MAURICIO NASCIMENTO CRUZ FILHO

**A Educomunicação no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil:
aprendizagem em perspectiva**

São Paulo

2018

MAURICIO NASCIMENTO CRUZ FILHO

**A Educomunicação no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil:
aprendizagem em perspectiva**

Versão Corrigida

(Versão original disponível na Biblioteca da ECA/USP)

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação, na área de concentração Interfaces Sociais da Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Ismar de Oliveira Soares

São Paulo

2018

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

CRUZ FILHO, MAURICIO NASCIMENTO

A Educomunicação no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil: Aprendizagem em Perspectiva / MAURICIO NASCIMENTO
CRUZ FILHO ; orientador, ISMAR DE OLIVEIRA SOARES. -- São Paulo, 2018.

433 p.: il. + QRCode + CD.

Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.

Bibliografia

Versão corrigida

1. Educomunicação 2. Comunicação Católica 3. Pastoral da Comunicação 4. Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil 5. Regionais da CNBB I. SOARES, ISMAR DE OLIVEIRA II. Título.

CDD 21.ed. - 302.2

Nome: Mauricio Nascimento Cruz Filho

Título: A Educomunicação no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil: aprendizagem em perspectiva

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação, na área de concentração Interfaces Sociais da Comunicação.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Presidente: Prof. Dr. Ismar de Oliveira Soares

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Às minhas saudosas avós, Elza Martins do Nascimento e Carmita de Sousa Nascimento Cruz, que, por suas mãos calejadas do roçado e do pilão, me fizeram experimentar os sublimes perfumes e sabores da alegria e da fé, que, na dureza do caminho, hoje me dão o conforto e a paz de que preciso para seguir em frente.

AGRADECIMENTOS

A Jesus Mestre de Nazaré, Educomunicador de Deus Pai, minha força e inspiração.

À Bem-Aventurada Virgem Maria e seu esposo São José, meus primeiros intercessores.

Aos meus amados pais, Célia Maria Nascimento Cruz e Mauricio Nascimento Cruz.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Ismar de Oliveira Soares, pela sabedoria e paciência de um pai.

Aos meus apoiadores na esperança, a pedagoga Thaís Rufatto dos Santos, o professor João Evangelista Teixeira e o educador Mestre Douglas Calixto.

Aos meus apoiadores na oração e na pesquisa, os Padres Antonio Iraildo Brito, Douglas de Freitas Ferreira, Rafael Vieira, Leomar Nascimento de Jesus, Davi da Cruz, Roberto Luiz Preczevski, Eduardo Fabiano de Souza e ao frei Darlei Zanon.

Aos meus amados professores Edson Mota, Silvia Pucci, Bianca Gonçalves de Souza, Mariangela Haswani, Helena Corazza, Joana Terezinha Puntel, Adilson Citelli, Immacolata Vassalo de Lopes, Roseli Fígaro e Comissão de Coordenação do PPGCOM, pelo incansável incentivo no processo de produção do conhecimento científico.

À minha colega de turma Elisangela Rodrigues, com quem compartilhei minhas angústias, e também aos colegas de pesquisa, Ricardo Alvarenga e Moisés Sbardelotto.

Aos meus queridos bispos, Dom José Negri; Fernando Antonio Figueiredo; Orani João Cardeal Tempesta; Darci José Nicioli; José Luiz Gomes de Vasconcelos; Milton Antonio dos Santos; Vilson Dias de Oliveira; Evaristo Spengler; Levi Bonatto; Messias Silveira; Romualdo Kujawski; Philip Dickmans, que me apoiaram nessa empreitada.

Aos Assessores da Comissão Episcopal para a Comunicação e aos Coordenadores da Pastoral da Comunicação em todos os Regionais da CNBB, e demais agentes e autoridades colaboradores que foram entrevistados e gentilmente cederam suas vozes a esta pesquisa.

Aos meus paroquianos de São Pedro Apóstolo, que sentiram minhas ausências por causa dos estudos, e, sobretudo, aos meus padrinhos e madrinhas da comunidade que colaboraram financeiramente para que eu pudesse realizar as tarefas de pesquisa.

A todos os meus amigos e familiares que, mesmo à distância, acompanharam meus esforços com orações e torcidas.

“O grande conteúdo da Educomunicação, dos processos educ comunicativos, é o sonhar um mundo diferente... Pois, na verdade, o que caracteriza a prática educ comunicativa é o sorriso. Um sorriso franco, a alegria permanente dos sujeitos envolvidos nesse trabalho. E a grande seriedade que se tem na Educomunicação é a seriedade do compromisso com a transformação social e do compromisso com a prática da igualdade democrática entre os sujeitos que buscam uma vida melhor para todos os seres humanos”. (Ismar de Oliveira Soares, 2012).

RESUMO

CRUZ, Mauricio Nascimento. **A Educomunicação no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil: aprendizagem em perspectiva**. 2018. 492 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

O presente estudo investiga a emergência do conceito de Educomunicação na comunicação católica a partir da publicação do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. Em 2013, a CNBB apresentou à 51.^a Assembleia Geral da entidade um documento exclusivo para a comunicação na Igreja Católica, que foi aprovado pelo Conselho Permanente dos Bispos em março de 2014 e lançado no Encontro Nacional da Pastoral da Comunicação em Aparecida/SP no mês de julho do mesmo ano. Os objetivos pretendidos pela CNBB e os preparativos deste documento de número 99, intitulado “Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil”, é que nos despertaram a busca pelas relações de causalidade da presença do conceito de Educomunicação, percebido pela primeira vez num documento oficial da Igreja católica no Brasil e no mundo, e os desdobramentos que esta presença significativa traz para o universo pastoral de comunicação atual. Com este objeto de pesquisa, pretendemos identificar os caminhos que esse conceito tem percorrido, desde as primeiras Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), em suas práticas reflexivas comunitárias, até sua edição formal registrada pela publicação do Diretório. O trabalho se justifica pelo nosso interesse profissional e vivência junto ao ministério presbiteral católico desde 2003. Nessa perspectiva, buscamos investigar o âmbito das ações pastorais, considerando pesquisadores, leigos e autoridades que, em diversos níveis e hierarquias, tiveram contato com o Documento 99, atribuindo significados e sentidos às práticas educacionais na comunicação católica. Assim, buscamos compreender como a Educomunicação, sistematizada pelo NCE/USP, foi reconhecida pela CNBB nos métodos de gestão e propostas para o compartilhamento da fé e intervenções nos diversos níveis da comunicação católica. A pesquisa é de cunho bibliográfico que, aliado ao material coletado em pesquisa de campo (entrevistas e questionários), volta-se para responder às questões propostas, em especial visando à compreensão do papel da Educomunicação frente aos projetos da Igreja Católica no Brasil, revelando como esse conceito foi incorporado e vem sendo utilizado por todos os sujeitos envolvidos, religiosos e leigos.

PALAVRAS-CHAVE: Educomunicação; Comunicação Católica; Pastoral da Comunicação; Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil; Regionais da CNBB.

RESUMEN

CRUZ, Mauricio Nascimento. **La Educomunicación en el Directorio de Comunicación de la Iglesia en Brasil: aprendizaje en perspectiva**. 2018. 492 f. Tesis (Doutorado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

El presente estudio indaga la emergencia del concepto de Educomunicación en la comunicación católica a partir de la publicación del Directorio de Comunicación de la Iglesia en Brasil. En 2013, la CNBB presentó a la 51ª Asamblea General de la entidad un documento exclusivo para la comunicación en la Iglesia Católica, que fue aprobado por el Consejo Permanente de los Obispos en marzo de 2014 y lanzado en el Encuentro Nacional de la Pastoral de la Comunicación en Aparecida / SP en el mes de julio de ese mismo año. Los objetivos pretendidos por la CNBB y los preparativos de este documento, número 99 y titulado "Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil", nos despertaron a la búsqueda de las razones que motivaron la presencia del concepto de Educomunicación, aparecido por primera vez en un documento oficial de la Iglesia católica en Brasil y en el mundo, así como de las implicaciones y consecuencias que esta presencia significativa trae para el universo pastoral de comunicación actual. Con este objeto de investigación, pretendemos identificar los caminos que ese concepto ha recorrido, desde las primeras Comunidades Eclesiales de Base (CEBs), en sus prácticas reflexivas comunitarias, hasta su edición formal registrada por la publicación del Directorio. El trabajo se justifica por nuestro interés profesional y por la vivencia cercana al ministerio presbiteral católico, desde 2003. Desde esta perspectiva, buscamos investigar el ámbito de las acciones pastorales, considerando los protagonistas, laicos y autoridades que, en diversos niveles y jerarquías, tuvieron contacto con el Documento 99, atribuyendo significados y sentidos a las prácticas educomunicativas en la comunicación católica. Así, buscamos comprender cómo la Educomunicación, sistematizada por el NCE / USP, fue reconocida por la CNBB en los métodos de gestión y de propuestas para el desarrollo vinculado a la fe, así como en las intervenciones de los diversos niveles de la comunicación católica. La investigación es de cuño bibliográfico, revelándose, junto al material recogido en investigación de campo (entrevistas y cuestionarios) de mucha utilidad para responder a las cuestiones propuestas. En especial, responde a la comprensión del rol del concepto de Educomunicación en los proyectos de la Iglesia Católica en Brasil, por ejemplo, el cómo ese concepto fue incorporado y viene siendo utilizado por todos los sujetos involucrados, religiosos y laicos.

PALABRAS CLAVE: Educomunicación; Comunicación Católica; Pastoral de la Comunicación; Directorio de Comunicación de la Iglesia en Brasil; Regionales de la CNBB.

SOMMARIO

CRUZ, Mauricio Nascimento. **L'Educomunicazione nelle Diretrrice di Comunicazione della Chiesa in Brasile:** apprendimento in prospettiva. 2018. 492 f. Tesi (Doutorado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

Il presente studio si focalizza nella ricerca del concetto di “*Educomunicazione*” presente nel documento “Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil”, presentato dalla Conferenza Episcopale Brasiliana nel 2013, nel corso della sua 51° Assemblea Generale. Il suddetto documento, di tutto singolare, è stato approvato dal Consiglio Permanente dei Vescovi nel Marzo di 2014, e reso pubblico nel Incontro Nazionale della Pastorale della Comunicazione, tenutosi nella città di Aparecida nel luglio del medesimo anno. Gli obiettivi perseguiti dalla CNBB, insieme alle discussioni antecedenti al documento, sono state le spinte che ci ha messo nel proposito di ricercare quale sarebbero le cause che il concetto di “*Educomunicazione*” potrebbe portare per le comunicazioni nella pastorale della Chiesa, una volta che il termine viene utilizzato per la prima volta in un documento ecclesiale. La ricerca intende capire come il concetto è stato sviluppato partendo dalle primissime comunità base (CEB’S) considerando sue pratiche riflessive comunitarie, fin la sua resa pubblicata nelle Diretrrice di comunicazioni. La giustificativa del lavoro si basa negli interessi (personalmente) deontologico come giornalista e sacerdote cattolico dal 2003. Per un più chiaro risultato la ricerca ha indagato le diverse azioni e differenti agenti di pastorale da ricercatori, laici e persone del vertice gerarchico della Chiesa che hanno avuto qualche contatto nella elaborazione o riflessione approfondita del documento e come conseguenza, hanno offerto dei contributi attribuendo nuovi significati e sensi alle pratiche “*educomunicative*” all’interno della comunicazione cattolica. In questo modo, abbiamo voluto comprendere come la “*educomunicazione*”, concetto sistemato dalla NCE/USP, è stato riconosciuto dalla Conferenza Episcopale nei metodi di gestione e di proposte per la condivisione della fede e interventi nei diversissimi strati della comunicazione cattolica. La ricerca è stata in grande parte bibliografica, allo stesso tempo si è valuta delle interviste e questionari, indirizzata a rispondere la questione sul ruolo del concetto di educomunicazione per i prossimi progetti di comunicazione della Chiesa brasiliana, cercando di dimostrare come il concetto è stato incorporato e, allo stesso tempo, utilizzato per i soggetti coinvolti, religiosi e laici.

PAROLE CHIAVE: Educomunicazione; Comunicazione Cattolica; Comunicazione Pastorale; Direttorio di Comunicazione della Chiesa in Brasile; Regionale della CNBB.

ABSTRACT

CRUZ, Mauricio Nascimento. **The Educommunication in the Directory of Communication of the Church in Brazil: learning in perspective.** 2018. 492 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

This study is interested to study the emergency of *Educommunication* concept in the Catholic church communication, since the publication of the “Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil”, document which is focused on discussing the communication inside the Catholic church. In 2013, the National Conference of Bishops from Brazil (CNBB) introduced to 51th General Assembly of this entity an exclusive document about the communication in the Catholic church, which was approved by the Permanent Counsel of Bishops in March 2014, and launched in the National Encounter of the Pastoral of the Communication in Aparecida/SP/Brazil in July 2014. The objectives desired by the CNBB, and the preliminaries of this document named “Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil”, motivated the search to comprehend the relations of matter about the *Educommunication* concept, which was recent in the Brazilian Catholic church and in the world, and the results of this reality to the pastoral of communication universe nowadays. This research intends to identify the ways that the “Educomunicação” concept coursed until to arrive to the Basic Ecclesial communities (CEBs), and to know the communal practices. The thesis emerged in 2003, when the author initiated his Catholic minister. In this perspective, the scopus is to investigate the pastoral actions, considering researchers, authorities, and laymen, who – in different levels and hierarchies – had contact with the document mentioned before, accrediting meanings and senses to the practices about “Educomunicação” in the Catholic church. In this way, the purpose is to comprehend the “Educomunicação” concept, recognized by the CNBB as a method to administrate and proposals about the faith relations in different levels of Catholic communication. The research is bibliographic and dialogues with practical tools (as interviews and quizzes), trying to answer the questions described, specially aiming to understand the *Educommunication* concept action in the projects of Brazilian Catholic church, revealing how this concept was incorporated and has been used by the subjects, laymen and religious public.

KEY WORDS: Educommunication; Catholic Communication; Pastoral of the Communication; “Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil”; CNBB Regions.

LISTA DE SIGLAS

ABPEDUCOM – Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação

ALAIC – Associação Latino-Americana para a Pesquisa em Comunicação

ALER – Associação Latino-Americana de Rádios Educativas

AUSJAL – Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en America Latina

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CEBs – Comunidades Eclesiais de Base

CELADEC – Comissão Latinoamericana de Evangelización Cristiana

CELAM - Conselho Episcopal Latino-americano

CEMEDIM – Centro de Estudio de Los Medios Masivos

CENE – Centro Nova Evangelização

CEREN – Centro de Estudios de la Realidad Nacional

CESAP – Centro Católico Venezuelano de Apoio às Organizações Populares

CIEC – Confederação Interamericana de Educação Católica

CNBB - Conferência Nacional dos Bispos do Brasil

COMIRE – Conselho Missionário Regional

CRB – Conferência dos Religiosos do Brasil

ESA – Escola Salesiana América

ECA - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

FELAP – Federação Latino-Americana de Periodistas

ILET – Instituto Latino Americano de Estudos Transnacionais

ININCO – Instituto de Investigadores de la Comunicación

LCC – Leitura Crítica da Comunicação

MCP – Movimento de Cultura Popular

MEB – Movimento de Educação de Base

MUTICOM – Mutirão de Comunicação

NCE - Núcleo de Comunicação e Educação

NOMIC – Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação

OCIC – Office Catholique International du Cinéma

OCLACC – Organização Católica Latino-Americana e Caribenha de Comunicação

OIEC – Organização Internacional da Educação Católica

PASCOM - Pastoral da Comunicação

SDB – Sociedade de Dom Bosco

SEPAC – Serviço à Pastoral da Comunicação

SIGNIS – Associação Católica de Comunicação

UCBC – União Católica Brasileira de Comunicação

UCBJ – União Católica Brasileira de Jornalismo

UCLAP – Unión Católica Latinoamericana de la Prensa

USP - Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
1 O CONTEXTO DA EDUCOMUNICAÇÃO NA PESQUISA CIENTÍFICA ...	27
1.1 Dos Estudos Culturais à Educomunicação: vínculos teóricos e metodológicos	27
1.1.1 O berço europeu.....	28
1.1.2 Os Estudos Culturais no ambiente latino-americano.....	30
1.2 Educomunicação: campo de mediações e da ação em ecossistemas comunicativos	37
1.3 A definição de Educomunicação a partir do NCE.....	41
2 O CONTEXTO DA PESQUISA SOBRE A COMUNICAÇÃO DA IGREJA NO BRASIL	45
2.1 A comunicação católica como objeto de estudo: os processos de construção do tema a partir da década de 1980	45
2.2 Pesquisa documental sobre a presença da comunicação católica nas dissertações e teses sobre Educomunicação	54
2.2.1 Chave de busca: estratégia para delimitar o plano de trabalho.....	55
2.2.2 Critérios e protocolo da pesquisa bibliográfica no banco de dados da Capes	62
2.2.3 Análise das teses e dissertações sobre Educomunicação.....	65
3 SOBRE O DIRETÓRIO DE COMUNICAÇÃO DA IGREJA NO BRASIL	78
3.1 Apresentação geral do Diretório.....	78
3.2 Apresentação dos capítulos do Diretório.....	82
3.2.1 A transversalidade da Comunicação no discurso do Diretório.....	83
3.2.2 A prática educ comunicativa no Diretório de Comunicação.....	86
3.2.3 O ecossistema comunicativo e a pedagogia de projetos.....	89
3.2.4 A Educomunicação como proposta de educar para a Comunicação	93
3.2.5 Processos educ comunicativos e suas contribuições à Pastoral da Comunicação	96

4 PESQUISA EXPLORATÓRIA JUNTO AOS MEMBROS DA PASCOM.....	98
4.1 Formulário da Pascom	98
4.1.1 Protocolo de pesquisa	99
4.1.2 Pascom: dados exploratórios	100
4.1.3 Descrição dos dados coletados	100
4.1.4 Relatório sobre o Diretório de Comunicação	103
4.1.4 Relatório sobre a Educomunicação	106
5 PESQUISA EXPLORATÓRIA JUNTO AOS ASSESSORES DE COMUNICAÇÃO DA CNBB.....	109
5.1 Protocolo de pesquisa: formulário on-line.....	109
5.2 Amostra	109
5.3 Identificando os respondentes	110
5.4 Relatório sobre o Diretório de Comunicação	111
5.5 Relatório sobre a Educomunicação	116
6 PESQUISA EXPLORATÓRIA JUNTO AOS REGIONAIS DA CNBB.....	121
6.1 Regional Nordeste 1	122
6.1.1 Resultados da visita - Regional Nordeste 1	122
6.1.2 Entrevista com Alex Ferreira.....	123
6.2 Regional Noroeste	124
6.2.1 Resultados da visita - Regional Noroeste	124
6.2.2 Entrevistas Regional Noroeste.....	126
6.3 Regional Oeste 2.....	127
6.3.1 Resultados da visita - Regional Oeste 2	128
6.3.2 Entrevistas Regional Oeste 2	129
6.4 Regional Norte 3.....	131
6.4.1 Resultados da visita ao Regional Norte 3	132
6.4.2 Entrevistas Regional Norte 3	132

6.5 Regional Centro-Oeste	134
6.5.1 Resultados Regional Centro-Oeste	134
6.5.2 Entrevistas Regional Centro-Oeste	135
6.6 Regional Norte 2	140
6.6.1 Descrição dos dados do Regional Norte 2	141
6.7 Entrevistas feitas à distância com os Regionais	150
6.8 Síntese da pesquisa exploratório junto aos Regionais	159
7 PESQUISA EMPÍRICA JUNTO AOS ESPECIALISTAS EM COMUNICAÇÃO CATÓLICA	161
7.1 Entrevista com Gildásio Mendes	163
7.2 Entrevista com Joana Puntel	165
7.3 Entrevista com Helena Corazza	168
7.4 Entrevista com Ricardo Alvarenga	169
7.5 Entrevista com Moisés Sbardelotto	170
8 ENTREVISTAS JUNTO A AUTORIDADES ECLESIAÍSTICAS DA COMISSÃO EPISCOPAL PARA A COMUNICAÇÃO	172
8.1 Entrevista com Dom Darci Nicioli	172
8.2 Entrevista com Dom Orani	174
8.3 Entrevista Dom Vilson Oliveira	176
8.4 Entrevista com Pe. Rafael Vieira da CNBB	177
8.5 Entrevista com Ir. Élide Fogolari	178
8.6 Entrevista com Pe. Clóvis Andrade	179
8.7 Entrevista com Pe. Oswaldo Gerolin	181
8.8 Entrevista com Pe. Roberto Luiz Preczevski	182
9 COLETA DE DADOS POR DINÂMICAS DE GRUPO	184
9.1 Dinâmicas do 3º Muticom do Regional Nordeste 1	184
9.1.1 Descrição dos dados	185
9.2 Rodas de conversa na Diocese de Santo Amaro (SP)	192

9.2.1 Paróquia Bom Pastor	193
9.2.4 Paróquia Nossa Senhora das Graças.....	195
9.2.5 Paróquia Nossa Senhora da Salette e São João Batista	196
9.2.6 Paróquia Nossa Senhora da Anunciação	196
9.2.7 Paróquia São João Batista.....	197
10 SÍNTESE INTERPRETATIVA DO CONJUNTO DOS DADOS EMPÍRICOS	
.....	198
10.1 Participação e ressignificação dos processos comunicativos a partir da recepção do Documento 99.....	200
10.2 Educação para a comunicação: o Diretório e sua relação com a leitura crítica	204
10.3 A dimensão histórica da Educomunicação: vozes polifônicas	205
11 ANÁLISE COMPARADA ENTRE OS DIRETÓRIOS BRASILEIRO, ITALIANO E CARIBENHO.....	207
CONCLUSÃO – A Educomunicação em perspectiva de aprendizagem no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil	222
REFERÊNCIAS.....	229
GLOSSÁRIO	234
APÊNDICE A - ÍNTEGRA DAS ENTREVISTAS REALIZADAS JUNTO AOS PESQUISADORES DA COMUNICAÇÃO CATÓLICA	237
Entrevista com Joana Puntel.....	237
Entrevista com Moisés Sbardelotto	243
Entrevista com Helena Corazza.....	256
Entrevista com Gildásio dos Santos	262
Entrevista com Ricardo Alvarenga.....	267
APÊNDICE B - ÍNTEGRA DAS ENTREVISTAS REALIZADAS JUNTO ÀS AUTORIDADES DA COMUNICAÇÃO CATÓLICA.....	269
Entrevista com Dom Orani João Tempesta	269
Entrevista com Dom José Luiz Gomes De Vasconcelos.....	275

Entrevista com Irmã Élide Fogolari.....	276
Entrevista com Padre Clóvis Andrade De Melo.....	281
Entrevista com Padre Oswaldo Gerolin Filho	286
Entrevista com Padre Roberto Luiz Preczevski	289
Entrevista com Dom Darci Nicioli	293
Entrevista com Dom Vilson Dias De Oliveira	295
Entrevista com Rafael Vieira.....	296
APÊNDICE C - ÍNTEGRA DAS ENTREVISTAS REALIZADAS JUNTO AOS REGIONAIS DA CNBB	298
APÊNDICE D - DINÂMICAS EM GRUPO.....	358
APÊNDICE E - IMAGENS DE VISITAS FEITAS AOS REGIONAIS DA CNBB NO PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO	430
APÊNDICE F - MATERIAL AUDIOVISUAL REFERENTE AO PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO DOUTORAL.....	432

INTRODUÇÃO

Em 2013, a CNBB apresentou à 51.^a Assembleia Geral da entidade um documento norteador exclusivo para a comunicação na Igreja, que foi aprovado pelo Conselho Permanente dos Bispos em março do ano de 2014 e lançado no Encontro Nacional da Pastoral da Comunicação em Aparecida (SP) no mês de julho do mesmo ano. Os objetivos da CNBB de oferecer diretrizes de comunicação atuais e com características próprias do país à comunidade católica brasileira, por meio do documento de número 99¹, intitulado “Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil”, é que nos despertaram a busca pelas relações de causalidade da presença do conceito de Educomunicação, percebido pela primeira vez em um documento oficial da Igreja Católica no Brasil e no mundo, e os desdobramentos que esta presença significativa traz sobre o universo pastoral de comunicação em que vivemos. Daí é que surgiu o interesse de realizarmos esta investigação científica sobre o tema disposto.

A presente tese investiga a emergência do conceito de Educomunicação na comunicação católica e os processos de percepção dos agentes pastorais acerca dessa conceituação a partir da publicação do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. O objeto da pesquisa é identificar os caminhos pelos quais o conceito de Educomunicação, tal como é sistematizado pelo NCE-USP, está sendo percebido pelos membros da comunicação católica em dioceses e paróquias, mas especialmente junto aos responsáveis pelas dinâmicas pastorais dos Regionais da CNBB que abrangem todo o país.

Nossos esforços nessa investigação partem do pressuposto de que a presença do conceito de Educomunicação no Documento 99 da CNBB inaugura um momento inovador nas políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil, sendo a própria publicação do Documento uma inovação.

O Brasil foi o segundo país a publicar um documento de alta relevância, conforme demonstrado na extensão do trabalho, sendo a Itália o primeiro e as Antilhas, no Caribe, o terceiro e último a fazê-lo. Além deste salto no universo das comunicações, coroando os seus últimos 50 anos de inserção e reflexões aprofundadas nessa área, a Igreja Católica no Brasil traz uma proposta muito mais ousada do que as propostas documentadas pelos outros dois países em questão, apresentando o fato inédito do conceito de Educomunicação e sua metodologia de processos como referência para a educação e gestão em comunicação nas comunidades e nas instituições de mídia de toda a Igreja no Brasil.

¹ O Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil será referido inúmeras vezes no interior da tese por essa classificação ordinária de publicação dos documentos da CNBB. No caso do Diretório, “Documento 99”.

A justificativa para a escolha deste tema se deu, inclusive, porque é parte do nosso caminho de vida. A chegada ao doutoramento em Ciências da Comunicação na linha de Comunicação e Educação pela ECA-USP (2014) é o mais recente estágio de nossa vida acadêmica, profissional e pessoal. Pertencemos ao ministério presbiteral católico romano desde 2003, na Diocese de Santo Amaro em São Paulo. Desde 2001, participamos ativamente da Pastoral da Comunicação na Diocese e no Regional Sul 1 (Estado de São Paulo). Aliado aos estudos acadêmicos, o nosso trabalho no ambiente da comunicação começou aos 21 anos, em 1993, quando ingressamos no Seminário dos Padres e Irmãos Paulinos em São Paulo. Ao longo da formação de 1993 a 2000, adquirimos conhecimentos do mundo da comunicação por meio da pesquisa e a partir do trabalho direto no parque gráfico que a instituição mantinha às margens da rodovia Raposo Tavares, lendo e fazendo copydesk de livros e periódicos, acompanhando formatação, impressão e difusão dos produtos da Paulus Editora.

Colaboramos com o editorial na sede da Paulus Editora na Vila Mariana, produzindo mensagens para livros e cartões. Produzimos também centenas de programas na Rádio América AM 1410, que na época pertencia à mesma organização. Os programas eram de 15 minutos e iam ao ar todos os sábados. A Rádio América gerava os programas e os transmitia para a Rede Paulus Sat. De 1993 a 1996, antes da Rede Paulus Sat, os programas eram gravados em fita cassete e enviados às emissoras da rede por todo o Brasil.

Na companhia do comunicador Altieris Barbiero, participamos da gestão da programação religiosa da Rádio América, coordenando e produzindo os programas “Palavra de jovem”, “De jovem pra jovem” e “Encontro com Cristo”. De 2001 a 2013, participamos ativamente da Pastoral da Comunicação da Diocese de Santo Amaro, coordenando-a de 2003 a 2013. De 2014 a 2016 fomos membro do Conselho Diocesano de Pastoral e Coordenador de Pastoral do Setor Sabará. Cursamos o mestrado em Teologia Sistemática e Liturgia, pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2012), mestrado em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero (2009) e também o Lato Sensu em Comunicação pela mesma instituição (2007), além de Bacharelado em Teologia pelo ITESP - Instituto Teológico São Paulo (2001) e Licenciatura em Filosofia pela UNIFAI - Faculdades Associadas Ipiranga (1996). Na atualidade, estamos sob a orientação do Prof. Dr. Ismar de Oliveira Soares no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP.

Construção do objeto

Nosso objeto de pesquisa está centrado na inter-relação do conceito de Educomunicação

com o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. Nessa perspectiva, buscamos investigar, no âmbito das ações pastorais, quais os significados e sentidos dados às práticas educacionais na comunicação católica por pesquisadores, leigos e autoridades que, em diversos níveis e hierarquias, tiveram contato com o Documento 99. A finalidade é compreender como a Educomunicação, sistematizada pelo NCE e reconhecida pela CNBB, está sendo reconhecida nos métodos de gestão e propostas de compartilhamento da fé e nos diversos níveis da comunicação católica.

Objetivos

A pesquisa tem como objetivos: trazer evidências sobre o alcance da recepção do Documento 99 da CNBB sobre seus 18 Regionais, distribuídos sobre o território brasileiro; mostrar, a partir das descobertas realizadas pelas ferramentas de investigação, o que os Regionais, dioceses e comunidades paroquiais estão construindo em seus planos de comunicação a partir do contato com o conceito de Educomunicação; trazer à academia, por meio das análises das pesquisas de campo e das contribuições acadêmicas de outros pesquisadores, o feedback de como o conceito está sendo assumido nos espaços eclesiais católicos.

A investigação traz dados qualitativos e quantitativos do acesso ao Documento pelas autoridades dos Regionais, seus coordenadores de pastoral e assessores de imprensa, bem como seus agentes pastorais em suas bases comunitárias diocesanas e paroquiais. A análise dos dados da pesquisa empírica nos permitirá perceber a forma como o conceito de Educomunicação está sendo recebido e trabalhado pelos sujeitos da comunicação católica já impactados pelo Diretório, vislumbrando suas ressonâncias e possíveis ressignificações, assim como a participação do conceito no planejamento e implementação de projetos pastorais de comunicação nos diversos espaços dos Regionais da CNBB.

Como suporte teórico para construir nosso quadro de referência, articulamos:

a) para discutir Educomunicação:

Mário Kaplún (1988): a partir da obra *Una Pedagogia de la Comunicación*, discutimos a obra do autor para compreender como a comunicação habita os espaços educativos.

Martín-Barbero (2014): *Dos meios às mediações*, publicada no Brasil em 1997, é obra seminal para a construção teórica da Educomunicação, pois possibilita um deslocamento dos instrumentos técnicos para as relações e apropriações humanas.

Ismar Soares (2011): Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação. Do Santo Ofício à Libertação; Roteiros de Pesquisa. O pesquisador é referência para sistematizar a Educomunicação e, conseqüentemente, os desdobramentos desse conceito emergente no âmbito da comunicação católica.

b) para discutir a comunicação católica:

Joana Puntel (2015): Igreja e Sociedade: método de trabalho na comunicação.

Helena Corazza (2016): Educomunicação, formação pastoral na cultura digital.

Nivaldo Pessinatti (1998): Políticas de Comunicação da Igreja Católica no Brasil.

Moisés Sbardelotto (2017): E o verbo se fez rede: religiosidades em reconstrução no ambiente digital.

Ricardo Costa Alvarenga (2016): A Comunicação da Igreja Católica no Brasil: tendências comunicacionais da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil.

Leomar Nascimento de Jesus (2016): Educomunicação e Catequese: contribuições de um novo campo científico para a educação da fé. Estudo de caso: princípios pedagógicos e linguagem da educomunicação na catequese de crisma em paróquias da Diocese de Santo Amaro – SP.

Além dessas referências principais de diálogo, temos os documentos da Igreja (Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil; Comunicazione e missione: Direttorio sulle comunicazione sociale nella missione della Chiesa; Being Church in a Digital Milieu: a Pastoral Letter on Communication from the Bishops of the Antilles Episcopal Conference; Inter Mirifica, bulas, encíclicas...) e também o discurso científico articulado entre os Estudos Culturais, o conceito de Mediações para, enfim, chegar aos preceitos educacionais, sistematizados pela pesquisa desenvolvida pelo NCE-USP sob coordenação do prof. Ismar Soares.

Metodologia

Conforme já exposto, temos como objeto de investigação a presença do conceito de Educomunicação no Diretório, abordando os desdobramentos da emergência desse paradigma na literatura e nas práticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil.

Quanto às escolhas metodológicas, convém destacar que não é nosso objetivo realizar uma pesquisa de cunho antropológico, mas fazemos uso das opções que o paradigma educacional nos permite de conjugar técnicas de pesquisa científica da grande área da

ciências sociais. Nesse sentido, algumas ferramentas técnicas da antropologia como a etnografia², utilizada na observação dos grupos e nas entrevistas em profundidade, surgem aqui como abordagens facilitadoras de melhor conhecimento do universo pesquisado, compreendendo a etnografia como técnica de observação participante.

Em primeiro momento, implementamos técnicas de coleta que não se fizeram suficientes diante do teste de amostragem e, por conseguinte, redundaram na necessidade de composição de novos procedimentos para dar suporte, sobretudo, às técnicas imaginadas via digital, que encontraram barreira de acesso junto às fontes e demonstraram, inclusive, limitação de conteúdo qualitativo, uma vez que a maioria das questões já estavam dadas, com a estratégia de marcação de múltipla escolha.

A partir dessa constatação, buscamos ampliar os recursos metodológicos com múltiplas técnicas de coleta de dados, fazendo uso de diversos procedimentos, pressupondo que o método se realiza tecnicamente e constrói suas práticas com o processo do fazer científico, “assentando-se nas condições concretas da prática científica em Comunicação” (LOPES, 2010, p. 91). Também nos apoiamos na ideia de pesquisas que dão suporte à visão de metodologia enquanto discurso construído em processo investigativo, cujas técnicas são adaptadas ao objeto de estudo, seu tempo e geografia: “o campo da pesquisa é ao mesmo tempo estrutura enquanto se organiza como discurso científico e é processo enquanto se realiza como prática científica” (LOPES, 2010, p. 97).

Os principais procedimentos metodológicos que viabilizaram a presente investigação são:

- a) Levantamento bibliográfico, leitura e análise da construção teórica dos autores sobre a comunicação católica e as pesquisas acadêmicas sobre o paradigma da Educomunicação.
- b) Pesquisa documental bibliográfica no banco de dados da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) sobre a presença da comunicação católica nas dissertações e teses sobre Educomunicação.
- c) Descrição e análise do Diretório de Comunicação da CNBB.

² Esta técnica de observação participante tem como fundamento a inserção do pesquisador no ambiente de pesquisa. Ao longo do século 20, vários pesquisadores das Ciências Sociais fazem uso desse recurso para conhecer o ambiente do seu objeto de estudos em profundidade.

d) Apresentação descritiva e analítica do Diretório Italiano (o primeiro a ser publicado pela Igreja Católica) e do Diretório das Antilhas (o terceiro e mais recente).

e) Entrevistas realizadas com autoridades eclesiais e pesquisadores da área.

f) Questionários digitais na Plataforma Google dirigidos aos Regionais e aos agentes da Pastoral da Comunicação (Pascom), que foram complementados com entrevistas presenciais e também com e-mails personalizados dos coordenadores e agentes pastorais.

g) Verificação das hipóteses e finalização da redação do relatório.

Quanto às ferramentas técnicas escolhidas, podemos explicitá-las do seguinte modo:

1.º Pesquisa empírica junto aos agentes da Pascom, com a técnica de questionário distribuído por meio digital para o Pascom Brasil Google Groups, que reúne 350 agentes de todo o país.

2.º Pesquisa empírica junto aos Assessores de Comunicação da CNBB, com a técnica do formulário online do Google, com questões de múltipla escolha.

3.º Pesquisa empírica junto aos 18 Regionais da CNBB³, com a técnica de entrevistas gravadas presencialmente, gravadas por telefone ou respondidas por e-mail. Para o relatório das viagens de pesquisa realizadas junto aos Regionais, elegemos quatro parâmetros avaliativos para a configuração dos resultados dessas visitas presenciais: 1) estruturas 2) participação 3) conhecimento do assunto e 4) resultados observados, como forma de consolidar a coleta de dados em todos os Regionais visitados.

4.º Pesquisa junto aos especialistas em comunicação católica, com a técnica de entrevistas gravadas presencialmente, gravadas por telefone ou respondidas por e-mail.

³ A CNBB possui várias circunscrições que abrangem o território brasileiro em macrorregiões, chamadas Regionais, que, dependendo da população e da geografia, são constituídos de um ou mais estados da Federação. A título de exemplo, o Regional Nordeste 1 é formado apenas pelo estado do Ceará. Já o Regional Nordeste 2 é constituído pelos estados de Alagoas, Paraíba, Pernambuco e Rio Grande do Norte.

5.º Entrevistas junto às autoridades eclesiais da Comissão Episcopal para a Comunicação da CNBB, com a técnica de gravações em áudio e vídeo, gravadas por telefone ou respondidas por e-mail.

6.º Coleta de dados a partir de Dinâmicas de Grupo e Rodas de Conversa.

A fim de dinamizar a apresentação do presente trabalho, decidimos explorar os protocolos e os procedimentos metodológicos dos itens acima citados no decorrer do desenvolvimento dos capítulos. As justificativas e as respectivas decisões metodológicas estão no corpo do trabalho, articuladas com os preceitos teóricos e com os resultados da pesquisa de campo.

Âmbito do trabalho: universo e amostragem

O dimensionamento da abrangência da pesquisa se dá pelo acesso às pesquisas acadêmicas atuais sobre o tema da comunicação católica e também sobre sua recente aproximação ao conceito de Educomunicação, aos especialistas na área, às autoridades da Comissão Episcopal para a Comunicação da CNBB, aos colaboradores dos 18 Regionais da CNBB, cobrindo todo o território nacional, incluindo a participação de agentes de pastorais locais de dioceses e paróquias, do corpo comunicacional representativo da Igreja.

Vendo o espectro gigantesco de destinatários do Diretório de Comunicação: mídia católica, assessorias de imprensa, escolas, regionais, dioceses, paróquias e instituições sociais em geral, vale destacar que a nossa abordagem se limita à ação de comunicação promovida pela pastoral da comunicação e pelas assessorias de comunicação nos Regionais, Dioceses e Paróquias, que são os centros difusores locais de primeiridade da comunicação na Igreja Católica. Essa escolha se deve ao fato de estarem nestas instâncias as apropriações feitas pelos sujeitos na prática.

Delimitamos a pesquisa à percepção do conceito de Educomunicação na comunicação católica pastoral nos Regionais da CNBB a partir da recepção do Diretório de Comunicação nessas bases do cotidiano católico. A observação desse limite temático propicia o reconhecimento de modelos de comunicação presentes nesses ambientes, das escolhas políticas e modelos que realizam e do lugar da Educomunicação nesse universo.

Hipóteses

Partimos do pressuposto de que, com a publicação do Diretório de Comunicação, a Igreja Católica nos oferece um fenômeno novo que merece ser investigado, a fim de localizarmos as razões pelas quais uma instituição milenar, de discursos tradicionais arraigados, se aproxima de novos signos de linguagem como parâmetro para a sua organização institucional e modelo de operacionalização de sua missão no mundo contemporâneo.

Constituem hipóteses do nosso trabalho:

1. A intencionalidade da CNBB de oferecer à comunidade católica brasileira diretrizes de comunicação atuais que sintetizem e aproximem a linguagem formal de vários documentos eclesiais destinados à comunicação católica ao longo de décadas e de apresentar suas propostas num discurso mais condizente com as condições culturais da sociedade brasileira.
2. O anseio da Igreja Católica de produzir um texto documental com características próprias do Brasil e próximas do cotidiano sociopolítico do Hemisfério Sul, valorizando as contribuições de sujeitos engajados na vida social latino-americana para o enriquecimento do seu discurso comunicacional.
3. A presença do conceito de Educomunicação, percebido pela primeira vez num documento oficial da Igreja Católica no Brasil e no mundo, como uma proposta inovadora, na tentativa de um diálogo com a sociedade brasileira por meio da academia, com vistas a obter suas contribuições formais para a reflexão e articulação do planejamento comunicacional católico.

A partir da ideia de que o conceito de Educomunicação traz à Igreja Católica no Brasil uma inovação em suas práticas comunicativas, buscamos descortinar, a partir do que já se tem escrito a respeito do Documento 99, publicado em 2014, e das técnicas de coleta de dados, as contribuições desse conceito quando da recepção do Documento 99 pelas bases da Igreja, denominadas aqui como Assessorias de Comunicação e Pastoral da Comunicação nos Regionais da CNBB.

Como se trata de um documento recente, existem ainda muito poucos trabalhos escritos a respeito dele. Academicamente, na verdade, não há nenhuma pesquisa exclusivamente sobre o Documento 99. Há um estudo *lato sensu* que cita o documento, abordando a Educomunicação

na catequese, de autoria de Leomar Nascimento de Jesus, produzido e apresentado no Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC) - Paulinas. E há também uma pesquisa de mestrado defendida na Universidade Metodista (UMESP), abordando as tendências comunicacionais da CNBB, em que o autor, Ricardo Alvarenga, cita o documento a partir da constituição da Equipe de Reflexão que era responsável pela elaboração do Diretório. Esses são os destaques em nossa pesquisa. Existem também outras produções de cunho educativo e informativo publicadas em sites católicos, mas que não consideramos qualitativamente significativos para as nossas investigações.

Estrutura do trabalho

Tendo os objetivos e procedimentos metodológicos apresentados, passamos a discutir o quadro de referência que orienta o nosso trabalho e, conseqüentemente, estrutura a investigação sobre a emergência da Educomunicação no âmbito católico. O roteiro dos capítulos traz uma visão orgânica do corpo do trabalho e dos avanços da pesquisa desenvolvida.

No Capítulo 1, trabalhamos o contexto da educomunicação na pesquisa científica, partindo de uma escolha metodológica para traçar o caminho de acesso ao conceito de Educomunicação. A ferramenta escolhida foram os estudos culturais. A partir deles, buscamos estabelecer vínculos teóricos e metodológicos de investigação, partindo do berço europeu e chegando às suas influências nos ambientes culturais e acadêmicos latino-americanos nos dias de hoje. O traçado desse caminho nos leva ao campo das mediações e às fontes de sistematização do conceito de Educomunicação protagonizado pelas pesquisas do NCE/USP.

No Capítulo 2, fazemos uma abordagem do contexto da pesquisa sobre a comunicação da Igreja no Brasil, descortinando os processos de construção desta temática a partir da década de 1980, com o expressivo e inédito trabalho de investigação realizado por Ismar de Oliveira Soares. Na sequência, realizamos uma pesquisa documental bibliográfica sobre a presença da comunicação católica nas teses e dissertações sobre educomunicação no banco de dados da CAPES e apresentamos uma análise dos resultados dessa busca.

O Capítulo 3 apresenta o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, que é o lugar do nosso objeto de pesquisa e, como tal, é integralmente investigado, possibilitando uma visão sistêmica do documento. Destacam-se, nesse capítulo, uma apresentação geral e posteriormente uma apresentação seccionada dos seus capítulos constitutivos. Nas seções, fazemos uma opção técnica de separar os capítulos que trazem um endereçamento objetivo do conceito de Educomunicação daqueles que fazem apenas referências transversais via conceito de

comunicação. Essa seção nos viabiliza maior conforto no destaque aos capítulos diretivos da Educomunicação, com enfoque sobre a prática educ comunicativa no Diretório de Comunicação da Igreja, observando o ecossistema comunicativo e a pedagogia de projetos trazidos como pistas de reflexão e ação no documento, a Educomunicação como proposta de educar para a comunicação e os processos educ comunicativos e suas contribuições para a Pastoral da Comunicação.

No Capítulo 4, fazemos a exposição e análise da pesquisa empírica junto aos agentes da Pascom, a partir de dados coletados por meio de questionários e entrevistas, destacando os procedimentos técnicos protocolares dessas opções metodológicas.

Utilizamos o mesmo procedimento com as demais pesquisas empíricas apresentadas nos capítulos seguintes, que são distribuídos da seguinte forma: Capítulo 5 – junto aos Assessores de Comunicação da CNBB; Capítulo 6 - junto aos Regionais da CNBB; Capítulo 7 – a partir das contribuições dos especialistas em comunicação católica.

Já o Capítulo 8 destaca as contribuições de autoridades eclesiais da Comissão Episcopal para a Comunicação, enquanto o 9 trabalha os dados coletados por dinâmicas de grupo e rodas de conversa. Por fim, o Capítulo 10 apresenta uma síntese interpretativa do conjunto de todos os dados.

No Capítulo 11, fazemos uma análise comparada dos únicos três diretórios de comunicação presentes no mundo católico atual: o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, o diretório da Itália e o diretório das Antilhas⁴, no Caribe. Neste capítulo, buscamos destacar diversos aspectos, como as contribuições relevantes de cada um dos diretórios, em que eles convergem ou divergem, aspectos distintos da identidade local que se destacam, as matrizes comunicativas que fundamentam os discursos desses documentos tão singulares para a Igreja Católica no mundo, dentre outros.

As conclusões da investigação têm o encargo de validar ou de negar nossas hipóteses e trazer ao nosso ambiente acadêmico a clareza de como o conceito de Educomunicação está sendo proposto oficialmente pela Igreja Católica a partir do Diretório e de como as propostas metodológicas educ comunicativas de gestão e planejamento estão chegando aos sujeitos da comunicação católica.

⁴ As Antilhas são um conjunto de ilhas que fazem parte da América Central no Caribe: Antígua e Barbuda, Bahamas, Barbados, Cuba, Dominica, Granada, Haiti, Jamaica, São Cristóvão e Nevis, Santa Lúcia, São Vicente e Granadinas, Trindade e Tobago. O terceiro Diretório de Comunicação no mundo é o das Antilhas.

Sob o ponto de vista do valor social desta pesquisa, imaginamos que as conclusões do trabalho poderão oferecer à coletividade, ainda que minimamente, contribuições acerca da atualidade dos processos de gestão da comunicação católica e o relevo dos parâmetros educacionais nesses procedimentos.

1 O CONTEXTO DA EDUCOMUNICAÇÃO NA PESQUISA CIENTÍFICA

Para situar o contexto da Educomunicação na pesquisa científica, é imperioso discutir — do ponto de vista teórico — os Estudos Culturais, que são suporte para a formação desse discurso. A difusão dos Estudos Culturais no âmbito acadêmico foi decisiva para a superação do tecnicismo imposto pela bipolaridade (emissão x recepção) do modelo funcionalista da comunicação. Com o foco no papel ativo dos cidadãos frente à mídia, foi possível construir um caminho alternativo ao tecnicismo, centrado nos meios, para o reconhecimento dos receptores enquanto produtores de sentido. Com essa perspectiva teórica, o objetivo é, em última instância, demonstrar os vínculos existentes entre a Educomunicação e os estudos de recepção, parte fundamental para a compreensão dos conceitos de mediação e ecossistema comunicativo.

Em um segundo momento, contextualizamos, a partir do referencial teórico que articula os Estudos Culturais na interface Comunicação/Educação e as pesquisas do Núcleo de Comunicação e Educação (NCE) da ECA-USP, como a emergência da Educomunicação passa a representar um marco nas ações voltadas ao planejamento e à implementação de práticas destinadas a criar ecossistemas comunicativos nos espaços educativos.

Para tanto, organizamos o capítulo nos seguintes tópicos:

- *Dos Estudos Culturais à Educomunicação: vínculos teóricos e metodológicos*
- *Educomunicação: campo de mediações e da ação em ecossistemas comunicativos*
- *A definição de Educomunicação a partir do NCE*

1.1 Dos Estudos Culturais à Educomunicação: vínculos teóricos e metodológicos

A seguir, apresentamos as semelhanças e diferenças quanto ao desenvolvimento dos Estudos Culturais na Europa e na América Latina.

1.1.1 O berço europeu

Os Estudos Culturais têm sua formação inicial na Inglaterra, na Universidade de Birmingham, na década de 1950. Entre seus principais colaboradores estão Richard Hoggart, E. P. Thompson e Raymond Williams. As relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, com suas formas e práticas culturais e suas instituições, fomentaram as discussões iniciais, assim como as relações com a sociedade e as mudanças sociais foram os motivos que colaboraram para a formação dessa escola de pensamento inglês (ESCOSTEGUY, s/d, p. 1).

Conforme explica o professor Renato Ortiz, os Estudos Culturais caracterizam-se “por sua dimensão multidisciplinar, a quebra das fronteiras tradicionalmente estabelecidas nos departamentos e nas universidades” (ORTIZ, 2004). Para ele, trata-se de um aspecto positivo no processo de renovação das ciências sociais. Isso porque, conforme explica, “Não há dúvida de que o movimento de institucionalização do conhecimento durante o século 20 caminhou muitas vezes para uma espécie de fordismo intelectual” visto que “as especialidades, as subdivisões disciplinares e temáticas, alimentadas sobretudo nos momentos de celebração ritual, implicaram a preponderância de um saber fragmentado em relação a uma visão mais ‘globalizadora’, ‘totalizadora’, dos fenômenos sociais” (ORTIZ, 2004).

A análise social e cultural recebe dos Estudos Culturais uma proposta de solução multidisciplinar. Dessa forma, “os horizontes disciplinares surgem não como um entrave a ser abolido, mas como ponto de partida para uma ‘viagem’ entre saberes compartimentados” (ORTIZ, 2004). Tais estudos tornam-se importantes para a análise da formação de discursos comunicativos ao longo dos séculos 20 e 21 e para a reflexão acerca de um mundo em transformação, especialmente com as mudanças ocorridas no final do século passado, pois trazem à tona uma reflexão multidisciplinar e, pode-se dizer até transdisciplinar.

Como já exposto, a genealogia dos Estudos Culturais está fortemente associada a autores ingleses, mas com sua divulgação, “quando proliferam as polêmicas, impulsionadas pela consagração que o campo recebe nos círculos acadêmicos anglo-saxões e pela maior difusão das obras de autores diaspóricos”, passam a ser representados por autores como Edward Said, Stuart Hall, Homi Bhabha e Gayatri Spivak (CORDIVIOLA, 2014).

