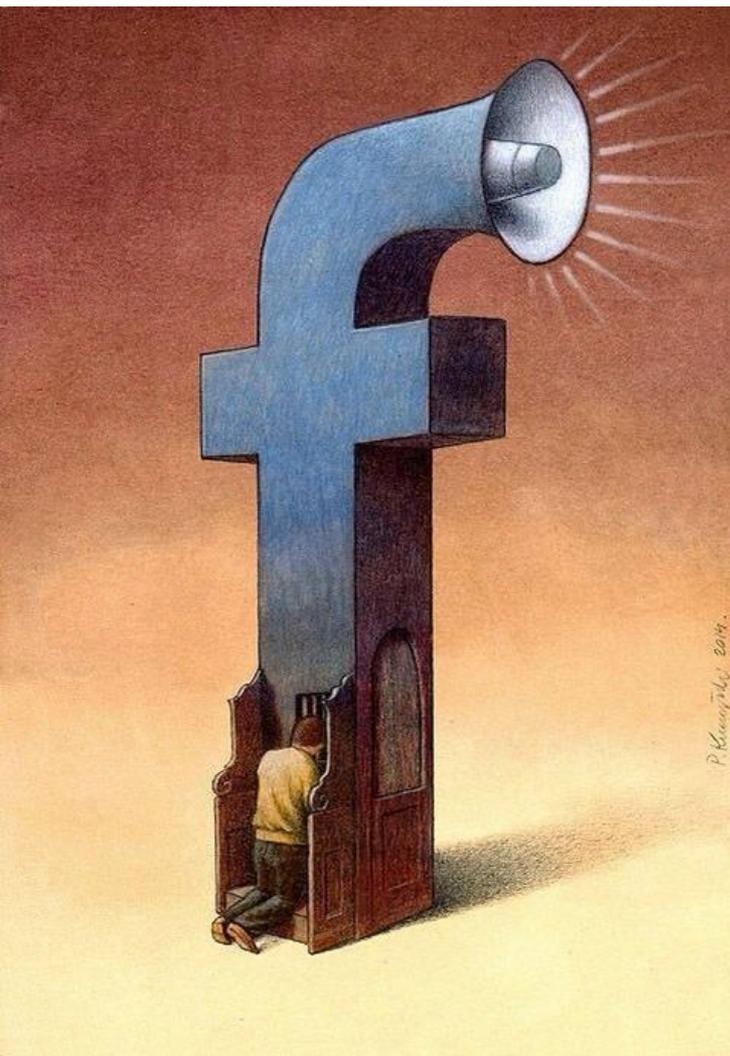
Igreja e mídias digitais



A presença da Igreja no ambiente digital é incentivada por ser um **lugar de testemunho e anúncio do Evangelho** (n. 175).

As novas tecnologias permitem que as pessoas se encontrem para além das fronteiras de tempo e espaço e das próprias culturas. (...) “A rede digital pode ser um **lugar rico de humanidade**” (n. 179).





É importante que a presença cristã se caracterize, primeiramente, como **“escuta” atenta, sensível e crítica** das “eternas questões do homem” (...). Os cristãos são chamados a participar das relações sociais digitais (...) prontos a ouvir a experiência humana em suas diversas situações, culturas e tradições. (n. 187).



A **cultura participativa e colaborativa**, sobretudo com as redes sociais digitais, pede uma revisão dos métodos pastorais (n. 182).



PISTA DE AÇÃO

Promover a presença da Igreja no ambiente digital como um lugar de testemunho e anúncio do Evangelho.
(Episcopo.net)

Capítulo 8

Políticas de comunicação

Todos os canais disponíveis representam um **bem público** entregue temporariamente a determinados beneficiários que devem prestar contas de seus atos. A Igreja precisa estar presente nos debates em torno da revisão dessas políticas (n. 196).





As Políticas Públicas de Comunicação na Constituição do país

Liberdade de expressão, uma conquista para a comunicação

A contribuição da Igreja para o debate sobre as políticas da comunicação

Pela construção de uma prática alternativa da comunicação

As políticas de comunicação no âmbito da Igreja

Compromissos derivados das concessões por outorga



PISTA DE AÇÃO

Zelar para que as emissoras de rádio, canais de televisão e sites de internet, especialmente católicos, cumpram a missão política na educação e correspondam aos seus deveres estabelecidos por lei.

Capítulo 9

Educar para a
comunicação

Formação que:

a) propicie o entendimento dos fundamentos que orientam as relações de comunicação na sociedade e no interior da comunidade eclesial (...)

b) facilite a implementação de políticas de ação no campo da comunicação, nos diferentes níveis da prática evangelizadora (n. 213).



A educação para a comunicação tem como metas:

- 1.** promover a formação para os processos dialógicos de relacionamento;
- 2.** favorecer procedimentos de análise crítica frente aos meios de comunicação
- 3.** oferecer formação para o uso adequado dos recursos da informação a serviço do bem comum (n. 214).



PISTA DE AÇÃO

Exercer uma prática pedagógica que tenha como referência o próprio modo de Jesus se comunicar, no sentido de reforçar o diálogo, ao invés de práticas impositivas, próprias de contextos autoritários.

Capítulo 10

Comunicação na Igreja: a atuação da Pascom



Diante da necessidade de articular as diversas iniciativas comunicacionais, a CNBB foi estruturando 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 Pascom (n. 239).



Dimensões da Comissão para a Comunicação

1. Comunicação e processos de interação

- Articulação e animação da Pascom
- Prêmios de Comunicação da CNBB
- Dia Mundial das Comunicações

2. Comunicação e meios digitais

- Rede de Informática da Igreja no Brasil (Riibra)
- Episcopo.net

Eixos da Pascom

1. Formação
2. Articulação
3. Produção
4. Espiritualidade



PASCOM
BRASIL



Atribuições dos comunicadores na Igreja

Bispos, presbíteros, consagrados/as, leigos/as

Organização da Pascom

Âmbitos nacional, regional, diocesano, paroquial, comunitário, vicariatos para a comunicação, assessoria de imprensa, equipes de reflexão

Planejamento da comunicação



**Das “pistas de ação”
a ações que deixem
pistas...**



Os frutos serão colhidos ao longo do caminho a ser percorrido, com a contribuição de **toda a Igreja comunicante...**

Cabe às dioceses e paróquias, assim como às diferentes pastorais, movimentos e às mídias católicas, **apropriarem-se do Diretório**, estudá-lo em cada um de seus capítulos, confrontando suas proposições com a realidade local (n. 10)



Obrigado! =)



msbardelotto