Tais autores invocam os pensamentos e práticas de diversos teóricos: Marx, Nietzsche, Freud, Heidegger, Foucault, Derrida, Lacan e Deleuze – no intuito de reconhecer tanto “continuidades e iluminações teóricas, quanto para apontar eurocentrismos, pontos cegos e omissões”. Desta forma, ajudam na instauração de um feixe de reflexões relativas ao estatuto do pós-colonial e às assimetrias e representações instituídas pela expansão do capitalismo e dos

imperialismos. Assim, “são consolidadas tramas que vinculam os estudos culturais, os estudos pós-coloniais e os estudos subalternos”, o que possibilita a emergência de outros temas e objetos de análise, pois situa o foco nas configurações e nas desigualdades da geopolítica ocidental (CORDIVIOLA, 2014).

Com a emergência dos Estudos Culturais é que se fortalece, então, a reflexão sobre a formação de identidades nacionais. São as identidades que propiciam a relação entre os sujeitos sociais e os discursos culturais. Em especial quando se pensa o mundo ocidental, compreende-se que as identidades são reflexo daquilo que as pessoas estão pensando e entendendo sobre elas mesmas, sobre a sociedade, sobre a cultura e sobre os discursos que fomentam a formação dessas identidades. É também experimentar um período de fragmentação, de pluralismo e de autenticidade de outras vozes e outros mundos, como afirma David Harvey (1998). Esse caráter traz um problema de comunicação e de meios de exercer o poder.

Para Stuart Hall (2006, p. 48-49), “as identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação (...). As culturas nacionais são uma forma distintivamente moderna”. Desse modo, a cultura nacional é um discurso, ou seja, “um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos” (HALL, 2006, p. 50). Com o processo de globalização e mundialização dos mercados, intensamente destacado a partir dos anos de 1990, as identidades passam a ser fortemente influenciadas por outras narrativas e discursos, visto que o mundo globalizado, por meio da tecnologia digital, possibilita o acesso a novos parâmetros e reflexões que não afetam apenas os sujeitos, mas grupos sociais e sociedades como um todo.

O que passa a ser importante, nesse processo, é que ocorre a chamada compressão espaço-tempo, isto é, “tempo e espaço são também as coordenadas básicas de todos os sistemas de representação”; mais do que isso, “todo meio de representação – escrita, pintura, desenho, fotografia, simbolização através da arte ou dos sistemas de telecomunicação – deve traduzir seu objeto em dimensões espaciais e temporais” (HALL, 2006, p. 70).

O autor aponta que, com a globalização, ocorre uma crise de identidade em várias culturas nacionais. O chamado período pós-moderno faz surgir uma mobilidade que lhe é própria e que torna as coisas no mundo social e cultural muito mais fluidas e móveis. Enquanto a modernidade trouxe um caráter de individualismo para os sujeitos, a pós-modernidade torna os discursos e narrativas mais móveis e promove uma espécie de hibridismo, ou seja, uma conjunção de elementos culturais diversos que originam novas culturas híbridas e, portanto, novos discursos e narrativas. Assim como explica Bauman (1998) a respeito da liquidez da modernidade, as identidades partilhadas e os fluxos culturais lembram que a globalização

desloca as identidades centradas. Esse processo tem um efeito pluralizante que multiplica as identidades.

1.1.2 Os Estudos Culturais no ambiente latino-americano

Na América Latina, os Estudos Culturais ajudaram na formação de interpretações sociais e culturais acerca de países e sociedades modificadas após a superação do processo de colonização que sofreram, principalmente até o século 20, como é o caso da Colômbia e do Brasil. Nomes como o de Jesús Martín-Barbero e, no Oriente, Homi Bhabha, se sobressaem nesse cenário de reflexão sobre o pós-colonialismo, cultura e as transformações sociais desses países. Tem-se, então, um cenário que é próprio dos países que foram colonizados e que, hoje, vivenciam o chamado processo de pós-colonização. Para Bhabha:

A pós-colonialidade, por sua vez, é um salutar lembrete das relações “neocoloniais” remanescentes no interior da “nova” ordem mundial e da divisão do trabalho multinacional. Tal perspectiva permite a autenticação de histórias de exploração e o desenvolvimento de estratégias de resistência. Além disto, no entanto, a crítica pós-colonial dá testemunho desses países e comunidades – no norte e no sul, urbanos e rurais – construídos, se me permitem forjar a expressão, “de outro modo que não a modernidade”. Tais culturas de *contra-modernidade* pós-colonial podem ser contingentes à modernidade, descontínuas ou em desacordo com ela, resistentes a suas opressivas tecnologias assimilacionistas; porém, elas também põem em campo o hibridismo cultural de suas condições fronteiriças para “traduzir”, e portanto reinscrever, o imaginário social tanto da metrópole como da modernidade. (BHABHA, 2010, p. 26).

Diante da diversidade de experiências, vivemos um cenário de hibridismo cultural, em que vários elementos culturais se fundem na formação de discursos e narrativas sociais. Viver nesse ambiente, então, é conviver com uma multiplicidade de possibilidades que nem sempre são confluentes e, muitas vezes, são conflitantes. É também ter no passado colonial um campo de aprendizado para vivenciar o presente.

No campo da comunicação, desenvolve-se um processo de multiplicidade de meios e de discursos diversos. Segundo Martín-Barbero, mais do que isso, ocorre uma mudança no sentido de que a comunicação se torna não apenas uma questão de meios, mas de mediações, “questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos, mas de reconhecimento” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 28). O autor prossegue afirmando que “um reconhecimento que foi, de início, operação de deslocamento metodológico para rever o processo inteiro da comunicação a partir de seu outro lado, o da recepção, o das resistências que aí têm seu lugar, o da apropriação

a partir de seus usos” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 28). A proposta do autor em sua obra é investigar sujeitos e mediações e como se dão as práticas de comunicação.

Sem a pretensão de reduzir a perspectiva teórica individual dos pesquisadores latino-americanos, é possível dizer que Martín-Barbero, Orozco Gómez, Kaplún, Canclini e outros apontavam para a necessidade de um novo modelo de comunicação no universo da educação. Em outros termos, a partir das inspirações teóricas dos Estudos Culturais, os conceitos de mediação e recepção colocam em curso um novo entendimento sobre o que é comunicação, deslocando o eixo emissor-receptor para o relacional-ecossistêmico.

Com inspiração no contexto político da América Latina, de luta e movimentos alternativos contra os regimes autoritários, a proposta latino-americana ganhou projeção internacional em razão da apropriação dos recursos da comunicação comunitária e da educação popular, propondo uma organização teórica complexa, crítica e interdisciplinar e tendo os sujeitos sociais como protagonistas do processo de comunicação.

É nesse sentido que Martín-Barbero (2014) foca seus estudos especialmente para refletir a respeito da América Latina. Ao discutir a comunicação e o processo de educação, o autor afirma que a América Latina sempre viveu um processo que ele denomina como sendo a incomunicação. Primeiramente, porque os países latino-americanos trazem consigo um passado que não necessariamente reconhecem; estariam aprisionados por uma história de que não houve povo, e sim dominadores, escravos e degredados, e atualmente tais países começam a reescrever suas histórias a fim de desmascarar mentiras e histórias construídas por outrem. Para o autor, “escrever sua história é, na América Latina, iniciar a destruição dos muros que a impedem de se comunicar com sua memória, relegada ao vazio ou à nostalgia a partir do dia posterior à conquista” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 27), e que foi mistificada por seus próprios processos de independência dos países dominadores europeus.

Outro fator que promove essa chamada incomunicação é o fato de esses países terem, inicialmente, aberto mão de suas línguas maternas para assumirem, sem escolha, a língua dos dominadores. Trata-se de uma violência simbólica, que negligencia essas línguas maternas, obrigando homens e mulheres a adotarem uma linguagem com as quais não se identificavam a princípio. Incomunicação também com as elites, as vanguardas, que foram sempre separadas do povo que queriam libertar, não dialogando com esse desde sempre. Utilizando-se de análises feitas pelo pedagogo Paulo Freire, Martín-Barbero explica que o oprimido foi obrigado a falar a linguagem do opressor, palavra essa que não toca de fato as estruturas culturais reais desses povos oprimidos e dominados desde o século 16.

A linguagem é pensada como uma mediação, carregada de símbolos e signos. Símbolos esses que são entendidos como uma convenção, um pacto, uma aliança, que aproxima as pessoas, “é essa a textura de relações que o constituem em *ata* e ato do pacto coletivo” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 31). Dessa textura do símbolo, desdobra-se uma textura dialógica, que se encontra na formação das subjetividades, “o eu só se torna real na reciprocidade da interlocução” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 33). Dialogar, portanto, é arriscar falar uma palavra na expectativa de que haja o retorno de uma outra palavra, de uma resposta do outro. Linguagem e diálogo são uma maneira de se expressar, gerando significação naquilo que é dito e compreendido pelo outro.

É por meio da linguagem que é possível se estabelecer uma relação de educação. As pessoas se educam mediadas pela linguagem, pelo diálogo. Só assim, como entenderia Paulo Freire, o oprimido se descobre como sujeito e portador de sua própria palavra. Os meios de comunicação são, então, imprescindíveis de serem observados para que se compreenda os processos de identificação das culturas modernas. Os saberes que compõem as culturas estão para além da figura das escolas e dos livros, e hoje colocam-se em uma situação de descentramento, ou seja, tornando a informação um novo paradigma de organização das sociedades; educar na atualidade está para além desses discursos formais, pois o conhecimento está disseminado em vários outros meios que não se encerram apenas à sala de aula e ao texto escrito. Na atualidade, o indivíduo sofre uma “constante instabilidade identitária e uma fragmentação da subjetividade” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 130).

Há sensibilidades que antes foram negligenciadas e que, na atualidade das sociedades digitais e pós-modernas, não podem ser esquecidas. “É a comunicação da educação com sua cidade-ambiente que está nos exigindo pensar a fundo o novo estatuto da mutação sociotécnica, que hoje desafia o sistema educativo ao abalar não poucas hierarquias e fronteiras na sociedade” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 141). Pensar a educação e a comunicação, portanto, implica em pensar também o exercício da cidadania, a superação de dispositivos que excluem socialmente e em refletir a respeito de um sistema educativo que dê lugar às coletividades para que se apropriem de suas culturas.

Vive-se também um tempo que muitos denominam era da informação. A informação como conhecimento é a mais conhecida e é intangível, não se pode tocar ou medir. Conhecimento ou opiniões são pessoais, subjetivas e conceituais, mas não deixam de informar. Informar é dar forma a alguma coisa e esse é um processo característico dos tempos atuais.

Todos os meios de comunicação informam, bombardeiam a sociedade o tempo todo com uma infinidade de informações e cabe às pessoas selecionar, reciclar e organizar todo esse

universo de dados. Organizar e classificar são características da cultura material, assim são também elementos que a constituem. A cultura material implica em diferentes maneiras de classificar o mundo material e essa atividade reforça a diversidade entre grupos e sociedades e se torna um fator que reforça as identidades sociais.

Para falar de culturas, portanto, especialmente em tempos pós-modernos, é necessário passar por uma reflexão que trate de meios e suas mediações. Para Martín-Barbero, a cultura

[...] mudou de profissão e se converteu em espaço estratégico da hegemonia, passando a *mediar*, isto é, encobrir as diferenças e reconciliar os gostos. Os dispositivos de mediação de massa acham-se assim ligados estruturalmente aos *movimentos no âmbito da legitimidade que articula a cultura*: uma sociabilidade que *realiza* a abstração da forma mercantil na materialidade tecnológica da fábrica e do jornal, e uma mediação que encobre o conflito entre as classes produzindo sua resolução no *imaginário*, assegurando assim o consentimento, no entanto, só foram historicamente possíveis na medida em que a cultura de massa foi constituída *acionando e deformando* ao mesmo tempo sinais de identidade da antiga cultura popular e integrando ao mercado as novas demandas das massas. (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 175).

Há um conceito importante na colocação do autor sobre a cultura de massa. Essa faz a mediação, encobre diferenças sociais e de classe e devolve isso ao imaginário. Há uma mudança no sensorial da sociedade de massas, passa a haver uma percepção coletiva própria dessa realidade. O conceito de massa está associado também a uma ideia de público, em oposição a uma noção de povo que, na interpretação de Martín-Barbero, seria mais romantizada e anterior à situação de massificação da sociedade atual. Ou ainda:

A cultura de massa responde essencialmente a esse “hiperindividualismo” privado. Mais ainda: contribui para enfraquecer todos os corpos intermediários – desde a família até a classe social – para constituir um aglomerado de indivíduos – a massa – aos pés da Super-Máquina social. (MORIN, 1974, p. 175)

Outra contribuição relevante do pensamento de Morin (1998) é a noção de complexidade, que bem se adequa à discussão em questão. Para o autor, complexidade não implica em completude, e sim justamente na incompletude do ser, isto é, como sujeitos múltiplos que somos (somos ao mesmo tempo seres biológicos, sociais, culturais, psíquicos, espirituais e ritualísticos), tentamos promover conexões e identificações entre todas as esferas da vida, articulando-as. A complexidade tende para um entendimento de um conhecimento multidimensional que afeta a todos os seres. Há que se respeitar todas as esferas que compõem a vida do indivíduo, pois trata-se de um sujeito que, como entende Morin, é biosociocultural e que vive em meio a fenômenos sociais, econômicos, culturais e psicológicos, o que nos leva a

uma discussão que deve refletir a multidimensionalidade do ser, conforme um princípio de incompletude e de incertezas. Para Edgar Morin (2001, p. 55),

[...] a educação do futuro deve ser responsável para que a idéia de unidade da espécie humana não apague a idéia de diversidade e que a da sua diversidade não apague a de unidade. [...] Compreender o humano é compreender sua unidade na diversidade, sua diversidade na unidade. É preciso conceber a unidade do múltiplo, a multiplicidade do uno.

Dessa maneira, vale destacar que complexidade, quando vislumbrada na realidade vivida, não exclui a reflexão sobre a educação; ao contrário, essa educação não pode ignorar tais facetas múltiplas e únicas dos seres. Esse fator é fundamental no pensamento complexo, ou seja, a educação tem papel fundamental para que aprendamos a lidar com a sociedade complexa e com os sujeitos, quando pensados como seres multidimensionais.

Uma sociedade é produzida pelas interações entre indivíduos. Tais interações produzem um todo organizado que retro-atua sobre os indivíduos, co-produzindo-os em sua qualidade de indivíduos humanos, o que eles não seriam se não dispusessem da educação, da linguagem e da cultura. “O ser humano depende da variedade de condições que a realidade lhe oferece e do estoque de idéias existentes para que faça, de maneira autônoma, as suas escolhas” (ESTRADA, 2009, p. 89). A proposta de Morin, portanto, é de articular os saberes, e não os separar, ou seja, pensar em uma formação mais ampla e aberta por parte dos educadores, de modo que esses trabalhem esse paradigma quando ensinam aos seus educandos. A educação é essencial para promover uma melhor compreensão do ser humano, pois possibilita a formação de um campo de conhecimento vasto e multifacetado, que abrace, e não segregue, os saberes até então ignorados pela clássica formação que muitas vezes seguimos quando a discussão passa pela esfera educativa.

Com base na compreensão da interface entre complexidade e educação na visão de Morin, vale retomar a reflexão promovida por Martín-Barbero a respeito do mundo latino-americano. Em outra colocação, o autor analisa a mediação na América Latina, propondo que há uma descontinuidade no uso entre o objeto (os meios) e as práticas sociais. Michel de Certeau, no livro *A Intervenção do Cotidiano* (2007), discorre a respeito dos usos dos meios e das práticas sociais, sobre as táticas e estratégias que são inventadas no cotidiano pelos sujeitos sociais. O objetivo do livro é explicitar as combinatórias de operações que compõem uma cultura e como detectar as maneiras como são empregados os produtos, usos e consumos de cada elemento cultural. No espaço social (proxêmica) dos indivíduos no meio social, há um conjunto de observações e de teorias referentes ao uso que o homem faz do espaço enquanto

produto cultural específico. Por exemplo, o autor coloca que “uma vez analisadas as imagens distribuídas pela TV e os tempos que se passa assistindo aos programas televisivos, resta ainda perguntar o que é que o consumidor *fabrica* com essas imagens e durante essas horas” (CERTEAU, 2007, p. 93).

Mencionando o trabalho de Pierre Bourdieu, Certeau (2007, p. 126) traz à tona a noção de *habitus*:

E por isso não é a aquisição ou a aprendizagem (fenômenos visíveis), mas o adquirido, o *habitus*, que desempenha aqui o papel central: ele sustenta a explicação de uma sociedade pelas estruturas. Mas isso tem preço. Para supor que o suporte tenha tamanha estabilidade, é necessário que seja incontornável, invisível. O interesse de Bourdieu está na gênese, no “modo de geração das práticas”.

Pierre Bourdieu (2005, p. 61) define a noção de *habitus* como sendo “um conhecimento adquirido e também um *haver*, um capital (...), o *habitus*, o *hexis*, indica a disposição incorporada, quase postural – mas sim o de um agente em ação: tratava-se de chamar a atenção para o ‘primado da razão prática’”. A interpretação do conceito de *habitus* com base em Bourdieu colabora para a compreensão das colocações feitas por Michel de Certeau (2007) e por Jesús Martín-Barbero (2006), ou seja, há um processo de contínuo envolvimento dos sujeitos com os meios de comunicação - as pessoas criam práticas, estratégias e táticas que fazem com que elas se apropriem daquilo que as culturas lhe oferecem. Dialogam com os elementos culturais, midiáticos e não-midiáticos, o tempo todo e isso corrobora a formação de identidades sociais.

Um exemplo disso é a televisão. Martín-Barbero e Germán Rey (2001, p. 40), em outro trabalho, analisam os exercícios do ver. Analisando o papel da televisão em países da América Latina, os autores compreendem que

[...] a televisão convoca as pessoas como nenhuma outra mídia, mas o rosto que aparece na televisão de nossos países não é só um rosto contrafeito e deformado pela trama dos interesses econômicos e políticos, que sustentam e amoldam essa mídia, como é também paradoxalmente o rosto de nossos pesadelos, de nossos medos. (...), *se a televisão atrai é porque a rua expulsa, é dos medos que vivem as mídias*. Medos que provêm, tanto ou mais que do crescimento da delinquência, da perda do sentido da pertença em cidades nas quais a racionalidade formal e comercial foi acabando com os referenciais em que se apoiava a memória coletiva, e nas quais, ao se *normalizarem* as condutas, tanto como os edifícios, se erodem as identidades, e essa erosão acaba nos roubando o piso cultural, arrojando-nos ao vazio.

Os meios de comunicação interferem diretamente em nosso cotidiano: estão presentes em nossas casas pela televisão, rádio, telefones celulares, computadores, etc., e desdobram múltiplos fragmentos e possibilidades de mediações, fazendo com que a comunicação humana

se torne um universo infindável de informação. Vivemos um mundo tão vasto de conteúdo informacional que se assemelha à imagem da Torre de Babel; assim como entende Edgar Morin (apud MOTTER, 2009), essa explosão de dados só faz sentido e se torna conhecimento se estiver organizada, portanto, torna-se necessária uma mudança de olhar e de postura frente às mídias, para que assim se possa produzir um saber que seja válido e possível de apreender.

Seja qual for a mídia, estamos tratando de uma “poderosa técnica social” (IANNI, 2009). Octávio Ianni (2009, p. 62) cita, especialmente, a televisão, que nos informa e propaga visões de mundo. Além disso, a televisão

Registra e interpreta, seleciona e enfatiza, esquece e sataniza o que poderia ser a realidade e o imaginário. Muitas vezes, transforma a realidade, seja em algo encantado, seja em algo escatológico, em geral, virtualizando a realidade, em tal escala que o real aparece como forma espúria do virtual.

Posto isso, podemos entender que todo conhecimento que é produzido e reproduzido pelas mídias passa por um processo de reinterpretação pelas próprias mídias. Cabe, então, ao sujeito que observa e olha esses canais que dialogue e interprete, conheça e selecione as informações que lhe chegam. Para que se produza o conhecimento é necessário que haja um processo mental que transforma todo esse conteúdo. Esse contexto constitui nosso imaginário, “um espaço mental subjetivo, pessoal e intransferível, o qual nos distingue de qualquer outro ser humano e modula nossa relação com a vida” (COSTA, 2009, p. 103). Tudo que recebemos na realidade que vivemos, então, se desenrola em um processo de conhecimento. É a comunicação que possibilita esse conhecimento: ela nos coloca em contato e nos confronta com um universo de imagens. Encontramo-nos com várias linguagens, constituídas por signos, e sem esse instrumento o processo de conhecer e apreender o mundo se torna impossível.

Como já mencionado, a nossa realidade é marcada por uma produção absurda de informações e conhecimentos. Isso em parte porque é nesse período pós-moderno que a indústria cultural se amplia e se desenvolve com mais rapidez e agilidade, trazendo ao público manifestações artísticas, culturais e simbólicas. “As barreiras são demolidas entre linguagens, movimentos e produções artísticas, e surgem nesse mundo novo a intertextualidade e a multimídia como manifestações exemplares de uma nova relação do homem com a realidade e com o imaginário que o representa” (COSTA, 2009, p. 121).

Quando se pensa, portanto, em todo esse vasto universo de informação, conteúdo, meios e mediações, não se escapa à reflexão a respeito dos processos educativos. Como fica a educação dos sujeitos e indivíduos diante dessa realidade tão múltipla? É imprescindível refletir sobre a educação, visto que ela também é altamente permeada por todo esse processo de

transformação do mundo contemporâneo. Hoje, as escolas e universidades, por exemplo, se utilizam de mídias que são multiplicadoras de conhecimento e que, outrora, sequer faziam parte da vida dos professores e alunos. Televisores já são, em tese, meios ultrapassados: computadores, *tablets*, telefones celulares; redes sociais, vídeos, grupos de conversa instantânea, tudo isso corroborou para fazer da atual conjuntura da educação algo muito mais amplo e diverso.

O que se pode observar, então, é que hoje a realidade comunicacional e educacional que as instituições trazem aos seus públicos não é a mesma do século passado; a interatividade promovida pelos meios digitais transformou essa relação e, portanto, é tão presente quanto a realidade concreta no diálogo com o imaginário das pessoas. Torna-se imperativo, seja a uma sala de aula, seja a um santuário religioso, entrar na rota das mensagens dos media, que trazem novas linguagens, com múltiplas tessituras sógnicas. Com isso, novas formas de sociabilidade são apresentadas, por outros modos de ver, sentir e compreender, sobretudo como resultado de linguagens audiovisuais e de aberturas produzidas pela informática (CITELLI, 2004). Essa compreensão tem desdobramentos diretos na base teórica da Educomunicação e na sua aproximação com os conceitos de mediação e ecossistema comunicativo.

1.2 Educomunicação: campo de mediações e da ação em ecossistemas comunicativos

Os vínculos históricos entre os Estudos Culturais e a Educomunicação estão, em diversos níveis, relacionados ao reconhecimento da recepção midiática como um processo ativo de negociação de sentidos, que permite que os sujeitos possam dar ordem à realidade, conforme explicitado anteriormente. Em outros termos, os Estudos Culturais, resumidamente, reconhecem o papel da mídia na configuração da cultura, tal como os preceitos educacionais, contrapondo a noção de sujeitos passivos, submissos aos efeitos do dualismo “emissão-recepção”. Essa aproximação foi feita historicamente e merece, mesmo que brevemente, melhor esclarecimento.

Diferentemente da acepção culturalista, a aproximação entre os campos da comunicação e educação se deu, em larga medida, pela preocupação de educadores sobre os possíveis efeitos da mídia massiva na formação — intelectual e cultural — da sociedade. Com a chegada do cinema, rádio e TV, sobretudo no início do século 20, o universo da educação buscou alternativas para lidar com possíveis manipulações e distorções no currículo escolar em razão da presença dos meios de comunicação nas sociabilidades desenvolvidas por alunos e alunas. Com uma tonalidade moralista, as teorias funcionalistas da comunicação cumpriram papel

fundamental para dar subsídios teóricos aos educadores sobre como o público — no caso, estudantes — era “atingido” pelos meios de comunicação.

Como explica Araújo (2013), o modelo funcionalista se abastece do dueto emissão-recepção, sendo possível analisar os comportamentos dos indivíduos frente às mensagens transmitidas pela mídia. Por décadas, o modelo proposto por Harold Lasswell serviu para essa perspectiva analítica: quem (emissor) diz o quê (análise de conteúdo), através de que canal (estudo dos meios) e com que efeito. Foi a partir desses pressupostos teóricos que surgiram, no decorrer do século 20, as críticas sobre a falta de legitimidade dos meios de comunicação para educar os jovens e, também, indagações sobre como a mídia poderia prejudicar os processos educativos.

Outro momento importante nos vínculos entre comunicação e educação passa pelo conceito de “Educação para os Meios”. Com referência aos pressupostos teóricos da Escola de Frankfurt, sobretudo de autores marxistas como Walter Benjamin, Theodor Adorno e Max Horkheimer, a “Educação para os Meios” buscava, no princípio, denunciar a alienação frente ao caráter hipnotizante da mídia e, entre outros tópicos, preparar os jovens para lidar com os efeitos da Indústria Cultural no cotidiano das escolas. Para os autores da Escola de Frankfurt, os meios de comunicação massivos contribuíram para difundir ideologias — das classes dominantes — que direcionavam de maneira equivocada a consciência dos espectadores. Adorno, por exemplo, considerou que a televisão, sem a devida atenção dos educadores, poderia deformar a consciência das pessoas em razão de conteúdos desenvolvidos por uma hegemonia cultural.

Não é nosso objetivo expandir a discussão sobre Teorias da Comunicação tendo como foco as teorias funcionalistas ou as bases teóricas da Escola de Frankfurt. Nossa proposta de apresentar, mesmo que sinteticamente, alguns dos pressupostos gerais, é apontar que, com os Estudos Culturais, a mídia passou a ocupar uma nova dimensão dentro do universo da educação: mais do que processos de manipulação e alienação (teoria crítica) ou emissão e recepção (funcionalismo), as ressignificações e negociações de sentidos frente às mensagens dos meios tornam-se o aspecto decisivo dos processos de recepção, tendo desdobramentos nas formas de ser e estar no mundo, sobretudo na educação formal.

A Educação para os Meios, antes focada nas possíveis deturpações na formação dos estudantes, passa a reconhecer o caráter estratégico da comunicação a partir da cultura. Há, nessa perspectiva, a convicção de que fatores econômicos, sociais, de classe, gênero, etnia e assim por diante irão condicionar como um produto midiático é interpretado e compreendido no interior dos processos educativos. Essa definição, que inter-relaciona as condições materiais

e simbólicas da produção midiática com as reapropriações e reconstruções feitas pelo receptor, é referenciada por Martín-Barbero (2006) como “mediações”. Para o autor, na obra seminal *Dos meios às mediações*, o foco na mídia é transferido para o contexto de ressignificações das mensagens: passa a se reconhecer o sujeito como um negociador ativo, dotado da capacidade de reinterpretar os produtos culturais e dar ordem à realidade. Essa aceção substitui o sujeito passivo e manipulável frente aos meios, conforme apregoavam os funcionalistas. Nas palavras de Orozco Gómez:

A mediação comunicacional de nosso tempo consiste nessa mudança fundamental pela qual, como audiências, as sociedades atuais vão deixando de ser reconhecidas essencialmente por seu status e processos de recepção anônima e massiva, caracterizados por uma atividade muito escassa, para começarem a ser reconhecidas por um estar e ser ativos, cada vez mais criativos, na produção e na emissão comunicacionais. Essa mediação comunicacional é que permite aos participantes nos processos interativos condicionados por telas desconstruir, de maneira real ou material, os objetos e referentes de seu intercâmbio comunicativo e não somente interpretá-los simbolicamente, como de fato sempre foi possível. E é também essa mediação que modifica as possibilidades de transformação, de criação e de participação real possível (e desejável) dos sujeitos-audiências a partir de suas interações com as telas. (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 57).

Trata-se, nessa perspectiva, da compreensão de sujeitos participativos e protagonistas no processo comunicativo. Tal entendimento da comunicação está relacionada aos preceitos de Paulo Freire no que se refere ao embate contra o modelo bancário da educação. Ora, a passividade é superada pela perspectiva de estudantes ativos e prontos para assumirem lugar no mundo, rompendo com o eixo vertical de comunicação/educação (alguém, dotado de poder e conhecimento, que fala para alguém, despreparado e incompleto, ouvir) colocando em seu lugar o modelo relacional/participativo. Com os Estudos Culturais, as pesquisas e práticas na interface comunicação/educação passaram a congrega a ideia de recepção ativa, em que as mensagens não são meramente recebidas, causando efeitos, mas sim reelaboradas a partir das mediações conforme o contexto onde foram recebidas.

Como consequência, a concepção de sujeitos protagonistas e participativos está na base do pensamento educacional, pois, em última instância, pressupõe a autonomia dos sujeitos frente aos meios de comunicação, seja na educação formal, seja na informal. Citelli (2014) explica:

O quadro das múltiplas mediações e dos processos de recepção tem íntima relação com as temáticas da educação e da própria escola. Sendo esta uma instituição primária, assim como a família, a religião, institui comunidades de interpretação e aprendizagem, representando instância-chave para mediar a ação, muitas vezes invasiva das mídias nas dinâmicas cotidianas dos jovens. Conquanto o papel central da escola, tampouco a família, a religião, os meios de comunicação, aliás, funcionam

como agentes únicos na configuração dos valores, das modulações ideológicas, dos universos de representações e constituições simbólicos. (CITELLI, 2014, p. 10).

O universo da educação convive com as múltiplas mediações possíveis, com estudantes e professores em ativos diálogos culturais e comunicativos. Isso significa que os modelos pedagógicos unidirecionais, alicerçados na autoridade escolar e no monocentrismo enciclopédico, são postos à prova com a perspectiva das mediações, pois esta pressupõe trocas simbólicas por meio da comunicação dialógica e participativa. Para Orozco Gómez (2014), o campo da Educomunicação assume papel protagonista justamente para acionar mecanismos de participação e integração nos ambientes educacionais, tendo a cooperação da comunicação.

Para a Educomunicação, focalizada historicamente em modificar a interpretação dos produtos midiáticos feita pelas audiências, o desafio contemporâneo maior é, agora também e principalmente, formar as audiências para que se assumam como emissores e interlocutores reais, não somente simbólicos dos meios e dos demais produtos intercambiados nas redes sociais. Se antes foi fundamental formar para a recepção, agora é imprescindível formar também para a emissão e produção criativas. Isto visa tornar realidade essa cultura de participação que as redes sociais estimulam e possibilitam, mas que a maioria das audiências, pelo menos nos países ibero-americanos, ainda não assumem plenamente. (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 33).

Os preceitos educacionais acionam a perspectiva teórica dos Estudos Culturais, sobretudo latino-americanos, para os quais o conceito de mediações compreende a produção e a recepção da comunicação nos espaços educativos enquanto negociação. Logo, o entendimento da comunicação no âmbito da cultura, nas negociações de sentidos e intercâmbios simbólicos exige um novo olhar para a inserção da mídia no cotidiano escolar. Essa atribuição de sentido, como explica Corazza (2016), vai sendo incorporada no cotidiano, que inclui a relação com os produtos culturais que chegam pelos meios de comunicação, em que se dá sentido à realidade, à nova cultura digital e, sobretudo, às novas práticas sociais compartilhadas de uma área comum de significados, como, por exemplo, as redes sociais na internet.

O conceito de ecossistema comunicativo surge a partir dessa complexidade da trama cultural em que o conjunto de linguagens midiáticas, representações e narrativas adentram no cotidiano de relações interpessoais. Nesse novo *sensorium*, conforme Martín-Barbero (2014) afirma, a comunicação ocupa lugar central na constituição de sociabilidades e nas experiências culturais, superando os preceitos funcionalistas e instrumentais. Com a ideia de ecossistema, os intercâmbios são intermitentes e dinâmicos, fazendo com que as mensagens midiáticas sejam parte da teia de significados construída no dia a dia pelos interagentes.

Nessa perspectiva, o universo da educação passa a enxergar a comunicação a partir das novas formas de ser e estar no mundo, surgidas da reconfiguração cultural decorrente da presença cada vez maior dos meios de comunicação na vida contemporânea. Com celulares,

tablets e a ampliação do acesso à internet, o desafio é posicionar a educação dentro desse sistema complexo — o ecossistema comunicativo —, onde as experiências culturais e sociais são perpassadas pela mídia.

Com o referencial de ecossistema comunicativo, a educação não pode se ocupar apenas da apropriação dos aparatos tecnológicos, como games e redes sociais, também precisa estar atenta à emergência da cultura digital em uma sociedade marcada pelas relações em rede, descentralizadas e complexas. O modelo comunicacional deve ser revisto para atender às dinâmicas cotidianas em que aplicativos de celular e as possibilidades oferecidas pelas novas tecnologias criam novas formas de se relacionar com o mundo.

Pensar a educação a partir da comunicação, na perspectiva teórica que até aqui apresentamos, significa reconhecer os sujeitos como parte do processo comunicacional, com a possibilidade, enquanto cidadão, de ler, interpretar e transformar a realidade. Mais do que a utilização instrumental dos meios de comunicação, essa perspectiva teórica abre caminhos para pensar e agir no âmbito da educação a partir do olhar da comunicação dialógica, da participação horizontal e inclusiva. Foi nesse sentido que o neologismo Educomunicação foi ressemantizado pelo NCE da ECA-USP, apontando para um novo campo de pesquisas e práticas sociais.

1.3 A definição de Educomunicação a partir do NCE

A Educomunicação, a partir de suas áreas de intervenção (SOARES, 2011) e do referencial teórico que emerge no tensionamento dos Estudos Culturais com a tradição latino-americana de comunicação popular e alternativa e outras matrizes filosóficas, permite que os profissionais possam elaborar diagnósticos e coordenar projetos no campo da inter-relação Comunicação/Educação. Entre as atividades possíveis para um educador, estão:

- (1) implementação de projetos de educação para a comunicação, ou seja, iniciativas que possam orientar estudantes, professores e demais cidadãos sobre a apropriação dos meios de comunicação;
- (2) coordenação e formação de profissionais capazes de garantir a utilização da mídia como expressão da cidadania;
- (3) Atuação na educação formal, trabalhando com projetos de gestão da comunicação e leitura crítica dos meios, através de projetos ou currículo escolar;
- (4) Implantação e acompanhamento de novas tecnologias na educação;
- (5) promoção e coordenação de projetos que tenham como objetivo a ampliação do coeficiente comunicativo em um determinado contexto educativo, seja ele presencial ou virtual.

(6) desenvolvimento de práticas de “literacia midiática”, num sentido próximo da ideia de alfabetização midiática, que permite exercícios que facilitem o entendimento e a análise da mídia.

Além das possibilidades de atuação profissional, é substancial reconhecer que o paradigma educomunicativo aponta para um conjunto de elementos necessários para novos modos de trabalhar nas relações entre Comunicação e Educação. Para além das possibilidades tecnológicas ou para o uso da mídia no contexto escolar, a Educomunicação se atém à construção de ecossistemas comunicativos, descentralizados e com a garantia do direito à comunicação, com ações que favoreçam o diálogo social e a promoção da cidadania, tendo as potencialidades dos meios de comunicação e das novas tecnologias como agentes estratégicos. Trata-se, nessa perspectiva, da educação para a comunicação em um sentido mais amplo, voltada à formação de sujeitos conscientes para a prática da recepção midiática, a expressão comunicativa através das artes, a mediação tecnológica na educação, a gestão da comunicação, a pedagogia da comunicação e a reflexão epistemológica. Ou ainda, como define Soares (2011), a Educomunicação representa o

[...] conjunto das ações inerentes ao planejamento e avaliação dos processos, programas e produtos de comunicação implementados com intencionalidade educativa, destinado a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos abertos, criativos, sob a perspectiva da gestão compartilhada e democrática dos recursos da informação no processo da aprendizagem. (SOARES, 2011, p. 36).

Tal definição vem na esteira de pesquisas acadêmicas que giram em torno da sistematização estabelecida pelo NCE, sob a coordenação do prof. Dr. Ismar Soares, junto a um grupo de 178 especialistas de 12 países da América Latina, entre 1997 e 1998, que apontou para a existência de uma nova figura profissional: o educomunicador, que atua no campo da interface Comunicação/Educação. A partir do trabalho do NCE, a Educomunicação passou a ser entendida como um paradigma orientador de práticas sócio-educativo-comunicacionais, estabelecida em ecossistemas comunicativos abertos e democráticos nos espaços educativos, tendo a gestão compartilhada e solidária dos recursos da comunicação, suas linguagens e tecnologias, como elemento estratégico para o fortalecimento do protagonismo dos sujeitos sociais e o consequente exercício do direito à comunicação.

Adiante, estão apresentados dados referentes à produção acadêmica da Educomunicação nos últimos anos que dão legitimidade à emergência da Educomunicação no domínio científico. Por ora, afirmamos que o contributo da pesquisa coordenada pelo prof. Dr. Ismar Soares no NCE é o reconhecimento de que as práticas e ações desenvolvidas na América

Latina não eram isoladas e sem uma racionalidade estruturante. Ao contrário, as ações de gestão dos processos comunicativos, do uso da tecnologia nas escolas, da educação para a comunicação, entre outros, foram “articuladas em uma dada intencionalidade comunicativa” (SOARES, 2011, p. 36). De acordo com o autor:

A Educomunicação — enquanto teia de relações (ecossistema) inclusivas, democráticas, midiáticas e criativas — não emerge espontaneamente num dado ambiente. Precisa ser construída intencionalmente. Existem obstáculos que têm de ser enfrentados e vencidos. O obstáculo maior é, na verdade, a resistência às mudanças nos processos de relacionamento no interior de boa parte dos ambientes educativos, reforçada, por outro lado, pelo modelo disponível da comunicação vigente, que prioriza, de igual forma, a mesma perspectiva hegemonicamente verticalista na relação entre emissor e receptor. (SOARES, 2011, p. 37).

Como conceito emergente, a Educomunicação exige, na construção dos ecossistemas comunicativos, conforme orienta a obra de Ismar Soares, racionalidade estruturante, com planejamento, acompanhamento e avaliação da inserção dos meios de comunicação nos processos educativos. O objetivo é, em diversos níveis, criar as condições para que haja formação de gerações não apenas capazes de lidar com a mídia, mas capazes de promover “as próprias formas de expressão a partir da tradição latino-americana, construindo espaços de cidadania pelo uso comunitário e participativo dos recursos da comunicação e da informação” (SOARES, 2011, p. 2011).

Ao suscitar a expressão “emergência da Educomunicação”, portanto, buscamos elucidar justamente a emergência de um campo de intervenção caracterizado por oferecer um suporte teórico-metodológico na interface comunicação/educação, tendo a ação comunicativa como ponto estratégico para o convívio humano, a produção do conhecimento, bem como para a elaboração e implementação de projetos para a transformação da realidade. Com a construção de ecossistemas comunicativos, a utopia que move a Educomunicação é oferecer aos sistemas de ensino e toda comunidade ligada à educação a possibilidade de trabalhar com recursos comunicacionais abertos, democráticos e criativos (SOARES, 2011). Nesse sentido, a Educomunicação tem como meta a promoção da cidadania, a partir do pressuposto básico do exercício do direito à comunicação.

Conforme apresentamos neste capítulo, o paradigma educacional está situado a partir da reflexão dos Estudos Culturais e da base teórica que articula autores latino-americanos, para os quais o conceito de mediações culturais passa a orientar como a produção e a recepção dos produtos midiáticos devem ser compreendidas dentro do âmbito da cultura. Num mundo marcado pela centralidade da comunicação, educar exige, cada vez mais, compreensão sobre como os meios de comunicação são decisivos para as novas sociabilidades. É uma nova

dimensão que inter-relaciona comunicação e educação, tendo os receptores como produtores de cultura. Com esse entendimento, para nos concentrarmos em nosso objeto de estudo, a Educomunicação se apresenta ao universo religioso — assim como para diversas outras áreas do conhecimento — como uma nova possibilidade de intervenção e ação frente ao mundo marcado pelas tensões e mudanças dos meios de comunicação. Tais tópicos estão apresentados nos próximos capítulos.

2 O CONTEXTO DA PESQUISA SOBRE A COMUNICAÇÃO DA IGREJA NO BRASIL

Este capítulo nos situa no estado da arte do nosso objeto de pesquisa, fazendo um breve resgate contextual do processo de construção das pesquisas científicas em torno da comunicação católica no Brasil. Nele, apresentamos as contribuições das principais teses que pontuaram teoricamente as últimas décadas com suas contribuições investigativas.

Em primeiro momento abordamos os caminhos teóricos descortinados pelo referencial trabalho investigativo de Soares sobre a comunicação católica e seus desdobramentos nos últimos 30 anos de pesquisa e, secundamente, dialogamos com produções científicas (teses e dissertações) localizadas no banco de dados da Capes que hoje avançam na inter-relação comunicação católica e Educomunicação.

2.1 A comunicação católica como objeto de estudo: os processos de construção do tema a partir da década de 1980

O cruzamento entre os Estudos Culturais e a comunicação católica é fundamental para a compreensão da emergência do paradigma educomunicativo no Diretório de Comunicação da Igreja para o Brasil. Devemos compreender, todavia, que a relação da Igreja Católica com a comunicação atravessou mudanças significativas no decorrer da história, passando por etapas que incluem (1) a aproximação com a teoria crítica da comunicação, (2) uma leitura cultural a partir das mediações e (3) os desafios impostos pela sociedade midiaticizada e a cibercultura, quando, no contexto contemporâneo, a necessidade de cumprir a missão de evangelizar aproximou a Igreja dos novos mecanismos de comunicação, como as redes sociais na internet e os aplicativos de celular como WhatsApp e Facebook.

Pesquisadores reconhecidos no domínio científico, como Soares (1988), Pessinatti (1998), Kunsch (2001), Puntel (2015), Corazza (2016) e Sbardelotto (2017), articulam uma trajetória capaz de discutir os vínculos históricos da Igreja Católica com a comunicação, apontando como, no decorrer dos séculos, por meio de documentos e da ação de organizações ligadas à Igreja, o entendimento católico sobre a mídia foi construído. Ao articular esses autores, não é nosso objetivo discutir a perspectiva teórica de cada um isoladamente ou, em última instância, estabelecer uma linha do tempo oficial. São diversas nuances históricas que permitem discutir o conceito de comunicação na Igreja, sendo necessário um método que as sistematize, a partir de um referencial histórico. Nosso objetivo é esclarecer, no domínio científico, como o entendimento da comunicação como cultura dentro do âmbito católico —

conforme apresentamos no conceito de Estudos Culturais — tem desdobramentos para o conceito da Educomunicação, que, nos dias atuais, cumpre papel decisivo no Diretório da Igreja para a Comunicação no Brasil.

Para atingir tal objetivo, nosso ponto de partida teórico é a obra seminal *Do Santo Ofício à Libertação*, de Ismar de Oliveira Soares. Resultado da tese de doutorado do pesquisador, a obra apresenta uma investigação abrangente sobre o discurso e a prática da Igreja em relação à comunicação. A partir de uma reconstrução histórica, aponta como a Comunicação Social teve, num primeiro momento, aderência no Vaticano para, depois, no âmbito latino-americano, com foco no Brasil, chegar às práticas do laicato, tendo participação protagônica de setores populares e da comunicação comunitária junto à Igreja (SOARES, 1988).

De acordo com o autor, a política para o uso dos meios de comunicação entre os anos de 1940 e 1960, no Brasil, foi condicionada na Igreja Católica “basicamente pelo discurso que sobre eles fazia a ala conservadora empenhada no movimento de espiritualidade” (p. 241). Apenas nos anos de 1950 e 1960, junto a católicos tidos como “radicais”, uma nova compreensão de comunicação passou a ocupar os espaços ligados à Igreja, tendo como resultado principal novos fundamentos teóricos, posteriormente classificados pelo autor como *Nova Teoria Cristã da Comunicação*. O contexto político e econômico do Brasil, explica Soares, foi determinante para a emergência dessa nova forma de compreensão da comunicação.

Chegamos aos anos 70 com a Igreja confrontando sua consciência com o momento sociopolítico por que passava o país. As reformas do Concílio já haviam produzido frutos de renovação, bem como crises existenciais, com muitos seminaristas, religiosas e sacerdotes afastando-se de seus projetos iniciais na busca de novos espaços pastorais. A reflexão teológica produzia sínteses que alimentavam as Comunidades Eclesiais de Base, quando não eram, elas próprias, suscitadas, exigidas ou enriquecidas pelo povo das CEBs. (SOARES, 1988, p. 265).

A partir do complexo cenário de tensões e contradições, explica Soares, a pastoral da comunicação tomou dois rumos. Com o *Setor de Comunicação Social*, de um lado, passou-se a identificar forças sociais emergentes, formulando uma “pastoral para grupos de influência, na esperança de cristianizar a sociedade atingindo suas lideranças empresariais” (SOARES, 1988, p. 266). Por outro lado, emergem as práticas de comunicação alternativa e comunitária, destinadas à implementação das Comunidades Eclesiais de Base e outros grupos populares organizados. Na esteira desses movimentos relacionados à comunicação católica, surge, no início da década de 1970, a União Cristã Brasileira de Comunicação (UCBC), organização que, na época, divulgou um manifesto que representou “um verdadeiro programa de política de comunicação para uma sociedade democrática” (SOARES, 1988, p. 274).

A criação da UCBC conduziu a uma reconfiguração nos debates teóricos sobre a comunicação, uma vez que seus membros eram oriundos da universidade. O começo da década de 1970 também é significativo, porque uma nova compreensão sobre o papel da mídia na sociedade já passava a circular em diversos setores, tendo desdobramentos na Igreja. Segundo Soares:

O alheamento dos responsáveis pelos veículos da Igreja das pesquisas e estudos universitários e a insensibilidade da maioria dos bispos pelos problemas da liberdade de expressão fizeram com que o aparecimento da UCBC tivesse pouca repercussão junto aos jornalistas, radialistas e homens de cinema que serviam à Igreja. O trabalho persistente da UCBC, contudo, com suas reflexões e seus projetos, permeará, através dos anos, a doutrina da Igreja Brasileira sobre a Comunicação Social, até ser praticamente aceito pelo Setor de Comunicação Social da CNBB no final da década de 70 e inícios de 80. (SOARES, 1988, p. 276).

Com efeito, o uso dos meios de comunicação como instrumentos de doutrinação ou sustentação de poder foi reconfigurado a partir do trabalho da UCBC e também dos movimentos no interior da comunicação católica, tendo como resultado, no decorrer dos anos subsequentes ao início da década de 1970, uma nova compreensão da Comunicação Social.

Os debates sobre o documento de Medellín, a publicação das conclusões das assembleias dos regionais da CNBB que analisaram as questões sociais, os simpósios sobre comunicação popular organizados em várias partes do Brasil, a fundação dos centros de documentação e comunicação popular, as reflexões sobre a teologia da libertação, obrigaram os clérigos e leigos, dedicados à manufatura dos pequenos meios, a repensarem sua metodologia de trabalho e a reverem os conteúdos de suas mensagens (SOARES, 1988, p. 285).

Não temos aqui a pretensão de explorar toda a investigação de Ismar Soares, mas de esclarecer, em pontos específicos, sobre o fato de a obra do pesquisador ser reconhecida nos estudos sobre comunicação católica como um marco na compreensão de como, historicamente, passando pelo *Inter Mirifica*⁵ até as práticas pastorais, a comunicação foi tensionada no interior da Igreja. Soares aponta para a necessidade de compreender como Igreja e Sociedade civil fizeram articulações para definir políticas de comunicação, no decorrer dos séculos. Tópicos como (1) o controle sobre a produção e o consumo de bens culturais, (2) a evolução das doutrinas e dos processos de utilização dos recursos da comunicação para a ação evangelizadora e (3) a análise de documento sobre o discurso oficial da Igreja são fundamentais para a compreensão da aproximação histórica da comunidade católica com a mídia.

⁵ Promulgado pelo Concílio Vaticano II, o *Inter Mirifica* é o primeiro documento da Igreja Católica que acolhe oficialmente a comunicação como instrumento de evangelização e define a comunicação sob o prisma social. Como vemos em detalhes mais à frente neste texto, trata-se do documento fundante do diálogo da Igreja com o mundo da comunicação e sua cultura emergente.

De acordo com Soares (1988), a nova Teoria Cristã da Comunicação foi decisiva para a inclusão de grupos eclesiais em projetos que envolviam a apropriação dos meios de comunicação na transformação da realidade. Na esteira desse movimento, as contribuições efetivas de segmentos pertencentes à Igreja foram decisivas para as transformações operadas no discurso e na prática da própria Igreja no âmbito da comunicação, sobretudo na América Latina. Essa transformação histórica integra o movimento latino-americano de comunicação que, anos mais tarde, seria fundamental para a base teórica da inter-relação Comunicação/Educação.

Outro esforço substancial, no domínio científico, pode ser observado na classificação de Puntel (2015) sobre as etapas que o entendimento do conceito de comunicação perpassou pela Igreja. A partir de análises sobre documentos históricos e de revisão bibliográfica de autores e autoras que, em algum nível, trabalham com a comunicação católica, Puntel indica quatro fases.

1.^a - Na primeira, é possível dizer que a **censura e a repressão** foram determinantes sobre a circulação de informação no âmbito católico, sobretudo nos séculos passados.

2.^a - Principalmente com a virada do século 19 para o século 20, com a Revolução Industrial e as transformações do mundo em decorrência da urbanização, os meios de comunicação passaram a desempenhar o papel de agência de socialização. Com isso, a Igreja passou a ter uma **aceitação desconfiada**, tendo que se preparar para lidar com a influência dos meios frente à população.

3.^a - Classificada como **deslumbramento ingênuo**, a autora aponta para a apropriação do conceito de meios de comunicação de massa pela Igreja nessa fase. Já em meados do século 20, com a consolidação do rádio, de jornais, da TV e de similares no cotidiano das cidades, sobretudo com o Inter Mirifica (1963) e o Communio et Progressio (1971), a Igreja passou a orientar a comunidade católica sobre a utilização dos meios.

4.^a - Puntel classifica essa etapa como **reviravolta**, pois, com o entendimento de “cultura” ao invés de comunicação de massa, a educação para a comunicação passa a desempenhar papel de destaque e a apropriação crítica dos meios se consolida em diversas instâncias da comunicação católica, reconhecendo os desafios atuais dos meios de comunicação.

Como explica Puntel (2015), documentos históricos da Igreja — nos séculos passados — apontaram para a comunicação como uma necessidade de normatizar comportamentos, no que se referia ao uso de escritos, livros, espetáculos teatrais e imagens. Para a autora, raramente era possível identificar temas como liberdade de pensamento ou direito à expressão (PUNTEL, 2015). Por outro lado, a Igreja difundiu, no decorrer do tempo, textos e livros relacionados à religião, tendo papel importante na circulação da informação no mundo. Além disso, ampliou e fez a curadoria de bibliotecas, preservando autores clássicos, embora, vale dizer, da mesma forma, também condenou livros heréticos, queimando-os.

Com a virada do século 19 para o século 20, os meios de comunicação de massa passaram a ter uma dimensão estratégica para a sociedade. Foram inovações — tanto técnicas quanto de alcance — que reconfiguraram as agências de socialização da época e, por conseguinte, da Igreja. No Concílio Vaticano II, as preocupações decorrentes da presença cada vez mais significativa dos meios de comunicação se materializaram no decreto *Inter Mirifica* (entre as coisas maravilhosas). Aprovado em 4 de dezembro de 1963, o documento "assinala a primeira vez que um concílio geral da Igreja se volta para a questão da comunicação" (PUNTEL, 2015, p. 39). É a primeira vez na história que a Igreja apresenta orientações gerais para o clero e leigos sobre a utilização dos meios de comunicação.

Nesse momento, em termos de teorias da comunicação, é importante se atentar para o fato de que o documento é altamente influenciado pela concepção de "comunicação" à época, ou seja, meios de comunicação de massa — como cinema, rádio, TV e outros. O *Inter Mirifica* não apontou para as relações comunicacionais, participativas e horizontais, dentro da Igreja ou para a dimensão do marketing ou relações públicas.

O *Inter Mirifica* se atentou à ação pastoral da Igreja em relação às apropriações dos instrumentos de comunicação no trabalho pastoral. O documento propôs diretrizes para a educação católica, à imprensa católica e à criação de secretariados de comunicação social. Não é nosso objetivo ampliar os desdobramentos do Concílio Vaticano II no âmbito da comunicação católica, mas, como aponta Soares (1988), o *Inter Mirifica* é um divisor de águas em relação à mídia, pois foi a primeira vez que o assunto da comunicação teve independência no âmbito da Igreja.

Para Puntel (2008), com as práticas e usos dos meios de comunicação, as convicções da Igreja foram reorientadas após o Concílio Vaticano II, tendo uma dimensão mais crítica e estratégica, sobretudo após a década de 1970. Para a autora, nesse período, trata-se da "redescoberta da comunicação, em toda a sua plenitude" (PUNTEL, 2008, p. 130), ou seja,

deslocando gradativamente os princípios funcionalistas — de emissão e recepção — para apostar na dimensão cultural e crítica, em que a comunicação não se limita aos aparatos tecnológicos e se coloca como ação estratégica da ação evangélica. Para a autora, o percurso teórico do conceito de comunicação tem várias nuances, e ao desembocar no mundo contemporâneo, associa a comunicação católica à dimensão cultural, que, em razão dos processos de mediação, tem alcance global.

Pessinatti (1998), por sua vez, aponta para a relação entre o fenômeno religioso e o contexto cultural da pós-modernidade, em que se apresentam desafios específicos à comunicação católica. Afirma o autor, por exemplo, que há dificuldade da Igreja Católica no Brasil para “operacionalizar suas teorias a respeito da comunicação social” (p. 21). São desafios que se impõem no cotidiano de dioceses e paróquias na compreensão da comunicação a partir de uma perspectiva cultural, superando a fragmentação e os preceitos de emissão e recepção. Segundo o autor:

A tendência globalizadora da cultura contemporânea está indicando o fim dos setorialismos que dificultam uma ação conjunta da Igreja, de modo especial em comunicação. A diluição ou pulverização dos recursos humanos e financeiros é a consequência negativa da falta de união e de clareza de um projeto comum. As compreensões eclesiológicas divergentes são obstáculos concretos que os líderes da Igreja Católica no Brasil enfrentam em relação à elaboração de políticas comuns de comunicação social. (PESSINATTI, 1998, p. 20).

Esse percurso sobre a comunicação católica, passando pelos obstáculos apontados no livro *Políticas de Comunicação da Igreja Católica no Brasil*, de Nivaldo Luiz Pessinatti, encontra uma nova realidade: a cultura digital. Com os mecanismos de comunicação descentralizados e organizados em rede (2003), as possibilidades midiáticas passaram a ser organizadas em ações múltiplas dos usuários da internet. Hoje, as redes hierárquicas, marcadas pelo controle centralizado da emissão — como no caso das TVs, rádios e jornais — coexistem com as redes sociais na internet, onde os sujeitos participam ativamente na construção de sentidos. Essa mudança histórica imposta pela cultura digital apresenta ao mundo novas formas de ser e estar em sociedade. São reconfigurações na economia, na política, nas temporalidades e, consequentemente, no espectro religioso.

Como explica Corazza (2016), a comunicação ocupa lugar central a partir do século 20, não sendo suficiente a utilização instrumental dos meios para a “difusão” ou “envio das mensagens”. Agora, é necessário integrar a informação na cultura criada pelos novos mecanismos de comunicação. Com canais no Youtube, páginas no Facebook, games e as informações circulando de forma imediata nas redes sociais — para nos atermos a poucos

exemplos das milhares de possibilidades comunicacionais do mundo contemporâneo —, há um novo contexto de comunicações rápidas e efêmeras que deslocam o poder e criam novas modalidades informativas.

Depois de etapas e períodos bem determinados, passando pela censura e repressão, deslumbramentos, hesitações e reviravoltas, chega-se o momento em que a Igreja caminha no sentido da apropriação da cultura digital, “com as mudanças das tecnologias e sua inserção no cotidiano” (CORAZZA, 2016, p. 46). É o entendimento da comunicação no domínio cultural no seu sentido mais amplo, conforme elencado pela orientação teórica dos Estudos Culturais, pois, como preconizou Martín-Barbero (2006), com a radicalização da horizontalidade comunicativa na cultura digital, mais do que nunca, não lidamos com os meios, mas sim com as mediações que emergem do novo contexto. Para Corazza:

Trata-se da chegada dos novos meios que provocam uma mudança no pensamento eclesial, revelado na compreensão da “nova cultura” que está emergindo. Essa mudança de enfoque aconteceu a partir da encíclica do Papa João Paulo II, *Redemptoris Missio* (A missão do Redentor), que aborda a importância que os meios de comunicação alcançaram na sociedade, sendo para muitos o principal espaço de informação e formação, guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais. Ao se referir a eles como lugares de evangelização, o Papa serve-se da metáfora do “areópago”, no novo contexto, marcado pela cultura de comunicações. (CORAZZA, 2016, p. 46).

A cultura digital implica numa mudança de postura que compreende algo novo em que há necessidade de dialogar, preconiza a autora (2016). A Igreja passou a conviver com a necessidade de formar fiéis e lideranças para se apropriar de novos mecanismos, que passam pelos grupos de WhatsApp aos grupos de discussão no Facebook. Com as novas possibilidades comunicacionais, há reconfigurações na compreensão da relação da Igreja com a mídia, superando etapas anteriores de deslumbramento, desconfiança ou mesmo censura e repressão. Abriu-se uma inserção no mundo “na” e “pela” cultura midiática (CORAZZA, 2016). Além disso:

Há uma tomada de consciência de que a cultura da mídia cria novos hábitos cotidianos e novo modo de viver. Por sua vez, essa mudança cultural provoca as instâncias eclesiais a se posicionarem diante de um novo modo de comunicar, desafiam a inserção nesse contexto, trabalhando, ao mesmo tempo, uma atitude crítica diante desse novo modo de ser e viver na sociedade, das mensagens recebidas, e a apropriarem-se das linguagens e produzirem a comunicação com novas linguagens. Essa forma de ver e entender a comunicação, por parte da Igreja, revela-se na linguagem com que as Conferências da América Latina a denominam, observando que houve uma evolução progressiva no pensamento e nos modos de abordar o assunto. (CORAZZA, 2016, p. 47).

Com as novas linguagens da comunicação, a mídia se converteu em espaços de produção simbólica e cultural, e a Igreja passou a valorizá-los. Trata-se, em última instância, de uma transição histórica entre o *Verbo se faz Palavra* (KUNSCH, 2001) para o *E o Verbo se fez rede* (SBARDELOTTO, 2017). Das potencialidades da mídia massiva e das preocupações em relação à sua influência na formação dos cidadãos, os deslocamentos do mundo contemporâneo passaram a ser decisivos na reconstrução da religiosidade.

Sbardelotto (2017) explica que a organização em redes implica em novas formas de relações interpessoais. Diminuem as transmissões de um para muitos: agora a comunicação é feita de muitos para muitos. Em poucos segundos nas redes sociais na internet milhões de informações são compartilhadas, descentralizando a organização hierárquica da comunicação. Nesses termos, comunicar significa compartilhar — e ser visto nas redes sociais. Com isso, explica o autor, o cristão é convidado a conviver com o desafio da comunicação, deparando-se com a multiplicidade de informações e versões sobre a dimensão religiosa.

Essa nova dimensão reconfigurou a ideia de "propaganda do Evangelho". A Igreja, em termos estratégicos, passou ao "compartilhamento" do Evangelho, pois a internet oferece oportunidades de encontro, descentralização de vozes e, sobretudo, novas possibilidades de comunhão e encontro com a fé cristã.

Com o processo de digitalização, a “mediunidade” mídia/religião passa a ser marcada principalmente por uma ruptura de escala espaço-temporal e por uma descontextualização e recombinação de sentidos. Assim, se estamos vivendo uma “reviravolta comunicacional” a partir da digitalização, as crenças e práticas religiosas, ao se embeberem da cultura emergente, passam a se constituir a partir de novos processos que merecem reflexão e análise. A digitalização impele o catolicismo, neste caso, a assumir novas forma de percepção do mundo em que habita e novas formas de expressão de sua tradição e doutrina dentro desse contexto. Ocorre um deslocamento das práticas de fé para o ambiente on-line, a partir de lógicas midiáticas, complexificando o fenômeno religioso e as processualidades comunicacionais mediante novas temporalidades, novas espacialidades, novas materialidades e novas ritualidades. (SBARDELOTTO, 2017, p. 101).

Em síntese, com a proposta do *Verbo se fez Rede*, Sbardelotto (2017) explica como, com a ascensão da internet, surgiu uma nova forma de comunicação, que desloca as matrizes das mensagens religiosas. A midiatização digital da religião, explica o autor, implica na análise das mudanças em trânsito na sociedade, que possibilitam novas formas de ser e estar no mundo, assim como reconfigurações socioculturais e socioeconômicas. Essa compreensão e trajetória histórica da comunicação católica até a nova realidade da sociedade em rede (CASTELLS, 2003) é imperiosa, pois, em um mundo em transformação, a Educomunicação é desafiada a

manter a coerência epistemológica frente a um contexto marcado pelas tensões e mudanças dos meios de comunicação.

Antes de prosseguir com a perspectiva teórica sobre a comunicação católica, é fundamental esclarecer que não é possível conectar automaticamente a Educomunicação com a nova realidade da sociedade em rede, pois as práticas reconhecidas como educacionais nasceram da cultura de resistência, nas décadas de 1960 e 1970, tendo como base a valorização dos sujeitos no exercício da expressão e da comunicação. Evidentemente que a Educomunicação se apropria das novas tecnologias para criar espaços de expressão e participação, porém não depende dos avanços tecnológicos para existir. Logo, a dependência da Educomunicação dos denominados Estudos Culturais, frente às reconfigurações sociotécnicas, é relativa e de predominância, não sendo absoluta. Nesse sentido, foi justamente para apresentar uma alternativa frente a um deslumbramento com as tecnologias e a cultura contemporânea que o Diretório de Comunicação da Igreja, como é discutido adiante, incluiu a Educomunicação em seu texto.

Como já exposto, o paradigma educacional está situado a partir da reflexão dos Estudos Culturais e da base teórica que articula autores como Freire (2017, 2016) e Martín-Barbero (1997, 2014), para os quais o conceito de mediações culturais passa a orientar como a produção e a recepção dos produtos midiáticos devem ser compreendidas dentro do âmbito da cultura. Conforme tratado na definição de Educomunicação no capítulo 1, frente a um mundo com novas possibilidades comunicacionais, a educação para a comunicação assume papel fundamental, partindo da influência dos meios de comunicação para um novo entendimento: o receptor como produtor de cultura.

A Educomunicação inaugura, assim, um novo paradigma discursivo, constituído por conceitos transdisciplinares, estruturando-se de um modo processual e midiático e sendo vivenciado na prática dos atores sociais, através de áreas concretas de intervenção social (SOARES, 2011). Trazemos à tona essa conceituação, pois o paradigma educacional representa uma alternativa estratégica para lidar com os desafios postos no mundo contemporâneo, sobretudo com a presença da cibercultura. Explica Calixto (2017), um dos autores dedicados à compreensão das novas tecnologias na inter-relação comunicação e educação:

A comunicação passa a ser desenvolvida velozmente e intensamente dentro da internet, tendo os atores sociais como protagonistas dos processos comunicativos. É o novo contexto que privilegia o "usuário comum". Não se trata de cultivar as novidades do mercado digital em que todos podem consumir e produzir. Assim como não pretendemos descartar ou, pior, condenar a tradição e os métodos do universo

escolar. O que buscamos é a compreensão das contradições e dos jogos de linguagem que compõem as representações e as percepções presentes nas redes sociais e que passam a integrar o cotidiano da escola. Partimos da premissa que a Educomunicação, como tentamos demonstrar, não serve apenas para ensinar a usar o Facebook em sala de aula ou como criar estratégias de engajamento e alcance orgânicos nas redes sociais. O propósito é, a partir da utilização dos meios técnicos, sejam eles quais forem — do WhatsApp à fita cassete — propiciar o uso consciente e crítico para buscar transformações no mundo. (CALIXTO, 2017, p. 43)

A Educomunicação, em todas as suas dimensões estratégicas, seja na comunicação enquanto cultura, seja no deslocamento dos “meios às mediações”, figura pela primeira vez em documento oficial da Igreja Católica no Brasil como um conjunto prático de ações e reflexões sobre a sua gestão institucional de comunicação em contexto sociopolítico diverso e complexo. Com o Diretório de Comunicação da Igreja, tratamos de uma aproximação histórica da comunicação católica com os estudos e as práticas posicionadas na inter-relação comunicação e educação. Essa aproximação é marcada pelas tensões provocadas pela polivalência das vozes que balizam o discurso comunicacional católico.

Como parte do processo de construção do nosso quadro teórico de referência, achamos fundamental localizar essa aproximação — que teve como momento decisivo o Diretório de Comunicação da Igreja — dentro do domínio científico. Ora, até o momento, fizemos uma análise dos Estudos Culturais e a trajetória da comunicação católica, porém não tratamos ainda o paradigma educ comunicativo neste contexto.

2.2 Pesquisa documental sobre a presença da comunicação católica nas dissertações e teses sobre Educomunicação

O pesquisador que trabalha com documentos deve superar vários obstáculos e desconfiar de inúmeras armadilhas, antes de estar em condição de fazer uma análise em profundidade de seu material. Em primeiro lugar, ele deve localizar os textos pertinentes e avaliar a sua credibilidade, assim como a sua representatividade. (CELLARD, 2008, p. 296).

Para investigar a presença da Educomunicação no domínio científico, assim como a interlocução do paradigma educ comunicativo com o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, realizamos uma pesquisa documental que nos ajuda a localizar, em termos teóricos, o nosso objeto de pesquisa. Existem pesquisas acadêmicas que discutem, no universo específico da Educomunicação, a comunicação da Igreja Católica? É possível mapear e categorizar como o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil está presente em teses e dissertações sobre Educomunicação?

Tais indagações nortearam o plano de trabalho a fim de compor um quadro descritivo

sobre as formulações teóricas feitas sobre o assunto. Nessa perspectiva, trabalhos acadêmicos representam fator decisivo para compreender como as práticas sócio-educativo-comunicacionais orientadas pela Educomunicação adentram o território específico em que o presente trabalho se debruça: a comunicação católica.

Até aqui discutimos os pontos de construção teórica da Educomunicação, passando pelos Estudos Culturais e pela comunicação católica. Nesta etapa da pesquisa, o objetivo é avançar, descrevendo e sistematizando as dissertações de mestrado e teses de doutorado sobre Educomunicação disponíveis no Banco de Teses da Capes que inter-relacionam o (1) universo religioso e (2) a comunicação católica. Para isso, realizamos um estudo não-estatístico, descritivo e exploratório, do tipo pesquisa documental, a partir de análise de dissertações e teses da Capes.

A decisão pela pesquisa documental — descritiva e exploratória — teve como objetivo desenvolver um tratamento analítico sobre os dados coletados, indicando as opções e os instrumentos de pesquisa desenvolvidos. A fim de obter respostas sobre o nosso objeto de pesquisa, examinamos, entre as dissertações e teses, dados capazes de nos oferecer elementos para organizar, classificar e elaborar categorias de análise a respeito da presença da comunicação católica dentro dos estudos de Educomunicação.

Como será apresentado a seguir, utilizamos uma série de instrumentos de pesquisa para o afinamento e os recortes necessários para realizar o tratamento dos trabalhos acadêmicos, afinal, é fundamental para o processo de construção do objeto adotar procedimentos metodológicos conforme os obstáculos se apresentam. A finalidade das combinações é, em última instância, fazer um levantamento sobre o que já foi produzido e registrado a respeito do problema da pesquisa. As adequações são substanciais para reconstituir o fenômeno a ser observado a fim de investigar e apresentar respostas aos problemas de pesquisa.

2.2.1 Chave de busca: estratégia para delimitar o plano de trabalho

A partir da pesquisa realizada entre os anos de 1997 e 1999 pelo NCE-USP, sob coordenação do prof. Dr. Ismar de Oliveira Soares, o neologismo educomunicação foi ressemantizado para designar um paradigma orientador de práticas sócio-educativo-comunicacionais dentro da interface Comunicação/Educação. Trata-se, em síntese (afinal, o assunto já foi discutido no capítulo 1), de uma proposta emergente que tem como objetivo a criação e o desenvolvimento de ecossistemas comunicativos abertos e democráticos nos espaços educativos por meio da apropriação dos recursos da comunicação — seja pelos aparatos

tecnológicos, seja pelas linguagens midiáticas. A Educomunicação busca, nessa perspectiva, fortalecer o protagonismo dos sujeitos mediante o direito universal à liberdade de expressão.

Tal definição, classificada em termos teórico-metodológicos por Soares (2011, 2014), passou a ser referenciada em diversos estudos acadêmicos nos últimos anos, constituindo uma fonte expressiva de produção acadêmica sobre as práticas educacionais no Brasil. De início, é possível citar pelo menos 60 centros de pesquisas de pós-graduação, nas áreas da comunicação, da educação e das ciências humanas, em todo o país, que, desde os anos 2000, em algum nível, já desenvolveram pesquisas relacionadas ao paradigma da Educomunicação e suas áreas de intervenção (ABPEDUCOM, 2017). Todavia, como argumentamos em nossas hipóteses, não há nenhum estudo específico sobre como os trabalhos acadêmicos fazem referência à comunicação católica, conforme o percurso histórico discutido nos tópicos anteriores. Esse foi o desafio posto na construção do objeto de pesquisa: **fazer um levantamento das ocorrências da comunicação católica dentro dos estudos de Educomunicação.**

Para tal, foi decidido que seria necessário um estudo descritivo e exploratório, do tipo pesquisa documental, a partir de análise de dissertações e teses da Capes. Em termos metodológicos, a opção por este catálogo se deve ao fato de, ao acionar o mecanismo, termos o certificado de que a fonte da pesquisa é reconhecida pelo domínio científico. Ora, o catálogo da Capes é um sistema de busca bibliográfica que reúne registros da produção acadêmica brasileira desde o ano de 1987⁶, e as teses e dissertações são protocoladas pelos programas de pós-graduação diretamente na Capes por meio da Plataforma Sucupira e sincronizados periodicamente na plataforma. Logo, ao recorrer ao material, temos o reconhecimento de que os dados coletados passaram pelo crivo das bancas dos programas de pós-graduação do Brasil para a obtenção do título de mestre — no caso das dissertações — e doutor — no caso das teses de doutoramento.

O segundo passo foi definir a estratégia de pesquisa a fim de obter resultados significativos para o presente estudo. No primeiro momento, ventilamos a possibilidade de, a partir da execução da palavra-chave “comunicação católica” no catálogo, buscarmos referências ao conceito “Educomunicação” entre os resultados da pesquisa. No entanto, a estratégia enfrentou um obstáculo metodológico, exigindo uma decisão sobre qual enfoque

⁶ Ligado ao Ministério da Educação, o catálogo de dissertações e teses fica disponível no domínio <<http://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>>. Neste sítio, é possível encontrar informações de como é feita a catalogação e a integração de pesquisas acadêmicas no decorrer dos anos. Acesso em: 12 mar. 2017.

daríamos ao trabalho. Ao buscar “comunicação católica” no catálogo, obtivemos o resultado exorbitante de 123.285 resultados disponibilizados na plataforma, conforme ilustrado na Figura 1.

Figura 1 - resultado ao executar a palavra-chave “comunicação católica” no Catálogo de Dissertações e Teses no site da Capes

Busca

comunicação católica

Buscar

Painel de informações quantitativas (teses e dissertações)

Início > Busca

123285 resultados para **comunicação católica**

Exibindo 1-20 de 123285

Refinar meus resultados

Tipo: 4 opções

☐ Mestrado (Dissertação) 92455

☐ Doutorado (Tese) 24059

Ano: 31 opções

☐ 2016 9087

☐ 2015 8862

1. OLIVEIRA, ROBERTO JOAQUIM DE. **IGREJA CATOLICA E COMUNICACAO POPULAR: UM RELATORIO DE CASO NA ZONA LESTE DA CIDADE DE SAO PAULO: 1981-1992.** 01/11/1995 120 f. Mestrado em COMUNICAÇÃO SOCIAL Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO, São Bernardo do Camp Biblioteca Depositária: undefined [Trabalho anterior à Plataforma Sucupira](#)
2. CAMPOS, MAIRA LOBATO BICALHO CHAGAS MOURA. **O Papa é Pop: O primeiro pontífice latino-americano como centro das atenções** 19/06/2017 182 f. Mestrado em COMUNICAÇÃO SOCIAL Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS, Belo Horizonte Biblioteca Depositária: undefined [Detalhes](#)
3. DOURADO, EURIPEDES DE SOUSA FILHO. **"A INFLUENCIA DA EMPRENSA PIAUENSE NO CONFLITO ENTRE IGREJA CATOLICA E MACONARIA NO PERIODO DE TRANSICAO IMPERIO-REPUBLICA"** 01/08/1990 138 f. Mestrado em COMUNICAÇÃO SOCIAL Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO, São Bernardo do Camp Biblioteca Depositária: undefined [Trabalho anterior à Plataforma Sucupira](#)

Fonte: Autor (2017).

O resultado da pesquisa indica informações quantitativas, ou seja, a sistematização numérica — utilizando título do trabalho, autor e instituição, como pode ser verificado na Figura 1 — de dissertações e teses que se inter-relacionam com a “palavra-chave”. No nosso caso, isso significa que, para aprofundar a pesquisa em torno do objetivo de descrever e analisar como a Educomunicação é reconhecida a partir da palavra-chave “comunicação católica”, seria necessário investigar individualmente os resumos dos 123.285 trabalhos informados. Como não há possibilidades de realizar essa etapa com recursos eletrônicos e automatizados, foi necessário encontrar outro recorte no catálogo da Capes.

A alternativa encontrada para a definição do protocolo de pesquisa foi acionar a palavra-chave “Educomunicação” e, a partir dos resultados, consultar nos trabalhos as ocorrências sobre comunicação católica, ou seja, inverter a ordem de busca. Como resultado, obtivemos o número de 257 trabalhos que, pelo parâmetro de pesquisa do Catálogo Capes, são reconhecidos pela palavra-chave “Educomunicação”, conforme indica a Figura 2.

Figura 2 - resultado ao executar a palavra-chave “Educomunicação” no Catálogo de Dissertações e Teses no site da Capes

The screenshot shows the search results page for 'Educomunicação' on the Capes website. The page header includes the word 'Busca' and a search bar containing the keyword. Below the search bar, it indicates '257 resultados para Educomunicação' and 'Exibindo 241-260 de 257'. On the left side, there are filters for 'Tipo' (Mestrado (Dissertação) with 196 options and Doutorado (Tese) with 35 options) and 'Ano' (2016 with 48 options and 2014 with 28 options). The main content area displays a list of search results, including titles, authors, and institutions. The first result is 'ALONSO, RENATO ALMADA. A educação na televisão interativa: ensino e aprendizagem cognitivos na migração digital' by ALONSO, RENATO ALMADA, published in 2016, 151 f., Mestrado em TECNOLOGIAS DA INTELIGÊNCIA E DESIGN DIGITAL, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo. The second result is 'CANIELLO, ANGELICA. O POTENCIAL SIGNIFICATIVO DE GAMES UTILIZADOS NA EDUCAÇÃO' by CANIELLO, ANGELICA, published in 2014, 124 f., Mestrado em COMUNICAÇÃO E CULTURA, Universidade de Sorocaba, Sorocaba. The third result is 'RIBEIRO, DANIEL JOSE. O USO DE TECNOLOGIAS DIGITAIS NA PRODUÇÃO DE GÊNEROS TEXTUAIS JORNALÍSTICOS POR ESTUDANTES' by RIBEIRO, DANIEL JOSE, published in 2016, 57 f., Mestrado Profissional em Ensino de Ciências Humanas, Sociais e da Natureza, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Londrina. The fourth result is 'VIANA, THIAGO MENA BARRETO. PROCESSOS AVALIATIVOS EM MÍDIA-EDUCAÇÃO' by VIANA, THIAGO MENA BARRETO, published in 2016, 165 f., Mestrado em Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

Fonte: Autor (2017).

Investigar um conjunto de 257 trabalhos, entre dissertações e teses, se mostrou um caminho mais factível para a estratégia de pesquisa. Não consideramos variáveis do termo Educomunicação — como educutivo ou educutiva — na busca pela palavra-chave, pois acreditamos que, para um estudo qualitativo, a ocorrência do termo “Educomunicação” nos daria um parâmetro importante sobre os estudos da área. Em termos representativos, ao adotar esse enfoque, consideramos que o *corpus* de análise seria suficientemente significativo, afinal tratamos de dados coletados sobre Educomunicação pelos principais programas de pós-graduação do país. Entre os 257 trabalhos, colhemos as seguintes informações:

Quadro 1 - Divisão entre as categorias de mestrado e doutorado na produção acadêmica de Educomunicação

Tipo de trabalho	Número
Doutorado	35
Mestrado	196
Mestrado profissional	21
Profissionalizante	5

Total	257
--------------	------------

Fonte: Autor (2017).

Os resultados da pesquisa apontaram, também, o nome das **79 instituições de ensino** responsáveis pela produção dos 257 trabalhos, conforme indica o Quadro 2.

Quadro 2 - Divisão das pesquisas de mestrado e doutorado a partir das instituições de ensino.

INSTITUIÇÃO DE ENSINO	Nº DE TRABALHOS
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECN. CELSO SUCKOW DA FONSECA	1
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECN. DE MINAS GERAIS	1
CENTRO UNIVERSITÁRIO PLINIO LEITE	1
CENTRO UNIVERSITÁRIO UNA	1
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA	1
CENTRO UNIVERSITÁRIO LA SALLE	1
FACULDADE CÁSPER LÍBERO	1
FUNDAÇÃO VALE DO TAQUARI DE EDUCAÇÃO E DESENVOLVIMENTO SOCIAL - FUVATES	1
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	1
FACULDADES INTEGRADAS DO SUDOESTE MINEIRO	1
INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR E PESQUISA	1
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS	1
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO	5
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ	3
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL	1
UNIV. REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL	1
UNIV. DE SÃO PAULO/ESCOLA SUP. DE AGRICULTURA LUIZ DE QUEIROZ	2
UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PETRÓPOLIS	1
UNIVERSIDADE CRUZEIRO DO SUL	1
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA	6
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	1
UNIVERSIDADE DE MARÍLIA	2
UNIVERSIDADE DE SOROCABA	3

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO	67
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO/ RIBEIRÃO PRETO	1
UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ	1
UNIVERSIDADE DE UBERABA	2
UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA	3
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS	2
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA	8
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS	1
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO	4
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE	2
UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA	2
UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS	3
UNIVERSIDADE EST. PAULISTA JÚLIO DE MESQUITA FILHO	1
UNIVERSIDADE EST. PAULISTA JÚLIO DE MESQUITA FILHO/ARARAQUARA	1
UNIVERSIDADE EST. PAULISTA JÚLIO DE MESQUITA FILHO/BAURU	6
UNIVERSIDADE EST. PAULISTA JÚLIO DE MESQUITA FILHO/RIO CLARO	1
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS	3
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA	2
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ	1
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ	1
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE	1
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA	3
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA/JOÃO PESSOA	8
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS	1
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS	2
UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA	3
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO	5
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO	6
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA	3
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA	6
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS	1

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO	1
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA	2
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ABC	1
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ	3
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO	3
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ	20
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO	3
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE	1
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE	3
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL	1
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE	1
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO	1
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO	1
UNIVERSIDADE FEEVALE	1
UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO	6
UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL	1
UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO	2
UNIVERSIDADE PAULISTA	3
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ	4
UNIVERSIDADE TIRADENTES	1
UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ	2
UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA	1
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ	1
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI	1
UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS	4

Fonte: Autor (2017).

Neste ponto, em vista da definição numérica do *corpus* — 257 — é imperioso esclarecer, metodologicamente, porque assumimos uma perspectiva qualitativa e não-estatística para o trabalho. Além do catálogo da Capes, poderíamos, por exemplo, fazer o levantamento de dados em outras bases/periódicos acadêmicos, como Scielo, bases integradas da biblioteca da USP, Google Acadêmico, entre outros. Todavia, a nossa preocupação não é, em última

instância, estabelecer numericamente os trabalhos acadêmicos que discorrem sobre Educomunicação e a comunicação católica.

Como explicado no referencial teórico, entendemos que a Educomunicação tem vínculos com as produções da comunicação popular e alternativa, historicamente difundidas nas décadas de 1960 e 1970, tendo, nesse sentido, ligação com publicações católicas destinadas à evangelização na América Latina e, por conseguinte, no Brasil. A comunicação católica teve influência direta da produção acadêmica sobre Educomunicação ao adotar o conceito no Documento 99. As práticas educamunicativas, por sua vez, remontam à comunicação alternativa dos anos de 1960 e 1970, articulando, entre outros tópicos, a dialogicidade, participação e promoção da cidadania. O marco decisivo que comprova a ligação entre a Educomunicação e a comunicação católica, argumentamos, é a inserção do paradigma educamunicativo no Diretório da Igreja.

Ao nos debruçarmos sobre o tratamento das dissertações e teses, acreditamos que essa perspectiva histórica — que inter-relaciona a comunicação católica com a Educomunicação — não poderia se resumir apenas ao método quantitativo, pois este não seria capaz de revelar o percurso histórico, os pontos de conexão e as interferências mais relevantes sobre o nosso objeto de pesquisa. Para além de números, portanto, fez-se necessário um aprofundamento descritivo e qualitativo sobre **como e em qual perspectiva teórica** a comunicação católica é referenciada nos trabalhos acadêmicos de Educomunicação. Consideramos, portanto, que os 257 trabalhos referenciados pelo catálogo da Capes seriam o suficiente para fazer esse trabalho, não sendo necessário, portanto, explorar outras fontes primárias de documentos. Com o método qualitativo, superamos a ideia de que os dados são inertes e imutáveis (ALAMI; DESJEUX; GARABUAU-MOUSSAOUI, 2010) e apostamos na vivacidade da inter-relação entre a Educomunicação e a comunicação católica, buscando, a partir dos documentos, definir e descrever recorrências, relações e totalidades próprias do nosso objeto de pesquisa.

O próximo passo, a partir dessa estratégia, é o refinamento e detalhamento da análise das dissertações e teses.

2.2.2 Critérios e protocolo da pesquisa bibliográfica no banco de dados da Capes

Definido o *locus* da pesquisa documental, fez-se necessário desenvolver o protocolo para o exame do material encontrado, definindo critérios de inclusão e exclusão para a análise descritiva. O primeiro recorte foi descartar os trabalhos que não pudessem ser lidos on-line e

sem a possibilidade de utilizar a ferramenta localizador de palavras⁷ a partir do acesso do catálogo. Para isso, tivemos como referência a Portaria n.º 13/2006 da Capes, que instituiu a divulgação digital das teses e dissertações produzidas pelos programas de doutorado e mestrado reconhecidos pela instituição. Logo, nosso primeiro recorte entre os 257 trabalhos do catálogo foi trabalhos produzidos a partir do ano de 2006, ou seja, produções que pudéssemos encontrar on-line.

Para aplicar esse critério aos 257 trabalhos do catálogo, inicialmente criamos uma planilha no Excel e adicionamos todos os trabalhos a partir das seguintes características: Instituição de Ensino, nome do trabalho, ano e autoria. No segundo momento, passamos a excluir da lista no Excel os dois seguintes tópicos:

a) Trabalhos anteriores ao ano de 2006

b) Trabalhos não disponíveis para consulta on-line

Para o item b), estipulamos critérios para encontrar os trabalhos on-line: 1º) consultar os links disponíveis no próprio catálogo, 2º) consultar o título do trabalho a partir dos sites das instituições de ensino e, por fim, 3º) consultar o título do trabalho no Google. Aplicando os três critérios acima à lista do Excel, refinamos a pesquisa ao número de **213 trabalhos sobre Educomunicação** disponíveis para leitura on-line.

O próximo passo foi, a partir desse refinamento, investigar a incidência de tópicos relacionados à comunicação católica. Para isso, acessamos individualmente os 213 trabalhos on-line e aplicamos, em cada dissertação e tese, um filtro localizador de palavras, com os seguintes termos:

a) catoli (radical utilizado para apreender as palavras católica, catolicismo e derivados)

b) Igreja

c) religi (radical utilizado para apreender as palavras religião, religiosidade e derivados)

d) comunicação católica

Ao encontrar resultados na busca dos termos acima, analisamos parágrafos antecedentes e consequentes à menção da palavra para compreender em qual contexto e em qual sentido as palavras foram utilizadas, afinal, com esse mecanismo de busca tivemos inúmeros resultados

⁷ Ao acessar documentos em formato PDF ou Word em computadores Windows, é possível acionar as teclas “Ctrl” + “F” e localizar termos e palavras específicas dentre todas as palavras utilizadas num determinado texto.

de palavras que não tinham vínculo direto com o nosso objeto de pesquisa, como menções à “Pontifícia Universidade **Católica**”. Também não levamos em consideração as palavras 1) católica (e derivados), 2) religião (e derivados), 3) comunicação católica e 4) Igreja quando utilizadas em um contexto que não oferecia dados relevantes aos propósitos da presente pesquisa.

Ao ler e analisar as dissertações e as teses a partir do mecanismo de busca de palavras, passamos a descrever os trechos das pesquisas que, em algum nível, discutiam Educomunicação e o universo religioso, sobretudo a Igreja Católica. Para fazer a classificação dos resultados encontrados, criamos na planilha Excel duas marcações - menções à religião e à Igreja Católica. Tivemos o seguinte resultado:

54 mestrados e 9 doutorados que, em algum nível, discutem aspectos relativos à presença da Igreja Católica nos estudos de Educomunicação;

13 dissertações e 8 teses que, em algum nível, discutem aspectos do universo religioso com incidências nos estudos de Educomunicação.

O objetivo de separar “universo religioso” da “igreja católica” na classificação do material foi iniciar a investigação de um espectro amplo e plural — como o religioso, que envolve as diversas matrizes religiosas — até chegar à especificidade do nosso objeto de pesquisa. Não há pretensão, todavia, de criar dicotomias ou tensões entre “os lados”. A estratégia teve como objetivo único criar uma classificação capaz de organizar o material e entender como a comunicação católica é referenciada nas pesquisas acadêmicas de Educomunicação, a partir de um refinamento que vai do mais geral ao específico.

Nessa perspectiva, foram excluídos do estudo as dissertações e teses que não estabeleciam vínculos diretos com os critérios estipulados. Em termos metodológicos, fizemos um levantamento dos trabalhos acadêmicos disponíveis para visualização on-line (formato PDF, Docx e correlatos) conforme os critérios do protocolo de pesquisa apresentado anteriormente. A íntegra desse levantamento, com a descrição individual de cada trabalho, constava como **Anexo** do presente trabalho, mas a banca examinadora solicitou a retirada do material, dado que ele pode ser localizado a qualquer tempo no banco de dados da Capes. No acesso a esse banco de dados, também é possível encontrar o detalhamento sobre como a comunicação católica é referenciada nos trabalhos. Foi a partir desse material que passamos a desenvolver a seleção, classificação e análise dos fatos significativos para os propósitos da

pesquisa. A seguir, serão apresentados a síntese e os aspectos mais relevantes para responder às hipóteses e ao nosso problema, não deixando de mencionar que o caminho desenvolvido nesse levantamento é muito importante, tendo diversas frentes de entrada em termos de pesquisa, que, em outros momentos, podem ser revisitadas para o desenvolvimento de novos recortes de investigação.

2.2.3 Análise das teses e dissertações sobre Educomunicação

Após classificar o material coletado sobre Educomunicação em incidências do aspecto religioso e incidências sobre a comunicação católica, passamos a organizar o material de acordo com ocorrências frequentes e pontos em comum em relação ao material. **Chegamos à conclusão de que os dados coletados referenciam o universo católico a partir de duas categorias:**

- a) participação histórica da Igreja Católica, sobretudo dos setores progressistas, em movimentos populares, de comunicação comunitária e educação popular na América Latina que deram origem ao paradigma educamunicativo;
- b) compreensão e estudos sobre como a Educomunicação adentra organizações no âmbito católico.

Antes de apresentar a análise dos dados, é imperioso dizer que não buscamos interpretar as ocorrências sobre a comunicação católica de forma isolada. Isso significa dizer que buscamos verificar como as referências à Igreja incidem no universo específico da Educomunicação. Portanto, as análises que seguem não buscam investigar a comunicação católica em si, mas sim como ela tem ligações com as práticas reconhecidas como educamunicativas. As análises foram feitas a partir do cruzamento das informações colhidas durante o levantamento, resultando em sínteses e interpretações sobre o conjunto de dissertações e teses. Ou seja, não apresentamos a íntegra — individual — de cada produção acadêmica, mas sim a nossa análise frente às recorrências mais frequentes no material coletado.

Igreja Católica e movimentos populares: a origem da Educomunicação

No contexto latino-americano, a ação de comunicadores e educadores em contextos de luta pela liberdade de expressão, pela democratização da mídia e pelo direito à voz teve papel fundamental na origem da Educomunicação. Esse movimento, estruturado por setores da Igreja Católica na América Latina, é amplamente discutido no conjunto de teses e dissertações analisadas. É possível dizer, com base no material coletado, que a produção científica sobre o conceito de Educomunicação reconhece um processo histórico de práticas alternativas e populares na América Latina organizadas pela Igreja, que, atualmente, integram a base teórica do paradigma educomunicativo executado em diversas áreas do conhecimento. São estudos oriundos dos campos da Educação, da Psicologia Social, da Comunicação, entre outros — conforme indica o documento no Anexo —, que, em algum nível, referenciam a comunicação católica ao discutir as origens da Educomunicação. Em outras palavras, a academia, por meio de seus programas de pós-graduação, associa historicamente as práticas educomunicativas com os movimentos populares ligados à Igreja.

O material analisado aponta que as práticas de educação para a comunicação na América Latina estiveram, em suas origens, atreladas às propostas de comunicação alternativa e aos projetos de resistência cultural nas décadas de 1970 e 1980, tendo a participação protagônica de organizações católicas, assim como universidades, projetos de educação popular e organizações não-governamentais. Entre alguns dos exemplos citados, estão experiências resultantes de organizações ligadas à Igreja Católica que, a partir de cineclubes, rádios comunitárias e outras experiências midiáticas, passaram, a partir da década de 1960, a trabalhar com a educação para a comunicação em diversos países latino-americanos. Traçando uma linha histórica entre instituições e articulações ligadas aos movimentos populares, um número significativo de estudos remete aos movimentos católicos para se referir à origem da comunicação dialógica e participativa — temas reconhecidamente fundamentais à Educomunicação.

Além de ações pontuais, uma confluência de iniciativas inter-relaciona a Igreja Católica e a origem do pensamento educomunicativo. Verificamos que, inicialmente, o Concílio Vaticano II, concluído no ano de 1965, constitui uma nova orientação no espectro religioso, com a sinalização de mudanças em favor de causas sociais. O concílio apresentou ao mundo novas perspectivas do universo católico, tendo influência importante nos movimentos que lutavam contra a ditadura militar na América Latina. Nesse sentido, sob a influência do Concílio Vaticano II, cresceram as iniciativas de crítica aos meios de comunicação tradicionais — pelo

suposto apoio aos mecanismos de reprodução da pobreza e da exclusão social — em setores da Igreja Católica que tinham ligações com os movimentos sociais. Foi nessa direção que surgiram experiências organizadas para pensar a comunicação criticamente, sobretudo em colégios e comunidades católicas.

Fundada em 1969, a União Cristã Brasileira de Comunicação (UCBC) também é referenciada em nosso levantamento como uma das instituições voltadas ao pensamento crítico em relação à comunicação, tendo participação de movimentos católicos. Como aponta a dissertação de mestrado de Camila Silvestre, a UCBC surgiu a partir de modificações na União Católica Brasileira de Jornalismo (UCBJ), organização católica focada no estudo e na crítica à mídia. “Em 1970, a UCBJ deixava de ser católica para se tornar “cristã”; além disso, não enfocaria apenas o jornalismo, mas toda a comunicação social, tornando-se UCBC. Durante toda a década de 1970 e parte da década de 1980, a UCBC foi um dos principais lugares de debate sobre democratização e políticas participativas de comunicação” (SILVESTRE, 2013). Sob o desejo de ampliar os projetos de educação para a comunicação, a UCBC realizou cursos e seminários sobre a “Leitura Crítica da Comunicação” (historicamente evocada pela alcunha LCC) para professores e estudantes. Entre os participantes, relata Silvestre (2013), estavam Ismar de Oliveira Soares, José Marques de Melo e José Manuel Moran, que, anos mais tarde, tornaram-se, cada um em seu âmbito, referências internacionais dos estudos em Comunicação.

Em nosso levantamento, há outra análise imperiosa - a tese de doutorado de Patrícia Horta (2007), que sintetiza a ligação entre a comunicação católica e o pensamento educacional a partir da Comunicação de Resistência Popular ligada à Igreja Católica. Com motivação no Concílio Vaticano II e outros eventos organizados pelo Conselho Episcopal Latino-Americano (CELAM) nos anos de 1968 (Colômbia) e 1979 (México), explica a autora, a Igreja passou a investir na promoção da leitura crítica da realidade apresentada pela mídia, apostando em ideias como justiça, solidariedade e dialogicidade. “Tais mudanças redimensionaram o papel do leigo na organização e a sua atuação da vida eclesial, como também conduziram a uma reorientação da prática evangelizadora, colocando o desafio representado pela mídia neste processo” (HORTA, 2007). No trabalho de Horta, a obra de Paulo Freire também é referida como aspecto decisivo para a comunicação católica. Nas Comunidades Eclesiais de Base, os conceitos de pedagogia da autonomia e educação como prática de liberdade tiveram influência direta na leitura da realidade pelos grupos católicos e no ideário de comunicação dialógica, que, como aponta Horta (2007), ficou conhecido como Nova Teoria Cristã para a Comunicação.

Deve-se considerar o contexto ao qual a produção acadêmica sobre Educomunicação se refere ao tratar da comunicação católica: entre, sobretudo, as décadas de 1960 e 1980 os países latino-americanos, malgrado a generalização, enfrentavam regimes políticos autoritários e com a frequente utilização da força e da repressão para silenciar vozes contrárias. Os meios de comunicação tradicionais, seja por meio de noticiários, filmes ou novelas, cumpriam o papel oficial de relatar e publicitar as ações do governo, descartando manifestações contrárias.

Os movimentos populares, inspirados pela Teologia da Libertação, trabalhavam com afincos para apresentar à sociedade uma visão alternativa da realidade, em oposição ao posicionamento oficial dos regimes autoritários. Essa é a razão imediata de, a partir dos anos 1960, as discussões sobre a produção cinematográfica, os telejornais e novelas serem feitas em larga escala em colóquios, seminários e colégios, com o objetivo de realizar debates políticos. Nestas reuniões, duas instituições foram fundamentais: a Juventude Universitária Católica e a União Nacional dos Estudantes.

Sobre a Teologia da Libertação, as referências em nosso levantamento apontam para uma corrente teológica que congrega diversas perspectivas cristãs baseadas na transformação social e na luta contra as desigualdades. Essa perspectiva "inspirou" muitos setores da Igreja Católica na aproximação com as classes populares, tendo a comunicação como fundamento estratégico.

Os movimentos populares em torno da Igreja Católica, em síntese, buscavam articular os projetos de LCC com a educação popular, permitindo que jovens e adultos pudessem se apropriar da mídia para realizar projetos de transformação social. O objetivo comum ligou setores da esquerda, como os movimentos comunistas, com representantes da Igreja.

Sobre a análise e leitura crítica no cinema, a tese de Claudia Mogadouro (2011) explica como a Igreja Católica teve atuação marcante para criar um movimento de formação de espectadores críticos aos filmes. A pesquisadora descreve em seu trabalho que setores progressistas da Igreja Católica ajudaram na construção de uma cultura de discussão e análise de filmes a partir dos cineclubes. No ano de 1952, a Office Catholique International du Cinéma (OCIC) estimulou, no Brasil, a criação de círculos de debates, seminários e cursos sobre o cinema. No primeiro momento, o aspecto moral foi determinante, mas, com o seguir dos anos, o cinema passou a ser reconhecido por sua dimensão estratégica na formação de espectadores conscientes. No ano seguinte à missão da OCIC no Brasil, a CNBB criou o Centro de Orientação Cinematográfica, que teve, posteriormente, diversos desdobramentos pelo país.

O objetivo, além da classificação moral dos filmes, era intensificar os projetos de leitura crítica, dando aos espectadores os elementos necessários para a compreensão e análise de

produções cinematográfica. Além dos projetos de LCC, Mogadouro retoma historicamente a ligação da Igreja com o cinema, passando pelo começo do século 20 com a censura prévia dos filmes até chegar à formação intelectual dos espectadores no Brasil com a OCIC-América Latina. De maneira geral, havia uma preocupação com a influência da produção televisiva e cinematográfica dos EUA sobre os brasileiros. Em um segundo momento, a própria UCBC passou a revisar os projetos de LCC para superar uma perspectiva “denuncista” no trato com agentes pastorais, religiosos e jovens estudantes.

Outra ocorrência importante em nosso levantamento é a menção aos projetos que utilizaram as mídias, sobretudo o rádio no contexto educacional. Entre os destaques, está o Movimento de Educação de Base (MEB), registrado no ano de 1961 durante o governo Jânio Quadros. Em parceria com a Igreja Católica, o governo brasileiro criou "escolas radiofônicas" com o intuito de alfabetizar adultos, assim como promover a cidadania. Os programas educativos do rádio tinham como objetivo trabalhar em razão da "libertação popular", ou seja, garantir aos sujeitos uma postura crítica frente aos movimentos autoritários.

Outro aspecto importante no conjunto de dissertações e teses é a referência às múltiplas organizações da Igreja — ou ligadas à Igreja — que, em algum nível, fazem parte da história da Educomunicação. Abaixo, no Quadro 3, a lista de organizações citadas:

Quadro 3 - Organizações ligadas à Igreja Católica citadas no conjunto do material analisado

1. Ação Católica Brasileira
2. Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en America Latina (AUSJAL)
3. Associação Mundial para as Comunicações Cristãs, Londres
4. Centro Gumilla, Venezuela
5. Centro de Estudio de Los Medios Masivos (CEMEDIM), Cuba
6. Centro de Estudos da Realidade Nacional (CEREN), Chile
7. Centro Católico Venezuelano de apoio às organizações populares (CESAP)
8. Comissão Latinoamericana de Evangelización Cristiana (CELADEC)
9. Conferência dos Religiosos do Brasil (CRB)
10. Conferência das Províncias Jesuístas na América Latina
11. Conselho Episcopal Latino-Americano (CELAM)

12. Comunidades Eclesiais de Base (CEBs)
13. Congressos mundiais de jornalistas católicos
14. Federación Latinoamericana de Colegios de la Compañía de Jesús (FLACSI)
15. Federação Internacional de Fé e Alegria
16. Instituto Latino Americano de Estudos transnacionais (ILET), México
17. Instituto de Investigadores de la Comunicación (ININCO)
18. Membro do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais do Vaticano
19. Movimento de Educação de Base (MEB)
20. Movimento de Cultura Popular
21. Organização Católica Internacional de Cinema (OCIC)
22. Organização Católica Latino-Americana e Caribenha de Comunicação (OCLACC)
23. Organizações Internacionais Católicas, Quito
24. Paulinas
25. Projeto Sirena - Sistema Rádio Educativo Nacional
26. Rádio Sutatenza (Colômbia)
27. Setor de Comunicação da CNBB
28. Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC)
29. Unión Católica Latinoamericana de la Prensa
30. União Católica Latino-americana de Imprensa (UCLAP), Quito

Fonte: Autor (2017).

Em diversas citações nas dissertações e teses analisadas, o amplo número de organizações ou movimentos ligados à Igreja revela, em primeiro lugar, que, de fato, a comunicação católica cumpre papel histórico na formação do pensamento educacional, conforme levantamos em nossas hipóteses. Na análise dos dados, é possível verificar um material significativo de organizações que dão ordem e participam ativamente de práticas de comunicação alternativa, dialógica e participativa, explicando as origens do conceito que, nos dias atuais, reconhecemos como Educomunicação. Evidentemente que não é possível tomar de forma isolada cada organização ou criar generalizações do contexto em que foram citadas nos

estudos analisados. Por se tratar de um estudo qualitativo, não é possível certificar que as instituições acima foram as únicas citadas, no conjunto do material analisado. Todavia, podemos asseverar que o número expressivo de citações às organizações católicas — a partir de estudos localizados em diversas áreas do conhecimento — aponta a articulação estratégica que os movimentos populares e a comunicação alternativa tiveram com a Igreja para se desenvolver na interface Comunicação e Educação.

Em segundo lugar, outro aspecto relevante a partir das citações do quadro acima é a multiplicidade de organizações ligadas à Igreja. Isso revela, em última instância, que a “Igreja”, mais do que uma agência generalizante, é, na verdade, composta por diversas frentes de entrada, em vários países, em variados contextos, e motivadas por interesses particulares. Com a Teologia da Libertação e a criação das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), os movimentos cresceram na América Latina em busca de transformação social e promoção da cidadania, tendo como ponto em comum a articulação estratégica da comunicação.

É imperioso também ressaltar que a obra do prof. Dr. Ismar de Oliveira Soares é amplamente utilizada pela produção acadêmica analisada em nosso estudo para dar sustentação teórica em relação à Educomunicação. Livros como *Do Santo Ofício à libertação* (1988), *Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação* (2011), assim como as pesquisas desenvolvidas no âmbito do Núcleo de Comunicação e Educação da USP (NCE), fazem parte da bibliografia de grande parte do material analisado. A trajetória intelectual do professor Ismar também é referenciada em estudos como *A comunicação de Resistência Popular ligada à Igreja Católica*, desenvolvida entre os anos de 1991 e 1993, e o projeto *A Comunicação Social na Educação*, no ano de 1994.

Para concluir este tópico, devemos destacar que o objetivo não é construir uma linha histórica sobre como a comunicação católica se relaciona com a Educomunicação. Nesta etapa, buscamos descrever e analisar como as dissertações e teses levantadas no catálogo da Capes discutem a participação da Igreja Católica, sobretudo dos setores progressistas, em movimentos populares, de comunicação comunitária e educação popular na América Latina, que deram origem ao paradigma educomunicativo. Isso significa que a nossa proposta teve por objetivo, a partir das similaridades e ocorrências frequentes frente à nossa fonte primária (Anexo I), compor um quadro sobre como a produção científica relacionada à Educomunicação descreve, historicamente, a comunicação católica.

b) Compreensão e estudos sobre como a Educomunicação adentra organizações no âmbito católico

Uma segunda dimensão presente na classificação da fonte primária (Anexo I) diz respeito às práticas educacionais dentro de organizações católicas, ou seja, como os preceitos construídos (ou em construção) na interface Comunicação e Educação integram atividades, projetos ou articulações dentro da Igreja. Essa categoria de análise organiza os trabalhos encontrados em nosso levantamento que discutem como o conceito da Educomunicação é executado em organizações ligadas à Igreja. Verificamos que, passadas duas décadas da sistematização da Educomunicação após a pesquisa do NCE, as práticas educacionais e as suas áreas de intervenção já encontram aderência — do ponto de vista teórico-metodológico — no âmbito católico.

Como discutido na categoria anterior, a partir da descrição das dissertações e teses que fazem referência à comunicação católica, as práticas hoje reconhecidas como educacionais estiveram na base dos movimentos sociais, em toda a América Latina, principalmente depois dos anos de 1960, através da comunicação alternativa e de resistência, assim como da educação popular de viés dialógico. Desde então, o conceito de Educomunicação, sistematizado pela pesquisa coordenada pelo prof. Ismar Soares no NCE em 1999, vem se legitimando em diversas interfaces da sociedade civil, tendo desdobramentos nas mais diversas áreas. E, o mais fundamental para o presente estudo, o conceito educacional — e as áreas de intervenção sistematizadas pelo conhecimento científico — adentra, nos dias atuais, o âmbito católico, conforme verificamos na classificação dos dados coletados. Trata-se de pesquisas que relatam experiências e ações em organizações ligadas à Igreja que já incluem as ideias e propostas da Educomunicação, em um sentido próximo aos parâmetros expostos acima.

Nessa perspectiva, há um trabalho sintetizador desta categoria de análise: a dissertação de mestrado de Antonia Alves (2012), que descreve como a articulação da Educomunicação com a Escola Salesiana América (ESA) se deu, aliada aos eventos promovidos pela Organização Internacional da Educação Católica (OIEC) e pela Confederação Interamericana de Educação Católica (CIEC). No trabalho, a pesquisadora analisa, em níveis nacionais e internacionais, como a Rede Salesiana⁸ introduziu o conceito da Educomunicação nas escolas

⁸ A Rede Salesiana é uma articulação entre os salesianos e as Filhas de Maria Auxiliadora no Brasil, ligadas à Igreja Católica.

sob responsabilidade da instituição frente aos desafios institucionais com as novas possibilidades midiáticas.

De acordo com as análises feitas por Antonia Alves, as salesianas compreendem a Educomunicação como fonte estratégica para lidar com os desafios da contemporaneidade, dando suporte para os jovens encontrarem espaços de expressão e participação no mundo marcado pela centralidade da comunicação digital. Além disso, a implementação dos preceitos educacionais no contexto escolar permite que estudantes, professores e toda a comunidade possam experimentar a síntese cultura-fé-vida. A dissertação apresenta como o conceito de Educomunicação está presente na rede Salesiana, a partir da análise de material didático e dos cursos promovidos pela organização para formação dos educadores. Segundo a autora:

A pesquisa conclui que os avanços registrados foram significativos, levando em conta a mobilização em torno do processo de reflexão e suas ressonâncias em torno da práticas verificadas tanto na produção literária - documentos sobre o conceito e sua inserção no material didático a serviço da Rede Salesiana de Escolas — quanto na mídia salesiana que circula informações sobre a difusão do conceito nas práticas salesianas ao redor do mundo. A investigação também demonstra que o conceito não está sendo imposto pelas lideranças do sistema educativo, mas construído de acordo com o entendimento que a organização vai obtendo em seu percurso reflexivo e prático. Sendo esta a primeira pesquisa que traça o percurso da Educomunicação no espaço de um sistema internacional de ensino, o trabalho apresenta elementos que podem ajudar na implementação do conceito em ambientes de redes complexas de educação formal. (ALVES, 2012, p. 13).

Com os preceitos da Educomunicação em trânsito na Rede Salesiana, a pesquisa conclui que as práticas educacionais não estão sendo impostas pela direção ou coordenação, mas sim construídas a partir da ação de diversos agentes, como estudantes e professores que, a partir da apropriação do conceito da Educomunicação, passam a atuar nessa perspectiva. A Rede Salesiana tem vínculos históricos com as dimensões artísticas e comunicativas, possibilitando que a comunicação dialógica e a gestão participativa da comunicação possam adentrar as relações dentro do ambiente formal.

Reconhecemos nesses pilares uma dimensão dialógica que se articula com o campo da Educomunicação, primando pela construção de ecossistemas comunicativos capaz de levar os jovens ao protagonismo juvenil por meio da produção cultural dos instrumentos presentes na nova cultura. Um ecossistema comunicativo aberto dialógico, criativo e interdiscursivo só é possível pela valorização da alteridade do outro. Nesse sentido, a ECOSAM e a Escola América vêm contribuindo grandemente com as organizações salesianas (SDB e FMA) na Proposta de Educomunicação para a Família, que valoriza os processos comunicativos do ambiente educativo. (ALVES, 2012, p. 118).

Essa dimensão de valorização dos processos comunicativos e da comunicação dialógica e participativa dentro da Rede Salesianas, demonstra como a Educomunicação, a partir da

ressemantização do conceito, elaborada pelo prof. Ismar Soares e levada às Irmãs Salesianas em seminário internacional ocorrido no ano 2000 em Caracas, Venezuela, passou a adentrar organizações vinculadas à Igreja.

A mesma ocorrência é narrada pela tese de doutorado de Helena Corazza, intitulada *Educomunicação: caminhos e perspectivas na formação pastoral. A experiência do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC)*. No trabalho, a pesquisadora discute como o processo de formação de agentes pastorais no SEPAC⁹ foi feito em articulação com o conceito da Educomunicação. O argumento central apresentado pela autora é o de que Educomunicação e Pastoral têm pontos em comum, em razão da ligação estreita entre a reflexão sobre o ser e estar em sociedade (CORAZZA, 2016). Nessa perspectiva, a autora inclusive aponta para a direção de uma nova categoria: a Educomunicação pastoral.

Faz-se um percurso teórico sobre a construção do conceito deste campo em construção, seu referencial teórico, a formação para a comunicação na Igreja Católica, as novas linguagens existentes na prática da comunicação multimídia e digital, uma proposta metodológica de formação com anos de experiência no SEPAC, iniciado em 1982 com o objetivo de formar lideranças para o campo pastoral educativo. Falar de Educomunicação, portanto, é trazer à memória e atualizar as reflexões e práticas do processo comunicacional que considera as pessoas como sujeitos e trabalha valores na formação de agentes pastorais, a partir da educação não formal. (CORAZZA, 2016, p. 16).

De maneira geral, a tese busca discutir como “a mediação educ comunicativa do SEPAC na formação para a comunicação como um espaço de criação, elaboração e reelaboração da comunicação” (p. 17) tem desdobramentos na promoção de sujeitos autônomos e capazes de interferir na realidade social. Para ela:

A educação para a comunicação na pastoral indica uma modalidade de apresentar a fé cristã, tendo presente o ser humano concreto, com linguagem acessível e ações de intervenção em relação a diversas áreas da organização e do cuidado no campo da comunicação. Estudos realizados indicam que a Educomunicação não é somente uma área de conhecimento em construção, mas uma forma de compreensão e posicionamento perante o modo atual de produção da cultura e da reconfiguração dos espaços comunicacionais, dos modos de narrar que exigem estudos interdisciplinares, sendo a Educomunicação um meio de reconhecimento da centralidade da comunicação. (CORAZZA, 2016, p. 22).

Em síntese, a tese aponta como a Educomunicação, frente aos desafios da cultura digital, pode ser estratégica nas práticas de comunicação pastoral, pois, como explica a autora, exige que as pessoas conheçam, compreendam e se apropriem dos recursos contemporâneos da

⁹ A criação do SEPAC contou, em suas origens, com o trabalho do prof. Ismar Soares, nos primeiros anos da década de 1980.

comunicação a fim de expressar o ser e o agir das comunidades na vivência da fé e no diálogo com a sociedade. Com os preceitos de participação, horizontalidade e protagonismo dos sujeitos sociais frente aos mecanismos de comunicação, o conceito educomunicativo coloca-se junto à Pastoral da Comunicação, possibilitando novas formas de se relacionar com a comunicação e trazendo novas perspectivas para o exercício do diálogo na Igreja.

Além disso, a pesquisadora discute como a articulação da Educomunicação com a formação pastoral se dá no contexto da presença decisiva da mídia no cotidiano da sociedade, que altera, por meio da introdução das diferentes tecnologias e das novas linguagens, as formas de ser e estar no mundo. Esse processo de midiaticização tem desdobramentos no ambiente pastoral, influenciando e desafiando as práticas na evangelização.

Entre os pontos de convergência dos trabalhos desta categoria de análise, é possível verificar que colocam a Educomunicação como agente de diálogo e construção do conhecimento frente a um mundo desafiado pelas mudanças impostas pelos novos mecanismos de comunicação. O encontro, a paz e a convivência, tanto na Rede Salesiana quanto no SEPAC, tiveram novas perspectivas a partir da adoção do conceito da Educomunicação.

A dissertação de mestrado de Ana Carolina Soares, denominada *Educomunicação e cidadania na América Latina: a interface comunicação/educação a partir das práticas*, discute, entre outros tópicos ligados à educação para comunicação na América Latina, como a obra de Paulo Freire — alicerce fundamental do conceito de Educomunicação — vem abrindo perspectivas para uma nova compreensão do fazer comunicativo no âmbito da Igreja Católica. A autora menciona diversas organizações ligadas à Igreja que tiveram práticas comunicacionais renovadas a partir dos preceitos que hoje integram a base teórica da Educomunicação, como a comunicação dialógica e a educação como prática de liberdade.

Embora o trabalho não se prenda, especificamente, sobre nenhuma organização católica em particular, aponta, dentro do contexto latino-americano, iniciativas católicas que se somaram às de outros organismos laicos na defesa da necessidade de se promover a leitura crítica dos meios e/ou a educação para a comunicação como dimensões estratégicas para a transformação da realidade e a promoção da cidadania.

Foi um momento propício para o surgimento de instituições voltadas à pesquisa da comunicação do continente, envolvendo intelectuais de esquerda, importantes entidades interessadas no estudo da Comunicação e em suas incidências político-econômicas, como a Federação Latino-Americana de Periodistas (FELAP), com núcleos em todos os países; a Associação Latino-Americana para a Pesquisa em Comunicação (ALAIC); o Instituto Latino-Americano de Estudos Transnacionais (ILET); a Associação Latino-Americana de Rádios Educativas (ALER); a União Católica-Latinoamericana de Imprensa (UCLAP) e, no Brasil, a União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC). Tais organizações, além de cumprirem

suas funções associativas, lideraram o debate em torno de uma nova ordem da comunicação da América Latina, convertendo-se em apoio político e estratégico para o movimento popular que lutava pelas mesmas causas. (SOARES, 2012, p. 180).

Assim como na categoria de análise anterior, não é nosso objetivo criar uma linha do tempo sobre a história da Educomunicação. O intuito é descrever como os dados coletados articulam a presença da Educomunicação, a partir da conceituação conferida pelo NCE/USP sob coordenação do prof. Ismar Soares, na comunicação católica. Podemos concluir, nesse sentido, que já está em trânsito, conforme o material analisado, um movimento de adoção e execução dos preceitos educ comunicativos e de suas áreas de intervenção em ações e atividades ligadas à Igreja, como apontaram alguns dos exemplos aqui apresentados, tais quais o do SEPAC e o das Redes Salesianas¹⁰. É importante salientar que a tese de Helena Corazza é o primeiro trabalho entre todas as teses e dissertações catalogadas sobre Educomunicação que, em algum nível, menciona o Diretório de Comunicação para a Igreja no Brasil. No estudo, a autora coloca o diretório como “a mais recente contribuição” (CORAZZA, 2016, p. 67) das reflexões sobre o papel da comunicação na vida da Igreja.

Como conclusão da etapa de análises das dissertações e teses, é importante esclarecer que não há pretensão de criar dicotomias ou separações excludentes entre os dados coletados, tensionando, por exemplo, a dimensão histórica que associa a comunicação católica à Educomunicação (categoria de análise “a”) e as práticas educ comunicativas em organizações católicas (categoria de análise “b”). Isso significa dizer que o tratamento analítico adotado com duas categorias de análise não confere aos trabalhos analisados exclusividade de classificação entre as categorias ou separações entre as duas. Ou seja, uma tese ou dissertação analisada na categoria b pode também integrar a categoria a. O que há, de fato, são ocorrências mais significativas aos propósitos de nossa pesquisa, não havendo relações de dominância entre as categorias. Vale dizer, portanto, que criamos com as descrições e análises feitas até aqui um quadro explicativo sobre como o domínio científico analisa: (1) a participação histórica da Igreja Católica, sobretudo dos setores progressistas, em movimentos populares, de comunicação comunitária e educação popular na América Latina, que deram origem ao paradigma educ comunicativo; (2) a compreensão e estudos sobre como a Educomunicação adentra organizações no âmbito católico. Consideramos que o reconhecimento dessas duas

¹⁰ Acaba de ser criada, com sede na Colômbia, a **RedEducom** – Rede de Educomunicação da América Latina, numa iniciativa das Irmãs Salesianas, do CELAM – Conferência Episcopal Latinoamericana e do SIGNIS – Organização Católica de Comunicação. A RedEducom pretende colaborar na difusão do conceito e da prática educ comunicativa, com base no significado que o termo alcançou a partir da contribuição de especialistas como Paulo Freire, Mario Kaplún e Ismar Soares, entre outros.

categorias de análise possibilita localizar o nosso estudo num contexto mais amplo da produção científica, resultando no enquadramento do projeto em um universo específico e delimitado.

3 SOBRE O DIRETÓRIO DE COMUNICAÇÃO DA IGREJA NO BRASIL

Após 13 anos de estudos de vários membros que compuseram e se alternaram na Equipe de Reflexão em Comunicação da CNBB, a primeira edição do Diretório de Comunicação acontece no ano de 2014, logo após o documento ser referendado pela 51.^a Assembleia Geral da CNBB e aprovado pela 83.^a Reunião Ordinária do Conselho Permanente, no dia 13 de março de 2014. A equipe foi constituída ao longo do processo por assessores de comunicação da CNBB, pesquisadores da área da comunicação, jornalistas, teólogos, filósofos, bispos, padres e leigos de diversas áreas profissionais. O documento tem duas versões de impressão: a das Edições CNBB e a da Paulinas Editora. Optamos por trabalhar com a edição da Paulinas. É uma brochura medindo 18cm x 12,5cm, com 232 páginas. O texto vem apresentado com capa couchê azul plastificada e sua edição foi inserida na coleção "Documentos da CNBB" dessa editora. Na linha dos documentos já editados pela CNBB, o Diretório é o de número 99. O corpo do documento é composto de 10 capítulos, referenciados pela enumeração de 270 parágrafos. A enumeração dos parágrafos é uma norma dos documentos eclesiais católicos, sendo possível acompanhar, assim, os assuntos do Diretório tanto pelas páginas referidas no sumário quanto pelos parágrafos referenciados por seus números.

O Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil é um documento singular. Primeiramente, porque, além dele, só existem outros dois no mundo, um italiano e outro caribenho, os quais são analisados mais adiante, inclusive como forma de enriquecer a abordagem do documento brasileiro. Segundamente, porque, no Brasil, a Igreja Católica só tem outros três diretórios: o Diretório da Liturgia e da Organização da Igreja no Brasil (texto editado anualmente pela CNBB, trazendo atualizados os dados das dioceses, bispos e datas litúrgicas do ano corrente), o Diretório da Pastoral Familiar (texto aprovado pela 42.^a Assembleia Geral da CNBB em abril de 2004) e o Diretório Nacional da Catequese (texto aprovado pela 43.^a Assembleia Geral da CNBB em agosto de 2005). Por si sós, essas referências já dão o tom da relevância que o Diretório de Comunicação tem para o corpo eclesial católico brasileiro e seus cooperadores políticos e sociais.

3.1 Apresentação geral do Diretório

O propósito deste subitem é apresentar uma visão geral do conteúdo trabalhado no texto do Diretório que, inclusive, já se faz referenciado na própria introdução do documento.

Consideramos importante destacar o Sumário (CNBB, 2014, p. 3) na ordem em que se encontra no documento, pois demonstra a anterioridade e posterioridade dos assuntos tratados - resultado de muito diálogo e troca de ideias entre os membros da equipe de elaboração do documento.

Apresentação.....	5
Introdução.....	9
Capítulo I - Comunicação e Igreja no mundo em mudanças.....	15
Capítulo II - Teologia da Comunicação.....	33
Capítulo III - Comunicação e vivência da Fé.....	55
Capítulo IV - Ética e Comunicação.....	81
Capítulo V - O protagonismo dos leigos na comunicação evangelizadora.....	95
Capítulo VI - A Igreja e a mídia.....	111
Capítulo VII - Igreja e mídias digitais.....	135
Capítulo VIII - Políticas de Comunicação.....	153
Capítulo IX - Educar para a Comunicação.....	167
Capítulo X - Comunicação na Igreja: atuação da Pascom.....	185
Glossário de Comunicação.....	213

A apresentação do documento é constituída por nove parágrafos, não enumerados, e assinada pelo Secretário-geral da CNBB, Leonardo Ulrich Steiner. O secretário inicia o documento dizendo "Comunicação é relação; relação é comunicação" (CNBB, 2014, p. 5). Quanto a isso, importa dizer que os documentos da Igreja Católica, especialmente os vaticanos, têm seu título composto pelas primeiras palavras do discurso do documento. Assim, seguindo esta mesma linha de raciocínio, observamos nessa primeira linha as palavras mestras do Diretório: *comunicação e relação*. Sendo, portanto, "nessa dinamicidade de relação que a pessoa humana é convocada à consumação de si mesma" (CNBB, 2014, p. 5). Destaca, ainda, que "a comunicação, por ser relação, é sempre dialógica" (p. 6). O secretário agradece "a todas as pessoas que buscaram servir a igreja na construção do Diretório da Comunicação. Um caminho longo, paciente, frutuoso" (CNBB, 2014, p. 7). Segundo ele, "o Diretório da Comunicação ajudará a Igreja no Brasil na sua missão evangelizadora, na sua presença samaritana, consoladora, libertadora. Presença que se estende a todas as periferias geográficas e existenciais" (CNBB, 2014, p. 8).

A introdução do Diretório aparece com o seu primeiro parágrafo já enumerado, somando um total de 10 parágrafos, e cada parágrafo remete a um capítulo constitutivo do documento, como uma breve síntese dos assuntos abordados em cada um deles.

O parágrafo 1 destaca a aposta da Igreja Católica na comunicação como forma de redescobrir suas motivações fundamentais no exercício prático de sua missão: "hoje é necessário um empenho eclesial mais convicto a favor de uma nova evangelização, para descobrir de novo a alegria de crer e reencontrar o entusiasmo de comunicar a fé" (CNBB, 2014, p. 9).

O parágrafo 2 avança na compreensão da "ação evangelizadora como prática de comunicação" (p. 9), depreendendo daí que o contexto da vida pastoral e comunitária da Igreja no Brasil está sendo refletido e compreendido a partir do "exercício da comunicação" (CNBB, 2014, p. 9), ou seja, das práticas e vivências comunicativas.

O parágrafo 3 apresenta o objetivo geral do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, o qual seria "motivá-la a atualizar e aprofundar os conhecimentos e referências, tanto de seus pastores quanto de seus fiéis sobre a natureza e a importância da comunicação para a vida da comunidade eclesial" (CNBB, 2014, p. 10).

O Parágrafo 4 faz uma breve descrição da composição do documento, seus capítulos, propostas e motivações, afirmando que já vinham fundamentadas desde o Decreto *Inter Mirifica*, do Concílio Ecumênico Vaticano II, em 1963, estabelecendo uma conversa de intenções com a "cultura do encontro", proposta pelo Papa Francisco. A partir disso, o documento declara "opção por uma comunicação aberta ao diálogo com o mundo, a sociedade e suas tecnologias" (CNBB, 2014, pp. 10-11).

O parágrafo 5 apresenta os destinatários específicos do Diretório, descrevendo-os como "responsáveis pela formulação e pela condução das práticas de comunicação nos diferentes âmbitos da vida eclesial e nas relações da igreja com a sociedade" (CNBB, 2014, p. 11). Também relaciona as fontes temáticas do conteúdo apresentado pelo documento como "referenciais comunicacionais, sociológicos, éticos, políticos, teológicos e pastorais" (CNBB, 2014, p. 11). Destaca-se nesse parágrafo a preocupação com a destinação do conteúdo, que deve estar, sobretudo, voltado à reflexão e formação das lideranças comunitárias, buscando promover "uma gestão da comunicação compatível com as necessidades das comunidades" (CNBB, 2014, p. 11). Aparece também nesse parágrafo uma preocupação com a produção de subsídios midiáticos de linguagem simples que tenham como base os conteúdos apresentados nos diversos capítulos do Diretório. O parágrafo é finalizado com a ideia de que, por meio desse exemplo de produção, se tenha uma proposta de fortalecimento da Pastoral da Comunicação.

O parágrafo 6 contextualiza o momento coincidente da chegada do Diretório e das "mudanças trazidas à sociedade contemporânea pela revolução digital" (CNBB, 2014, p. 11), mudanças que envolvem a Igreja e suas práticas sociais, entendendo o texto que "a comunicação é um processo social" e está "a serviço das relações" (CNBB, 2014, p. 11).

O parágrafo 7 faz referência à comunicação e educação, construindo em torno da reflexão a possibilidade de um "entendimento das novas condições civilizatórias, propiciando a formação de cidadãos para atuar criativamente no contexto da cultura midiática" (CNBB, 2014, p. 12). Nesse sentido, o parágrafo destaca a importância de os líderes comunitários padres, religiosos e leigos "fazerem uso dos processos e meios da comunicação... merecendo destaque às redes sociais digitais" (CNBB, 2014, pp. 12-13). O parágrafo dá prioridade à Pastoral da Comunicação nos planos de pastoral da Igreja, prevendo "planejamento, formação, recursos tecnológicos e pessoal especializado" (CNBB, 2014, p. 13).

O parágrafo 8 explicita os processos de comunicação em torno das práticas sociais da contemporaneidade e suas tecnologias. Diz que "o Diretório oferece uma visão orgânica" (CNBB, 2014, p. 13) sobre esses processos e, ao mesmo tempo, observa a complexidade estrutural e institucional da Igreja perante os fluxos comunicacionais. Também destaca a intencionalidade do Diretório de que "as pessoas, setores ou organismos vinculados à Igreja" se sintam integrados "ao grande plano de comunicação, que se espera ver realizado e plenamente estabelecido em todas as instâncias da vida eclesial" (CNBB, 2014, p. 13).

No parágrafo 9, o destaque vai para crianças e jovens como sujeitos nos processos comunicativos. Nesse parágrafo, aparece pela primeira vez no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil a referência literal às práticas da educomunicação: "o Diretório aponta para a importância de se adotarem procedimentos educacionais que favoreçam às novas gerações uma aproximação dos meios e recursos da informação a partir de uma perspectiva crítica, construtiva, autoral e cristã" (CNBB, 2014, p. 14). O parágrafo destaca o protagonismo dos leigos e leigas nas lideranças comunitárias, com o necessário reconhecimento e apoio por parte do clero, no empoderamento das linguagens e potencialidades da cultura comunicacional contemporânea.

Encerrando o discurso da introdução, que faz uma apresentação geral do documento, o parágrafo 10 qualifica a Pastoral da Comunicação "como um processo dinâmico, dialógico, interativo e multidirecional" (CNBB, 2014, p. 14), que, uma vez presente em toda a estrutura da Igreja, promova junto às dioceses e paróquias, pastorais, movimentos e mídias católicas, a apropriação e estudo do Diretório, bem como contribua para a definição "das ações requeridas

pelo tipo de intervenção comunicativa necessária para solucionar questões levantadas pelos planejamentos" (CNBB, 2014, p. 14) de forma regionalizada.

Com estas primeiras percepções sobre o panorama geral do conteúdo apresentado pelo documento, procedemos agora ao detalhamento descritivo e analítico de cada capítulo do Diretório, tendo presentes alguns pressupostos como ponto de partida, a saber, as contribuições que a fala da Igreja oferece à pesquisa acadêmica e às práticas da sociedade no campo da comunicação.

3. 2 Apresentação dos capítulos do Diretório

A forma como o sumário apresenta a distribuição dos capítulos traz uma nova ordem de prioridade neste documento católico, indicando um engajamento político da Igreja num “mundo em mudanças”, tendo como ponto de partida suas próprias práticas comunicativas, já desenvolvidas desde o início do século 20, a atual cultura da comunicação e as contribuições advindas do conhecimento produzido no recente campo científico das pesquisas em comunicação.

O assunto remonta ao decreto *Inter Mirifica*, publicado no Concílio Vaticano II em 4 de dezembro de 1966, que entende a comunicação como um fenômeno social e político: "a eficácia de tais meios ultrapassa os limites das nações, e é como se convertesse cada homem em cidadão da humanidade" (*Inter Mirifica*, n. 22)¹¹. A Igreja Católica deu-se conta de que a imprensa, o rádio e a televisão já não podiam mais ser tratados como meios isolados, e que, superando os limites políticos e geográficos dos Estados, o poder de alcance desses meios avançava rapidamente na construção de um cotidiano social no qual a própria Igreja enquanto instituição se via obrigada a estar presente de modo incisivo. Na visão da época, o contexto das relações sociais passava necessariamente pelos espaços da comunicação, e para falar com o cidadão deste novo momento histórico era preciso se fazer presente nesse ambiente, fazendo uso de seus meios.

Cinquenta anos depois, evocando a concepção conciliar da comunicação enquanto fenômeno social, o Diretório capitaliza o aspecto relacional da comunicação e acentua essa perspectiva em todo o seu discurso. É a partir dessa opção política de compreensão da comunicação que práticas dialógicas, inclusivas, participativas, criativas e colaborativas

¹¹ Por meio deste decreto, a Comunicação ocupa pela primeira vez na história da Igreja Católica um espaço privilegiado de debate de ideias, mesmo que ainda difusas. Um Concílio é a mais alta representatividade política constitucional da instituição.

inspiram uma conexão com os parâmetros epistemológicos educacionais e passam a ser pensadas conceitualmente como ações de comunicação, constitutivas de um ambiente de convivência eclesial, e se tornam elementos fundantes da ideia de formação e planejamento pastoral para a evangelização.

Temos a seguir uma súmula dos capítulos. Iniciamos com aqueles que se referem à comunicação numa perspectiva transversal ou específica, mas sem alusão ao conceito da Educomunicação. Na sequência, introduzimos com maior ênfase os capítulos que apresentam expressamente o conceito e suas especificidades.

3.2.1 A transversalidade da Comunicação no discurso do Diretório

Temos neste subtítulo os capítulos 1, 2, 4, 6, 7 e 8, deixando para o item 3.2.2 os capítulos que se referem diretamente à Educomunicação: 3, 5, 9 e 10.

Apesar de estarmos trabalhando com um texto oficial destinado à comunicação, parece-nos importante ressaltar que existe aqui um elemento semiótico novo na tradição do discurso católico. Não é mais nomeadamente a Teologia a fazer a tessitura da conversação entre as diversas áreas do conhecimento em diálogo neste documento, mas a própria Comunicação, assumindo o protagonismo. Isso nos revela, de fato, a introdução de um novo paradigma nas discussões reflexivas da Igreja Católica em torno de suas práticas sociais e opções políticas.

O capítulo 1, intitulado *Comunicação e Igreja no mundo em mudanças* (p. 15), inaugura o protagonismo da comunicação e indica que esta se faz urgente diante dos desafios que interpelam as relações da Igreja com a cultura mundial contemporânea. Constituem esses desafios "as novas práticas socioculturais e os avanços tecnológicos em torno da informação, da comunicação e do fenômeno midiático" (CNBB, 2014, p. 16). Com isso, o processo de aprendizagem e empoderamento das linguagens da comunicação tem como objetivo "reafirmar o ser humano como um ser de relação e de comunhão" (CNBB, 2014, p. 16) em vistas de "estabelecer vínculos de relações, promover o bem comum, o serviço e o diálogo na comunidade" (CNBB, 2014, p. 13).

As mudanças sociais da contemporaneidade, que são percebidas pela Igreja como estruturalmente comunicacionais, constituem, assim, desafios e oportunidades. Diante disso, a concepção discursiva do Diretório deixa aquele universo tradicional de doutrinação para se constituir num espaço dialógico, crítico e construtivo frente à cultura atual. Esses mesmos desafios e oportunidades relatados pelo Diretório se destacam na monopolização das mídias e em seu poder de sedimentar no cenário social a segregação e a mercantilização. Diante deste

cenário, o capítulo finaliza sugerindo "a construção de uma cultura do encontro" (CNBB, 2014, p. 28), a partir da qual se redescubram os valores éticos da justiça, da fraternidade e da solidariedade.

Com o título *Teologia da Comunicação* (p. 33), o capítulo 2 trabalha a comunicação a partir do referencial teológico. Sendo um documento católico, é mais que previsível que, de alguma maneira, o estudo da comunicação passe pela teologia, pois a Igreja compreende o universo comunicacional como espaço de mediação de sua missão evangelizadora e sua consequente razão de ser no mundo. Contudo, como já havíamos sinalizado anteriormente, o deslocamento da teologia para o segundo capítulo do Diretório, por si só, já indica uma mudança de mentalidade. Pois já não é mais tão somente a teologia a transversalizar todos os assuntos da Igreja, mas, especificamente neste documento, ela se torna iluminadora no caminho inaugurado pela comunicação.

Compreendemos que, mesmo estando presente no capítulo, a ideia tradicional de modelo de comunicação baseada na Santíssima Trindade (cf. p. 37) agora ganha, por força do novo paradigma comunicativo, o apoio teológico de uma outra visão dessa ciência sagrada sobre a comunicação, a imagem da videira fundamentada em Jesus Cristo: "o símbolo da videira utilizado por Jesus demonstra a profundidade e a extensão da comunicação na sua relação com os seres humanos e com Deus" (CNBB, 2014, p. 41). Trata-se de uma visão teológica da comunicação mais aproximada das condições atuais da cultura comunicacional, o que nos leva a perceber um movimento da comunicação a interagir com o campo científico da teologia. Observa-se aí, seguramente, uma mudança de paradigma com relação às falas tradicionais da Igreja Católica, que sempre partiam de pressupostos teológicos. A partir dessa perspectiva, vemos um movimento contrário em que a teologia recebe colaboração na construção da espiritualidade dos sujeitos envolvidos na comunicação.

O capítulo 4, intitulado *Ética e comunicação* (p. 81), recupera os princípios fundamentados "na transcendência da pessoa e dos valores humanos" (p. 82) que a Igreja intenciona apregoar como critérios de sua comunicação, destacando "a centralidade da pessoa e do bem comum" (CNBB, 2014, p. 86). Nesse sentido, o Diretório faz referência à necessidade de políticas públicas de gestão da comunicação em vista da justiça social, na salvaguarda do direito do cidadão "ao acesso às tecnologias da comunicação e da informação" (CNBB, 2014, p. 88).

O título *A Igreja e a mídia* (p. 111) encabeça o capítulo 6. O discurso deste Capítulo se atém a uma descrição da cultura midiática e suas produções e aos desafios da educação frente à necessidade da crítica a esses produtos. O documento prevê, neste capítulo, o necessário

diálogo da Igreja com o mundo da mídia, como forma de manter um diálogo com a opinião pública. Para tal, os sujeitos envolvidos nesse diálogo precisam adquirir competências e habilidades para uma participação promissora e responsável. Neste capítulo, também se destaca o importante papel de participação da comunicação popular "na luta pela redemocratização do país, na construção da cidadania e no combate às desigualdades sociais" (CNBB, 2014, p. 115).

O Capítulo 7, com título *Igreja e mídias digitais* (p. 165), dá ênfase à cultura comunicacional estabelecida nos últimos anos e fortemente impregnada pela mobilidade tecnológica e suas linguagens, bem como pelo comportamento social que a tem acompanhado. O Diretório, aqui, considera inclusive que se trata de uma "nova etapa da evolução das formas de comunicação" em que "as formas, os códigos e as linguagens da comunicação são diversos, mutáveis e complementares, influenciando a existência, a mentalidade e as relações entre as pessoas" (CNBB, 2014, p. 137).

Políticas de comunicação (p. 153) é o título conferido ao Capítulo 8. Na abordagem deste tema, o Diretório faz uma breve apresentação do significado do termo política, destacando sua compreensão como sendo "orientações adotadas pelas organizações para definir metas a serem alcançadas em determinada área" (CNBB, 2014, p. 154). O documento destaca a importância de se ter essas orientações políticas claras e localizadas no interior das políticas públicas de comunicação previstas na Constituição Federal do Brasil. Considerando a necessidade de diálogo, inclusive com as instâncias jurídicas, o documento prevê efetiva participação da Igreja Católica na busca de valorização da liberdade de expressão, como também na "construção de uma prática alternativa de comunicação" (CNBB, 2014, p. 157), somando forças com as iniciativas de atribuição do Estado brasileiro, das universidades, "privilegiando as pesquisas sobre políticas de comunicação" (CNBB, 2014, p. 160) e interagindo com outros organismos e entidades da sociedade brasileira e latino-americana com vistas à construção de políticas de comunicação que valorizem o protagonismo dos sujeitos na construção da cidadania.

A partir da leitura destes capítulos, que não citam literalmente o conceito de educomunicação ou nomeadamente seus procedimentos metodológicos, conseguimos observar a transversalidade da comunicação constituindo o eixo central do Diretório, mas não apenas a comunicação enquanto aparato tecnológico ou mesmo em sua concepção geral de uma cultura midiática. Foi possível, inclusive, localizar nos contextos internos das leituras, a presença dos parâmetros educacionais envolvidos nas práticas e intenções presentes nestes discursos do diretório.

A seguir, procedemos ao detalhamento dos capítulos que trazem referências objetivas ao conceito de Educomunicação em suas diversas formas representativas metodológicas. Como dito anteriormente, estão expostas apresentações mais minuciosas de cada um dos capítulos. Vale termos presente que o Diretório, embora seja um documento que contenha elementos teóricos e reflexivos, é um texto que não tem a preocupação de trabalhar princípios epistemológicos, pois tem uma finalidade orientativa prática.

3. 2 .2 A prática educomunicativa no Diretório de Comunicação

Neste subtítulo, abordamos os capítulos 3, 5, 9 e 10. Fazemos nota de que, por se referirem diretamente à Educomunicação, a começar pelo capítulo 3, damos destaque de subtítulo na sequência para cada um destes capítulos.

No capítulo 3, *Comunicação e vivência da fé* (p. 55), o Diretório propõe que os recursos da comunicação evoquem, entre outros tópicos, a escuta, o louvor e a fraternidade a partir do princípio dialógico da comunicação. Vivenciar a fé, valendo-se dos recursos da comunicação, possibilita uma perspectiva “menos doutrinal e mais experimental” (CNBB, 2014, p. 62), como, por exemplo, na ação dos catequistas. Com apontamentos práticos de ações, o documento apresenta a Educomunicação como um processo renovador, capaz de trazer um novo olhar para a ritualidade, o ensino e a propaganda da fé frente a um mundo altamente marcado pela presença da mídia.

Ao citar a Educomunicação, podemos verificar que o Diretório deseja estabelecer uma alternativa à “cultura midiática espetacular da fé”, marcada pela utilização dos meios de comunicação num caráter estético e também mercadológico — como grande parte dos programas televisivos direcionados aos religiosos. A Educomunicação pressupõe processo e diálogo nas relações comunicativas. Isso significa que, em vez da apropriação instrumental das novas tecnologias — como os shows televisivos feitos para telespectadores passivos —, o paradigma educomunicativo oferece uma comunicação preocupada com a experiência comunitária da fé, acolhedora, dialógica e participativa. Num mundo em constante transformação, a apropriação instrumental da mídia estimula processos individuais e competitivos para os recursos da informação. No âmbito religioso, ao adotar as práticas educomunicativas, é provável que as pastorais possam, de acordo com o Documento 99, “privilegiar usos que contribuam para formar e consolidar redes de comunidades de fé, com participação dos fiéis no anúncio e na vivência do Evangelho” (CNBB, 2014, p. 57).

Um dos aspectos determinantes da prática educomunicativa é a criação e a intervenção em ecossistemas comunicativos, abertos e dialógicos, que possam favorecer processos democráticos de comunicação. Essa abordagem, como discutido no Capítulo 1, implica no deslocamento do foco de atenção das tecnologias para as relações estabelecidas entre os sujeitos. No âmbito da vivência da fé, a Educomunicação abre novos horizontes, pois permite “identificar os elementos da cultura que diretamente impactam em sua subjetividade. Tal postura pressupõe abertura e acolhida ao outro, considerando-o em sua diversidade de visões de mundo, interesses e desejo de vivenciar a fé” (CNBB, 2014, p. 61). Ou seja, a partir da apropriação das tecnologias e dos recursos comunicacionais, a Educomunicação se estabelece como relação, propiciando o encontro e a participação coletiva a fim de uma vivência da fé no contexto contemporâneo de redes digitais. Tal perspectiva na comunicação católica — no âmbito da CNBB, conforme discutido no capítulo 2 — aponta para um caminho histórico de explorar uma alternativa que prioriza a experiência comunitária e horizontal da comunicação.

A CNBB indica, então, a Educomunicação como perspectiva de atuação dialógica e comunitária nas áreas da catequese, liturgia, pastoral, educação e outras. Em *Comunicação e Vivência da Fé*, em específico, há um esforço em discutir a ação dos catequistas:

A ação catequética deve estar atenta aos impactos que os catequizandos vivenciam em função de sua intensa relação com as mídias. É importante que os catequistas e outros animadores pastorais considerem os desafios oferecidos pela mídia, que muitas vezes divulga e insinua, junto às crianças, jovens e adultos, conceitos e práticas que contradizem a proposta cristã. Faz-se necessária a aplicação de metodologias de análise crítica da mídia. (CNBB, 2014, p. 62).

De acordo com o documento, “a evangelização, na prática das comunidades de fé em nível paroquial, supõe a presença de pessoas dedicadas a pensar e a promover processos comunicativos” (CNBB, 2014, p. 58). O Diretório apresenta a Educomunicação como alternativa para a análise crítica da mídia, e para a apropriação tecnicista das tecnologias, o que possibilitaria um aproveitamento mais positivo da mídia, organizando os recursos comunicacionais de forma estratégica. O objetivo é permitir que os catequistas possam criar vínculos com os catequizandos a partir da cultura midiática contemporânea. A proposta da Educomunicação presente no Diretório é construir caminhos para promover novos processos comunicativos que partam da vinculação entre sujeitos de fé. Ou ainda:

Uma das possibilidades que, hoje, se apresenta para o aproveitamento positivo das mídias é a prática educomunicativa, que vem produzindo profunda renovação nos métodos de ensino nas escolas e centros de educação de todo o país, e que pode ser também aplicada à catequese. A metodologia proposta prevê que os catequistas possam contar com recursos necessários para a produção de narrativas, sob diversos formatos, tendo como temática as mensagens e histórias de Jesus, dos Apóstolos, dos santos ou de pessoas de vida edificante da comunidade. Para tanto, é importante que

as paróquias contem com um ambiente dedicado à comunicação, que facilite o acesso de catequistas, catequizandos e agentes de pastoral a recursos impressos e audiovisuais e a equipamentos de captação de sons e imagens para a utilização no anúncio da Boa-Nova. (CNBB, 2014, p. 63).

Em termos de vivência da fé, o Diretório também se apropria da compreensão de que Educomunicação é encontro (SOARES, 2011). Em outros termos, a comunicação ativa e horizontal em favor dos diálogos sociais é preconizada para a reflexão, a meditação e o aprofundamento da Sagrada Escritura dentro da Igreja Católica. Trata-se da dimensão dialógica e participativa, oriunda do pensamento de Paulo Freire¹² e base teórica da construção do paradigma educacional, que ganha contornos nas preocupações da Igreja sobre a necessidade da comunicação para a vida da comunidade eclesial, nos processos de evangelização e no diálogo com a sociedade. Freire afirma que “a comunicação verdadeira não nos parece estar na exclusiva transferência ou transmissão do conhecimento de um sujeito a outro, mas em sua coparticipação no ato de compreender a significação do significado. Esta é uma comunicação que se faz criticamente” (FREIRE, 2015, p. 90). Ao indicar a Educomunicação como alternativa de uma comunicação inclusiva e participativa, é possível verificar que o Diretório dialoga com Paulo Freire, pois permite, a partir da horizontalidade, “que o católico vivencie as dimensões da fé no cotidiano, tornando um comunicador ativo e consciente do Evangelho” (CNBB, 2014, p. 58). E também:

Toda experiência de fé vivenciada na catequese deve acontecer na dimensão dialógica. A catequese transforma-se em encontro de partilha, comunhão e aprendizado mútuo, no qual “o catequista é um mediador que facilita a comunicação entre os catequizandos e o mistério de Deus, das pessoas entre si e com a comunidade. (CNBB, 2014, p. 60).

A Educomunicação preconiza que não se trata de educar usando o instrumento da comunicação, mas sim que “a própria comunicação se converta na vértebra dos processos educativos: educar pela comunicação e não para a comunicação” (SOARES, 2011, p. 23). No capítulo *Comunicação e Vivência da Fé*, é possível dizer que o Diretório se apropria dessa concepção para compreender a comunicação não como meio meramente técnico, mas situada num processo mais relacional e participativo.

¹² A base do pensamento de Paulo Freire, sobretudo nos pressupostos sobre a comunicação dialógica, perpassa a construção epistemológica da Educomunicação. A ideia de que comunicação é encontro e participação, ao invés da emissão de detentor de conhecimento para “aqueles que nada sabem”, é referenciada na obra seminal *Extensão ou Comunicação*, como na seguinte citação: “O sujeito pensante não pode pensar sozinho; não pode pensar sem a co-participação de outros sujeitos no ato de pensar sobre o objeto. Não há um 'penso', mas um 'pensamos' que estabelece o 'penso' e não o contrário. Esta co-participação dos sujeitos no ato de pensar se dá na comunicação. O objeto, por isso mesmo, não é incidência terminativa do pensamento de um sujeito, mas o mediador da comunicação” (FREIRE, 2015, p. 69).

As redes digitais podem integrar na catequese novas possibilidades de participação efetiva na vivência cristã. Para que isso ocorra, faz-se necessária, nesse ambiente midiático, uma interação entre fé e vida, ao compartilhar os valores evangélicos e o testemunho cristão. (CNBB, 2014, p. 63).

O tema das novas tecnologias, sobretudo das redes digitais, é um ponto substancial no novo contexto das comunicações contemporâneas, tendo desdobramentos nos desafios da Igreja Católica. Conforme o Diretório: “nessa vivência e anúncio da fé, a Igreja utiliza os processos e meios de comunicação de cada época, incorporando as diversas riquezas culturais. Para os dias atuais, marcados pela incidência das mídias tradicionais e digitais, é vital essa incorporação” (CNBB, 2014, p. 66).

Nesse sentido, a Educomunicação tem se posicionado nos últimos anos de forma crítica em relação à evolução das tecnologias, sobretudo quando estas servem para oferecer mais do mesmo, porém com uma nova roupagem. Em outros termos, a prática educacional preconiza que, sem uma renovação do modelo comunicativo que aposte no relacional e ecossistêmico, pouco importa qual será a tecnologia empregada. Sob esse prisma, o Diretório de Comunicação aponta a comunicação como um processo social, a serviço das relações entre os homens e mulheres, favorecendo a comunhão e a cooperação entre os cidadãos. Independentemente do meio utilizado, seja rádio, TV ou as novidades trazidas pelo mundo da internet, a comunicação, de acordo com o Documento 99, deve “colocar seu protagonismo a serviço da promoção de uma cultura de respeito, diálogo e amizade” (CNBB, 2014, p. 13). Ainda:

O diretório aponta para a importância de se adotarem procedimentos educacionais que favoreçam às novas gerações uma aproximação dos meios e recursos da informação a partir de uma perspectiva crítica, construtiva, autoral e cristã. A comunicação que emerge das comunidades em que as leigas e os leigos são os protagonistas necessita ganhar reconhecimento por parte dos pastores, para que não se ocultem ou se apaguem as luzes que devem ser colocadas nos lugares mais altos para iluminar todo o ambiente eclesial. (CNBB, 2014, p. 14).

3.2.3 O ecossistema comunicativo e a pedagogia de projetos

No capítulo 5, *O protagonismo dos leigos na comunicação evangelizadora* (p. 95), o Documento 99 da CNBB busca alinhar alternativas para promover a participação horizontal dos leigos no campo da comunicação, “como animadores de processos comunicativos na comunidade” (CNBB, 2014, p. 108). O objetivo do Diretório, à luz da Educomunicação, é

oferecer subsídios para que as comunidades assumam papel protagonista no relacionamento com a mídia, tendo o laicato como agentes da comunicação.

O Concílio Vaticano II já havia enfatizado a importância dos leigos como parte integrante de sua missão evangelizadora. Ou seja, há um esforço da Igreja em reconhecer a contribuição dos leigos no anúncio da Boa-Nova de Cristo. Trata-se do conjunto de homens e mulheres que, conforme indica o Diretório de Comunicação, são chamados para realizar "a missão confiada a todo o povo cristão" (CNBB, 2014, p. 96).

No âmbito da comunicação católica, isso significa que os fiéis leigos, no contexto de suas vidas cotidianas, assumem papel decisivo na comunicação da Palavra. É nesse sentido, que, a partir da cultura que cada um vivencia, nas diversas realidades socioeconômicas, o leigo é chamado a evangelizar.

Tendo essa perspectiva, o Diretório de Comunicação da Igreja aponta para o tópico "A evangelização da cultura da comunicação", indicando que, como a missão dos leigos se realiza no mundo, é necessário "usar os meios de comunicação não somente para difundir o Evangelho, mas também para integrar a mensagem salvífica na 'nova cultura' que os poderosos instrumentos da comunicação criam e amplificam" (CNBB, 2014, p. 98). Citando o documento *O rápido desenvolvimento*, de João Paulo II, n. 2, o Diretório sintetiza:

Essa cultura é anterior aos conteúdos, nasce do fato de que existem novos modos de comunicar com técnicas e linguagens inéditas. Os profissionais, pesquisadores e professores da comunicação são convocados a humanizar e a evangelizar essa cultura que a todos envolve. Entende-se por cultura o bem comum de cada povo, a expressão de sua dignidade, a liberdade, a criatividade e o testemunho do seu percurso histórico. Em particular, só dentro e através da cultura a fé cristã se torna histórica e criadora de história. (CNBB, 2014, pp. 98-99).

Com essa indicação sobre o papel do leigo frente ao contexto das comunicações contemporâneas, é possível identificar o diálogo do Diretório da Igreja com a perspectiva analítica construída pelo teóricos latino-americanos de comunicação. Ou seja, a superação da comunicação a partir dos seus meios técnicos — sejam eles analógicos ou altamente tecnológicos —, para apontar na direção da comunicação enquanto trocas simbólicas dentro da trama cultural. Com essa abordagem, que prevê a comunicação dentro da cultura, numa relação ecossistêmica, o espírito de comunhão e participação, no contexto contemporâneo de comunicações horizontais e descentralizadas, deve ser o foco de preocupação dos leigos.

Com a ascensão das redes sociais na internet e outros dispositivos digitais, os sujeitos contemporâneos deixaram de depender de redes hierárquicas para ter acesso à informação, sendo possível, nessa perspectiva, construir sentido a partir de relações horizontais. Em outros

termos, diferente do rádio, da TV ou do jornal, hoje é possível que os leigos tomem iniciativas para aprofundar o diálogo com os diversos segmentos da comunicação sem depender de emissoras ou de publicidade "oficial". Podemos considerar essa mudança um marco histórico não apenas no âmbito religioso, mas sim em toda a sociedade, tendo desdobramentos também na comunicação católica.

Com isso, o Diretório aponta, com base na Educomunicação, caminhos alternativos para que os leigos comunicadores possam integrar a “missão da Igreja na promoção de um diálogo permanente, nos diversos setores e organismos da sociedade” (CNBB, 2014, p. 99). As práticas educacionais são reconhecidamente marcadas pela interação horizontal e pela garantia de participação de todos os que estão envolvidos na ação comunicativa. Sendo assim, os meios técnicos devem ser apropriados para oferecer protagonismo no processo comunicativo aos sujeitos participantes. Sob o olhar da Educomunicação, isso significa o deslocamento do caráter hipnotizante e fascinante das novas tecnologias para a sua apropriação crítica e consciente a fim de garantir espaços de expressão.

Como afirma Soares (2011), o desafio não é apenas a escolha do conjunto de dispositivos tecnológicos a ser adotado nos processos comunicativos, mas, na verdade, o reconhecimento dessa nova ambiência cultural, que permite relações descentralizadas, sem a dependência hierárquica para produzir informação. Nas palavras do autor:

A educomunicação, como uma maneira própria de relacionamento, faz sua opção pela construção de modalidades abertas e criativas de relacionamento, contribuindo, dessa maneira, para que as normas que regem o convívio passem a reconhecer a legitimidade do diálogo como metodologia de ensino, aprendizagem e convivência. A partir dessa perspectiva, entende-se que a relação dialógica não é dada pela tecnologia, mais ou menos amigável, mas essencialmente pela opção por um tipo de convívio humano. Trata-se de uma decisão ético-político-pedagógica, que necessita, naturalmente, ser circundada pela definição de tecnologias de auxílio. (SOARES, 2011, p. 44).

Assim, um ambiente que se propõe a ter a abordagem educacional deve investir na construção de mecanismos de participação, garantindo, com a adoção dos meios técnicos disponíveis, a convivência entre as pessoas, tendo como foco principal o diálogo efetivo sobre as práticas educativas e os “elementos que conformam a pedagogia da comunicação” (SOARES, 2011, p. 45). Logo, podemos dizer que a educomunicação não nasce automaticamente, como num passe de mágica, nos espaços em que suas práticas são adotadas — no nosso caso, no âmbito católico —, mas a partir de uma intencionalidade que busca a construção de ecossistemas comunicativos abertos e democráticos.

Em diálogo com a Educomunicação, o Diretório aponta para a exigência de “sujeitos ativos da comunicação”. Ou seja, os leigos de todas as comunidades devem ser encorajados a

serem sujeitos ativos, protagonistas da evangelização e artífices da renovação social¹³. Conforme cita o Documento 99, as organizações sociais devem ser vistas a partir das relações construídas no âmbito familiar, no bairro, em grupos e associações, tendo os vínculos afetivos e o sentimento de pertença como elementos aglutinadores. É nessa acepção que a comunidade eclesial, onde os sujeitos se encontram para celebrar a fé, se torna um ecossistema comunicativo, com todos os leigos sendo protagonistas dos processos de comunicação.

O Diretório ainda indica que, sendo os jovens mais habituados à nova cultura de comunicação — ou à cibercultura —, é necessário convocá-los a “desenvolver senso crítico diante da comunicação e das novas tecnologias, e a estar atentos a alguns desvios da cultura contemporânea” (CNBB, 2014, p. 101).

Algumas peculiaridades fazem dos jovens os protagonistas das novas tecnologias: vivem imersos nesse ambiente, dominam a linguagem das mídias digitais, quanto ao estilo interativo e rápido de se comunicar. É nesse espaço que eles devem fazer resplandecer o rosto de Jesus Cristo, vivendo os valores evangélicos de justiça, de não violência, de paz, de fraternidade, de amizade e de solidariedade. Os jovens são chamados a ser mensageiros do amor de Deus, com palavras, gestos e atitudes, utilizando as novas tecnologias nessa missão. (CNBB, 2014, p. 101).

Ao destacar o protagonismo dos jovens, é possível identificar a preocupação da Igreja em integrar as novas dinâmicas da comunicação digital na formação das comunidades eclesiais. Com os jovens se apropriando dos meios técnicos, há uma nova forma de vida comunitária. As redes sociais, por exemplo, permitem que as pessoas conversem rapidamente e sem a necessidade de contato físico. Além disso, a comunidade católica pode se relacionar com pessoas de diferentes perspectivas sociais, econômicas e geográficas. A Educomunicação, nesse sentido, se torna estratégica justamente por representar uma alternativa à cultura de consumo, altamente marcada pelo efêmero e o descartável. Tendo em vista as práticas educacionais, “a Igreja valoriza as lideranças leigas que se colocam à disposição para o fortalecimento das comunidades presenciais ou em redes digitais” (CNBB, 2014, p. 103).

A participação protagonista dos leigos, com a ênfase nas habilidades e competências dos jovens, é um aspecto decisivo na ação evangelizadora. Assim, os leigos presentes nas comunidades passaram a desempenhar, por meio de diversos projetos, papel de destaque no planejamento e gestão da comunicação — áreas de intervenção da Educomunicação —, assim como na redação de notícias, atualização de sites e, sobretudo, no compartilhamento nas redes sociais. Sintetiza o Documento 99:

¹³ Neste trecho, o Diretório de Comunicação faz referência ao documento *Christefideles laici*, João Paulo II, n. 46.

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 comunicativas. É de vital importância promover políticas de sinergia e convergência de comunicação que envolvam todas as pessoas que trabalham com a comunicação na Igreja, em um processo que valorize sempre mais a ação comunitária sobre as ações individuais. É importante definir metas e estratégias de gestão, estabelecer critérios de decisão e promover encontros que valorizem os acontecimentos nacionais, regionais e diocesanos que possam enriquecer a comunidade. (CNBB, 2014, p. 106).

Ao analisar este trecho do Diretório de Comunicação, sobretudo nos aspectos que inter-relacionam os conceitos de ecossistema comunicativo e pedagogia de projetos, podemos identificar, no âmbito católico, elementos sistematizados pelo domínio científico na Educomunicação. Ao convocar os leigos a “desenvolver projetos e trabalhos conjuntos de comunicação, a partir de uma cultura do planejamento e da avaliação das ações comunicativas”, é possível reconhecer a intencionalidade educomunicativa de desenvolver intervenções sociais com a finalidade de planejar e implementar práticas a fim de promover ecossistemas abertos e criativos, garantindo espaços de expressão e participação. Logo, a Educomunicação, nesse apontamento do Diretório, apresenta a perspectiva da comunicação para a vida, para a convivência e para a valorização dos sujeitos e da criatividade.

3.2.4 A Educomunicação como proposta de educar para a Comunicação

Educar para a comunicação, título do capítulo 9 (p. 167), é um dos tópicos substanciais e perpassa todo o Diretório de Comunicação em diversos níveis. No documento, esse aspecto se torna mais diretivo no sentido de como a Igreja deve promover formações para que as comunidades possam lidar com as relações comunicativas na sociedade e com seus possíveis desdobramentos no cotidiano da Igreja. Tendo uma dimensão crítica e consciente sobre o papel da mídia no mundo contemporâneo, preconiza o Documento 99 que é possível se apropriar dos recursos técnicos para implementar “políticas de ação no campo da comunicação, nos diferentes níveis da prática evangelizadora. É o que se denomina, de forma abrangente, como Educação para a Comunicação” (CNBB, 2014, p. 168).

Conforme demonstrado na pesquisa documental realizada no capítulo 2, o conceito de “Educação para Comunicação” mantém vínculos históricos com as práticas educomunicativas, sendo possível identificá-las a partir dos projetos de leitura crítica dos meios, gestão da comunicação e pedagogia da comunicação na América Latina a partir da década de 1960.

Podemos verificar, no capítulo 9, que essa vertente histórica da Educação para a Comunicação, com os preceitos de universalização do direito à comunicação e da garantia do acesso à palavra, se materializa no Diretório de Comunicação. Com a perspectiva de que “a educação para a comunicação dialógica necessita de fundamentos teológicos, pastorais e psicossociais que garantam sustentação às experiências de vida comunitária compartilhada” (CNBB, 2014, p. 18), o documento da Igreja assume o que Soares (2014) classifica como Protocolo “Mediático da Educação para Comunicação” (SOARES, 2014, p. 18), no qual o foco não é a mídia, em si, mas o processo comunicativo em sua abrangência educativa. O autor explica:

O designativo “mediático” aponta para o reconhecimento alcançado pela Teoria das Mediações Culturais que assegura que todos estamos inseridos nos diferentes ecossistemas comunicativos que nos envolve, transitando entre as funções de emissores e de receptores de comunicação. [...] O que distingue este protocolo é sua intencionalidade: valoriza a mídia e inclui sua análise e uso como procedimento metodológico, mas vai além dela em seus propósitos e metas. Opera por projetos, valorizando todas as formas de expressão, especialmente a artística, tendo como objetivo a ampliação do potencial comunicativo da comunidade educativa e de cada um de seus membros. (SOARES, 2014, p. 18).

A partir desse prisma teórico, o Diretório de Comunicação da Igreja estabelece objetivos da Educação para a Comunicação:

- 1) **promover a formação para os processos dialógicos:** “a comunicação evangelizadora deve reforçar o diálogo ao invés de cultivar práticas impositivas, proselitistas, próprias de contextos autoritários” (CNBB, 2014, p. 169);
- 2) **favorecer procedimentos de análise crítica ante os meios de comunicação:** “o exercício constante desta prática educomunicativa conduz os receptores a uma atitude de alerta quanto ao que lhes é oferecido pelo sistema midiático” (CNBB, 2014, p. 171);
- 3) **oferecer formação para o uso adequado dos recursos da informação a serviço do bem comum:** “o domínio das linguagens da comunicação para a produção e difusão de mensagens continua necessitando de cuidados especiais, dada a especificidade do contexto civilizatório contemporâneo, cada vez mais exigente” (CNBB, 2014, p. 171).

Na inter-relação entre esses três objetivos é possível verificar que a Igreja aponta para uma formação educomunicativa, capaz de garantir a gestão dialógica da comunicação “para o

manejo das tecnologias por parte dos agentes pastorais” (CNBB, 2014, p. 171). O Documento 99 cita a Educomunicação, nesse sentido, como alternativa para o desenvolvimento de práticas eficientes para a comunicação nas comunidades católicas, levando em conta o potencial crítico dos sujeitos, que podem produzir programas midiáticos e utilizar as tecnologias em benefício das comunidades. Trata-se do reconhecimento da CNBB de que as práticas educacionais podem oferecer às comunidades uma dimensão evangelizadora, num modelo de gestão da transmissão da fé por meio de processos educativos. Dessa forma, a comunicação católica pode atingir uma expressão comunicativa mais comunitária e, portanto, educacional, pois os sujeitos celebram e, ao mesmo tempo, acionam mecanismos de participação e expressão.

Nessa perspectiva, a intenção do Diretório de Comunicação é de que a abertura da comunicação católica a uma experiência educacional possibilite que os agentes de pastoral compreendam que toda a comunidade precisa ser envolvida em processos de participação e vivência da fé. O objetivo é criar espaços, dentro da comunidade católica, para que a educação para a comunicação permita às famílias avaliarem se o que recebem por meio dos meios de comunicação é de interesse para “a formação e a construção dos valores humanos, éticos e cristãos” (CNBB, 2014, p. 184). Ainda no capítulo 9, também há um direcionamento prático sobre como a Igreja deve definir uma política de educação para a comunicação. Para isso, o Diretório aponta oito focos de interesse para a ação formativa:

1) Âmbito familiar: a primeira educação para o campo da comunicação, avaliando os conteúdos dos meios de comunicação, deve ser da família, capacitando os jovens para cumprir o papel de receptores ativos, ou seja, atentos à natureza e à qualidade dos produtos midiáticos em circulação na sociedade.

2) Âmbito escolar: como nos dias atuais há mais abertura para o relacionamento com a mídia entre estudantes e professores, a educação formal é fundamental para uma formação teórica e prática sobre o funcionamento dos meios de comunicação. As escolas católicas, seminários e as associações dos apostolados podem, nessa perspectiva, trabalhar pelo desenvolvimento de práticas eficientes de educação para a comunicação nas escolas, levando em conta o potencial dos jovens de construir uma postura crítica diante dos meios.

3) Âmbito comunitário: as práticas educacionais podem favorecer formações regulares sobre o emprego da mídia na vida comunitária, sobretudo na catequese e na vida paroquial. Isso significa que a educação para a comunicação pode desenvolver uma postura comunicativa crítica, voltada para a o exercício do cotidiano das comunidades.

4) Âmbito da política: o Diretório, neste tópico, aponta para a necessidade da formação das lideranças eclesiais e leigas para que atuem de forma adequada nos processos definidores das políticas de comunicação do país.

5) Âmbito profissional: é necessário formar profissionais competentes para a prática da comunicação, que está em contínuo — e incessante — desenvolvimento. As práticas educacionais podem ser uma alternativa para a formação mais humana para lidar com a mídia, ou seja, privilegiando a dimensão cidadã e social dos meios de comunicação.

6) Âmbito da recepção midiática: partindo da premissa de que grande parte dos fiéis cristãos é constituída por destinatários da comunicação, é imperiosa a formação para a consciência crítica em relação à mídia. Toda a comunidade católica deve ser formada para o discernimento.

7) Âmbito pastoral: como há um grande número de agentes envolvidos no trabalho com a comunicação católica, é necessária uma formação adequada para lidar com a comunicação, seja ela midiática ou na prática da evangelização.

8) Âmbito da alfabetização digital: a cibercultura e os novos desafios impostos pelas tecnologias digitais exigem uma formação abrangente para lidar com o mundo digital. Logo, no âmbito da comunicação para a educação, é imperioso um tratamento específico para que as várias pastorais envolvidas possam lidar com a nova realidade de relações descentralizadas.

Ao articular os âmbitos de atuação, o Documento 99 faz uma clara abertura para o trabalho na comunicação católica, sendo uma tentativa de apontar para uma dimensão “prática” no cotidiano dos agentes pastorais.

3.2.5 Processos educacionais e suas contribuições à Pastoral da Comunicação

O capítulo 10, *Comunicação na Igreja: a atuação da Pascom* (p. 185), inter-relaciona a comunicação — no sentido global, como processos e meios — com o diálogo da Igreja com a sociedade. Ou seja, como é possível construir pontes entre o exercício da fé e a cultura contemporânea? Para responder tal indagação, o Documento 99 afirma que é necessário atribuir sentido pastoral nas políticas de comunicação, contando "com a ajuda de profissionais e pesquisadores da área" (CNBB, 2014, p. 186).

Com a necessidade de criar vínculos mais estreitos com a sociedade e estruturar a comunicação como um processo decisivo para a evangelização, a Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação "tem como tarefa animar e articular a Pascom, os processos e os meios de comunicação da Igreja no Brasil, em atenção às especificidades de cada região quanto à sua

cultura, desafios e realizações na área da comunicação" (CNBB, 2014, p. 187), explica o documento. Nessa perspectiva, o Diretório aponta para duas áreas estruturantes:

1) Comunicação e processo de interação — nessa área, o objetivo é animar os processos comunicativos da Igreja nas suas várias dimensões, tendo como proposta "a comunhão e a sinergia entre as diversas iniciativas na área da comunicação" (CNBB, 2014, p. 188).

2) Comunicação e meios digitais — nessa área, o objetivo é impulsionar a missão evangelizadora no ciberespaço.

Com a definição das áreas, o Diretório estabelece parâmetros e métodos de ação para a Pascom trabalhar no cotidiano das comunidades.

A expressão Pastoral da Comunicação nasce da conjunção de duas realidades que interagem reciprocamente: comunicação e pastoral. O universo da comunicação abrange as distintas dimensões da realidade humana, enquanto o universo da pastoral envolve a dimensão socioeclesial, relacionada aos diferentes ambientes da Igreja em sua missão de evangelizar. (CNBB, 2014, p. 191).

Nesse sentido, o diálogo do Documento 99 com a Educomunicação se desenvolve a partir do entendimento sobre como a ação evangelizadora deve se apropriar dos recursos da comunicação: "não se pode reduzir essa pastoral aos meios de comunicação, pois é um elemento articulador da vida e das relações comunitárias" (CNBB, 2014, p. 192). Podemos verificar a incidência da perspectiva dialógica como dimensão substancial do conceito de comunicação na base teórica da Educomunicação a partir dos movimentos de resistência nos anos de 1960 e 1970 na América Latina. Isso significa que a Pascom, em sintonia com as práticas reconhecidas como educacionais, busca (1) colocar-se a serviços de outras pastorais, (2) promover o diálogo e a comunhão, (3) capacitar agentes de todas as pastorais na área da comunicação, (4) dar mais visibilidade à ação evangelizadora nos meios de comunicação, (5) aprofundar as questões teóricas e técnicas a respeito do uso das tecnologias e (6) desenvolver as diversas interfaces da comunicação, como jornalismo, publicidade e relações públicas.

Encerrando estes tópicos descritivos, em que buscamos fazer uma apresentação analítica dos capítulos do documento, retomamos do parágrafo 10 da introdução do Diretório uma espécie de meta a ser alcançada por esse texto oficial, também autodenominado como "um grande plano de comunicação" (CNBB, 2014, p. 13), ao qualificar a Pastoral da Comunicação "como um processo dinâmico, dialógico, interativo e multidirecional" (CNBB, 2014, p. 14). Essa meta é claramente um sonho. É uma utopia que encontra ressonância nas designações educacionais descritas nesse mesmo enunciado.

4 PESQUISA EXPLORATÓRIA JUNTO AOS MEMBROS DA PASCOM

Como o nosso trabalho está centrado nas observações sobre como o conceito de Educomunicação se faz presente no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, o universo pesquisado é, eminentemente, o das ações pastorais, considerando pesquisadores, leigos e autoridades que, em diversos níveis e hierarquias, tiveram contato com o documento, atribuindo significados e sentidos às práticas educomunicativas na comunicação católica. Ou seja, de que forma a Educomunicação, sistematizada no documento, foi reconhecida nos métodos de gestão e propostas no compartilhamento da fé, na educação para comunicação e também na construção de uma vivência mais experimental na comunicação católica.

Nessa perspectiva, nos valem das bases teóricas discutidas nos capítulos anteriores que direcionam a teoria das mediações, passando pelos Estudos Culturais até chegar ao conceito de Educomunicação na análise do material coletado sobre a relação de diferentes níveis da comunicação católica com o Documento 99. Isso significa, em outros termos, que do ponto de vista metodológico, ao invés de discutir os alcances técnicos e quantitativos¹⁴ do documento da CNBB, buscamos sistematizar os dados de acordo com a proposta que valoriza as apropriações, ressignificações e atribuições de sentidos da comunidade católica investigada em relação ao Diretório de Comunicação da Igreja. Com essa estratégia para coleta, sistematização e interpretação de dados, partimos da premissa de que é necessário "ver com método" (Lopes 2005), ou seja, combinar diferentes técnicas para reconstituir o objeto naquilo que ele tem de mais fundamental ao problema de pesquisa.

Neste capítulo, descrevemos os procedimentos adotados em todas as instâncias da pesquisa de campo, apresentando os protocolos e a amostragem obtida junto a todos os sujeitos pesquisados.

4.1 Formulário da Pascom

Entre os membros da Pascom, criamos estratégias para delimitar o campo de trabalho partindo do pressuposto da dificuldade de investigar as diferentes perspectivas geográficas e espaciais que envolvem a Pastoral da Comunicação no âmbito nacional. Sem a possibilidade de alcançar um número abrangente em visitas presenciais, chegamos à conclusão que a melhor

¹⁴ Uma das possibilidades metodológicas seria quantificar o alcance do Documento 99 da CNBB no âmbito da comunicação católica, utilizando formulários on-line e coletas quantitativas em campo.

alternativa seria criar um protocolo destinado aos coordenadores da Pascom em todo o Brasil pelo e-mail oficial da Pastoral no Google Groups¹⁵, na intenção de se chegar inclusive aos agentes pastorais de base nas comunidades, que também fazem parte do mencionado grupo de e-mails. Sobre a plataforma “Google Docs”, é fundamental esclarecer que o formulário on-line garante que os dados coletados à distância possam ser sistematizados e analisados com o rigor necessário à pesquisa acadêmica. Isso se deve ao fato das respostas fornecidas pelos entrevistados, além da possibilidade de acompanhar a origem e classificação dos respondentes, serem imediatamente organizadas em tabelas e gráficos, facilitando o trabalho de interpretação do material.

4.1.1 Protocolo de pesquisa

Pelo grupo de e-mail, enviamos um formulário do Google¹⁶ para realizar o questionário. O protocolo de pesquisa para o envio das questões consta em anexo do presente trabalho. Seguindo um modelo semi-estruturado¹⁷, foram feitas as seguintes perguntas:

- 1) *A qual regional da CNBB você pertence?*
- 2) *Qual função você ocupa?*
- 3) *Você possui formação acadêmica em comunicação?*
- 4) *Se a resposta for sim, na pergunta anterior, em qual área da Comunicação?*
- 5) *Como você descreve a recepção do Diretório no seu Regional?*
- 6) *Em que o “Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil” pode contribuir para a sua diocese e paróquia? (você pode marcar mais de uma opção)*
- 7) *Como você vê a presença do conceito de Educomunicação no Documento 99 da CNBB e na prática da comunicação católica? (você pode marcar mais de uma opção)*
- 8) *O que é Educomunicação para você? (você pode marcar uma opção a mais)*

¹⁵ O Google Groups é a ferramenta de comunicação utilizada pela Pascom para direcionar mensagens a todos os integrantes da Pastoral no país, sendo assim, o mecanismo mais eficiente para alcançar diferentes realidades geográficas e sociais da Pascom.

¹⁶ Com o Google Forms, é possível identificar a origem geográfica dos respondentes, assim como assegurar que todos ofereçam e-mail para o retorno das respostas. O mecanismo garante que não há fraudes no sentido de respostas dobradas ou participação de robôs ou spans.

¹⁷ A entrevista semi-estruturada tem como característica questionamentos básicos que são construídos a partir dos problemas e hipóteses de pesquisa (TRIVIÑOS, 1987). Os questionamentos oferecem novas possibilidades a partir da interpretação das respostas, as quais deram origem a novas hipóteses. A partir de um roteiro de perguntas, buscamos compreender as nuances que integram a percepção do Diretório de Comunicação entre os agentes pastorais e os possíveis desdobramentos sobre o conceito de Educomunicação.

9) *Que contribuição exclusiva a metodologia educomunicativa pode trazer para o planejamento de comunicação da sua diocese e paróquia?*

4.1.2 Pascom: dados exploratórios

Após o envio do formulário para o grupo de e-mails da Pascom, o formulário ficou aberto para respostas de todos os integrantes do Google Groups por 3 semanas. Com o procedimento acima descrito, conseguimos **41 respostas entre os membros da Pascom**. Como a Igreja conta com milhares de agentes pastorais e um número elevado de agentes da Pascom, cuja representatividade numérica total não nos foi possível atingir neste trabalho, trata-se, de um estudo de representatividade social, com coleta exploratória de dados sem intenção de criar generalizações. Os dados coletados, nessa perspectiva, estão relacionados aos agentes que responderam o formulário, e não exatamente à categoria dos agentes da Pascom.

Mesmo atingindo diretamente a lista de todos os contatos de membros da Pastoral da Comunicação de todo o Brasil, coordenadores diocesanos e agentes pastorais comunitários, não foi possível construir um maior número de respostas. Por variados motivos, entre eles a estrutura precária de alguns Regionais ou mesmo a inexistência de articulação de comunicação, os formulários não atingiram com eficácia os objetivos pretendidos de alcançar um número de destinatários que nos permitisse tratar da totalidade dos Regionais.

4.1.3 Descrição dos dados coletados

Apresentamos, entre os 41 respondentes do formulário, os principais dados coletados. A primeira informação é sobre qual Regional eles integram:

Quadro 4 - Número de agentes que responderam o formulário, por Regionais da CNBB

Regional	N.º de respostas
Centro-Oeste (Distrito Federal e Goiás)	0
Leste 1 (Rio de Janeiro)	8
Leste 2 (Espírito Santo e Minas Gerais)	6
Nordeste 1 (Ceará)	4
Nordeste 2 (Alagoas, Paraíba, Pernambuco e RN)	3

Nordeste 3 (Bahia e Sergipe)	2
Nordeste 4 (Piauí)	0
Nordeste 5 (Maranhão)	0
Noroeste (Acre, sul do Amazonas e Rondônia)	1
Norte 1 (Norte do Amazonas e Roraima)	0
Norte 2 (Amapá e Pará)	1
Norte 3 (Tocantins e norte de Goiás)	0
Oeste 1 (Mato Grosso do Sul)	1
Oeste 2 (Mato Grosso)	0
Sul 1 (São Paulo)	6
Sul 2 (Paraná)	5
Sul 3 (Rio Grande do Sul)	1
Sul 4 (Santa Catarina)	1
Outros: "Amazônia Legal"	1
Outros: "Arquidiocese de Maputo, Moçambique, onde resido desde 2015"	1

Fonte: Autor (2018).

Chama a atenção que pelo menos seis Regionais não apresentaram nenhuma resposta ao formulário, o que indica, como ventilado na elaboração dos processos metodológicos, uma dificuldade na interlocução com alguns Regionais, em razão das circunstâncias de acesso ao e-mail e articulações específicas da Pascom. Com efeito, podemos dizer, do ponto de vista metodológico, que não é possível apresentar conclusões generalizantes sobre a recepção do Diretório no “âmbito nacional”, ou seja, levando em consideração as nuances e diferenças históricas num vasto território como o brasileiro. Porém, é possível identificar, com o formulário, informações significativas que nos ajudam a responder o problema ventilado em nosso objeto de pesquisa.

Podemos dizer que, com 19,5% (Rio de Janeiro), 14,6% (Espírito Santo) e 14,6% (São Paulo), o número significativo de respostas — aproximadamente metade — se concentrou na região sudeste. Isso implica que nessa região a recepção do formulário enviado por e-mail foi

realizada de forma mais exitosa, pelo menos em termos de comunicação digital (respostas via e-mail).

Entre os 41 respondentes do formulário, 31,7% se declaram como “membros da pastoral” e 29,3% como “coordenadores da Pascom Local”. Com respostas individuais, listamos abaixo as outras funções dos membros da Pascom respondentes do formulário.

Quadro 5 – Função dos respondentes na comunicação da Igreja

Coordenadora Arquidiocesana da Pascom
Assistente Eclesiástico
Responsável pelas comunicações da Congregação Salesiana em Moçambique
Assessora de comunicação da Diocese e coordenadora da Pascom Diocesana
Assessor de Comunicação - Diocese de Sobral
Sacerdote e coordenador da Pascom
Coordenadora da Pascom e Assessora de imprensa
Coordenador Pascom Regional
Padre Assessor da Pascom e coordenador de comunicação
Gerente de Marketing e Comunicação
Assessora de Imprensa
Coordenador Regional da Pascom
Jornalista - Assessoria de Comunicação da Diocese
Coordenadora da Pascom da Arquidiocese de Fortaleza
Comunicação diversas Paróquias
Coordenadora de Comunicação da Repam-Brasil e Comissão para a Amazônia

Fonte: Autor (2018).

Com base nas respostas, podemos verificar a multiplicidade de funções entre os sujeitos da pesquisa, indicando a interlocução do Diretório de Comunicação com diversos setores da Igreja. Nesse sentido, outro aspecto significativo é a resposta de um participante da “Arquidiocese de Maputo, Moçambique”, que trabalha como “responsável pelas comunicações da Congregação Salesiana em Moçambique”. Com a indicação, podemos verificar que países

de língua portuguesa podem já estar se inspirando no Documento 99¹⁸. Ou seja, a Educomunicação, por meio do Diretório de Comunicação, já começa a ter acesso para países de língua portuguesa. Uma das vantagens de realizar essa etapa por meio dos mecanismos digitais (formulário on-line) é permitir que esse tipo de interação ocorra, fornecendo-nos a informação que o Documento 99 já se encontra, por exemplo, em Moçambique.

Outro dado importante é sobre a relação profissional dos entrevistados com a comunicação.

Gráfico 1 - formação em comunicação entre os entrevistados da Pascom

Fonte: Autor (2018).

Entre 65,9% dos entrevistados com formação em comunicação, 59,3% são jornalistas, 14,8% são da área de Marketing, 7,4% Publicidade e Propaganda, e o restante citam as seguintes ligações com a área de comunicação: “Licenciatura em Filosofia”, “Especialização em Comunicação”, “Rádio e TV”, “Pós-Graduação em Propaganda e Marketing/Pós em Gestão de Radiodifusão” e “Formação em Língua Portuguesa com autorização ao jornalismo”.

4.1.4 Relatório sobre o Diretório de Comunicação

Entre as respostas, obtivemos dados significativos sobre a recepção do Documento 99 entre os membros da Pascom. Como anunciado no início do presente capítulo, as conclusões são de natureza exploratória, indicando tendências, mais do que perfis definitivos de pensamento. Assim, na primeira aproximação, buscamos compreender como os sujeitos

¹⁸ Em diversos momentos, o texto da tese se refere ao *Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil* como simplesmente *Diretório* ou *Documento 99*, que é o número referencial da coleção de documentos emitidos pela CNBB.

participantes compreendiam a recepção do Diretório no contexto onde trabalham. As respostas indicam:

Gráfico 2 - Recepção do Diretório no contexto dos participantes da pesquisa

Fonte: Autor (2018).

O gráfico revela que apenas 4,9% dos entrevistados (cor laranja do gráfico) declararam que a Diocese à qual pertencem não teve acesso ao Documento 99. Ou seja, é possível concluir que a maioria dos participantes, em algum nível, conhecem ou já tiveram contato com o Diretório de Comunicação. Nesse sentido, verificamos que o documento circula e já é uma realidade entre os membros da Pascom, sejam eles lideranças locais ou leigos. A maioria das respostas (56,1%) mostra que, por meio de encontros/seminários de estudos, foi empreendido um esforço dos Regionais para que o Diretório fosse empregado na pastoral da comunicação. Também perguntamos no formulário “em que o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil pode contribuir para a sua diocese e paróquia?”. Nesta questão, permitimos mais de uma resposta possível. Resultados entre os 41 sujeitos da pesquisa:

- 68,3% afirmam que o documento pode contribuir na **formação pastoral em geral**;

- 39% afirmam que pode contribuir em **projetar ações comunicativas para cada pastoral em particular**;

- 31,7% afirmam que pode contribuir no **planejamento organizacional entre os movimentos da comunidade**;
- 53,7% afirmam que pode contribuir para **aplicar intervenções comunicativas em todas as ações da Igreja local**.

Esses dados revelam um aspecto relevante sobre a recepção do Diretório de Comunicação entre os diversos níveis da Pascom. Em termos gerais, conforme discutido no capítulo 4, o Documento 99 apresenta a Educomunicação como um processo renovador, capaz de trazer um novo olhar para a ritualidade, o ensino e a propaganda da fé frente a um mundo altamente marcado pela presença da mídia. Com apontamentos práticos nas pastorais, o Diretório indica a transversalidade da comunicação para ações em diversas áreas, não restritas ao âmbito específico da “comunicação”. Nesse sentido, é imperioso notar que 68,3% dos entrevistados compreendem o Documento 99 como uma possibilidade de formação pastoral em geral e apenas 39% pensam em “ações comunicativas para cada pastoral em particular”. Evidentemente que, pelo caráter semiestruturado do questionário e pela abordagem qualitativa, não é possível criar generalizações, mas podemos verificar a intencionalidade do Documento ao citar a Educomunicação como “processo renovador”, não limitado apenas à mídia. Essa dimensão também é notável quando 53,7% dos entrevistados afirmam que o Documento 99 pode contribuir para aplicar intervenções comunicativas em **todas** as ações da Igreja local. No mesmo sentido, articulando a ideia de que é possível uma abordagem mais significativa sobre os processos comunicativos ao citar a Educomunicação, a pergunta seguinte trouxe dados relevantes ao nosso objeto de pesquisa. Segue o resultado:

Gráfico 3 - Respostas sobre a contribuição da Educomunicação na comunicação da diocese e paróquia

Fonte: Autor (2018).

4.1.4 Relatório sobre a Educomunicação

Com o formulário, foi também possível verificar se o entendimento sobre a Educomunicação é visto entre os entrevistados como um processo e um diálogo nas relações comunicativas. Conforme preconiza Soares (2011), “uma comunicação essencialmente dialógica e participativa” (p. 17) está na base do pensamento educomunicativo, permitindo relações descentralizadas e aumentando o grau de motivação entre os envolvidos nas ações comunicativas. Com 75% das respostas, pudemos verificar que, ao adotar procedimentos educomunicativos, os sujeitos participantes acreditam que a gestão horizontal e participativa dos processos comunicativos é uma contribuição importante no âmbito da comunicação católica. Termos como “mais rapidez” e “maior agilidade” foram preteridos por grande parte dos entrevistados, pois — podemos concluir com base nos dados coletados — estes reconhecem na metodologia educomunicativa uma alternativa ao modelo funcionalista de “eficácia”.

Isso significa que, ao invés da apropriação instrumental da comunicação, a perspectiva da Educomunicação oferece uma alternativa, preocupada com a experiência comunitária, acolhedora, dialógica e participativa. Com a preferência entre os sujeitos da pesquisa pela opção “gestão compartilhada da comunicação” há um evidente reconhecimento que a Educomunicação contribui para formar e consolidar redes de participação nas comunidades.

Para aprofundar o entendimento dos sujeitos participantes em relação ao conceito de Educomunicação, fizemos a pergunta — também com a opção de mais de uma resposta — “Para você, o que é Educomunicação?”. Respostas:

58,5% - **Uma nova forma de fazer comunicação** (e também educação), que permite participação, diálogo e promoção da cidadania;

39% - Uma prática que possibilita **diálogos e interações horizontais na gestão da comunicação**;

65,9% - **A relação entre Comunicação e Educação** que oferece possibilidades para lidar com os desafios das tecnologias da comunicação;

2,4% - Outros: **Um termo e uma ótima ideia, desde que seja efetiva.**

Como apresentado nos próximos tópicos, na interpretação de dados das entrevistas e dinâmicas em grupo, a Educomunicação foi reconhecida nos depoimentos como “alternativa” ou como uma “metodologia” para lidar de forma diferente frente aos desafios da comunicação. “Diferente”, no caso, refere-se justamente à dimensão dialógica e participativa em relação à comunicação, levando em conta a opção alternativa ao modelo funcionalista da comunicação — emissão e recepção. Com base nos dados coletados no formulário destinado à Pascom, podemos afirmar que essa perspectiva que direciona a Educomunicação como um novo modelo da comunicação já está presente após a sistematização realizada pelo Diretório.

Com o objetivo de compreender, de modo geral, como os sujeitos participantes da pesquisa reconheciam especificamente o conceito de Educomunicação dentro do Documento 99 da CNBB e na prática da comunicação católica, fizemos uma pergunta sobre esse aspecto. Levando em consideração que era possível selecionar mais de uma opção, tivemos o seguinte resultado entre os 41 entrevistados:

- 63,4% dos sujeitos participantes afirmaram que **já conheciam o termo Educomunicação e considero enriquecedor**;

- 24,4% afirmaram que **o surgimento desse termo no documento estaria associado ao desenvolvimento das tecnologias e comunicação**;

- 36,6% afirmam que **a proposta do documento não tem encontrado efetivação prática**;

- 2,4% Outros: **É necessário que a comunicação seja no formato do entendimento do Leigo, sem perder as suas características cristãs**;

- 2,4% Outros: **A proposta já vem sendo trabalhada aos poucos em nossa Arquidiocese, sobretudo a leitura crítica da comunicação**;

É importante ressaltar que a maioria dos sujeitos participantes enaltece que já conhecia

o conceito de Educomunicação antes mesmo da sistematização apresentada no Documento 99. Para além do nosso objeto de pesquisa — e também como nossa pesquisa documental aponta —, as práticas educomunicativas já têm ressonância em diversos setores da sociedade, tendo desdobramentos em diversas áreas. Em contrapartida, 36,6% dos sujeitos participantes apontam que no Diretório estas práticas não encontram “efetivação prática”, ou seja, as práticas e ações sistematizadas no documento ainda não refletem no cotidiano.

Na etapa de interpretação das entrevistas e dinâmicas em grupo, será possível, por meio dos depoimentos, compreender em profundidade como essa dimensão, que separa os pressupostos estabelecidos no Documento 99 com a ação prática no âmbito da comunicação católica, se desenvolve. Da mesma forma, as entrevistas em profundidade nos permitem ver que o Diretório também é recebido como uma “resposta” da Igreja ao novo contexto contemporâneo das comunicações digitais e da internet.

5 PESQUISA EXPLORATÓRIA JUNTO AOS ASSESSORES DE COMUNICAÇÃO DA CNBB

Como havíamos feito na etapa exploratória de coleta de dados junto aos agentes pastorais, em nossa primeira aproximação em relação aos coordenadores e assessores de Comunicação dos Regionais, criamos um formulário para direcionar a obtenção de respostas significativas para o foco da presente pesquisa. Nossa intenção era motivar os bispos responsáveis pela área da Comunicação (Bispos Referenciais), assim como os coordenadores regionais da área a acessarem o link do protocolo da pesquisa, enviado ao e-mail oficial de cada Regional.

5.1 Protocolo de pesquisa: formulário on-line

Foi desenvolvido um protocolo para contatar o setor da Comunicação em cada Regional da CNBB, consultando o Bispo Referencial, o padre assessor e um leigo coordenador. Realizamos um formulário semi-estruturado, tendo como preocupação central avançar sobre os significados e percepções sobre o Documento 99 e a Educomunicação junto às lideranças da comunicação católica. Assim como o formulário enviado aos membros da Pascom, o protocolo de pesquisa consta em anexo do presente trabalho, sendo possível visualizar como foi feito - em detalhes - o trabalho para coleta dos dados.

5.2 Amostra

Com o procedimento acima descrito, conseguimos 18 respostas entre coordenadores Pascom e Assessores de Comunicação Regionais. Para cumprir a abrangência necessária para qualificar a nossa investigação, avaliamos o número obtido como insuficiente em vista da pluralidade e abrangência da Igreja Católica em território brasileiro. Isso resultou em uma nova estratégia de investigação, com visitas in loco, entrevistas por telefone e e-mail. Esses dados estão apresentados nos próximos capítulos. Por ora, apresentamos os dados obtidos pelas respostas ao formulário on-line que, não cumprindo - com 18 respostas - a abrangência para o nosso estudo, servem, a partir da descrição do material obtido, para localizar nuances a serem exploradas nos próximos capítulos.

5.3 Identificando os respondentes

Passamos a identificar o perfil das respostas obtidas a partir dos procedimentos acima descritos. Reiteramos: trata-se de um estudo exploratório que, no mesmo sentido do trabalho feito junto aos membros da Pascom, busca compreender, qualitativamente, as impressões e significados sobre nosso objeto de pesquisa. Abaixo, a posição na comunicação católica entre os 18 respondentes dessa etapa:

- 27,8% Leigo coordenador da Comunicação
- 16,7% Padre Assessor de Comunicação
- 16,7% Presidente de Regionais
- 38,8% Bispo de referência

Temos entre os respondentes, mesmo que em um número reduzido, lideranças importantes na comunicação católica, que, em diversos níveis, ocupam posições diretivas. Tivemos 5 respostas (27,8%) da Sul 1, 2 respostas da Leste 2 (11,1%), da Nordeste 3 e da Norte 2. Norte 3, Sul 2, Sul 4, Centro-Oeste, Nordeste 2, Noroeste e Norte 1 enviaram uma resposta (5,6%) cada. Sobre a participação dos entrevistados com a Pascom, perguntamos:

Gráfico 4 - divisão dos respondentes em relação à participação na Pascom

Fonte: Autor (2018).

Perguntamos como os sujeitos entrevistados avaliavam o modelo da comunicação católica no Brasil e como eles denominam esse modelo. Nas respostas, também permitimos marcar mais de uma opção. Respostas:

- 44,4% **Modelo institucional, organizacional, linear e produtivo;**
- 27,8% **Modelo popular, participativo, aberto, construtivo;**
- 22,2% **Modelo funcionalista, piramidal, eficiente;**
- 11,1% **Nenhum desses;**

O dado relevante, somados os respondentes que acreditam no modelo “institucional, organizacional, linear e produtivo” com o modelo “funcionalista, piramidal, eficiente”, é que a maioria dos respondentes confere —ao responder o formulário— à comunicação católica um aspecto instrumental, focado em efeitos e resultados. Ao suscitar a Educomunicação, com o Documento 99, a Igreja certamente objetiva avançar no sentido do modelo popular, participativo, aberto e construtivo; porém, entre os entrevistados, os modelos de resultados ainda têm maior aderência para descrever a comunicação da Igreja.

5.4 Relatório sobre o Diretório de Comunicação

Para aprofundar a compreensão sobre esse aspecto, apresentamos, inicialmente, uma pergunta aberta sobre “Quais são os aspectos promissores do atual modelo de comunicação da Igreja no Brasil?”. O objetivo desta questão foi o de identificar quais seriam, na opinião dos entrevistados, os parâmetros positivos e emergentes do modelo atual da comunicação da Igreja. Como se trata de depoimentos de sujeitos que ocupam cargos de liderança, achamos pertinente apontar a íntegra das respostas.

Quadro 6 – respostas a: Quais são os aspectos promissores do atual modelo de comunicação da Igreja no Brasil?

Depoimento 1	Dedicação e empenho.
Depoimento 2	As comunidades fazendo uso das redes sociais.
Depoimento 3	As iniciativas dos diversos meios e organismos das igrejas que almejam o mesmo horizonte, uma comunicação mais eficaz, porém, com o cunho participativo e

	construtivo das pessoas de boa vontade e boa fé, uma vez que faltam recursos para investimentos em contratações de empresas e profissionais para suprir as necessidades.
Depoimento 4	A comunicação da Igreja no Brasil já deu passos promissores, tendo em vista que na maior parte das Arquidioceses e Dioceses, já se encontram profissionais contratados trabalhando dentro das Cúrias. Também se percebe que há um avanço no uso das mídias, como por exemplo, o Instagram e Youtube, para auxiliar na evangelização e divulgação das atividades dos diferentes serviços, pastorais, movimentos etc.
Depoimento 5	Capacitação de agentes, organização em rede e investimento financeiro.
Depoimento 6	A internet é um modo prático porque a notícia é instantânea e pode ser aprovada no momento que a notícia ou a mensagem está enviada. A Igreja está se aparelhando uma comunicação mais aberta e com confiança de verdades com momentos atuais e em rápida comunicação.
Depoimento 7	Não disponho de dados para atestar, mas avalio, pela troca de experiências nos últimos encontros de comunicação realizados (Muticom e Jornada Regional de Comunicação), que os arcebispos, bispos e todo o clero têm despertado para a importância de implantar a Pascom e estruturas organizacionais, com o objetivo de otimizar a comunicação com os fiéis, a imprensa e demais segmentos de nossa sociedade. Isso tem resultado em maior profissionalização dos setores responsáveis pela comunicação nas arquidioceses e dioceses, ocorrendo em diferentes níveis de investimento: pequeno, médio e grande. A presença da Igreja em todos os veículos de comunicação, dirigindo muitos deles e explorando todas as possibilidades oferecidas pelas novas tecnologias, tem ampliado a comunicação e a interatividade na Igreja. A participação de leigos voluntários na Pascom, no âmbito das paróquias, tem dinamizado a comunicação, principalmente a que é feita pelas redes sociais. Considero positiva a manifestação da CNBB quanto aos problemas enfrentados pelos brasileiros, principalmente os menos favorecidos em termos de acesso a bens e direitos.
Depoimento 8	Uso dos novos meios de comunicação existente como as mídias sociais como Facebook, Twitter, Instagram, etc. vejo que os sites e páginas mais extensas estão perdendo a sua força, cada vez mais as pessoas estão usando mídias expressas.
Depoimento 9	Pessoas que são membros da Igreja Católica, e também aqueles que não o são, podem conhecer o que a Igreja faz e os motivos que a levam a agir do modo que age.
Depoimento 10	A Igreja está entendendo a importância da comunicação, ainda intimista.
Depoimento 11	Aponto como aspecto promissor a busca de uma identidade para o trabalho de comunicação.
Depoimento 12	Creio que o atual modelo de comunicação ainda é pouco participativo; Criatividade Pastoral; presença na TV e rádio; e fortemente presente na internet e mídias sociais; diversidade comunicativa; cursos.
Depoimento 13	Atuação na mídia através de sites, página de WEB, rádios de WEB, jornais diocesanos, paroquiais, preparando equipes da Pascom nas várias regiões do nosso Estado (Regional Sul 1).
Depoimento 14	Há nos últimos tempos um esforço enorme da Igreja em ocupar o espaço da Comunicação. Depois destes primeiros passos, sente-se à necessidade de profissionalização dos seus agentes e superar a improvisação. A Igreja está crescendo neste sentido. As instituições estão investindo e precisa fazê-lo com mais coragem.
Depoimento 15	Os esforços de Arquidioceses, Congregações religiosas, Instituições laicais e outros, que lutam para ocupar um espaço disputado por muitos que não colaboram com a formação da consciência pessoal e social, na Igreja e na Sociedade.

Depoimento 16	O modelo de comunicação e participação em rede que consegue envolver as comunidades de fé, instituições, meios de comunicação, importantes segmentos que integram, com toda a sua capilaridade, diferentes regiões, tornando mais forte a voz da Igreja no contexto social.
Depoimento 17	O envolvimento das lideranças e dos membros da comunidade local.
Depoimento 18	Chegar nas nossas famílias.

Fonte: Autor (2018).

Entre os dados coletados, podemos destacar, primeiro, a incidência da centralidade/preocupação sobre as "mídias digitais", "redes sociais" e correlatos. A participação da comunidade por meio de plataformas como Youtube e Facebook é destacada, em diversos níveis, como um aspecto promissor. Alguns depoimentos apontam claramente que os mecanismos da internet são importantes no auxílio da evangelização, assim como na circulação de informações das pastorais. Como mostramos anteriormente, o assunto das novas tecnologias, sobretudo das redes sociais, é um ponto fundamental no Diretório de Comunicação, justamente por localizar a comunicação católica no contexto contemporâneo. Conforme preconiza o Documento 99, incorporar as diversas mídias é fundamental para a vivência e o anúncio da fé. Entre os depoimentos, com a incidência do tema “explorar as possibilidades/potencialidades das novas mídias”, é possível observar que essa incorporação das novas tecnologias está em pleno avanço, tendo desdobramentos diversos.

Como propõe Aparici (2014), as mudanças em trânsito na sociedade em razão da presença cada vez maior das tecnologias acionam múltiplos e variados cenários virtuais, conduzindo diversas instituições e sujeitos sociais para lugares desconhecidos. Isso significa, na perspectiva teórica do autor do livro *Educomunicação para além do 2.0*, que o mundo contemporâneo já é digital e as novas tecnologias redimensionam linguagens e significados.

No conjunto de depoimentos, podemos verificar justamente movimentos de redimensionamento, a fim de incorporar as novas tecnologias para a vivência e o anúncio da fé. Outro aspecto relevante é a preocupação em relação à participação e ao envolvimento das comunidades de fé a partir do uso da comunicação. É possível notar que há preocupação por parte das lideranças da comunicação católica em acionar a mídia com o intuito de integrar as instituições com o contexto ao qual pertencem.

Nessa perspectiva, podemos observar entre os sujeitos da pesquisa a preocupação em relação à apropriação dos meios de comunicação para ocupar os espaços e fazer a voz da Igreja

ser reconhecida em meio aos novos aparatos tecnológicos. Da mesma forma, há nos depoimentos uma perspectiva de reconhecer o trabalho de leigos na apropriação dos meios de comunicação a fim de dinamizar a interatividade da Igreja com a sociedade.

Também perguntamos (questão aberta) no questionário **quais são os maiores desafios do atual modelo de comunicação da Igreja no Brasil**. O objetivo foi de aprofundar, entre os entrevistados, as percepções e significados atribuídos à comunicação católica frente ao contexto contemporâneo. Apontamos alguns depoimentos sintetizadores entre o conjunto de respostas.

Quadro 7 – respostas a: Quais são os maiores desafios do atual modelo de comunicação da Igreja no Brasil?

Depoimento 1	<p>Manter comunicação construtiva e equilibrada nas redes sociais e em seus jornais, sites, artigos, documentos e entrevistas, focando sempre em mensagens de esperança e paz, que o Evangelho de Jesus Cristo transmite, é um desafio para a Igreja, frente às inúmeras manifestações diárias de seus membros, sobre os mais diversificados temas e circunstâncias, muitas vezes banais, pitorescas e até contraditórias às orientações da Santa Sé.</p> <p>Se por um lado traz dinamismo e interatividade, por outro, a participação dos leigos na comunicação causa, muitas vezes, descontinuidade no trabalho em andamento, quando eles abandonam de uma hora para outra sua função no processo. Esses desligamentos são, geralmente, ocasionados por atritos internos, como disputa pelo poder de decisão e diferentes linhas de atuação.</p> <p>Muitos bispos e padres ainda não vêem necessidade, não valorizam o trabalho da Pascom ou da assessoria de comunicação na Igreja. Por isso, as diferenças nas realidades de comunicação nas dioceses e paróquias.</p>
---------------------	--

Fonte: Autor (2018).

Esse depoimento carrega elementos que se manifestaram também em diversas outras respostas: as tensões e disrupções proporcionadas pelas mídias digitais que desafiam diariamente o âmbito da comunicação católica. Com as relações descentralizadas e horizontais nas redes sociais, o discurso unificador e institucional da Igreja enfrenta dificuldades para ter continuidade. As tensões são evidentes pois leigos e agentes pastorais protagonistas dos processos comunicativos no ambiente virtual acabam, por vezes, gerando descontinuidades e apropriações livres como relatado no depoimento acima com “às inúmeras manifestações diárias de seus membros, sobre os mais diversificados temas e circunstâncias, muitas vezes banais, pitorescas e até contraditórias às orientações da Santa Sé”. Diversos outros depoimentos apontam no mesmo sentido com reflexões sobre “o desafio das mídias sociais” e “encontrar harmonia entre as diversas vozes que trabalham na comunicação”.

Outro tópico importante apresentado nas respostas sobre o “desafio da comunicação católica” está relacionado à atualização/renovação que deve ocorrer em razão das “rápidas mudanças e transformações” no mundo das comunicações. Diversos depoimentos apontam que

são necessários, entre os desafios da Igreja, aprimoramentos e formações para que a comunidade possa lidar de forma construtiva e equilibrada com as redes sociais. Nessa perspectiva, a prática evangelizadora deve realizar cursos e seminários sobre comunicação a fim de se apropriar da dimensão estratégica das mídias.

Pensando justamente nessa perspectiva formativa e instrucional, perguntamos “qual o ritmo da recepção do Diretório de Comunicação da Igreja no seu Regional, Diocese e Paróquias”. Respostas:

27,8% - O Regional já distribuiu e promoveu encontros e seminários de estudos do Diretório junto aos seus agentes colaboradores;

33,3% - Apenas algumas Dioceses e paróquias já tiveram acesso ao documento (33,3%);

33,3% - As Dioceses e paróquias locais estão em fase de estudos e apropriação do documento;

5,6% - Outro: Somente algumas poucas paróquias que tem Pascom tiveram acesso ao Diretório, mas não houve um momento de estudo esperado.

É imperioso enaltecer que, entre as respostas possíveis dessa questão, constavam as seguintes opções: (1) *As dioceses e paróquias locais estão em fase de estudos e apropriação do documento* e (2) *O Regional ainda não teve acesso ao documento*. As respostas revelam, em última instância, que o Documento 99 é apropriado em diferentes formas e ritmos a depender da Regional e do contexto. Logo, podemos concluir que, embora haja deficiências de acesso e circulação, todos conhecem o material e sabem da orientação sobre a comunicação católica estipulada pelo Diretório. Para entender qual a importância do Diretório na percepção dos respondentes, elaboramos a seguinte questão:

Gráfico 5 - entrevistados apontam qual é a importância do Diretório

Fonte: Autor (2018).

As respostas indicam que os respondentes reconhecem o Documento 99 como um instrumento estratégico na formação e elaboração de ações comunicativas. Considerando os pressupostos da Educomunicação discutidos neste trabalho, percebemos que entre as respostas há elementos que indicam a presença das práticas educomunicativas na recepção do diretório. Os termos “planejamento colaborativo” (11,1%) e “orientações formativas” (educação para a comunicação, 38,9%) indicam que metade dos entrevistados estão em sintonia com as ideias de comunicação colaborativa e participativa, criando as condições para o desenvolvimento de ecossistemas comunicativos. Evidentemente que não é possível dizer se essa apropriação é feita em decorrência da presença do conceito de Educomunicação, mas a dimensão, no conjunto do material analisado nos formulários on-line, nos permite concluir nessa questão em particular que os pressupostos educomunicativos habitam, em algum nível, a percepção dos entrevistados ao responder sobre o Documento 99.

5.5 Relatório sobre a Educomunicação

Buscamos com o formulário on-line compreender especificamente qual é o sentido que os respondentes atribuem ao conceito de Educomunicação. Vejamos as respostas:

66,7% - Eu já conhecia o termo "Educomunicação" e considero enriquecedor

11,1% - Não conheço o termo nem sei o que significa para o documento

22,2% - O surgimento desse termo no documento estaria associado ao desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação

5,6% - A proposta educ comunicativa do documento está sendo correspondida na prática das comunidades

5,6% - Como na Arquidiocese poucas paróquias tem Pascom estruturada e as que têm, não estão recebendo formação da Pastoral da Comunicação.

5,6% - Há ainda um desconhecimento do termo por muitos agentes.

5,6% - Necessária competência crítica para leitura de textos midiáticos

5,6% - Ainda temos muito a caminhar e a aprender, neste campo.

5,6% - Ainda existe um desconhecimento do termo.

Assim como as 48 respostas do formulário on-line direcionado à Pascom, a maioria dos sujeitos respondentes afirma já conhecer o conceito de Educomunicação e, além disso, o consideram enriquecedor; 22,2% relacionam o conceito educ comunicativo ao movimento que classificamos anteriormente como “redimensionamento” proporcionado pela ascensão das tecnologias no cotidiano. Ou seja, os sujeitos buscam estruturas e respostas sólidas para lidar com um mundo em transformação, e o Diretório aponta caminhos, teóricos e práticos, para educar para a comunicação. Todavia, apenas 22,2% das respostas reconhecem essa dimensão no termo Educomunicação. É significativa também que apenas 11% dos respondentes afirmam não conhecer o conceito, o que nos possibilita concluir que, num grupo de lideranças católicas, com possíveis ascendência sobre as decisões e caminhos a serem seguidos no âmbito da comunicação, as práticas educ comunicativas já são reconhecidas.

As outras respostas indicam que é necessário ou (1) formação ou (2) percorrer um longo caminho para a apropriação adequada do conceito de Educomunicação, o que está de acordo com outros dados levantados nos formulários on-line: há carência, entre os agentes da comunicação católica, em termos de formação para o melhor esclarecimento do conceito de Educomunicação. Para aprofundar essa perspectiva, perguntamos no formulário “o que é

Educomunicação para você”. Era possível marcar mais de uma opção, afinal não queríamos limitar as possibilidades de entendimento sobre o conceito. As respostas foram as seguintes:

72,2% - Uma nova forma de fazer comunicação (e também educação), permitindo participação, diálogo e promoção da cidadania.

38,9% - Uma prática que possibilita diálogos e interações horizontais na gestão da comunicação

33,3% - Educação crítica para a utilização dos meios de comunicação

44,4% - A relação entre Comunicação e Educação que oferece possibilidades para lidar com os desafios das tecnologias da Comunicação

Com esse resultado, podemos reiterar a perspectiva “renovadora” que a Educomunicação pode trazer aos processos comunicativos da Igreja por meio dos dados colhidos a partir do formulário sobre o Documento 99. Há uma ideia em trânsito, tanto entre os agentes da Pascom como entre entrevistados das Regionais, que as práticas educomunicativas podem transformar estruturas e trazer melhores resultados. Tal perspectiva não representa, em contrapartida, que esse movimento já acontece “na prática”, pois os dados apresentados até aqui indicam que ainda há discrepâncias entre os pressupostos apresentados no Documento 99 e a ação prática dos sujeitos.

Com 44,4% das respostas, mais uma vez o tema das tecnologias da comunicação se apresenta com intensidade nas respostas. A “educação para a comunicação” e as novas formas de gestão da comunicação também estão presentes ao suscitar o conceito de Educomunicação, evidenciando que não há um desconhecimento acerca da Educomunicação. Pelo contrário, os pressupostos sistematizados pela pesquisa coordenada pelo prof. Ismar Soares no ano de 1999 e presentes em diversos tópicos do Diretório de Comunicação (conforme apresentado no capítulo 4) permeiam os significados atribuídos ao conceito de Educomunicação. O gráfico seguinte, resultado da última pergunta do formulário, sintetiza essa apropriação da Educomunicação.

Gráfico 6 - respostas sobre como a metodologia educomunicativa pode contribuir com a comunicação católica

Fonte: Autor (2018).

No gráfico, as opções de resposta “maior produtividade na elaboração de artigos religiosos” (nenhuma resposta) e “maior agilidade na comunicação ponta-a-ponta” (uma resposta apenas), certamente as respostas com os elementos mais funcionalistas - emissão/recepção - em termos de comunicação, não foram acionadas entre os entrevistados. As respostas que mais ocorreram relacionam a metodologia educomunicativa com aspectos como “maior participação” (44,4%), “gestão compartilhada” (27,8) e “colaboratividade na criação de projetos de comunicação” (16,7%). Os dados comprovam que, em termos gerais, a dimensão renovadora suscita a Educomunicação para elaborar novas perspectivas de participação e gestão dos processos comunicativos e permeia os significados atribuídos ao Documento 99, entre os respondentes. Trata-se do reconhecimento de que a metodologia educomunicativa pode propiciar o aproveitamento positivo das mídias, com processos renovadores para o uso dos mecanismos audiovisuais e tecnológicos para a utilização da Boa-Nova.

Há de se ponderar, em vista dos resultados e interpretações apresentadas acima, que, como já destacado nos capítulos anteriores, o conceito de Educomunicação presente no Diretório de Comunicação da Igreja evidencia uma intencionalidade de movimentos eclesiais interessados na apropriação e implementação das práticas educomunicativas. Porém, os pressupostos educomunicativos não são majoritários no Documento 99. Ainda é preponderante, no nosso entendimento, a perspectiva funcionalista de gestão comunicacional, apontando ações “práticas” para melhorar os “resultados da comunicação”. A observação desse paradoxo nos indica que, pelo conjunto de dados e depoimentos colhidos nesta etapa, existe um movimento

para renovar o tradicionalismo funcionalista hegemônico no âmbito da comunicação católica, mesmo que os pressupostos educacionais não sejam majoritários. Ao suscitar a Educomunicação, é possível notar um redimensionamento dos processos comunicativos com as referências recorrentes aos termos “participação”, “gestão compartilhada” e outros correlatos no conjunto dos dados colhidos com os formulários.

Podemos dizer, sem pretensões estatísticas, que verificamos aspectos significativos sobre a recepção do Diretório de Comunicação. Conforme apresentado anteriormente, conseguimos apreender impressões gerais sobre como o conceito educacional permeia as percepções dos entrevistados a partir da inter-relação com o Documento 99. Nos próximos capítulos aprofundamos, a partir das categorias de análise, os elementos aqui discutidos. Com isso, o objetivo é colocar à prova as hipóteses ventiladas e buscar respostas ao nosso problema de pesquisa a partir do cruzamento dos dados gerais encontrados nos formulários on-line com as entrevistas e dinâmicas em grupo.

6 PESQUISA EXPLORATÓRIA JUNTO AOS REGIONAIS DA CNBB

Como mencionado no capítulo anterior, consideramos insuficientes as 18 respostas obtidas no formulário on-line juntos aos Regionais da CNBB para avançar na construção do objeto de pesquisa. Na nossa avaliação, o universo pesquisado não permitiu que pudéssemos construir análises mais significativas em torno da recepção do Documento 99 nos Regionais. Nesse sentido, como parte do processo de qualificação da representatividade social de nossa investigação, visitamos in loco os seguintes Regionais da CNBB: Noroeste, Norte 2, Nordeste 1, Leste 1, Sul 1, Norte 3 e Centro Oeste. As visitas foram realizadas entre os meses de janeiro e abril do ano de 2018. Para os Regionais que não pudemos visitar presencialmente, criamos estratégias para, por meio de entrevistas realizadas de forma on-line, verificarmos as apropriações e sentidos atribuídos ao Diretório. O objetivo foi, em última instância, explorar as diversas nuances de recepção do Documento 99 num território vasto como o brasileiro.

Nesse sentido, duas estratégias foram cumpridas para esta etapa da pesquisa: (1) visitas in loco e (2) entrevistas realizadas à distância. Ao adotar tal estratégia, conseguimos contemplar em nossa investigação todos os Regionais da CNBB. O mapa a seguir ilustra a organização dos Regionais no país:

Mapa 1 - Regionais da CNBB distribuídos pelo território nacional

Fonte: Diretório da Liturgia e da Organização da Igreja no Brasil, 2017, p. 206.

Em razão das circunstâncias particulares de cada visita presencial aos regionais mencionados acima, tivemos diferentes instrumentos de pesquisa a depender de variáveis não controláveis, como a disponibilidade dos responsáveis e interlocutores dos Regionais. Nesse sentido, cada visita resultou em diferentes atividades, tendo, consequentemente, dados coletados de acordo com o local. Na sequência, portanto, estão apresentados os resultados das viagens, assim como as entrevistas realizadas sobre as condições particulares de recepção do Diretório. De caráter descritivo e exploratório, as visitas proporcionaram uma aproximação qualitativa sobre as diferentes realidades de recepção e circulação do Documento 99. Apresentamos, primeiro, os dados dos encontros presenciais para, depois, apresentar as entrevistas feitas à distância que nos revelam dados significativos sobre a recepção do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil em diferentes perspectivas.

6.1 Regional Nordeste 1¹⁹

A visita ao Regional foi realizada no primeiro dia de março. O coordenador regional da Pascom, Alex Ferreira, nos recepcionou em Fortaleza e pudemos conhecer a Catedral, o centro histórico de Fortaleza, o Mercado Central e o Centro Pastoral Arquidiocesano. Em Sobral, tivemos contato com diversas equipes da Pascom Arquidiocesana. Nosso objetivo era participar do 3º Muticom, Mutirão de Comunicação do Regional Nordeste 1 da CNBB, a se realizar nos dias 2 a 4 de março na cidade de Sobral, onde se reuniram as equipes da Pascom das Dioceses de todo o Regional, e ainda uma equipe representante da Pascom Arquidiocesana de Teresina, que pertence ao Regional Nordeste 4. Esse trabalho foi feito e está descrito no Capítulo 9 - Coleta de dados empíricos por dinâmica de grupo.

6.1.1 Resultados da visita - Regional Nordeste 1

- *Estruturas*²⁰: O Regional Nordeste 1 possui uma sede ampla próxima ao Centro Pastoral da Arquidiocese de Fortaleza, onde a Pascom tem seu espaço de atuação e articulação

¹⁹ O Regional Nordeste 1 é formado por 9 dioceses, no Estado do Ceará, província Eclesiástica de Fortaleza constituída em 1915: Arquidiocese de Fortaleza, Diocese de Crateús, Diocese de Crato, Diocese de Iguatu, Diocese de Itapipoca Diocese de Limoeiro do Norte, Diocese de Quixadá, Diocese de Sobral, Diocese de Tianguá. **Sede do Regional:** Fortaleza. Rua Felino Barroso, 405. **Presidente:** Dom José Antonio Aparecido Tosi Marques. **Vice-presidente:** Dom Angelo Pignoli. **Secretário:** Dom Antonio Roberto Cavuto. **Secretária-executiva:** Ir. Rosália Alencar Alves.

²⁰ Consideramos parte importante do trabalho descrever as estruturas dos Regionais pois pudemos verificar ao longo de nossa investigação que as condições materiais de recepção do Documento 99 são fundamentais para a circulação e abrangência do Diretório nos Regionais.

com as dioceses de todo o estado do Ceará. Dom José Antonio, Arcebispo de Fortaleza, é o presidente do Regional, e Dom José Vasconcelos, bispo de Sobral, é o Referencial para a Juventude e a Comunicação.

- *Participação*: Segundo relato dos participantes do 3º Muticom Nordeste 1, com exceção de uma diocese, Quixadá, o Regional conta com a cooperação ativa das equipes da Pascom das demais oito dioceses e Arquidiocese e suas assessorias de imprensa.

- *Conhecimento do assunto*: O Diretório está em fase de exploração pelas equipes, mas todas já tiveram acesso ao mesmo e o estão estudando. Pudemos verificar na visita que o conceito de Educomunicação já circula no Regional e que os membros da comunicação católica demonstraram apreço ao conceito, estando empenhadas em se apropriar de seu significado conceitual e da linguagem de sua metodologia.

- *Resultados observados*: As dinâmicas de grupo e as entrevistas realizadas atestam que o Regional está estudando as propostas da CNBB em seu Diretório de Comunicação. Disponibilizando vários canais de mídia em transmissão durante o Muticom, com a presença de equipes de jornalismo impresso, de WebTV e de RádioWeb, a Pascom do Regional demonstrou interesse e engajamento na educação do pessoal e investimento em suas práticas pastorais na comunicação.

6.1.2 Entrevista com Alex Ferreira

No trabalho realizado no Regional Nordeste 1, também entrevistamos²¹ Alex Ferreira, que, como já mencionado, ocupa o posto de coordenador da Pascom no Regional Nordeste 1, da CNBB. Pudemos verificar que, neste Regional, o Diretório de Comunicação está em fase de implantação por meio de formação contínua nas paróquias e comunidades. Das nove dioceses, seis já fizeram estudos sobre o Diretório de Comunicação. Tal constatação é relevante pois indica um esforço contínuo — desde 2014 — para que o documento possa ser apropriado no âmbito comunitário.

Em seu depoimento, Alex Ferreira narrou diversos processos de apropriação e estudos sobre o Diretório no Regional. Sobre a Educomunicação registramos um depoimento que sintetiza a inserção do conceito nas dioceses cearenses:

²¹ Como em outras etapas de nosso trabalho, a íntegra das entrevistas feitas junto aos Regionais consta como Anexo da presente tese.

Depoimento 1	Nós ainda temos um processo lento com a questão da Educomunicação. Em Fortaleza nós temos conhecimento de apenas um pequeno grupo, que é coordenado por uma amiga nossa, chamada Jocasta Pimentel. Ela trabalha esse conceito de Educomunicação e é radialista da Rádio Dom Bosco. Ela é quem vem desenvolvendo alguns trabalhos nesse sentido. O que são esses trabalhos? São reuniões, encontros, formações com pessoas que queiram conhecer a Educomunicação.
---------------------	--

Antecipando os resultados que apresentados no capítulo sobre as dinâmicas em grupo, podemos dizer que o depoimento de Alex Ferreira está sintonizado com os resultados apreendidos dos depoimentos dos membros da comunicação católica na Regional. Ou seja, a Educomunicação ainda é percebida como “novidade”, sendo que alguns que participaram da pesquisa ainda desconhecem o conceito. Em contrapartida, há um claro movimento de circulação e apropriação do conceito no Regional Nordeste 1. Evidentemente, reiteramos, nossa pesquisa é de caráter descritivo e exploratório, não sendo possível fazer generalizações sobre qualquer Regional. No entanto, nossas visitas, em comunhão com as entrevistas realizadas, nos permitiram cruzar informações que nos levam à essas conclusões sobre o processo de recepção do documento e, conseqüentemente, sobre a Educomunicação.

6.2 Regional Noroeste²²

A visita ao Regional foi feita em 20 de março do ano de 2018, começando por Porto Velho. Pe. Eduardo Fabiano de Souza, vigário Judicial do Tribunal Eclesiástico de Porto Velho, e também a secretária executiva do Regional Noroeste, Rita de Cássia Moura da Silva, nos receberam. O primeiro diálogo estabelecido foi sobre as condições estruturais do Regional, que, como já dito, têm implicações diretas sobre como os processos de circulação e recepção do Documento 99 são estabelecidos.

6.2.1 Resultados da visita - Regional Noroeste

- *Participação:* O Regional é composto por dioceses que estão localizadas a centenas de quilômetros de distância entre si, o que, por si só, já dificulta o encontro e participação de

²² Regional Noroeste concentra os Estados de Rondônia, Acre e Amazonas, tendo as dioceses: Arquidiocese de Porto Velho, Diocese de Cruzeiro do Sul, Diocese de Guajará-Mirim, Diocese de Humaitá, Diocese de Ji-Paraná, Diocese de Rio Branco e Prelazia de Lábrea

Sede do Regional: Porto Velho. Av. Pinheiro Machado, 1200. **Presidente:** Dom Bruno Pedron. **Vice-presidente:** Dom Joaquim Pertiñez Fernández. **Secretário:** Dom Benedito Araújo. **Secretária-executiva:** Rita de Cássia Moura da Silva Ferreira.

seus membros em iniciativas pastorais de conjunto. Quanto à Pastoral da Comunicação, o bispo referencial é Dom Joaquín Pertiñez Fernández, de origem espanhola, bispo de Rio Branco, a quem não pudemos visitar neste momento porque está a 511km de Porto Velho. Entre essas duas cidades não há voos diários diretos, e de carro, quando a estrada está transitável, apesar dos buracos e da chuva, leva-se em torno de 8 horas de viagem. Mas, para além da precariedade estrutural, o que mais se destaca na fala dos entrevistados do Regional é a inexistência de uma política de conjunto entre as dioceses do Regional que viabilize iniciativas pastorais permanentes, e isso inclui a comunicação que, por vezes, não é percebida como prioridade.

- *Estruturas*: O Regional Noroeste é a mais recente das circunscrições da CNBB, com apenas 8 anos de criação, e ainda não possui uma sede de representação exclusiva. O Regional foi criado a partir da subdivisão do Regional Norte 1, em primeiro momento decidido no ano 2000, durante a Assembleia do Regional Norte 1 em Manaus-AM. A decisão foi confirmada pela 39ª Assembleia Geral da CNBB ocorrida em Itaici, Indaiatuba-SP, no dia 19 de julho de 2001. O Regional ainda não possui uma rede articulada de mídia, mas tem retransmissoras de TVs católicas e emissoras de rádio, como a Caiari em Porto Velho, que viabilizam a comunicação nas longas distâncias pontuadas por pequenos vilarejos de moradores ribeirinhos.

- *Conhecimento do assunto*: Pudemos verificar que o Diretório é desconhecido pelas autoridades locais. Com exceção da secretária executiva do Regional, Rita de Cássia, e da secretária de pastoral da Arquidiocese, Nádia Moura, nenhum dos demais entrevistados teve acesso direto ao documento ou mesmo conhecimento prévio ao seu conteúdo. A Arquidiocese, porém, possui um Plano de Pastoral 2017-2020²³, impresso em 26 páginas. O processo de elaboração desse documento arquidiocesano, segundo informações de Nádia Moura, contou com a participação de irmãs Paulinas, que ofereceram oficinas de comunicação e apresentação do Diretório aos agentes de pastoral da Arquidiocese. Mas o Documento 99 da CNBB não está referenciado no Plano Arquidiocesano de Pastoral, embora o Plano cite outros documentos da CNBB como o 102 (Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil 2015 – 2019), o 47 (Educação, Igreja e Sociedade) e o 110 (Estudos da CNBB para a Educação). O Plano Arquidiocesano de Pastoral possui 3 prioridades que agrupam uma média de 4 projetos cada uma. A comunicação aparece no terceiro projeto da primeira prioridade, conforme o título “PROJETO 03 - Comunicação: instrumento para a Evangelização” apresentado da página 15 a 17 do Plano Pastoral. No tópico do projeto sobre o conteúdo a ser trabalhado, diz-se apenas “documentos da Santa Sé e da CNBB sobre os Meios de Comunicação”, não fazendo qualquer

²³ ARQUIDIOCESE DE PORTO VELHO. **Plano de Pastoral 2017 – 2020**. Porto Velho: APV, 2017.

referência a documentos específicos, nem aos pontifícios, nem mesmo ao Documento 99 da CNBB. Observando o próprio título do projeto, em que a comunicação é vista como instrumento, evidencia-se uma referência já ultrapassada do lugar da comunicação na Igreja Católica, apontando assim a carência de acesso com certa urgência às reflexões presentes no Diretório de Comunicação, que compreende a missão evangelizadora como prática comunicativa, colaborativa, participativa.

- *Resultados observados*: O Regional pareceu bastante desarticulado e ainda carente de apoio na aproximação ao Diretório e seu conteúdo. Os entrevistados e outros colaboradores pastorais demonstraram-se abertos, receptivos e dispostos a receber ajuda no processo de acesso ao conhecimento das propostas do Documento 99 e nos solicitaram apoio nesse sentido.

6.2.2 Entrevistas Regional Noroeste

No dia 21 de março, visitamos a Rádio Caiari AM de Porto Velho, de propriedade da Arquidiocese e entrevistamos o seu administrador, Pe. Geraldo Siqueira, que nos deu um depoimento sobre os desafios à frente da rádio, que está em fase de total reestruturação, migrando da modulação AM para FM e exigindo altos investimentos em recursos financeiros e humanos, ambos escassos na simplicidade da capital rondoniense. Em seu depoimento, ele apontou que o documento ainda é desconhecido pelos profissionais e agentes da comunicação católica local e precisa ser divulgado e promovido na região.

Também fez parte do itinerário em Porto Velho a visita à Cúria Arquidiocesana. Nesta ocasião, entrevistamos o Pe. João Marcos da Silva, coordenador de Pastoral da Arquidiocese e sacerdote diocesano de Volta Redonda, Rio de Janeiro, e desde 2015 está destacado para Porto Velho, prestando colaboração pastoral com a Arquidiocese. Em seu depoimento, foi relatado que não teve contato com o Documento 99 da CNBB, e com isso também ainda não conhece o conceito de Educomunicação. Pudemos verificar no processo que a coordenação de Pastoral está se reorganizando e buscando estruturar um caminho de reestabelecimento da Pastoral da Comunicação, que já existiu precariamente e que depois desapareceu. Essa é a perspectiva atual nesse âmbito.

Na tarde deste mesmo dia, também na Cúria Arquidiocesana, visitamos o Tribunal Eclesiástico de Porto Velho e entrevistamos o Pe. Eduardo Fabiano de Souza, Vigário Judicial da Arquidiocese. O padre Eduardo é paulista de Novo Horizonte, mas pertence ao clero de Porto Velho, ordenado sacerdote há doze anos. Segundo ele, o impacto que o documento tem provocado no seu serviço pastoral ocorre via outros documentos eclesiais que acabam sofrendo

influência do Diretório de Comunicação em suas perspectivas de trabalho. Mas o conteúdo do próprio documento em si e o conceito de Educomunicação, ainda são para ele desconhecidos.

Ao fim da tarde deste dia, entrevistamos o Pe. Filip Cromheecke, belga, Vigário Geral da Arquidiocese de Porto Velho e diretor espiritual do Seminário São João XXIII. Ele é o padre que assume a voz pela Arquidiocese na ausência do Arcebispo, que naquele momento se encontrava ausente. Apesar das inúmeras atividades pastorais, comuns aos poucos padres no Regional e na Arquidiocese, padre Filip confidenciou-nos que sua preocupação maior é contribuir para a formação de padres nativos da Amazônia, porque a Igreja local ainda conta com a presença de muitos padres de fora e que não se mantêm na região, trazendo instabilidade para um trabalho pastoral permanente. Quanto à sua experiência com o Documento 99 da CNBB, padre Filip afirmou que também ainda não teve contato e nem sequer sabia da existência do documento, e consequentemente, também não tinha conhecimentos no que se refere ao seu conteúdo e à presença do conceito de educomunicação e seu sentido para as práticas comunicativas da Igreja. Quanto à Pastoral da Comunicação, há perspectiva de reassumirem seus trabalhos a partir dos planos de pastoral da Arquidiocese.

6.3 Regional Oeste 2²⁴

A visita ao Regional foi realizada em 22 de março no ano de 2018, em Cuiabá. Fomos recebidos por Leandro Faneli, funcionário da Assessoria de Comunicação do Regional Oeste 2. Numa dinâmica de entrevista coletiva, coletamos dados junto ao Arcebispo de Cuiabá, Dom Milton Antonio dos Santos, à coordenadora da Pascom do Regional Oeste 2, Caline Maria, ao funcionário da Assessoria de Comunicação do Regional Oeste 2, Leandro Faneli, e ao Secretário-executivo do Regional Oeste 2, Pe. Jair Fante – que, mais tarde, foi entrevistado de forma individual, pois sua participação na dinâmica coletiva foi interrompida.

²⁴ Regional Oeste 2 é composto pelo Estado do Mato Grosso, província Eclesiástica de Cuiabá constituída em 1910, tendo as dioceses: Arquidiocese de Cuiabá, Diocese de Barra do Garças, Diocese de Diamantino, Diocese de Juína, Diocese de Primavera do Leste-Paranatinga, Diocese de Rondonópolis-Guiratinga, Diocese de São Luiz de Cáceres, Diocese de Sinop, Prelazia de São Félix do Araguaia (A Prelazia de São Félix do Araguaia sairá do Oeste 2 e será incorporada ao Regional Norte 3 a partir da 56ª Assembleia Geral da CNBB de 11 a 20 de abril de 2018, em Aparecida, onde essa passagem será oficialmente declarada). **Sede do Regional:** Cuiabá. Rua Teresa Lobo, 399. **Presidente:** Dom Neri José Tondello. **Secretário:** Dom Protógenes José Luft. **Secretário-executivo:** Pe. Jair Fante.

6.3.1 Resultados da visita - Regional Oeste 2

- *Estruturas*: O Regional Oeste 2 apresenta a ampla e sólida estrutura da sua Sede. Ela abriga o serviço de acolhimento e formação para os agentes de pastoral de todas as dioceses do Regional e assessores de cursos do Brasil e do Mundo que para lá se dirigem com essa finalidade. Esse serviço chama-se CENE (Centro Nova Evangelização). Mantido por todas as dioceses do Regional, ele dá suporte a todas as atividades pastorais que precisem de apoio em Cuiabá. Bem localizada, a 300 metros da rodoviária de Cuiabá, a Sede é rota de passagem de inúmeros missionários que se hospedam por horas ou dias e ponto de encontro para todas as dioceses, por estar no centro geográfico do Regional.

- *Participação*: A visita nos esclareceu que o Regional está articulado. A entrevista coletiva e os suportes de mídia apresentados em nosso encontro não deixam dúvidas dos passos que o Regional está dando em termos de comunicação. Apesar de neste momento o Regional estar elaborando seu primeiro Muticom, previsto para se realizar ainda este ano de 2018, este Mutirão de Comunicação que reúne todas as suas dioceses, é, na verdade, o fruto amadurecido de todo o longo percurso de construção que a nossa visita está descortinando. O Regional está nos apresentando uma proposta de comunicação de qualidade, construída no diálogo e no caminho histórico do tempo, pretendendo agora fortalecer ainda mais suas bases, oferecendo formação específica às equipes da Pascom de sua Arquidiocese, dioceses e suas assessorias de imprensa.

Prova disso ocorreu entre os dias 30 de setembro e 01 de outubro de 2017, quando o Regional promoveu em sua sede um encontro com os agentes da Pascom de todas as suas dioceses. “O encontro, que começou no sábado de manhã e terminou no domingo, definiu como meta o encaminhamento de um projeto da Pascom para o Regional Oeste 2, além do planejamento de um Mutirão de Comunicação, envolvendo todos os agentes do Regional, previsto para acontecer nos dias 05 e 06 de maio de 2018. O objetivo maior do encontro é que a partir de agora as ações dos agentes da Pascom sejam centradas na interação com todas as demais pastorais, numa comunicação baseada na liturgia, na espiritualidade, na formação e evangelização. “Criar comunhão e comunicar para todos são missões dos agentes da Pascom”, completou o padre Jair Fante²⁵.

²⁵ Fonte: <http://www.paroquiadorosariomt.com.br/2017/10/agentes-da-pascom-do-regional-oeste-2.html>. Acesso em: 07 abr. 2018.

- *Conhecimento do assunto*: O Diretório já foi assumido pelas “Diretrizes da Pastoral da Comunicação na Arquidiocese de Cuiabá 2017 – 2021” e está em plena fase de acesso e exploração pelas equipes de base, pois nem todas ainda tiveram acesso ao mesmo e/ou o estão estudando, devido às longas distâncias e também porque somente agora esse processo de acessibilidade está sendo melhor estruturado e concluído no Regional. O conceito de Educomunicação parece ter sido bem acolhido pelos entrevistados, que, embora ainda não o tenham conhecido, demonstraram boa vontade na recepção ao vocábulo e estão empenhados em empoderar-se de sua sistematização conceitual e linguagem metodológica.

- *Resultados observados*: O Regional não só se mostrou consonante às propostas da CNBB nacional em seu Diretório de Comunicação, como também demonstrou ter atualizado e incorporado as propostas das diretrizes nacionais do Diretório em seu plano pastoral, especialmente arquidiocesano. As perspectivas nos pareceram promissoras em vista de um empreendimento de qualidade na educação do pessoal e investimento na metodologia educ comunicativa nas práticas pastorais da comunicação católica local.

6.3.2 Entrevistas Regional Oeste 2

Na dinâmica coletiva, o Arcebispo explicou sua longa trajetória de experiência na comunicação advinda das práticas salesianas no cuidado com a educação dos jovens, próprio do carisma de sua congregação religiosa, e de como essa experiência tem influenciado o seu compromisso com o conhecimento e a implantação das propostas comunicativas da CNBB no Regional Oeste 2, a começar pelas diretrizes pastorais da própria Arquidiocese de Cuiabá. Ele nos apresentou dois subsídios produzidos na Arquidiocese: (1) “Documento Conclusivo do Sínodo Arquidiocesano de Cuiabá”²⁶, impresso em 120 páginas, registrando o evento promovido pela Arquidiocese de 10 de junho de 2004 a 22 de maio de 2008, com o tema “Sínodo, uma grande rede-comunhão” e (2) o lema “Casa e escola da comunhão”. Esse documento trata da teologia da comunhão eclesial no serviço missionário da evangelização e do testemunho e incentivo às vocações, e traz breves referências explícitas ao campo da comunicação, mas compreendidas como aplicação de meios técnicos da comunicação como instrumentais da vida pastoral nos números 98 a 100 (pp. 34-35), reafirmando a proposta no número 128 (p. 41).

²⁶ SANTOS, M. **Sínodo, uma grande rede-comunhão**: documento conclusivo do Sínodo Arquidiocesano de Cuiabá. Campinas: Arte Brasil Editora, 2008.

O documento confirma a existência da Pastoral da Comunicação na lista de suas organizações na pág. 47, e, dos números 150 a 152 (p. 84), ele propõe, como forma de transformação social, “divulgar e valorizar a comunicação alternativa e fortalecer uma comunicação eficaz e democrática entre os atores sociais populares. Incentivar escolas de formação fé e política, com metodologia popular, abertas à participação de todos. Com base na Doutrina Social da Igreja, colocando em prática a ‘pedagogia da presença’”.

Estas últimas referências no documento do sínodo cuiabano, já em 2008, dão conta dos fluxos educomunicativos nas bases políticas da Igreja Católica local e que estarão representados na emergência do conceito de educomunicação no Documento 99 da CNBB. Nesse período o Diretório de Comunicação já estava no seu quinto ano de elaboração e pesquisa, e Dom Milton Santos afirmou que também colaborou com sugestões na construção das argumentações textuais nesse processo. Corroborando a fala do Arcebispo Metropolitano de Cuiabá, ele nos entregou também o segundo documento produzido pela sua Arquidiocese: “Diretrizes da Pastoral da Comunicação na Arquidiocese de Cuiabá 2017 – 2021”²⁷, impresso em 74 páginas. Esse documento, pudemos constatar, constitui um importante aspecto sobre a comunicação católica na região.

Fruto das inspirações do sínodo iniciado em 2004, e também já enriquecido pelo próprio Documento 99 da CNBB, esse documento cuiabano chega em 2017 trazendo 30 capítulos dedicados à reflexão e à ação da comunicação articuladas na vivência pastoral da Arquidiocese de Cuiabá.

Vale destacarmos que um documento desse porte é muito raro nas Igrejas católicas locais. Trata-se de um documento específico sobre as diretrizes da comunicação nas práticas locais na linha de reflexão e aplicação das diretrizes nacionais da CNBB em seu Diretório. Um documento dessa natureza não encontramos nem mesmo nos Regionais, e tanto mais raro ainda nas arquidioceses e dioceses. Portanto, identificamos no documento de Cuiabá uma resposta primorosa às inspirações do Documento 99 da CNBB.

As diretrizes da comunicação católica cuiabana seguem o modelo de propostas, reflexões e ações sugeridas pelo Diretório nacional, mas valorizando as contribuições advindas do sínodo local. Ainda, segundo Dom Milton, mais uma das contribuições do Sínodo de Cuiabá foi a inspiração para outras Dioceses no Brasil, como a Arquidiocese de São Paulo, que se

²⁷ SANTOS, M. **Diretrizes da Pastoral da Comunicação na Arquidiocese de Cuiabá 2017 – 2021**. Cuiabá: Assembleia Arquidiocesana de Cuiabá, 2017.

motivou a realizar o seu primeiro sínodo, convocado e preparado ao longo de 2017 e aberto no dia 24 de fevereiro de 2018²⁸.

Na manhã do dia 23, demos sequência à organização do material coletado nas viagens. O Pe. Jair Fante nos concedeu entrevista exclusiva, relatando suas atividades junto à sede da Regional Oeste 2, as produções e assistência que o Regional oferece pastoralmente às dioceses que o compõem. Em termos de assistência pastoral, enquanto secretário-executivo do Regional, além dos atendimentos burocráticos, ele viaja realizando cursos formativos junto às dioceses que para serem acessadas se faz necessário romper centenas de quilômetros de estradas de chão. Em termos de suportes produzidos pelo Regional, ele nos apresentou um subsídio impresso em 45 mil exemplares, o mais utilizado e com maior penetração em todas as dioceses: “Roteiro para Reflexão”. Ele nos concedeu para avaliação um exemplar de 2017²⁹, porque o subsídio é publicado sempre no segundo semestre do ano com um tema específico. A publicação se compõe de 16 encontros, dispostos em 66 páginas, construídos pela equipe regional de colaboradores. Cada encontro traz uma temática que é refletida em dinâmica de grupos nas comunidades e enriquecida com textos bíblicos, orações, cantos, bênçãos e símbolos da cultura popular local. De acordo com o Pe. Jair Fante, mesmo com pontuais produções radiofônicas, televisivas e de redes sociais, esse impresso é o principal veículo midiático de apoio do Regional junto às dioceses, atualmente, devido à sua penetração e acessibilidade nas comunidades encravadas nos rincões mais distantes das dioceses.

6.4 Regional Norte 3

A visita ao Regional Norte 3, em Palmas, foi realizada em 18 de maio. Pudemos verificar que o Regional tem o desejo de conceber um projeto de comunicação que parta da base, isto é, das comunidades e paróquias até as dioceses e Regional. Nesse sentido, as metodologias conceituais da Educomunicação podem oferecer um grande apoio para concepção inicial de um projeto piloto, o que certamente redundaria numa imersão e residência do educador e sua equipe por um certo tempo nas realidades locais. Constitui-se, realmente, um grande desafio a aquisição dos recursos técnicos necessários para a execução de um possível planejamento desse porte na diversidade das comunidades do interior das dioceses do Regional Norte 3.

²⁸ Disponível em: <http://www.osaopaulo.org.br/noticias/sinodo>. Último acesso às 10:30 do dia 09 de abril de 2018.

²⁹ CNBB Regional Oeste 2. **Igreja: lugar da animação bíblica da vida e da pastoral**. Roteiro para reflexão. Agosto a novembro de 2017.

Passamos a descrever os detalhes que envolvem o Regional.

6.4.1 Resultados da visita ao Regional Norte 3

- *Estrutura:* O Regional possui apenas uma emissora de Rádio que pertence à Arquidiocese de Palmas. Não possui qualquer participação em TVs. Cada diocese possui, no entanto, algum site ou ao menos uma página de rede social e também algum agente pastoral cobrindo os eventos locais. O Regional, porém, tem uma página, que segundo Dom Romualdo, está sem manutenção. Dom Philip lembrou que as dioceses geralmente têm participação em espaços e programas nas rádios locais e comunitárias.

- *Participação:* O Regional tem pouca iniciativa de trabalho em conjunto voltado para a comunicação. Geralmente, promove eventos formativos para as diversas pastorais das dioceses.

- *Conhecimento do assunto:* O Regional enviou agentes pastorais a Brasília para participarem da apresentação do Diretório tão logo foi publicado em 2014 pela Assessoria de Imprensa da CNBB Matriz. Segundo Dom Philip, muitos desses agentes se dispersaram e já não estão mais colaborando nas pastorais. Os bispos e agentes têm conhecimento da publicação, mas ainda não têm profundidade no conteúdo e suas aplicações.

- *Resultados:* O Regional é recém-criado. Foi instalado em 2013 e é constituído por apenas 5 dioceses, contando, portanto, com poucos bispos para a distribuição das tarefas comuns às dioceses. Esse número reduzido de bispos, somado às distâncias e às condições financeiras, torna o trabalho de animação pastoral do Regional moroso e exaustivo.

6.4.2 Entrevistas Regional Norte 3

Como parte do trabalho de investigação, entrevistamos Dom Philip Dickmans, bispo de Miracema do Tocantins e presidente do Regional. O foco das perguntas feitas esteve nas práticas comunicativas em sua área pastoral e nas contribuições do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. Nas respostas, pudemos constatar que Dom Philip Dickmans sabe que Dom Romualdo Kujawski, bispo referencial para a comunicação no Regional, “fez vários encontros com os responsáveis pela Pascom nas dioceses e também tratou sobre o novo Diretório da comunicação”. Segundo ele, no âmbito do Regional, não é fácil organizar a equipe. Foram feitas várias tentativas que não tiveram sucesso. Em contrapartida, ele afirma que todas as dioceses locais possuem alguma instrumentação de comunicação:

Depoimento 1	Posso falar especificamente pela minha, mas cada uma delas também tem lembrado e aplicado as propostas do novo Diretório. Recordo, inclusive, que aqui em Palmas a Arquidiocese tem uma boa equipe e uma rádio que pertence a ela. Assim, também, várias dioceses aqui do estado de Tocantins têm participação ao menos em rádios locais comunitárias.
---------------------	--

Sobre o desenvolvimento da comunicação católica, verificamos nas respostas de Dom Philip Dickmans que as paróquias desenvolvem trabalhos específicos a partir da utilização das tecnologias. Ele destacou inclusive que, “em muitos casos, as nossas paróquias também possuem páginas em redes sociais por meio das quais realizam transmissões ao vivo via celular”. E acredita, no entanto, que há uma necessidade muito grande de avanço, mas “um avanço a não ser esperado apenas da parte do bispo referencial, mas também de nós demais bispos”. Quanto à sua visão sobre a compreensão que o diretório traz acerca da comunicação católica, ele disse que

Depoimento 2	O que para mim mais se destacou dos objetivos do Diretório é o desafio de uma pastoral integrada entre as redes católicas de rádio, televisão e portais, no sentido de promover uma comunicação qualitativa. Outro aspecto que pode ser destacado é o diálogo da Igreja com a mídia secular. Percebe-se que, no decorrer dos anos, os canais de comunicação católicos se fazem presentes na Assembleia dos bispos, não ocorrendo mais o mesmo com as emissoras privadas de rede nacional que tradicionalmente também compareciam às Assembleias Gerais da CNBB.
---------------------	---

Dom Philip acredita que a publicação do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil confirma que a comunicação hoje é fundamental para a evangelização. “A comunicação, especialmente, via redes sociais, hoje, atinge incomparavelmente mais pessoas do que as nossas capelas, as nossas igrejas”. Nesse sentido, segundo ele, o Documento 99 “valoriza este novo tempo, especialmente marcado por constantes e profundas mudanças”. A partir dessa constatação, o Diretório buscava atender “a uma exigência pedagógica que traga qualidade para a formação dos agentes pastorais e profissionalismo na produção de peças comunicativas que possam falar a linguagem do povo católico”.

Nesse sentido, assim como em outras etapas da pesquisa, pudemos verificar que a preocupação com os desafios da comunicação contemporânea, que envolve as novas tecnologias e as novas formas de se relacionar no mundo, também são objeto de interesse da liderança do Regional Norte 3 ao suscitar o Documento 99. Nesse sentido, perguntamos ao presidente do Regional Norte 3 se ele se havia atentado para a presença do conceito de

Educomunicação e suas propostas metodológicas nos capítulos do Diretório. A resposta indicou que ele não se recordava da expressão no interior do documento. Quanto aos impactos da publicação do Diretório sobre o planejamento de comunicação para o Regional, disse:

Depoimento 3	<p>Tenho certeza que se nós conseguíssemos aplicar o documento...</p> <p>E não é apenas este aqui da comunicação. Tantos outros documentos da Igreja também têm dificuldade de serem compreendidos pelas comunidades. Temos aí um problema a ser enfrentado: os documentos da Igreja, todos eles, passam por um trabalho de preparação muito grande, o que revela a seriedade com que são construídos os documentos da CNBB, e eu posso confirmar cada fase do processo por que passam esses documentos. Todo esse trâmite, porém, os leva a carecer de uma “tradução popular”, dada a linguagem formal com que são produzidos.</p> <p>Muitas vezes, o conteúdo é tão bem elaborado, tão denso que reduz o acesso ao católico comum e ao agente de pastoral.</p>
---------------------	--

6.5 Regional Centro-Oeste

No dia 17 de maio de 2018 pudemos visitar o Regional Centro-Oeste. Entrevistamos Dom Messias Silveira, presidente e bispo referencial para a Comunicação do Regional Centro-Oeste, Dom Levi Bonatto, vigário para a comunicação na Arquidiocese de Goiânia, e o Irmão Diego Joaquim, coordenador da Pascom no Regional. Dom Messias tem 59 anos, é bispo de Uruaçu-GO e mora nessa cidade, localizada a 285 km de Goiânia. Dom Levy Bonatto, 61 anos, mora em Goiânia e o Irmão Diego Joaquim, 35 anos, mora em Brasília.

A partir da participação desses três responsáveis pela comunicação no Regional, e com a nossa observação de como estão articulados, a pesquisa nos apresenta um panorama da estrutura e organização da comunicação no Centro-Oeste.

6.5.1 Resultados Regional Centro-Oeste

- *Estrutura:* O Regional possui apenas emissoras de Rádio como instrumentação de comunicação, pertencentes à Diocese de Jataí e Diocese de São Luís de Montes Belos, um jornal impresso, “Encontro”, na Arquidiocese de Goiânia e equipamentos de retransmissão das TVs católicas em rede no Brasil, mas não possui nenhum canal próprio. Cada diocese, possui, no entanto, algum site ou ao menos uma página de rede social e também algum agente pastoral cobrindo os eventos locais.

- *Participação:* O Regional está movimentado pela preparação do 11.º MUTICOM – Mutirão Brasileiro de Comunicação a ser sediado em Goiânia em 2019. O 10.º evento nacional ocorreu em Joinville-SC em agosto de 2017.

- *Conhecimento do assunto:* O Diretório foi apresentado ao Regional tão logo foi publicado em 2014 pela Assessoria de Imprensa da CNBB Matriz. Os bispos e agentes têm conhecimento da publicação, mas ainda não têm profundidade no conteúdo. Dos entrevistados, somente o irmão Diego demonstrou mais domínio sobre as propostas do Diretório.

- *Resultados:* A articulação do Regional é feita via site e a revista “Uma Voz no Centro-Oeste”. Além dos encontros formativos programados, reunindo as dioceses que o compõem, o Regional ainda carece de uma integração melhor em suas ações comunicativas, o que pode ser viabilizado por investimento em tecnologia e metodologia educativa. De qualquer modo, o Regional já conta com um Projeto de Comunicação que está em vigor, mas um dos destaques das entrevistas realizadas na visita é que a sensibilização do clero para o tema pode ser a chave para o desenvolvimento qualitativo das propostas do Diretório para as dioceses, paróquias e comunidades do Centro-Oeste.

6.5.2 Entrevistas Regional Centro-Oeste

Segundo Dom Messias, o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil “é bastante esclarecedor no sentido de ajudar a comunicação acontecer gerando a paz. Nele e a partir dele a Igreja pode se nortear nas suas dinâmicas de comunicação da alegria do Evangelho. Tem ajudado bastante”. Em termos de inovação no campo da comunicação católica, para ele, o Documento 99 “significa um avanço no sentido de oferecer uma orientação segura e oficial da Igreja”.

Quanto à sua reação diante do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório, bem como sua opinião sobre a inserção que o Diretório faz deste conceito, Dom Messias disse ter tido uma “reação positiva” e acredita que o conceito “motiva para a compreensão e o exercício prático”. Quando perguntado sobre que sentido ele vê na presença do conceito de Educomunicação no Documento 99, respondeu que “o documento é amplo e chama a atenção para ampliar a comunicação e a acolher de forma crítica o que a mídia apresenta, especialmente neste tempo forte de Fake News”.

Quanto às suas referências pessoais acerca do conceito de Educomunicação, Dom Messias respondeu que “se remete ao que está no glossário do Diretório”, uma evidência de que este é seu único contato com o conceito.

A sua visão de como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação é de que esteja “especialmente procurando fazer uma comunicação verdadeira e de forma positiva”.

Perguntamos a Dom Messias que impactos a Educomunicação traz ao planejamento pastoral e comunicacional da Igreja e ele nos respondeu, pelo ofício de referencial para a comunicação, que “cada Diocese se organiza na forma particular. O Regional apenas oferece orientações”. E quanto às perspectivas de futuro para o trabalho educamunicativo na comunicação católica para os próximos anos, Dom Messias respondeu:

Depoimento 1	A comunicação não para e nem pode parar. Continuaremos especialmente ajudando às Pascoms a se organizarem. No nosso Regional temos tido um bom trabalho reunindo muitas pessoas interessadas. Estamos fazendo Mini Muticoms nas dioceses, uma vez que Goiânia vai acolher o Muticom Nacional em 2019. Outra atividade que envolve todo o Regional é a Jornada de Comunicação que realizamos.
---------------------	--

Apesar de destacar a intensidade da agenda de atividades previstas para um futuro próximo, ele não tocou nas metodologias da Educomunicação.

Perguntamos, então, sobre outras considerações relevantes no processo de construção do Documento 99 e da contribuição que Diretório traz para a comunicação da Igreja no Brasil, ao que nos respondeu que “o Documento 99 foi pensado por uma comissão, submetido aos Bispos para análise, cortes e acréscimos e foi aprovado pelo Conselho Permanente da CNBB”, ou seja, trata-se de uma palavra referendada por toda a Igreja no Brasil.

Dom Messias concluiu a entrevista com uma observação que julgou importante: “não pude contribuir melhor com a entrevista por me faltar mais conhecimentos da área. O fato de ser o bispo referencial não significa que eu seja especializado no assunto. Tentamos crescer juntos. Entretanto a entrevista despertou curiosidade. Espero no futuro entrar mais neste campo”, dando a entender sua abertura para o aprofundamento ao conhecimento e às práticas educamunicativas propostas pelo Diretório.

O segundo depoente de nosso trabalho, Dom Levi Bonatto, é o bispo referencial da comunicação na Arquidiocese de Goiânia e nos concedeu entrevista atendo-se aos capítulos 9 e 10 do Diretório. Para ele, o impacto que a publicação do Diretório lhe causou “foi, ao mesmo tempo, uma grande surpresa e uma grande alegria, porque era necessário que nós tivéssemos um documento como este para, principalmente, orientar a comunicação católica no Brasil”. Segundo ele, era necessário que os agentes de pastoral tivessem acesso a um melhor conhecimento sobre a cultura da comunicação de modo geral.

Ele se diz contente com a experiência que vem sendo realizada na Arquidiocese de Goiânia e a qualifica como “muito boa” porque no momento em que o Diretório foi apresentado, “muitos agentes da pastoral da comunicação resolveram estudar o documento e assim se aperfeiçoarem e se especializarem”.

Dom Levi identifica a modernização da comunicação católica como a grande novidade que o Diretório traz para a Igreja no Brasil: “a Igreja precisa estar presente nesse processo de evolução das comunicações”. Para ele, o Diretório “é um marco muito importante na história da comunicação da Igreja no Brasil, pois ele traz algo que estava sendo necessário com relação a essa modernização no anúncio da Palavra de Deus”.

Perguntamos, então, sobre a sua percepção do Conceito de Educomunicação, e ele respondeu, vinculando o conceito à proposta de “educar para a comunicação”:

Depoimento 2	Achei muito interessante, porque, de fato, para se trabalhar na Pastoral da Comunicação é necessário que se tenha formação, não basta ter boa vontade ou disponibilidade. É nesse sentido que este conceito, introduzido no Diretório, me parece muito interessante, na forma de capacitar as pessoas para que elas produzam informação de melhor qualidade. A partir daí, compreende-se que objetivo do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil vai muito além da produção de folhetins, de murais e outros informativos publicados nas comunidades. O conceito de Educomunicação vem colaborar com esse objetivo do Diretório na atualização dos agentes pastorais e dos meios que eles utilizam para comunicar, que devem ir além dos meios tradicionais impressos até chegar aos meios eletrônicos das redes sociais com suas linguagens mais modernas.
---------------------	--

Dom Levi destacou que, com relação ao processo de atualização e capacitação dos agentes de pastoral, o Regional Centro-Oeste está se preparando em todas as dioceses para a realização do 11.º MUTICOM – Mutirão Brasileiro de Comunicação que vai acontecer em 2019, a ser sediado pela Arquidiocese de Goiânia. Esse processo de preparação consiste na realização de pequenos mutirões de comunicação em cada diocese, e a finalidade desses encontros nas dioceses do Centro-Oeste “é trazer as novidades, captar ideias novas” compartilhadas pelos agentes que trabalham nas Pascons diocesanas, paroquiais e comunitárias.

Respondendo à maneira como o agente pastoral pode desenvolver a Educomunicação no seu ambiente de trabalho Dom Levi acredita que “é exatamente sabendo fazer um diagnóstico para reconhecer o que comunicar e a quem comunicar”. Ele dá como exemplo prático dessa necessidade de gestão da comunicação o jornal arquidiocesano “Encontro”:

Depoimento 3	A cada semestre vem diminuindo a tiragem por falta de um conhecimento preciso do perfil dos nossos leitores que são o público deste informativo. Doutra parte, sabemos
---------------------	--

	que o site da Arquidiocese tem recebido um número cada vez maior de acessos, devido às músicas litúrgicas nele disponibilizadas. Diante disso, vemos a importância de que os nossos agentes de comunicação se especializem e se capacitem nesse diagnóstico, inclusive. Assim, o Diretório veio para ajudar e ajuda muito. As pessoas não podem mais ser dizerem sozinhas.
--	--

Dom Levi enfatiza que no ano de 2014, lançamento do Diretório, foram promovidos na Arquidiocese de Goiânia, e também em todo o Regional, dias de estudos para apresentar o Documento 99, “foi algo que tocou as pessoas e muita gente se viu ajudada com o Diretório”, diz. Ele relatou, inclusive, que, “em algumas paróquias, o Diretório despertou o interesse pela comunicação. Muitas pessoas simples e de outras áreas de trabalho encontraram no Documento 99 acolhida e animação para desenvolver a Pastoral da Comunicação em suas comunidades”.

No que se refere à organização e colaboração das dioceses no Regional Centro-Oeste, Dom Levi acredita que todas elas se encontram de algum modo bem estruturadas no campo da comunicação: “pelo menos todas elas têm um bom site e mídia sociais” Segundo ele, “nem todas possuem jornal impresso e nenhuma das dioceses do Regional possui uma emissora de televisão. O que temos são retransmissoras, mesmo aqui em Goiânia. O mesmo se dá com relação às rádios”.

Quanto às emissoras católicas de rádio, segundo Dom Levi, só existem em duas dioceses de todo o Regional: Diocese de Jataí e Diocese de São Luís de Montes Belos. Com isso, “temos dificuldade de transmitir as nossas programações locais”, com raras exceções nas solenidades em que as retransmissoras locais entram em rede nacional. Em termos de instrumento de comunicação que facilite o trabalho de integração no Regional existe apenas uma revista chamada “Uma Voz no Centro-Oeste”. E Dom Levi observa que “são as dioceses de todo Regional que alimentam o site do Regional com artigos e notícias” e nota que “é dessa colaboração que surge a oportunidade de vermos as iniciativas pastorais que cada Diocese está promovendo”.

O irmão redentorista Diego Joaquim foi o terceiro depoente no processo de investigação no Regional Centro-Oeste. Na conversa sobre o impacto que a publicação do Diretório lhe causou, ele disse que na época trabalhava na equipe de assessoria de imprensa da CNBB em Brasília, e pode acompanhar o processo final da construção do Diretório, observando de longe as reuniões das comissões que estavam sob a assessoria da irmã Elide Fogolari e do padre Clóvis Andrade. Mas, em 2014, quando o Documento 99 foi aprovado, ele já não estava em Brasília, mas em Goiânia onde foi indicado para ser o coordenador da Pascom no Regional Centro-Oeste. Houve, então, um encontro assessorado pela Ir. Elide Fogolari e pelo Pe. Clóvis Andrade que

apresentaram o Diretório para o Regional, o que levou à construção de um “Projeto de Comunicação para o Regional Centro-Oeste, que ainda está em vigor e que será renovado apenas no final deste ano de 2018”.

O irmão Diego percebe no Diretório o fato de que ele “traz um norte, um caminho a seguir”. Quanto à sua visão sobre a compreensão que o Documento 99 faz da comunicação, irmão Diego diz entender “que o Diretório parte do pressuposto de que a comunicação é algo elementar da pessoa humana, de modo que o fundamento da comunicação católica são as práticas comunicativas das comunidades, e creio que essa é a marca do Diretório”. Segundo ele, “a ideia é especializar para qualificar a comunicação evangelizadora. Dessa maneira, se qualifica a prática comunicativa que já existe na ação evangelizadora da Igreja e nas comunidades”. Quanto ao planejamento de comunicação para o Regional, ele ressalta que quando a comissão da CNBB, no tempo da irmã Elide Fogolari e do Pe. Clóvis Andrade, aprovou o Diretório, eles visitaram todos os regionais da CNBB com a ideia de fazer em cada um deles um projeto de comunicação a partir da apresentação do Diretório, e tinham, inclusive, um modelo para iniciar o projeto, cuja implantação almejava tanto o regional quanto as dioceses e paróquias.

Sobre o conceito de Educomunicação, Ir. Diego respondeu que quando se deparou com o conceito no Diretório, ficou surpreso e percebeu que a Igreja tem a missão de ajudar os leigos a compreenderem os interesses que estão na base de produção de um produto midiático. Ele acredita que a Educomunicação tem a função de colaborar “para que não sejam simplesmente receptores passivos, mas que tenham um olhar atento e crítico aos valores que vêm embutidos nesses produtos”. E ressalta que “quando apareceu a proposta da Educomunicação, eu vi como algo libertador, no sentido de abrir os olhos da sociedade para a comunicação, e o Diretório nos apresentando uma prática, um caminho pra alcançar esse objetivo”.

Quanto à sua percepção do conceito de Educomunicação no planejamento pastoral, o irmão Diego observou que

Depoimento 4	A Pascom muitas vezes se perde no eixo produtivo: produzir, produzir, produzir. Então eu acredito que a Educomunicação está ligada ao eixo da formação. Os agentes da comunicação têm de ter essa capacidade e têm de colaborar na prática educamunicativa com outros agentes pastorais da comunidade. Assim, a Educomunicação coloca, quando aparece nos capítulos do Diretório, um desafio pastoral para a Comunicação na Igreja.
---------------------	---

No tocante às perspectivas de consolidação do conceito nas comunidades, ele acredita que é uma tarefa muito difícil, especialmente, devido à alta rotatividade dos agentes pastorais

no exercício de suas funções. Todos os anos muitos agentes saem das pastorais e novos agentes entram, exigindo atualização constante de todos os membros. Isso prejudicaria o processo de evolução natural que o conceito requer, pois, as pessoas não avançariam para os estágios consecutivos das metodologias propostas pela conceituação. Por vezes, poderiam fixar-se somente na análise crítica, mas não avançariam a curto e médio prazo para uma perspectiva criativa. Levando isso em consideração, “presumo que temos aí um longo tempo pela frente para melhor assimilação do conceito. E destaco, como um dos pontos-chave para esse processo, a formação do clero para o domínio do conteúdo do Diretório”.

O irmão Diego concluiu os depoimentos dizendo que, quanto à agenda colaborativa do Regional Centro-Oeste:

Depoimento 5	Não conseguimos ainda despertar todas as dioceses para a importância da comunicação na pastoral. Há diocese, infelizmente, em que aconteceu de os padres se voltarem pra mim durante um encontro formativo e me dizerem que a comunicação não é sua prioridade agora. Como cada diocese é autônoma na sua vida pastoral e no seu planejamento, temos de respeitar e acolher. Por outro lado, como o Regional sediará em 2019 o Mutirão Brasileiro de Comunicação, a nossa agenda está bastante intensa, pois estão sendo desenvolvidos nas dioceses do Regional os mutirões diocesanos como forma de preparação para o Nacional.
---------------------	--

6.6 Regional Norte 2

A visita ao Regional Norte 2 aconteceu entre os dias 9 e 16 de maio de 2018. Previamente em contato telefônico com o bispo referencial para a comunicação neste regional, Dom Alberto Taveira, ele declarou não ter condições de contribuir com a pesquisa. Por meio de diálogos telefônicos, conseguimos entrevistar a assessora de imprensa do Regional, Carolyne Rodrigues Franco, que nos respondeu a entrevista por e-mail. Em contrapartida, a Diocese de Santarém colaborou conosco nos enviando entrevistas com diversos agentes e líderes da comunicação local, inclusive durante a realização da 18ª semana Diocesana de comunicação ocorrida entre os dias 5 a 13 de maio de 2018.

A Diocese de Santarém foi por nós visitada no ano de 2014, onde, acompanhando o Prof. Ismar de Oliveira Soares, participamos da 14ª Semana de Comunicação Diocesana apresentando a Educomunicação na proposta elaborada pelo Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. No Regional Norte 2, pudemos ainda visitar em maio de 2018 a Diocese de Castanhal e a Prelazia de Marajó, que nos receberam para encontros formativos promovidos junto a seus agentes da Pascom e de pastorais.

A diocese de Castanhal nos convidou para assessorar o Encontro Diocesano da Pascom de 11 a 12 de maio de 2018. No dia 11, compartilhamos com os participantes a nossa trajetória na área da comunicação e o trabalho de pesquisa que temos realizado em nossas visitas aos regionais e dioceses pelo Brasil. No dia 12 fizemos a assessoria do tema “A Educomunicação no uso das novas tecnologias em tempos de Fake News”, vinculando o tema da nossa pesquisa com a mensagem do Papa Francisco para o 52.º Dia Mundial das Comunicações Sociais, celebrado por todo o mundo católico no dia 13 de maio de 2018. A partir dessa dinâmica, aproveitamos a ocasião para coletar dados significativos para a presente tese.

6.6.1 Descrição dos dados do Regional Norte 2

A Diocese de Castanhal é nova. Tem apenas 14 anos de criação. Possui seis foranias compostas de 25 municípios e 35 paróquias. As foranias são regiões pastorais de uma diocese. No caso de Castanhal, são elas:

Forania de Santa Izabel, que abrange a Paróquia Nossa Senhora do Rosário no município de Colares; as paróquias Santa Izabel de Portugal e Nossa Senhora de Fátima no município de Santa Izabel do Pará; a Paróquia Santo Antônio de Lisboa no município de Santo Antônio do Tauá; a Paróquia de São Caetano da Divina Providência no município de São Caetano de Odivelas e a Paróquia Nossa Senhora de Nazaré no município de Vigia de Nazaré.

Forania de São José, que abrange 9 paróquias no município de Castanhal: paróquias São José, Santa Cruz, Cristo Rei, Cristo Jovem, Santa Teresinha do Menino Jesus, Santa Maria Mãe de Deus, São João Paulo II e Beato Paulo VI.

Forania de Nossa Senhora do Rosário, que abrange a Paróquia de Nossa Senhora do Rosário no município de Curuçá; Paróquia São Vicente Ferrer no município de Inhangapi; Paróquia Nossa Senhora das Vitórias no município de Marapanim; Paróquia São Domingos de Gusmão no município de São Domingos do Capim; Pró-paróquia de São João Batista no município de São João da Ponta; Paróquia de Nossa Senhora do Livramento no município de Terra Alta.

Forania de Nossa Senhora Auxiliadora, que abrange as paróquias de São Sebastião e de São Jorge na Colônia do Prata no município de Igarapé-Açu; Paróquia Nossa Senhora de Nazaré no município de Magalhães Barata; Paróquia de São Miguel Arcanjo no município de Maracanã; Paróquia Nossa Senhora Auxiliadora no município de Santa Maria do Pará; Paróquia São Francisco de Assis no município de São Francisco do Pará.

Forania de São Pedro, que abrange a Paróquia de São Francisco no município de Nova Timboteua; Paróquia São João Batista no município de São João de Pirabas; Paróquia Nossa Senhora do Socorro no município de Salinópolis e Paróquia Nossa Senhora da Conceição no município de Santarém Novo.

Forania de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro, que abrange as paróquias de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro e de Nossa Senhora de Nazaré no município de Capanema; Paróquia do Sagrado Coração de Jesus no município de Peixe-Boi; Paróquia São João Batista no município de Primavera e Paróquia Nossa Senhora de Nazaré no município de Quatipuru.

O encontro reuniu agentes da Pascom, membros de diversas paróquias, que também apresentaram as características da comunicação local de suas foranias e comunidades na noite do dia 11 de maio. Cada participante fez sua apresentação pessoal e descreveu o perfil da Pascom na sua paróquia e área pastoral.

Todas as foranias da diocese acusam a presença da pastoral da comunicação. Mas nem todas as paróquias possuem este serviço pastoral. Como o caso da Paróquia Nossa Senhora do Rosário, na forania de Santa Izabel, município de Colares. Porém, mesmo sem uma pastoral estruturada, todas as paróquias possuem algum agente comunicador em posse de um dispositivo de rede social atuante.

A Diocese de Castanhal possui como veículos mais expressivos de comunicação:

- A TV Mãe de Deus, sediada na Catedral de Castanhal, com abrangência de 15 km de alcance de sinal, com produção mista entre a programação local e a grade de retransmissão da TV Nazaré da Arquidiocese de Belém.

- A rádio Mater Dei, FM educativa, com abrangência de 80 km de alcance de sinal, sediada no município de Vigia de Nazaré.

- O site diocesano: www.diocesedecastanhal.com

- O impresso “Jornal COM: comunhão, comunicação e compromisso”. A equipe da Pascom está estudando a reestruturação de entrega deste impresso, visto que não tem alcançado satisfatoriamente a comunidade de leitores, e acaba ficando empilhado sem uma logística adequada de divulgação. Em termos de integração com Regional Norte 2, os participantes declararam que não há uma integração planejada. A percepção deles é de que cada diocese trabalha isoladamente com os recursos de que dispõe, inclusive a Arquidiocese de Belém, que, por vezes, não comunica às demais dioceses os encontros formativos dos quais poderiam participar. O Regional Norte 2 possui uma coordenação para a comunicação, mas ainda não há um planejamento comum.

O encontro contou com a participação de 15 agentes nos dois dias de estudos. Participaram do encontro:

- Adriana Paixão, 28, ensino médio cursado, membro da Pascom na Paróquia Nossa Senhora de Nazaré no município de Magalhães Barata.
- Caio Graco, 24, formado em Direito, membro da Pascom na Paróquia São José no município de Castanhal.
- Conceição Ribeiro, 52, historiadora, coordenadora da Pascom na Paróquia São Francisco de Assis no município de São Francisco do Pará.
- Eldio Sena, 52, administrador, Coordenador Diocesano da Pastoral da Comunicação.
- Estevão Barbosa, 37, geógrafo, Coordenador da Pascom na Paróquia de Santo Antônio de Lisboa no município de Santo Antonio do Tauá.
- Fellipy Fernando Ferreira, 33, formado em Ciências Sociais, membro da Pascom Diocesana e coordenador da TV Mãe de Deus.
- Francisco Barros, 32, ensino médio cursado, Coordenador da Pascom na Paróquia São Domingos de Gusmão no município de São Domingos do Capim.
- Glenda Neves, 17, ensino médio cursado, Coordenadora da Pascom na Paróquia Nossa Senhora do Rosário no município de Curuçá.
- Heloiana Peniche, 23, formada em Marketing e Propaganda, membro da Pascom na Paróquia Cristo Jovem no município de Castanhal.
- Hiago Andrade, 23, geógrafo, Coordenador da Pascom na Paróquia Cristo Jovem no município de Castanhal.
- Jean dos Reis, 30, formado em informática, membro da Pascom na Paróquia São José no município de Castanhal.
- Juan Carlos, 19, educador físico, membro da Pascom na Paróquia Cristo Jovem no município de Castanhal.
- Matheus Prestes, 20, geógrafo, membro da Pascom na Paróquia São Domingos de Gusmão no município de São Domingos do Capim.
- Renato Teodósio, 50, historiador, Coordenador da Pascom na Paróquia Nossa Senhora de Nazaré no município de Vigia de Nazaré.
- Vânia Sagresti, 57, economista e pedagoga, Coordenadora Diocesana da Pastoral da Comunicação.

Na manhã do dia 12 de maio, realizamos com os participantes uma dinâmica dividindo os participantes em dois grupos e apresentando a cada um deles os seguintes pontos de partida de estudo do Diretório:

1. O que significa para a diocese de Castanhal o diretório de comunicação da Igreja no Brasil?
2. Que aspectos trabalhados no Diretório você considera mais significativos?
3. O Diretório traz um conceito metodológico para formação dos comunicadores. Qual é esse conceito e quais são suas propostas? Como você vê essa metodologia?

A partir dessas perguntas, conseguimos reunir informações sobre a recepção do Documento 99 no contexto específico do Regional Norte 2. Vejamos as respostas:

1.º Grupo:

- 1.^a questão: “significa a base, pois a Pascom Diocesana foi criada a partir do Diretório, numa síntese dos pilares: espiritualidade, doutrina, técnica”.
- 2.^a questão: “precisamos de um estudo aprofundado sobre todos os aspectos, mas refletimos principalmente sobre o capítulo 5, ‘o protagonismo dos leigos na comunicação evangelizadora’, pois precisamos conhecer nossa ação no mundo, evangelizando através da comunicação em comunhão com o Evangelho de Jesus Cristo”.
- 3.^a questão: “O Diretório nos orienta através do caminho da integração pastoral, da gestão participativa dos recursos da informação, colocando a serviço todos os nossos dons por meio do diálogo com a sociedade inserida e com a Igreja. Vemos na metodologia um caminho de articulação para o trabalho em nossas paróquias e diocese”.

2.º Grupo:

- 1.^a questão: o Diretório é um “instrumento de formação para se ter uma direção, um direcionamento de como proceder no trabalho pastoral apoiado na formação, articulação, produção e espiritualidade”.
- 2.^a questão: destacou a temática “Igreja e comunicação” como o aspecto mais significativo para a diocese apontado e trabalhado no Diretório. Eles compreendem que daí emerge a necessidade da “formação para conhecer melhor os conteúdos, obter feedbacks, promover comunhão entre todos, participação dos jovens, integração pastoral e midiática”.
- 3.^a questão: “comunhão de esforços na construção da comunicação diocesana”, fazendo alusão ao mosaico que adorna o presbitério da Catedral de Castanhal.

Os participantes do encontro revelaram que já receberam formações sobre conteúdos de comunicação desde 2014, portanto, a partir do lançamento do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil; formações promovidas pela diocese e assessoradas pelo Pe. Clóvis Andrade e Ir. Élide Fogolari. Também as Irs. Helena Corazza e Joana Puntel já estiveram realizando estudos com os agentes pastorais da Diocese de Castanhal, contando agora, por fim, com a nossa presença também nessas reflexões sobre a comunicação católica.

É fato, no entanto, que apesar, de múltiplos e atualíssimos encontros na área, a Pascom diocesana de Castanhal mostrou-se carente de articulação, revelando a necessidade de uma estruturação melhor da base formativa e de incentivo junto ao clero, conforme o próprio grupo salientou.

Prelazia de Marajó

A prelazia de Marajó, que comemora em maio de 2018 noventa anos de elevação pontifícia, é composta por 10 paróquias estabelecidas em nove municípios, uns dentro da Ilha de Marajó e outros na área continental, a saber:

Paróquia de Sant'Ana no município de Breves.

Paróquia de São José e Santa Terezinha no município de Breves.

Paróquia São Miguel Arcanjo no município de Melgaço.

Paróquia Nossa Senhora da Luz no município de Portel.

Paróquia Santa Maria no município de Bagre.

Paróquia Menino Deus no município de Anajás.

Paróquia Nossa Senhora da Conceição no município de Afuá.

Paróquia Santo Antônio no município de Chaves.

Paróquia Nossa Senhora da Conceição no município de Salvaterra.

Paróquia Menino Deus no município de Soure.

As paróquias estão agrupadas em três Regiões Pastorais:

- Região Pastoral dos Campos: Soure e Salvaterra.
- Região Pastoral das Ilhas: Bagre, Breves, Melgaço e Portel.
- Região Pastoral do Norte: Afuá, Anajás e Chaves.

A Ilha de Marajó possui 40 mil km² de múltiplas dimensões geográficas. Com a abrangência territorial desses 9 municípios, a Prelazia atinge um volume populacional de aproximadamente 350 mil habitantes, dos quais 24 mil habitam Soure, o município Sede. Atualmente 21 padres, entre diocesanos e religiosos, estão em missão na prelazia, sendo apenas 8 marajoaras natos, formados no Seminário da Prelazia e radicados na Igreja local.

Como canais de mídia, a Prelazia de Marajó possui no município de Breves a emissora de rádio Santana e o canal de retransmissão da TV Nazaré. As paróquias pertencentes aos municípios de Afuá, Portel, Soure e Salvaterra têm programas em rádios públicas do município ou comerciais.

A Sede da Prelazia fica no município de Soure, onde na manhã do dia 14 de maio de 2018 pudemos realizar um encontro de sensibilização dos agentes pastorais locais sobre o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, constituindo-se, portanto, o primeiro momento de contato desses agentes com o Documento 99 da CNBB. Providenciamos junto ao bispo da Prelazia, Dom Evaristo Spengler, o padre José Antônio Vasconcelos Farias, Vigário Geral da Prelazia, e o padre José Otávio Silva Gomes, pároco da catedral, os exemplares de primeiro acesso dos agentes pastorais ao Diretório. O bispo Dom Evaristo nos solicitou que a mesma apresentação do documento, agora realizada na Região Pastoral dos Campos, seja feita também para as outras duas regiões pastorais da Prelazia de Marajó, localizadas ao Norte e a Oeste da Ilha, na outra margem do Rio Amazonas, próxima a Macapá.

Deste primeiro encontro, realizado em Soure, participaram 25 agentes pastorais conforme descrição abaixo:

- Airton Gregório, 28, engenharia de Bioprocessos e Biotecnologia, membro da Comunidade Católica Nova Aliança.
- Ana Célia Souza de Barros Amaral, 57, pedagoga, membro da Pastoral da Liturgia na comunidade de São Sebastião.
- Bruna Suely Dias dos Santo, 36, enfermagem, membro da Pascom.
- Carlos Otávio Santos Freitas, 52, formação em Agropecuária, membro da comunidade de Santa Rita.
- Daniel Cardoso dos Santos, 23, formado em Liturgia e Teologia da Palavra, membro do Ministério da Palavra na comunidade de São Pedro.
- Daniel Gomes e Gomes, 26, formado em Pedagogia, seminarista.
- Ediane Trindade Santos, 27, ensino médio cursado, membro da Pastoral da Comunicação.

- Henriques Eymard B Afonso, 56, formação em Agropecuária, membro da Pastoral Familiar e da Pascom.
- Irailde S. do Amaral Campos, 56, historiadora e pedagoga, membro da Pastoral da Catequese e Liturgia na Catedral Nossa Senhora da Consolação.
- Irmã Amélia Lima, 53, pedagoga, membro da Pastoral da Liturgia na comunidade Filhas da Divina Graça.
- Irmã Eunice S. da Silva, 47, formada em Letras e Artes, membro da Pastoral da Catequese na comunidade Filhas da Divina Graça.
- Isac Sousa, 43, ensino médio cursado, membro da Pascom.
- José Otávio Oliveira Martins, 49, militar da Marinha.
- Lorival Filho, 19, ensino médio cursado, seminarista.
- Márcia Helena C Teixeira, 52, pedagoga, membro da Pastoral do Batismo.
- Maria da Conceição Cruz Nascimento, 45, ensino médio cursado, membro da Pastoral da Pessoa Idosa.
- Maria do Socorro da Silva Vieira, 59, técnica em enfermagem, secretária do Setor Adultos da Guarda da Virgem de Nazaré.
- Maria Teresa Cardoso Alcântara, 67, formada em Letras, membro do Ministério da Comunhão Eucarística.
- Padre José Antônio Vasconcelos Farias, 43, Teologia e Filosofia, Vigário Geral da Prelazia de Marajó.
- Patrícia Maria Dias, 36, membro da comunidade Santana.
- Paulo Fernando Figueiredo de Assis, 25, ensino médio cursado, membro da Comunidade Católica Nova Aliança.
- Rosemeiry Aranha Barbosa, 26, bióloga, membro da RCC.
- Sebastião Oliveira Nascimento, 49, ensino médio cursado, membro da Pascom.
- Telma Maria Nepomuceno da Silva, 53, formada em Letras, membro da Pastoral do Dízimo.
- Wiris Silva dos Santos, 23, ensino médio cursado, artista plástico, seminarista.

A metodologia do encontro foi uma dinâmica de grupo que teve início com uma contextualização histórica da construção do Diretório, seguida de uma apresentação geral do documento em 15 minutos. Foi feita, então, a divisão dos participantes em 10 grupos, com um capítulo para cada grupo e a leitura de cada capítulo em 45 minutos.

O objetivo da dinâmica de grupo era que localizassem os princípios da comunicação em cada capítulo, respondendo às questões:

1. Quais informações do Diretório mais impactam a sua Pastoral?
2. Que importância o Diretório traz para a missão da Igreja no Brasil e no Marajó?
3. O que você achou da metodologia do Diretório?
4. Você encontrou o conceito de Educomunicação no Diretório? O que isso significa para você?
5. O que você espera a partir desse primeiro contato com o Diretório?

Cada grupo apresentou um relato de seu capítulo em 5 minutos.

Concluimos a dinâmica com a partilha de experiências e dúvidas.

A seguir, tem-se a apresentação na íntegra das contribuições que cada grupo ofereceu a partir da leitura dos capítulos do Diretório, oferecendo ao nosso trabalho importantes dados sobre a recepção do documento nesse contexto.

1.º Grupo - capítulo 1: Comunicação e Igreja no mundo em mudanças:

Documento precioso para vida da Igreja. Uma coisa é comunicar em nome próprio, outra coisa é comunicar em nome de Deus.

Comunicar em nome de Deus requer ajustar-se, atualizar-se, adequar-se sem perder a essência.

Devemos conhecer a realidade para poder evangelizar.

Por exemplo, em nossa realidade: a catequese antes usava apenas quadro, giz, caderno, lápis. Hoje, traz ou pede uso de novos instrumentos como datashow. E aqui ressalta-se a importância do testemunho cristão.

2.º Grupo - capítulo 2: Teologia da Comunicação:

Como Deus se comunica?

A Trindade é comunidade comunicadora. O Pai comunica-se pelo Filho na ação do Espírito Santo, dando ao homem inteligência, criatividade e liberdade.

A comunicação não se limita à verbalização. Deus é comunicador por excelência. Essa comunicação precisa de aproximação, como diz São João 1,15: “o verbo se fez carne e habitou entre nós” para comunicar seu amor.

3.º Grupo - capítulo 3: Comunicação e vivência da fé:

A comunicação de Deus com seus filhos se dá pelo diálogo.

Devemos incentivar o diálogo com a juventude porque são os jovens que dão dinamismo à vida da Igreja, e tenhamos em mente que o trabalho da Pascom está além das postagens.

4.º Grupo - capítulo 4: Ética e Comunicação:

É necessário deixar Deus ser Deus, e a comunicação é meio para se levar ao ser humano o amor e a misericórdia desse mesmo Deus.

É necessário mergulhar naquilo que se vive e dar a devida importância aos meios da comunicação para vida da Igreja, levando a verdade de Deus aos irmãos.

5.º Grupo - capítulo 5: O protagonismo dos leigos:

A Igreja sempre se preocupou com a comunicação. Hoje a preocupação é com os meios que existem. A comunicação dos leigos é compromisso de levar o evangelho a todos. Temos de nos atualizar para dar testemunho.

6.º Grupo - capítulo 6: A Igreja e a mídia:

Cabe a nós continuar a mensagem de Jesus Cristo, anunciar com alegria a Boa-nova. A Pascom, como organismo vivo, precisa promover o encontro entre os irmãos, fazer diferença entre a mídia comercial e a mídia cristã, ter cuidado com a inversão de valores.

7.º Grupo - capítulo 7: A Igreja e as mídias digitais:

A mídia digital permite uma interatividade, mas não substitui a presença real, física, o contato face a face.

8.º Grupo - capítulo 8: Políticas de Comunicação:

A Igreja precisa estar atenta aos desejos da sociedade em geral a partir do que propõe o Documento 99. É urgente atualizar-se.

9.º Grupo - capítulo 9: Educar para a Comunicação:

O Documento 99 vem nos convidar para a interlocução. É necessária formação para ser crítico na qualidade da transmissão.

10.º Grupo - capítulo 10: Comunicação na igreja: a atuação da Pascom

A comunicação deve envolver todos os segmentos da comunidade. Houve necessidade de a CNBB criar a Pascom como porta de entrada para todos os segmentos, qualificando-os quanto àquilo que deve ser repassado. Há insistência em que se devem estudar os documentos da Igreja e cultivar a espiritualidade como, por exemplo, por meio da Leitura Orante.

Quanto às perguntas apresentadas ao grupo posteriormente às suas respectivas apresentações, os participantes não souberam responder à questão sobre a metodologia empregada no Diretório e não compreenderam a finalidade do vocábulo *Educomunicação*. Responderam à questão sobre o que esperam a partir desse primeiro contato com o Diretório, destacando a necessidade de aprofundamento por uma formação de melhor relacionamento com o Documento 99.

O grupo todo dos encontristas deu ênfase às propostas apresentadas no capítulo 10 do Diretório, sobretudo quanto às 4 bases da Pascom: formação, articulação, produção e espiritualidade, compreendendo a Pastoral da Comunicação como elemento integrador das ações pastorais, apontando para a superação da visão isolacionista dos trabalhos pastorais particularizados por meio de esforços na direção de uma efetiva integração pastoral entre cada um dos movimentos comunitários e destes com o clero da Prelazia.

Nossa visita ao Regional Norte 2 concluiu-se no dia 16 de maio, e pudemos perceber que, apesar das ações isoladas e fragmentadas, essas ações possuem localmente um diálogo mínimo com o conjunto das preocupações do Diretório à medida que o interesse tem sido despertado nas dioceses do Regional graças às informações que chegam de outros regionais ou da CNBB Nacional e aos agentes que saem por conta própria em busca de conhecimento e participação nesse processo de empoderamento sobre a comunicação no ambiente católico.

6.7 Entrevistas feitas à distância com os Regionais

Como já referido, não foi possível visitar presencialmente todos os regionais da CNBB em razão da vastidão do território brasileiro. Em contrapartida, como parte dos esforços para qualificar a representatividade social de nossa pesquisa exploratória, realizamos uma série de entrevistas com membros da comunicação católica nos Regionais não visitados *in loco*. Passamos a descrever os tópicos mais substanciais dos dados coletados nesta etapa. Da mesma forma que nas outras etapas dessa pesquisa, a íntegra das entrevistas consta como anexo da presente tese.

Regional Sul 1

Coordenador estadual da Pastoral da Comunicação do Regional Sul 1 da CNBB, Padre Marcos Vinicius destacou em seu depoimento que um dos contributos fundamentais do Documento 99 é a reflexão crítica antes de iniciar os processos de produção midiática. Para ele,

com o Diretório foi possível estudar, "educar para comunicar", a partir dos eixos centrais do Diretório. Vejamos a contribuição do Pe. Marcos Vinícius:

Depoimento 1	Eu notei, em outros encontros, que, quando falávamos em comunicação e liturgia, o assunto floria e quando falávamos de educomunicação, as pessoas travavam. Em termos de sensibilização, houve, sim, um despertar do interesse das pessoas em saber o que é a educomunicação. Achei muito interessante trabalhar o termo educomunicação, além de muito feliz a escolha dos temas dos palestrantes, porque todos eles foram muito esclarecedores; achei também muito pertinente, porque trata-se ainda de uma palavra um tanto desconhecida, principalmente para as bases. Sobre a educomunicação empregada para o planejamento pastoral e comunicacional da Igreja, ela favorece muito a busca da pastoral de conjunto, expressão um pouco mais conhecida em nosso ambiente organizacional. A educomunicação vai, sem dúvida, nos ajudar muito nessa articulação nas paróquias, nas dioceses e nas regionais.
---------------------	---

Regional Sul 2

Coordenador regional da Pascom no Regional Sul 2 da CNBB, Jorge Teles dos Passos destaca em seu depoimento que o Documento 99 é muito significativo pois auxilia o leigo (a grande maioria sem experiências na área de comunicação) a ter uma visão sobre o tema. Para ele, o documento veio ao encontro dos anseios dos membros da Pastoral da Comunicação, servindo como um guia, uma referência na área. Sobre a Educomunicação, destaca que no Regional ao qual pertence, há poucas referências sobre o conceito, mas afirma que "a mídia influencia sobremaneira na vida de cada um de nós, então é importante que se estude, se ensine, sobre essa influência, que as pessoas saibam como utilizar a mídia, como as catequistas por exemplo possam utilizar a mídia para produzir conteúdo". Vejamos o depoimento:

Depoimento 1	Penso que essas comunidades on line são muito dispersas, algumas isoladas, algumas com conceitos contraditórios. A educomunicação seria talvez a maneira de "ajustar" essa caminhada. Só que não imagino como isso seria possível. Percebo que estamos atualmente centrados no aspecto técnico da comunicação, na espiritualidade do comunicador, na verdade estamos reconstruindo a Pastoral da Comunicação.
---------------------	---

Regional Sul 3

Coordenadora regional da Pastoral da comunicação do Regional Sul 3 - CNBB e jornalista da Assessoria de Comunicação da Diocese de Novo Hamburgo, Dorcelina do Carmo Alves Gomes destacou em seu depoimento que há, por parte da Igreja, uma preocupação maior

quanto à comunicação, nos cenários que possam ser ocupados por ela. Com o Documento 99, há uma perspectiva mais sofisticada em relação ao tema da comunicação, "tanto no ponto de vista da contratação de profissionais, como à estrutura, embora ainda seja uma preocupação acanhada". Sobre a Educomunicação, destaca que

Depoimento 1	O conceito de Educomunicação não me era tão familiar e um maior entendimento desse conceito chegou até mim no último Encontro Nacional da Pascom. Tive uma reação positiva e acredito que a Igreja pode e deve se apropriar dessa nova prática "de educar para a comunicação". A Educomunicação poderia criar espaços de bate-papo e formação on-line; portal de formação para as lideranças. Todo este trabalho seria organizado pela Pastoral da Comunicação, que assumiria, de fato, seu papel formativo e de pastoral.
---------------------	--

Regional Sul 4

Coordenadora regional da comunicação no Regional Sul 4 da CNBB, Olga Teresinha de Oliveira destaca que o Documento 99 é um fio condutor para refletir a comunicação na vida comunitária. No cotidiano do Regional, aponta, o documento favoreceu um melhor entendimento sobre "os processos de evangelização no campo da comunicação e na forma como a Igreja vê o diálogo com a sociedade". Para ela, o Diretório estabelece uma referência, o "fazer na prática" da comunicação na Igreja. Vejamos o depoimento que sintetiza essa perspectiva:

Depoimento 1	Para as práticas comunicativas ele trouxe o pano de fundo de como fazer comunicação nas diversas instâncias sociais e eclesiais. Embora ele tenha muita coisa parecida com diretórios de outros países, eu creio que é um marco para comunicação do Brasil. Como coordenadora regional da PASCUM, o diretório ao trazer o tema atuação da PASCUM, por exemplo, deu credibilidade nacional à pastoral, que ainda não é vista como prioridade na maioria das dioceses. Eu acredito que ele é o marco inicial, de muitos outros documentos eclesiais brasileiros com o tema comunicação.
---------------------	---

Sobre a Educomunicação, Olga Teresinha aponta que, no Regional Sul 4, o conceito apresenta uma importante reflexão, no sentido de "fomentar, promover, criar espaços, capacitar os participantes da Igreja quanto à comunicação e o documento o fez de forma clara e pontual".

Depoimento 2	A presença do conceito de Educomunicação no Documento 99 é essencial pois se não há educação, ou seja, se não buscamos o aprendizado, a capacitação, não se cresce, então, educar para comunicação é prioridade, antes de qualquer ação comunicativa, é preciso que se tenha conhecimento do tema e também das ações possíveis para que seja realizado. Ouso dizer que o tema é um dos mais necessários dentro do diretório, porque ele começa se dirigindo a todas as instâncias eclesiais e depois vai traçando os vários ambientes onde é necessário e urgente ter uma comunicação clara e
---------------------	---

	eficiente. Acredito que se em primeiro lugar os Bispos, depois os coordenadores de pastorais, entendessem este capítulo do diretório, todos os outros, serviriam como uma fonte de conteúdo para se falar e praticar a comunicação na Igreja do Brasil. Este capítulo que fala da educação para comunicação, ao meu ver é uma chave de leitura importantíssima para a leitura do próprio diretório.
--	---

Regional Oeste 1

Coordenadora diocesana da comunicação na Diocese de Três Lagoas (MS), Regional Oeste 1, Luciana da Silva Navarro aponta em seu depoimento que a Igreja, com o Documento 99, mostra preocupação com os rumos da comunicação e que, em contrapartida, incentiva a formação e capacitação da Pastoral da Comunicação nas dioceses e nos regionais. Para ela, trata-se de "uma importante ferramenta que devemos adotar como material auxiliar em nossas ações pastorais". Vejamos o depoimento:

Depoimento 1	Ao olhar o diretório e compará-lo aos dias atuais é possível dizer que ele precisa de uma revisão e atualização, tal como falar de forma mais aprofundada sobre a influência das redes sociais. Apesar da necessidade desses ajustes, como eu disse, a presença de um documento dedicado à comunicação na Igreja é de extrema importância, pois, mostra que a Igreja reconhece a importância da Pastoral da Comunicação para a evangelização e que também, zela e se preocupa com a formação da mesma, para que aja com seriedade e auxilie na missão evangelizadora da Igreja.
---------------------	---

Sobre a Educomunicação, ela aponta que a abordagem da "educação para a comunicação" é necessária, e o Documento 99 aponta nessa direção ao motivar os membros da Pascom a buscarem mais conhecimento sobre o assunto. E também:

Depoimento 2	A Educomunicação, ao meu entendimento, é a Educação para a Comunicação, é uma introdução sobre a forma como devemos nos comunicar. Não está ligado apenas ao diálogo "face to face", mas sim desde a forma como eu busco e processo a informação também, a forma adequada com que eu irei transmitir a mensagem adquirida e processada para que as pessoas compreendam a mensagem e sejam multiplicadores dela. É importante abordar a educação na comunicação e se faz necessário, uma vez que o diretório vem trazer luz e orientações para a Pastoral da Comunicação. O documento é apenas uma introdução e motiva os leitores a buscarem mais conhecimento. Sendo assim, a forma como a "Educomunicação" é citada, ao meu ver, é satisfatória.
---------------------	--

Regional Norte 1

Neste Regional, conseguimos qualificar o trabalho com três entrevistas com membros da comunicação católica:

(1) Ana Paula Gioia Lourenço, assessora de Comunicação da Arquidiocese de Manaus e coordenadora da Pastoral da Comunicação do Regional Norte 1 da CNBB.

(2) Pe. Flávio Luiz Gonzaga dos Santos, coordenador da Pastoral Presbiteral da Prelazia de Tefé, Assessor da Pascom da Prelazia de Tefé e Assessor da Pastoral da Juventude da Prelazia de Tefé, Superior do grupo espiritano da Amazônia, Pároco da Paróquia de Bom Jesus em Tefé Amazonas, Regional Norte 1 da CNBB.

(3) Francilma Grana Bezerra, diretora da Fundação Rio Mar (mantenedora dos veículos de comunicação da Arquidiocese de Manaus), membro da Pastoral da Comunicação da Arquidiocese de Manaus.

Podemos destacar que entre as três contribuições foi possível identificar similaridades em relação à recepção do Documento 99 no Regional, sobretudo em relação à importância de um “orientador de práticas” para os trabalhos com a comunicação. Pe. Flávio destaca que o Diretório mostra a responsabilidade que devemos ter no processo comunicativo e o quanto ainda é preciso avançar em diversos níveis. Ele também afirma em seu depoimento que o Documento 99 apresenta caminhos bastante interessante para aprimorar “o processo dialógico da comunicação, lançando mão daquilo que já temos e que pouco ou mal aproveitamos. Percebo que ainda falta para a maioria dos membros da Igreja a percepção da importância da comunicação embora passos estejam sendo dados há algum tempo”.

Francilma Grana Bezerra, por sua vez, destaca:

<p>Depoimento Francilma</p>	<p>O diretório dá vários sinais , dicas de como deve ou deseja ser mais atrativo, coeso, dentro da ética, espiritualidade, de dentro da igreja para fora, criando diálogo entre os leigos, padres e bispos, abrindo espaço através das redes sociais, assim como foi citado no diretório "Não se pode esquecer que evangelização é sempre comunicação", então o diretório nos norteia em muitas dicas de ações que poderão ser desenvolvidas nas pastorais e nos serviços dentro da nossa evangelização dentro e fora da igreja, além de motivar as bases, a participação efetiva dos leigos assumindo o protagonismo da fé atuante.</p>
---	--

Sobre a Educomunicação, os três destacam que o conceito ainda não está presente no cotidiano, mas, com o Documento 99, não é mais uma palavra desconhecida e, gradativamente, parece ganhar espaço nas ações da comunicação católica. Os três depoimentos também apontam na direção da “educação para comunicação”, sobretudo na perspectiva da ascensão das tecnologias no cotidiano. Vejamos um depoimento, feito por Ana Paula, que sintetiza essa perspectiva:

<p>Depoimento Ana Paula</p>	<p>Ao percorrer o caminho correto do uso dos meios digitais, se consegue ampliar a evangelização, chegando aos que estão distantes, ou os que se julgam não estarem preparados para um convívio eclesial, nas comunidades paroquiais. Os agentes da Pascom tornam-se capacitados para criar ambientes sadios onde se possa expressar a fé, ter acesso a documentos da igreja, à atividades eclesiais, enfim, conquistar o mundo digital para atingir maior número de pessoas, de vários lugares do planeta.</p>
---	---

Regional Nordeste 5

Coordenador diocesano da Pascom da diocese de Imperatriz – MA e coordenador da Pascom Regional Nordeste 5, Pe. Edinaldo Rodrigues Pereira destaca que o Documento 99 se apresenta como sinal de unidade entre todas as atividades pastorais, "facilitando um bom relacionamento de caminhada entre os grupos, movimentos e organismos da Igreja". Sobre a Educomunicação, aponta que é um processo que envolve educar para comunicar, em termos teóricos e práticos. E também:

<p>Depoimento 1</p>	<p>Educomunicação é um processo que as lideranças da Igreja devem abraçar. Educar é um processo e é construído por valores cristãos e humanos para transformar o meio social. Comunicar bem com autenticidade é necessário. O Diretório veio como fonte complementar na formação das lideranças leigas e clérigos para uma comunicação dialógica. Importante lembrar que a contribuição do Diretório sobre a educomunicação vai além das estruturas da Igreja, pois escolas e universidades já vêm refletindo sobre estes aspectos importantes.</p>
----------------------------	---

Regional Nordeste 4

Coordenador regional da comunicação no Regional Nordeste 4, Pe. Raimundo Nonato Cruz Duarte destaca que o Documento 99 contempla as diversas vivências comunicacionais, sintetizando a longa história das vivências e práticas da ação evangelizadora com a comunicação. Isso significa, pudemos verificar em seu depoimento, que o documento integra e motiva a Igreja a ampliar suas relações com toda a comunidade. Sobre a Educomunicação, ele,

assim como em outras etapas de nossa pesquisa, demonstra que o conceito se faz presente "frente às novas tecnologias". Vejamos o depoimento:

Depoimento 1	O Diretório chega num momento em que a Igreja é interpelada pelas mudanças trazidas à sociedade contemporânea pela instantaneidade da revolução digital. Tanto os tradicionais meios de comunicação social, quanto as novidades trazidas pelo emergente mundo da internet, são contempladas no texto para que se coloquem a serviço dos valores humanos, éticos e cristãos. Além do que, projeta o presente e o futuro comunicativo da Igreja e coloca-se em diálogo com os demais segmentos sociais, tais como: a própria comunicação, a teologia, sociologia, entre outros... Ele é interdisciplinar.
---------------------	---

Regional Nordeste 3

Coordenador da Pascom na Arquidiocese de Aracaju, Pe. Tadeu Lima de Melo afirma que o Diretório de Comunicação apontou um caminho em que foi possível encontrar diretrizes para um melhor trabalho da Pastoral da Comunicação na Arquidiocese de Aracaju. Pudemos verificar em seu depoimento que o Documento 99 “deu pistas importantes no trabalho de formação e articulação da Pascom nas paróquias sobretudo no capítulo 10 que traz como a Pascom deve caminhar e se fortalecer como pastoral de Comunicação na igreja”. Sobre a Educomunicação, ele destaca:

Depoimento 1	O Diretório nos propõe também uma reeducação no trabalho pastoral da Comunicação católica com pistas para desenvolver uma educomunicação a partir do que já existe na pastoral comunicação na Igreja e na sociedade. Achei bastante interessante o conceito Educomunicação no diretório porque nos trouxe uma visão mais ampla de que todos nós precisamos nos reeducar sobretudo no uso dos meios de comunicação a serviço da Evangelização.
---------------------	---

Regional Nordeste 2

Coordenador diocesano da Pastoral da Comunicação da Diocese de Caruaru (PE) e assessor eclesial da Pastoral da Comunicação no Regional Nordeste 2 da CNBB, Pe. Jefferson Adelino aponta em seu depoimento que a chegada do Documento 99 no Regional trouxe "alegria" pois "é uma diretriz que vai nos ajudar a unir cada vez mais as ações evangelizadoras através da comunicação, tanto na Igreja do Brasil inteiro, quanto no Regional e também na diocese". Sobre a Educomunicação afirma:

Depoimento 1	A Educomunicação, ou o educar para a comunicação, que é o tema deste MUTICOM, nos ajuda a perceber que a comunicação pode não só nos auxiliar a criar relações entre nós mesmos, mas também colaborar para nos formar, para que, formados, possamos anunciar. Eu não posso anunciar aquilo que não conheço. E eu não anuncio só, anuncio sempre com, por isso que é “com-municação”. Então a gente deve comunicar juntos, em relacionamentos, em relação, pois é inter-relação, é interpessoal. A Pascom é uma pastoral de conjunto. Então a Educomunicação nos auxilia a criar processos de relações que nos ajudam a dar passos significativos na comunicação, nas paróquias, nas comunidades, no Regional, na Igreja. É um processo que, sendo relacional, nos une e nos comunica para fora, mas, também, nos comunica ad intra, para a Igreja, internamente, digamos assim.
---------------------	---

Pe. Jefferson aponta, em seu depoimento, dificuldades na recepção do conceito de Educomunicação, pois muitos membros da comunicação católica não conhecem o neologismo, tendo resistência à adesão de algo aparentemente desconhecido. No entanto, ele afirma que, mesmo que o conceito não seja verbalizado em “Educomunicação”, as práticas estão presentes no cotidiano, buscando “criar processos de relações que nos ajudam a dar passos significativos na comunicação, nas paróquias, nas comunidades, no Regional, na Igreja. É um processo que, sendo relacional, nos une e nos comunica para fora, mas, também, nos comunica ad intra, para a Igreja, internamente, digamos assim”.

Regional Leste 1

Coordenador regional da comunicação do Regional Leste 1 - CNBB, Adielson Agrelos Silva aponta em seu depoimento que o maior impacto produzido pelo Documento 99 refere-se à possibilidade de se ter um referencial teórico que sirva de base para o trabalho pastoral. Ele, todavia, faz um contraponto dizendo que o Diretório enfrenta dificuldades para ser “totalmente assimilado pelas pessoas” e faz uma crítica contundente, dizendo que, em pouco tempo, o documento estará defasado. Sobre a Educomunicação, ele classifica o conceito como novidade e que, da mesma forma que o documento no geral, tem dificuldades de assimilação e recepção junto aos agentes pastorais. E também:

Depoimento 1	Minha reação foi a de perceber uma novidade, embora seja algo há muito estudado. Mas que realmente não tenho tanto embasamento para dissertar sobre ele. Creio que a preocupação do documento com essa temática seja genuína, principalmente pelo contexto político-social em que o Documento 99 é gestado e apresentado à Igreja. Porém, na minha percepção, ainda não é clara a forma em que se deve trabalhar. Fala-se em formações, mas não se especifica muito. Creio que, visando a melhor compreensão por parte dos agentes, o Documento deve-se focar mais na questão ética tendo a Educomunicação como plano de fundo.
---------------------	---

Regional Leste 2

Coordenador regional da Pastoral da Comunicação no Regional Leste 2, Marcus Túlio Oliveira Neto aponta que:

Depoimento 1	O olhar atencioso da Igreja do Brasil para a comunicação, desde a estruturação e expansão da Pastoral da Comunicação, e posteriormente com a publicação do Diretório de Comunicação, gerou em mim esperança. Acho que esta é a virtude que melhor pode expressar o que a publicação do diretório gerou em mim. A esperança, pois expressa a atenção, o cuidado com uma área tão importante na trajetória de evangelização. Desde que conheci o Diretório e posteriormente, na leitura, nos encontros, nas partilhas... o sentimento foi confirmado. O que percebo nesse processo de conhecimento, enamoramento, compreensão é uma profissionalização da comunicação da Igreja. E isso não vejo como algo negativo. Muitas vezes somos acostumados com o excesso de amadorismo (que nem sempre é por vontade, mas pelas próprias disposições das pessoas que servem) e o Diretório vem trazer para o cenário comunicativo do Brasil uma preocupação de formação tanto dos agentes quanto dos profissionais que atuam e trabalham nas realidades eclesiais. E isso é um dado importante, uma vez que temos um país com dimensões continentais, e isso influencia sobremaneira na forma de fazer comunicação: levar em conta as diferentes culturas, as particularidades regionais, formas de compreensão eclesial. Tudo isso deve ser abraçado por quem faz comunicação.
---------------------	--

Sobre o conceito de Educomunicação, ele classifica o conceito como "vago", dizendo que, pensando na realidade local, em que poucos agentes têm formação superior, a Educomunicação enfrenta dificuldades para ser compreendida. No entanto, afirma que a presença do conceito permite uma apropriação mais transdisciplinar das práticas, sobretudo frente à evolução digital.

Matriz da CNBB - Brasília

Assessor de Imprensa da CNBB Matriz (Brasília), Pe. Rafael Vieira Silva afirma "que a produção de um documento dessa natureza, considerando a participação de muitas pessoas na discussão sobre o conteúdo e o grupo de redatores que fizeram o trabalho final, é de grande complexidade. E, além disso, esperava que tivessem considerado a relação da pastoral da comunicação com esses profissionais". Sobre a Educomunicação:

Depoimento 1	Confesso que entendo quase nada desse assunto, ainda que considere de extrema importância considerá-lo por se tratar de um tema de fronteira. Causa-me uma boa impressão a presença do termo porque ela me traz a informação de que o Diretório registrou sua atenção com uma questão atual no debate da comunicação. Certamente
---------------------	--

	<p>não tenho condições para avaliar a inserção que o tema teve no amplo e geral discurso sobre comunicação e suas dimensões clássicas apresentadas no Diretório. Eu conheço mais a questão da Educação para a Comunicação. Isso é mais antigo, mais do meu tempo. Acho que essa questão está bem situada no conjunto do texto do Diretório. A Educação, no campo da comunicação, é uma das urgências do trabalho que se faz na Igreja. Entendemos pouco do que fazemos, ainda mais nesses tempos em que o conhecimento voa com velocidade supersônica. Se não se propõe e executa programas educativos para a prática comunicativa, todo o trabalho padece de muitas limitações.</p>
--	--

6.8 Síntese da pesquisa exploratório junto aos Regionais

Nossa pesquisa não tem pretensões estatísticas, como reiterado ao longo do trabalho. Nesse sentido, encontramos similaridades e ocorrências frequentes no decorrer do contato junto aos Regionais, conforme foi apresentado nas páginas anteriores. Assim, como conclusão dessa etapa – sem dúvida, a mais longa e trabalhosa na investigação – julgamos necessário apresentar uma pequena síntese das observações feitas – seja nas visitas in loco seja nas entrevistas feitas à distância.

O primeiro ponto a ser destacado, em razão da pluralidade dos Regionais, é que, em diversos níveis, o conjunto de dados coletados aponta que há uma valorização do Documento 99 junto aos membros da comunicação católica. Todos, a partir de sua realidade local, reiteram a perspectiva que o documento constitui uma importante referência para os trabalhos de comunicação, sendo um marco nos trabalhos da CNBB. Em contrapartida, é evidente que há preocupações sobre o distanciamento entre “teoria e prática”, ou seja, como os preceitos e orientações presentes no Diretório da Igreja são recebidos junto aos agentes pastorais. Constatamos que há uma preocupação de o documento não conseguir capilaridade junto aos pasconeiros.

Com as visitas presenciais, pudemos verificar também que as condições físicas e estruturais dos Regionais têm desdobramentos diretos na circulação e recepção do documento. Quanto melhor a estrutura, tanto de divulgação quanto de promoção de formação, melhor o entendimento sobre as propostas estabelecidas. Nesse sentido, concluímos que não há como categorizar um “entendimento integrado” sobre o que seria a “recepção do Diretório no Brasil”, pois as realidades de recepção são diversas e cada contexto apresenta desafios variados.

Sobre a Educomunicação é possível dizer que, de maneira geral, trata-se de uma novidade para grande parte dos membros dos Regionais. A partir das visitas e das entrevistas, examinamos que o conceito é visto como “uma nova perspectiva”, mesmo que haja dificuldades de verbalizar o neologismo. Em contrapartida, verificamos que as práticas educomunicativas –

propostas no Documento 99 – geram um impacto positivo, no sentido de permitir o que diversos depoimentos apontaram como “educação para a comunicação” frente aos desafios contemporâneos. A Educomunicação é suscitada principalmente no “trato com as novas gerações” e no “desafio das tecnologias”.

Por fim, devemos destacar que atingimos com a nossa investigação uma multiplicidade de realidades e significados atribuídos ao Diretório e à Educomunicação. Embora, pelas dificuldades já elencadas, não seja possível encontrar um denominador comum, os dados descritos nesse capítulo permitiram construir um quadro sobre como a recepção do documento está em trânsito e já começa a gerar efeitos no cotidiano da comunicação da Igreja.

7 PESQUISA EMPÍRICA JUNTO AOS ESPECIALISTAS EM COMUNICAÇÃO CATÓLICA

Como parte da construção do nosso objeto, incluímos as impressões e os significados atribuídos ao Documento 99 pelos pesquisadores da comunicação católica que, em algum nível, participaram do processo de elaboração e discussão sobre o referido documento. Sobre esta etapa do trabalho, insistimos na relevância de, sob a perspectiva metodológica, justificar o emprego das entrevistas com os especialistas como instrumento de pesquisa. Além do reconhecimento no domínio científico, sobretudo no campo da comunicação, os pesquisadores entrevistados tiveram papel fundamental na elaboração do Documento 99. Com efeito, consideramos que as impressões e os significados atribuídos pelos entrevistados constituíram importante material para análise. Conforme Duarte (2004), o objetivo da entrevista é provocar um discurso livre, atendendo aos propósitos da pesquisa e "que seja significativo no contexto investigado e academicamente relevante" (p. 216).

Isso significa que é necessário criar procedimentos para extrair, a partir das respostas, os elementos que coloquem as hipóteses à prova a partir da formulação do problema e do referencial teórico, afinal “o que dá caráter qualitativo não é necessariamente o recurso de que se faz uso, mas o referencial teórico/metodológico eleito para a construção do objeto de pesquisa e para a análise do material coletado no trabalho de campo” (DUARTE, 2004, p. 125).

O nosso roteiro de perguntas, aplicado aos pesquisadores da comunicação católica, busca sintetizar as hipóteses que norteiam o trabalho a fim de colher informações significativas acerca do Documento 99. Dada a dificuldade de encontrar agenda para diálogos em profundidade, como protocolo de pesquisa, fizemos entrevistas semiestruturadas utilizando-nos de diversas plataformas – encontros presenciais, e-mails e ligações telefônicas – para encontrar os pesquisadores mencionados. As perguntas feitas foram:

- *Que impacto a publicação do Diretório produziu em você?*
- *Que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil?*
- *Narre um pouco a sua participação no processo de construção do documento.*
- *Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja?*
- *O que o documento significa na história da comunicação católica no Brasil?*
- *Que reação você teve no encontro com a presença do conceito Educomunicação e sua constituição conceitual no Diretório?*

- *Que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito?*
- *Como o documento acolhe a Educomunicação e intenciona trabalhá-la?*
- *Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?*
- *O que significa Educomunicação para você?*
- *Que referências você tem desse conceito?*
- *Como o agente pastoral poderia desenvolver a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?*
- *Que impactos a Educomunicação traz ao planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?*
- *Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?*
- *Haveria, inclusive, uma resposta da Teologia da Comunicação para esse fenômeno de pertencimento digital?*
- *Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educ comunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas*
- *Aponte outras informações que você considere relevantes no processo de construção do Documento 99 da CNBB e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil.*

O roteiro de perguntas acima foi feito com os pesquisadores (1) Gildásio Mendes dos Santos, (2) Helena Corazza, (3) Joana Puntel, (4) Moisés Sbardelotto e (5) Ricardo Alvarenga. Esclarecemos que excluímos desta relação o nome do Prof. Ismar de Oliveira Soares, apesar de ter sido membro da Equipe de Reflexão da CNBB desde o ano de 1980, tendo integrado desde o início a equipe responsável pelo desenho do Diretório. Na verdade, coube ao Prof. Ismar dar suporte a vários dos capítulos do texto finalmente aprovado pela CNBB, mobilizando a equipe para que considerasse a importância de introduzir o conceito da educomunicação no novo documento. A razão principal da exclusão do nome do professor das entrevistas residiu no fato de ter sido ele o orientador da tese. O fato teve como justificativa manter a isenção do orientador quanto ao tratamento dos dados referentes ao Diretório.

A pluralidade de questões formuladas aos cinco entrevistados resultou num amplo material de análise. Durante os processos de entrevista, adequações e combinações foram feitas para otimizar o trabalho. Por exemplo, nas entrevistas feitas por telefone, ao dar conta de que a resposta a uma determinada pergunta já havia sido contemplada, passava-se adiante no roteiro sem acionar repetições. A íntegra das entrevistas consta em anexo da presente tese. Sem

pretensões estatísticas, nosso objetivo é levantar dados sobre a constituição do Documento 99 que nos permitam compreender o contexto de sua recepção. Serão descritos nas próximas páginas os dados mais significativos obtidos a partir dos procedimentos adotados.

7.1 Entrevista com Gildásio Mendes

Gildásio Mendes possui mestrado em Filosofia pela Faculdade Salesiana de Filosofia Ciências e Letras de Lorena (1986), mestrado em Teologia pela Faculdade Salesiana de Filosofia Ciências e Letras de Lorena (1992), mestrado em Telecomunicação pela Michigan State University (2000) e doutorado em Communication pela Wayne State University (2006). Na elaboração do Documento 99, participou, desde o início, de diálogos prévios com os colegas de trabalho, propostas de temáticas, elaboração e revisão dos textos. Trabalhou especificamente nos capítulos sobre teologia e ética da comunicação e contribuiu na elaboração dos capítulos sobre o protagonismo dos leigos na comunicação, a comunicação digital e redes sociais e espiritualidade do comunicador.

A partir do depoimento realizado pelo pesquisador, pudemos verificar que ele destaca que o Diretório de Comunicação da Igreja preencheu uma lacuna nos documentos da CNBB em relação à comunicação, servindo como uma “bússola” para a comunicação católica. Para o pesquisador, o Documento 99 representa um marco referencial para alinhar o entendimento de comunicação com o Concílio Vaticano II, a caminhada do CELAM, da CNBB e a visão do Papa Francisco a partir da *Evangelii Gaudium* e da *Laudato Si*. Ou seja, reconhecer que a comunicação faz parte da vocação e missão da pessoa na sociedade e na igreja, que ela está na raiz de todos os processos sociais e culturais da sociedade e da Igreja.

Apresentamos alguns elementos do depoimento que sintetizam a perspectiva de análise do pesquisador:

<p>Trecho 1 – Gildásio Mendes</p>	<p>O próprio roteiro dos temas do Documento expressa a sua natureza e a sua identidade. A estrutura de um Documento de Comunicação da Igreja precisa de uma solidez teológica e antropológica da comunicação. Este foi um foco inicial que toda a comissão tinha muito claro. Destas duas bases, definimos parâmetros para a ética e a espiritualidade da comunicação. Com esta fundação fundamental para a comunicação, avançamos sobre o diálogo da evangelização, educação e pastoralidade com o universo da cultura, onde a comunicação com seus atores e suas estruturas se encontram.</p> <p>O Documento tem, do início ao fim, uma coerência interna e atual dos seus conceitos, possibilitando assim um diálogo com a cultura midiática, com o protagonismo dos</p>
--	---

	leigos, com a compreensão das novas linguagens e mediações no mundo virtual. Neste sentido, a proposta da Educomunicação veio contribuir para uma melhor identificação dos novos sujeitos da comunicação dentro de uma sociedade da informação, mediatizada, onde os adolescentes e jovens se destacam com uma nova visão e atitude em relação aos ecossistemas comunicativos.
--	--

Trecho 2 – Gildásio Mendes	(O Documento 99 representa) Um marco referencial para uma nova visão de comunicação muito alinhada com o Vaticano II, a caminhada do CELAM, da CNBB e a visão do Papa Francisco a partir da <i>Evangelii Gaudium</i> e da <i>Laudato Si</i> , no sentido que a comunicação faz parte da vocação e missão da pessoa na sociedade e na igreja, que ela está na raiz de todos os processos econômicos, políticos, sociais e culturais da sociedade e da Igreja. Que a comunicação, profundamente unida com a espiritualidade e solidamente alinhada com a vida das pessoas e seu lugar no mundo, é uma questão fundamental para a Igreja: deve ser aprofundada, assumida e vivenciada em todas as dimensões da vida, da evangelização e da educação.
--------------------------------------	---

Mendes destaca que o Documento 99 oferece uma base conceitual para o favorecimento do diálogo da Igreja com a sociedade. O pesquisador afirma que uma das principais contribuições é, a partir do Diretório, desenvolver um olhar mais humanístico, considerando o papel central da mídia. Ou seja, a comunicação, para Mendes, integra a sociedade e, logo, deve fazer parte da vocação e missão da Igreja. Com o Documento 99, “a comunicação passa a ser assumida e vivenciada em diversas dimensões da vida”.

Sobre a Educomunicação, o pesquisador apresenta a seguinte perspectiva teórica:

Trecho 3 – Gildásio Mendes	A Equipe foi compreendendo que, de fato, a educomunicação é praticamente o modo das novas gerações lidarem com novas linguagens, novas visões e novas atitudes em relação à comunicação, assim como o empoderamento que as novas gerações têm com a educomunicação a serviço do aprendizado, da construção da paz, da justiça, da ecologia integral, do compromisso religioso, da expressão artística e do lúdico.
--------------------------------------	--

Trecho 4 – Gildásio Mendes	A educomunicação é praticamente um processo interativo e integrativo da comunicação com a vida, com a realidade, com as mediações e agentes comunicativos. Não é nem um corpo teórico de comunicação nem procedimentos técnicos organizativos para a implementação da comunicação. É uma narrativa criativa, envolvente e sistêmica do ser comunicativo nos ecossistemas das diversidades que envolvem o ser humano a nível pessoal e comunitário. Este modo dinâmico e interdisciplinar da EC favorece que os autores da comunicação em qualquer realidade criem experiências novas de comunicação. Jovens de uma
--------------------------------------	--

	comunidade ou de uma escola podem criar programas midiáticos através da música, da dança, do teatro, dos jogos virtuais, da literatura, interpretando a realidade da violência e mostrando para a comunidade procedimentos para promover solidariedade, tolerância e partilha. Portanto, cada Pascom aplica a EC de acordo com sua realidade e os seus protagonistas.
--	---

Podemos verificar na entrevista de Mendes o reconhecimento explícito da Educomunicação no Documento 99 e, além disso, a valorização do conceito enquanto mediador da vivência da fé. Isso significa que o autor confere às práticas educacionais uma dimensão transformadora, capaz de “criar narrativas criativas [...], que envolvem o ser humano a nível pessoal e comunitário”. Assim como foi possível observar em outras etapas da pesquisa, Mendes também apresenta a Educomunicação como alternativa para lidar com as tecnologias, afinal, o contato com as novas linguagens da comunicação permite o empoderamento das novas gerações.

No depoimento, Mendes afirma que a integração do conceito de Educomunicação no Documento 99 preconiza o comunicador como um autor crítico, construtor de novas relações de ecossistemas comunicativos, "fortalecendo o protagonismo e a organização da comunicação em redes, grupos, comunidades de comunicadores, planejamento estratégico e uso criativo das novas tecnologias em vista da coletividade". Como um dos pesquisadores que participaram da elaboração do Documento 99, é significativo que Mendes associe a Educomunicação ao protagonismo da pessoa e ao ecossistema educativo. Isso significa, no âmbito católico, que a inserção do conceito educacional oferece os elementos necessários para a criação de uma comunicação democrática, criativa e transformadora. "A Educomunicação propõe uma mudança de mentalidade em relação à comunicação como um todo. Por isso, é importante aprofundar o que ela propõe para a Igreja".

7.2 Entrevista com Joana Puntel

Joana Puntel, natural de Sobradinho (RS), pertence à Congregação das Irmãs Paulinas. É jornalista, mestra em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), doutora em Comunicação Social pela Simon Fraser University (Vancouver, Canadá) e pós-doutora pela The London School of Economics and Political Science (Londres, Inglaterra). Atua como coordenadora e orientadora pedagógica do Serviço à Pastoral da Comunicação (Sepac), onde leciona em nível de pós-graduação, e também como professora de Comunicação no Instituto Teológico São Paulo (Itesp) e no Studium Theologicum (Curitiba-

PR). É ainda membro da equipe de Reflexão sobre Comunicação na CNBB, faz conferências e dirige seminários na Pastoral da Comunicação em diversas dioceses do Brasil. No Documento 99, também foi articuladora dos eixos de trabalho e redação dos capítulos.

<p>Trecho 1 – Joana Puntel</p>	<p>Com o Diretório, nós podemos dizer que, hoje, a Igreja tem um pensamento sobre comunicação. Se você perguntar a alguém de alguma paróquia sobre comunicação, como disse inicialmente, muitos não vão saber. Embora o Diretório, para nós que vivemos a comunicação e que estamos levando a comunicação adiante, faça parte de nosso dia-a-dia, é um documento que, infelizmente, ainda não é de interesse das paróquias e de suas pastorais, porque, quase sempre, o padre que está à frente das comunidades ainda vê a Pascom exclusivamente como uma equipe de atividades, cujo serviço é colocar avisos nos quadros, cuidar da sonorização e das mídias digitais, sem qualquer preocupação com a necessária reflexão sobre o fazer comunicação. A título de exemplo, lembro-me da experiência de algumas irmãs paulinas no atendimento das livrarias, por ocasião da chegada do Documento 99. Quando elas o apresentaram aos padres, muitos não demonstraram interesse, diferentemente da reação que tiveram frente ao Diretório de Catequese e outros documentos da Igreja que são sempre mais bem acolhidos. É este o pensamento vigente no ambiente dos padres em suas comunidades paroquiais. Lembro-me de ter aconselhado a uma das irmãs: diga para esse padre se lembrar de São João XXIII, que incluiu a comunicação na pauta do Concílio Vaticano II. A sensibilização do tema junto aos padres é algo reconhecidamente imprescindível e complexo.</p>
---	---

Para a pesquisadora, que teve papel protagônico na elaboração do Documento 99, uma das principais contribuições do Diretório é propiciar à Igreja um entendimento mais abrangente sobre o que é comunicação. O depoimento de Puntel aponta para uma nova perspectiva aberta pelo Documento 99 que, superando a visão instrumental dos meios de comunicação, pudesse incluir a teologia, a convivência, a ética e a vivência da fé a partir de um mundo que em que "emergem novas religiosidades, novas linguagens". Sobre a recepção do documento, Puntel constata que há o risco de ocorrer uma dissociação entre os preceitos sobre comunicação e a efetivação prática do Diretório. Para ela, muitas pessoas, ao entrarem em contato com o Diretório, afirmaram não "refletir", mas apenas retirar trechos específicos sobre diretrizes práticas da comunicação. Sobre isso, apresentamos um trecho significativo da pesquisadora:

<p>Trecho 2 – Joana Puntel</p>	<p>Fiquei, então, preocupada com essa condição de subutilização do documento, mas nossa equipe já sabia que não tínhamos como montar um texto que resolvesse toda a problemática complexa das práticas comunicativas da Igreja. Muita coisa escapava de nossas mãos. Contudo, o que se deve esperar de um documento desse porte em aspectos de prática comunicativa? Que ele nos auxilie no debate de questões como: o que é que se está fazendo diante de uma mídia predadora que domina o povo com seus discursos persuasivos de telenovelas e telejornais? Não se trata de polemizar, mas o que a Igreja tem refletido sob o ponto de vista ético que emerge desses</p>
---	--

	produtos comerciais que atentam contra a família, os princípios cristãos e a vida humana? Para começar, os grupos de Pascom nem sabem o que é ética, com todo o respeito e com raras exceções. Em contrapartida, existem outras instituições de vários campos que estão se preocupando com a ética e, às vezes, estão promovendo um debate necessário sobre este tema. Quanto à Igreja, não faltam campos de debate a serem desenvolvidos: ética nas comunicações, ética na internet, ética na Igreja, ... por que nós não debatemos esses temas tão prementes da atualidade?
--	---

Sobre a inserção da Educomunicação no Documento 99, Puntel faz uma crítica sobre como o conceito se faz presente para a comunicação católica. De maneira geral, a pesquisadora afirma que o conceito não pode sobressair, como parece acontecer, segundo ela, ao fio condutor da comunicação católica. Em síntese, Puntel acredita que as práticas denominadas como educacionais, na verdade, são feitas há décadas na Igreja com outras denominações. Selecionamos um trecho da entrevista da autora que revela essa impressão geral:

Trecho 3 – Joana Puntel	No diretório, a educomunicação tem um conceito particular que deriva do conceito geral. Se você, por exemplo, vai falar de educomunicação numa escola, você tem o conceito geral. Ao passo que - eu gostaria que isto ficasse bem claro -, no diretório, essa educomunicação tem de estar submetida a um fio condutor do pensamento da Igreja. Nós devemos nos servir do conceito, mas o que eu percebo é que a educomunicação está ficando lá em cima, no topo do trabalho. E, às vezes, passamos até a instrumentalizar o diretório para justificar a educomunicação. A educomunicação, no caso da Igreja, tem que ser algo que a ajude a levar adiante o discurso da “comunicação e Igreja” e é neste sentido que a Igreja precisa do campo da educomunicação. E a partir daí, sim, tem-se a clareza de em que consiste a educomunicação nesse contexto eclesial. O que eu estou percebendo é que se está dando tanto valor à educomunicação que se esquecem outros aspectos. Esta é uma crítica puramente comportamental, porque, se eu for falar mesmo de educomunicação, é o que o SEPAC faz há mais de 32 anos, com outros nomes, é claro. Eu não gostaria que isso ficasse parecendo uma novidade, e por ser novidade, ter de ser tocado adiante, mas que a educomunicação fosse colocada em seu devido lugar. No diretório, ela tem definidos seus pontos de atuação na formação para a comunicação; e esses pontos devem ser trabalhados, sejam eles o âmbito familiar, escolar, comunitário, político, profissional, pastoral, recepção midiática ou alfabetização digital. São pontos que precisam ser muito bem trabalhados. Diante disso, entra aqui novamente a questão: se eu pego o conceito geral de educomunicação, eu me divorcio um pouco daquelas necessidades que a Igreja traz e que são apontadas pelo diretório. Conclui-se, portanto, que o diretório não se apropria, mas insere um conceito novo cujas práticas são antigas e já conhecidas da Igreja há muitos anos. O vocábulo e sua conceituação são recentes, mas a Igreja sempre educou a partir das práticas agora compreendidas pelo conceito de educomunicação.
------------------------------------	--

Puntel acredita que não há apropriação do conceito de Educomunicação pois a Igreja já pratica educação para a comunicação e formação para lidar com a mídia “há muito tempo”.

Para ela, faz mais sentido dizer que a Igreja "se serve dessa sistematização do que exatamente de uma apropriação do conceito". Nessa perspectiva, com base nos depoimentos colhidos de Joana Puntel, podemos verificar que a recepção do conceito de Educomunicação junto aos pesquisadores de comunicação que participaram do processo de elaboração não foi um processo linear e homogêneo. Essa problematização se faz necessária para colocar à prova a nossa hipótese de que a sistematização do conceito de Educomunicação feita pelo NCE, a partir da pesquisa coordenada pelo prof. Ismar Soares, representa uma novidade nos documentos da Igreja. Com o depoimento de Puntel — e também o da Ir. Helena Corazza, que vem na sequência do capítulo —, podemos constatar que há tensões no entendimento da abrangência e recepção das práticas educomunicativas na comunicação católica.

7.3 Entrevista com Helena Corazza

Doutora e mestra em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, Helena Corazza é jornalista e licenciada em Letras. Atua como diretora e docente no Sepac e coordena o curso de pós-graduação lato sensu “Cultura e meios de Comunicação” (convênio Sepac-PUC-SP). Em seu depoimento, a pesquisadora conclui que o processo de organização da comunicação da pastoral é um processo iniciado nas décadas de 1960 e 1970 pelos documentos da igreja, sendo, nessa perspectiva, o Diretório fruto de um trabalho de reflexão e de práticas, tendo a contribuição de intelectuais, pesquisadores e da própria comunidade que, no decorrer dos anos, fez comunicação, produzindo e trabalhando no âmbito pastoral. Vejamos um trecho que sintetiza o pensamento da pesquisadora:

<p>Trecho 1 – Helena Corazza</p>	<p>Temos duas vertentes: a escolar e a da Pastoral, mas por que Educomunicação na formação pastoral? Porque eu percebo que os valores da Educomunicação aplicada à escola vêm do início do Sepac; da prática do professor Ismar, com as escolas católicas introduzindo já as linguagens da comunicação, dos eventos, da capacitação dos alunos, ela vem da prática das comunidades e, claro, vai se tornando uma política pública, onde é mais difícil aplicá-la, no meu ponto de vista. Agora, na igreja, eu considero uma vitória nós termos conseguido colocar, porque o diretório é orientativo. Umas das discussões na elaboração do Diretório foi porque alguns queriam que ele fosse normativo. Não é, ele abre caminhos. Depois, quem vai aplicá-lo somos nós. Ele é resultado da contribuição de especialistas de várias áreas aqui mencionadas, inclusive nós fazemos parte dessa história, muitas pessoas da comunicação da Igreja fazem parte; algumas coisas foram aprovadas. Às vezes eu penso, talvez não se mede até onde vai, mas isso nos garante as bases para lutar por uma comunicação participativa nos processos mais democráticos, nos quais as pessoas se capacitam. Eu quero fazer uma transposição que talvez você não me tenha perguntado: o que nós trabalhávamos na Educomunicação popular e alternativa,</p>
---	---

	capacitando o ser humano para falar na rádio comunitária e escrever no jornalzinho, hoje eu tenho o polo do emissor liberado na rede social. Hoje eu tenho muitos produtores que precisam ser formados nesses novos conceitos da cidadania, da participação, da promoção de valores. Então, eu vejo um caminho aberto, nada fechado, um desafio de fazer compreender o que significa e de sistematizar grupos para uma prática, porque não é fácil.
--	---

Para a pesquisadora, antes mesmo da discussão sobre o conceito de Educomunicação, o fato significativo é a própria aprovação de um Diretório da Igreja no Brasil, pois o Documento 99 não se restringe à pastoral da comunicação. Isso significa que o Diretório pode alcançar, em sua recepção, todas as pessoas da Igreja e da sociedade, sendo um instrumento de diálogo e de interface da comunicação em todas as pastorais. O conceito de Educomunicação, eminentemente, engloba preocupações políticas, como a busca de transformar os processos de aprendizagem a partir do relacionamento com a mídia. Tal empreendimento ocorre, conforme destacado no Capítulo 2, em ecossistemas comunicativos e os sujeitos desse processo são compreendidos como agentes da cultura. A partir do depoimento das pesquisadoras Joana Puntel e Helena Corazza, podemos verificar que a Igreja Católica desponta nesse ambiente como uma instituição com diversos caminhos comunicacionais que têm variados desdobramentos na vivência política e social de suas comunidades.

Essa dimensão de imbricamento do Documento 99 com a sociedade contemporânea é um fator decisivo nos depoimentos das duas pesquisadoras, afinal, sob as ideias do Papa Francisco, estimulando a Igreja Católica a novos horizontes, a cultura da comunicação encontra uma releitura nesse ambiente eclesial com um olhar teológico que abriga o humano e as novas formas de ser e estar no mundo. E é a partir desse contexto que emerge a publicação do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, e que o conceito de Educomunicação, sistematizado, aparece como alternativa justamente para que haja confluência entre a vivência da fé e as novas tecnologias da comunicação.

7.4 Entrevista com Ricardo Alvarenga

Ricardo Costa Alvarenga, 25 anos, jornalista, é colaborador da Comissão Nacional da Comunicação da CNBB, mestre e doutorando em Comunicação Social, habilitado em jornalismo. O especialista destaca em seu depoimento, nos mesmos termos que Corazza, que uma das missões da Pascom é formar não só os seus agentes, mas também as suas comunidades para o entendimento e o uso dos meios de comunicação. Nesse processo, destaca o pesquisador,

a Educomunicação ocupa lugar decisivo, no sentido de ajudar as pessoas na formação de um senso crítico, no entendimento das lógicas de produção dos meios de comunicação e de como é importante compreender tudo isso para que, de fato, se tenha uma prática comunicativa mais consciente. Apresentamos um trecho do depoimento colhido junto ao pesquisador que exemplifica sua perspectiva teórica.

<p>Trecho 1 – Ricardo Alvarenga</p>	<p>A Educomunicação vem como uma vertente também a potencializar e a legitimar esses discursos. Então quando a gente pensa que auxiliar as pessoas através de formações, de momentos que as ajudem a compreenderem produção técnica, mas também as lógicas de produção por trás daquele trabalho técnico, se ajuda a legitimar essa prática de pessoas que não são formadas na área, mas que estão fazendo comunicação. Se a gente pensar de um modo geral, a Igreja toda em sua essência é comunicação. E, nesse sentido, o Brasil tem se destacado bastante nesses trabalhos de formação e de articulação. A gente vê nesse Mutirão de Comunicação oficinas que podem favorecer às pessoas conhecimentos que podem ajudar a potencializar as práticas que as pessoas já vêm realizando nas comunidades. Então acho que a Educomunicação está presente em todo esse processo. Ela é indispensável principalmente partindo da ideia central de que nós trabalhamos com pessoas que não são formadas na área e aí a perspectiva da Educomunicação vem de fato ser a maneira de legitimar essas práticas e de fortalecer essas práticas. Eu acho que toda a prática comunicativa da Igreja no Brasil, hoje, tem sim um diálogo e tem uma inter-relação com isso, e talvez em algum momento não tenha sido entendido, por esse termo Educomunicação, mas o pano de fundo, o referencial teórico e o ponto de vista reflexivo que legitima essa prática, é a Educomunicação sem dúvida.</p>
--	---

O pesquisador destaca a emergência da Educomunicação como forma de legitimar práticas horizontais e colaborativas que não necessariamente são feitas por pessoas da área de comunicação.

7.5 Entrevista com Moisés Sbardelotto

Moisés Sbardelotto é mestre e doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos, com estágio doutoral na Università di Roma “La Sapienza” e graduação em Jornalismo pela UFRGS, colunista das revistas “Família Cristã” e “O Mensageiro de Santo Antônio”, autor de “E o Verbo se fez bit” (Santuário, 2012) e “E o Verbo se fez rede” (2017), presta consultoria e assessoria a organizações e movimentos sociais e eclesiais no âmbito da Comunicação.

O pesquisador recebeu o convite para participar da elaboração do documento já nas etapas finais, entre os anos de 2012 e 2013. Sbardelotto, durante a entrevista, ressalta que o Diretório não é obra do acaso, mas sim fruto de décadas e décadas de reflexão, que totalizaram

um percurso de 13 anos de caminhada da Igreja no Brasil. Abaixo, o depoimento sintetizado do autor:

<p>Trecho 1 – Moisés Sbardelotto</p>	<p>Eu diria que uma novidade ou, pelo menos, uma peculiaridade muito particular é, exatamente, o fato de se tratar de um Diretório e não de um “impositório”. É um documento que não pretende impor nada; é um direcionamento e não uma legislação que, agora, a Igreja no Brasil precisaria aplicar <i>ipsis litteris</i> em todas as comunidades, em todas as dioceses. A ideia de Diretório é exatamente trabalhar essa perspectiva de apontar diretrizes e sugestões de práticas que devem ser repensadas, reavaliadas, reproblematisadas nas Igrejas locais, de acordo com a cultura local e as especificidades de cada comunidade, seja em termos de tecnologia, seja em termos de valores, seja na expressão das diferentes formas de relação. Esta é uma das primeiras características do Diretório: que ele seja pensado não como uma norma, mas como um conjunto de pistas de ação e de reflexão sobre a comunicação na Igreja. Uma grande novidade que ele traz e que não se vê em outros diretórios é que cada capítulo se encerra com uma seção intitulada “Pistas de Ação”. A intenção é de que tudo aquilo que foi dito naquele capítulo, em termos mais teóricos e mais acadêmicos, seja traduzido em termos mais pastorais, pela indicação de pistas de ação, para que cada comunidade possa ler e avaliar, verificar se essas pistas fazem sentido e se dizem respeito à sua realidade, para que elas possam, a partir daí, implementá-las ou não e assim aprimorar suas práticas de comunicação e seus projetos de construção de comunidade. Outro aspecto bastante importante como novidade do documento é essa perspectiva bem ampla de comunicação. Outros documentos da Igreja, quando refletem sobre comunicação, ficam muito centrados na questão midiática, ou midiática massiva para ser mais específico, ou seja, como a Igreja deve se portar diante dos grandes meios. Fica sempre uma relação nós, Igreja, e mídia. O que o nosso Diretório aponta é que a grande mídia é apenas um aspecto da comunicação. A própria Igreja tem suas mídias, rádios, jornais, televisão, meios virtuais, enfim uma série de mídias, que também são apenas um dos elementos que compõem o conceito e a ideia da comunicação. A comunicação no Diretório é vista de uma forma muito ampla, bonita. Na apresentação feita por Dom Leonardo, ele começa dizendo que “comunicação é relação e relação é comunicação”.</p>
---	--

A proposta católica de gestão educacional, como podemos verificar no depoimento de Moisés Sbardelotto, apresenta uma alternativa ao modelo institucional vigente ao propor comunicação como relação e relação como comunicação. Pensando na inserção da Educomunicação em seu ambiente, não pela via impositória, mas sim pelo diálogo e modelo renovador, a CNBB pode ainda não ter convicção ao tratar do conceito, mas já aponta, como o pesquisador Sbardelotto propõe, o caminho de reconhecer a comunicação como objeto de gestão.

8 ENTREVISTAS JUNTO A AUTORIDADES ECLESIAÍSTICAS DA COMISSÃO EPISCOPAL PARA A COMUNICAÇÃO

Como parte de nossa investigação, trabalhamos para obter as impressões e os significados atribuídos ao Documento 99 por autoridades da Comunicação que ocupam lugar de liderança na circulação e compreensão do Diretório de Comunicação. Da mesma forma que na etapa anterior, realizamos entrevistas com o intuito de apreender os sentidos atribuídos pelas autoridades eclesiais da Comissão Episcopal para a Comunicação. Com esse trabalho, foi possível dimensionar como as lideranças se inter-relacionam e qual papel cumprem na circulação e formação sobre o Diretório, no âmbito da comunicação católica, que é onde atuam.

Em termos metodológicos, diferentemente da aproximação feita com os pesquisadores em comunicação — Capítulo 7 —, não foi possível estabelecer um roteiro de perguntas em razão das circunstâncias e da variedade de instrumentos — contato telefônico, pessoal, e-mail e até mesmo WhatsApp — utilizados. Nosso diálogo com as autoridades teve como eixo central a recepção do Diretório de Comunicação e o lugar da Educomunicação como projeto, como processo de vivência, convivência e método de comunicação para a Igreja. Isso significa que, a depender do contexto e das circunstâncias de interlocução com as autoridades, diferentes perguntas foram feitas, mas sempre com esse eixo de preocupação contemplado.

Com efeito, obtivemos um rico material de análise junto às lideranças em diferentes regiões do país, tendo como foco a recepção do Diretório de Comunicação. A íntegra das entrevistas também consta como anexo do presente trabalho e, a seguir, apresentamos os trechos mais significativos e as ocorrências mais importantes apreendidas com as autoridades, que nos ajudam a encontrar respostas sobre o Documento 99 e sua articulação com o conceito de Educomunicação.

8.1 Entrevista com Dom Darci Nicioli

Dom Darci Nicioli é presidente da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da CNBB, Brasília. É mestre em Teologia Dogmática pelo Pontifício Ateneu Santo Anselmo, Roma. Em seu depoimento, Nicioli destaca que o conceito de Educomunicação ainda está em evolução e que, pelo menos em seu âmbito de trabalho, há um esforço, por meio do Documento 99, de promover o conceito nas práticas de comunicação. Para Nicioli, a presença do conceito de Educomunicação oferece a possibilidade de a Igreja transformar a ideia de que a comunicação parte de um poder de quem detém um meio de comunicação para, numa nova

perspectiva, um conceito em que a comunicação é percebida como processo dialógico. Assim como em outras etapas de nossa investigação, Nicioli também aponta para a Educomunicação como processo renovador.

Sobre as impressões em relação à recepção do Documento 99, ele revela que ainda está em trânsito a apropriação do conceito de Educomunicação, e que essa experiência transcende o âmbito religioso e está mais associada a toda a sociedade, pois hoje fazer comunicação exige uma perspectiva de protagonista-comunicação, conforme preconiza o conceito educ comunicativo sistematizado. Para a comunicação católica, Nicioli destaca a importância dos princípios dialógicos na vivência da fé. Segue um trecho do depoimento em que sintetiza essa perspectiva.

<p>Trecho 1 – Dom Darci Nicioli</p>	<p>A dialogicidade da comunicação vai acontecendo e nós vamos crescendo no entendimento desta realidade, porque é, de fato, por este caminho, em que cada um participando e cada um dando a sua contribuição, que nós construímos uma comunicação libertadora e um mundo melhor. É mesmo um desafio, que não é outro, senão o desafio do próprio evangelho que, às vezes, nos escapa. Jesus Cristo quem é, senão a comunicação do Pai? Deus que deixa a sua onisciência, sua grandeza de Deus, e se faz cada um de nós. É preciso entender a Educomunicação na perspectiva da encarnação. Aprendermos com Deus. Então, desta maneira, nós nos descobrimos de fato irmãos, em igualdade de condições, eliminamos toda discriminação e, de fato, construímos, cada um dando a sua contribuição, novo céu e nova terra que a própria Palavra de Deus nos pede. Ora, o Diretório de Comunicação é também reflexo deste caminhar comunicacional da sociedade e da Igreja, e você vai de repente, ao ler e estudar o Diretório de Comunicação, descobrir conceitos antigos, e que estão convivendo com conceitos novos de comunicação. E é muito interessante isso, porque quem fez o Diretório de Comunicação – que também foi feito a quatro mãos, a cinco mãos, a oito mãos, a dez mãos, etc. –, também estava permeado de conceitos antigos e de conceitos novos. Eu digo até que o Diretório de Comunicação, daqui a algum tempo, vai ter de ser reescrito e atualizado. Tem ali, sim, passos importantes dados, porém, o documento ainda está permeado de elementos de comunicação que já estão ultrapassados. Mas é assim mesmo. Nós somos uma contínua evolução. E aí de quem se pensar perfeito e acabado. É arrogância. Nós vamos evoluindo na vida. É sempre um processo de crescimento, de entendimento de nós mesmos, do mundo e daquilo que Deus quer para nós.</p>
--	---

Darci Nicioli observa que o Documento 99 está em processo de recepção e, no geral, está sendo bem recebido. O conceito de Educomunicação, no mesmo sentido, está associado à ideia de que todos nós somos comunicação e que comunicação deve ser entendida como proximidade, comunicação como encontro, etc. Em contrapartida, ele destaca que os contextos de recepção implicam em diferentes formas de circulação do Documento 99, pois, por exemplo,

em muitas realidades e para muitos agentes da Pastoral da Comunicação, o Diretório de Comunicação é desconhecido.

Enquanto autoridade, Nicioli acredita que a Pascom pode ter contributos efetivos com a recepção do documento, no sentido de despertar para um novo entendimento do fazer comunicacional, marcado pela “transversalidade da sua razão de ser enquanto pastoral, que não existe em função de si mesma”. Ele afirma:

<p>Trecho 2 – Dom Darci Nicioli</p>	<p>A pastoral da comunicação não é para ser “a Pastoral da Comunicação”. A Pastoral da Comunicação é pra ser um instrumento que, dentro de uma ação pastoral orgânica, faça com que todas as outras pastorais melhor trabalhem e prestem o melhor serviço à Igreja, em vista de que a Igreja cumpra com o seu objetivo precípua, mais importante, que é ser continuadora da obra de salvação integral de Nosso Senhor Jesus Cristo.</p>
--	---

É possível verificar que, no Depoimento 2, Nicioli se aproxima do conceito de ecossistemas comunicativos, ao propor que a Pascom, a partir do contato com a Educomunicação no Documento 99, possa integrar as áreas de forma transversal, não se fechando em si mesmo, mas prestando serviço a todas as áreas.

8.2 Entrevista com Dom Orani

Dom Orani é formado em Filosofia e Teologia. É Cardeal Arcebispo metropolitano do Rio de Janeiro. Exerceu as seguintes funções: coordenador Diocesano da Pastoral da Comunicação (São João da Boa Vista); responsável pelo Setor de Comunicação do Regional Sul 1 da CNBB - dioceses paulistas; presidente do conselho superior do Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (Inbrac), mantenedor da Rede Vida de Televisão; presidente da Comissão Episcopal para a Cultura, Educação e Comunicação Social; presidente do Conselho Nacional de Comunicação Social do Senado Federal, como representante da sociedade civil; presidente do Instituto Brasileiro de Marketing Católico (IBMC); atualmente, é bispo referencial da Comunicação para o Regional Leste 1, Rio de Janeiro.

O depoimento de Dom Orani oferece diversas contribuições para compreender o processo de construção e recepção do Documento 99, trazendo informações relevantes das concepções iniciais deste documento e de como o seu trabalho elaborativo foi gestado.

<p>Trecho 1 –</p>	<p>O Diretório de Comunicação teve sua origem nas questões que surgiram entre</p>
--------------------------	---

Dom Orani	<p>comunicação e liturgia. Sempre houve discussões sobre o papel da comunicação na liturgia e da liturgia na comunicação, principalmente no que se relaciona às transmissões pela TV. Nunca se colocou o mesmo problema com relação às transmissões pelo rádio. A TV já tinha certa influência na Igreja, principalmente nas reuniões dos concílios permanentes dos bispos, que se realizavam em Itaici e que, hoje, se realizam em Aparecida. Sempre ocorreram discussões sobre as influências dessas transmissões sobre as pessoas e a Igreja, e de que forma se podia organizar isso. Tivemos alguns encontros dos dois Conselhos Episcopais, um da Educomunicação e cultura e outro da liturgia e, posteriormente, vários outros. E numa das assembleias dos bispos em que o assunto foi levantado, ao ser chamado a dar meu parecer, sugeri, como solução para essas questões e como instrumento de orientação para Igreja, a criação de um Diretório de Comunicação. Na época, já tínhamos conhecimento de um Diretório de Comunicação italiano e outro latino-americano, que é uma cópia do italiano. E achamos que poderíamos propor isso na assembleia dos bispos; então, o secretário geral perguntou se poderíamos trabalhar na elaboração de um futuro diretório, e a assembleia aprovou. A assembleia dos bispos aprovou a ideia em Itaici. Nessa mesma época, o saudoso Dom Luciano pediu que houvesse um programa da CNBB que tivesse uma abrangência nacional. E nós tivemos a oportunidade de tentar aprovar essa ideia, assim como a Igreja no Brasil também aprovou, e levou algum tempo para ser colocada no ar. Ficou então na dependência de nossa comissão responder a essas exigências da CNBB; que fosse, por exemplo, um programa nacional - e acabou sendo um programa nacional que nunca foi muito visto, mas existia e existe ainda hoje. E essa acabou sendo a preocupação do diretório, que se apresentava como uma oportunidade de esclarecer essas tensões, conforme minha primeira intervenção; que ele não fosse um diretório para resolver problemas pontuais, mas um diretório de orientação, de olhar para o futuro, que oferecesse uma perspectiva comunicacional para o Brasil e que pudesse ajudar a desenvolver melhor a questão da comunicação.</p>
-----------	--

Sobre a comunicação católica, o depoimento de Dom Orani, em termos gerais, também revela que a utilização da mídia ainda não atingiu os objetivos esperados. Para o pesquisador, as ações comunicativas, como rádios, jornais e TVs, funcionam muitas vezes em dioceses e paróquias, mas sem um plano nacional. Embora haja confluência em termos de unidade teológica, sacramental e doutrinal, a falta de um plano nacional indica que há grupos religiosos de ação e de opinião particularizados, e nem sempre muito unidos. Nesse sentido, talvez seja essa a dificuldade encontrada pelo Documento 99 em ser reconhecido de maneira uniforme.

Com relação à Educomunicação, Dom Orani afirma que “a comunicação no contexto da educação não é uma coisa tão nova assim”, mas, a partir do momento em que é sistematizada e colocada em um documento da Igreja, trata-se de uma inovação. Em contrapartida, Dom Orani expõe em seu depoimento que as práticas educacionais ainda não circulam no contexto geral, sendo restritas a especialistas. Além disso, ao discutir o que é Educomunicação, ele elenca algumas produções midiáticas, como o Ensino a Distância e as novas possibilidades abertas pelas tecnologias, como cursos e TVs online incorporadas pela Igreja. Sobre o aproveitamento

das tecnologias e a Educomunicação no âmbito religioso, Dom Orani apresenta um depoimento significativo.

<p>Trecho 2 – Dom Orani</p>	<p>Os documentos da igreja falam que seremos omissos e pecaremos gravemente se não utilizarmos os meios de comunicação modernos para evangelizar e para o incitamento à missão. Então, hoje a Igreja em saída e a Igreja das águas mais profundas deve ser entendida não só como aquela que sai da paróquia, da matriz, que vai para a casa ou para a rua, mas é também aquela que sai para os meios virtuais, para o mundo virtual, para o mundo inteiro. A Igreja tem que estar presente em tudo e em todo lugar e, para isso, sem dúvida, temos que utilizar todos os meios de comunicação. A Educomunicação, e tudo aquilo que faz parte de seu entorno, deve ser utilizada tanto para o anúncio como também para o aprofundamento da fé naquilo que nós anunciamos. Deve nos ensinar como discutir os assuntos e como levar as pessoas a terem a visão cristã do que está acontecendo no mundo de hoje.</p>
--	--

8.3 Entrevista Dom Vilson Oliveira

Dom Vilson Dias de Oliveira é bispo referencial da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação no Regional Sul 1 da CNBB, São Paulo. É mestre em Teologia Pastoral pela Pontifícia Faculdade de Teologia Nossa Senhora da Assunção, São Paulo. Em seu depoimento, Dom Vilson destaca que o Documento 99 teve papel importante no âmbito da comunicação. Ele revela que, em diversas instâncias do Regional Sul 1, houve, sobretudo entre os jovens, novas ações e perspectivas de trabalho resultantes do contato com o Diretório de Comunicação. Para ele, além de despertar novas possibilidades, o mérito do Documento 99 é elaborar “linhas mestras para desenvolver o trabalho da comunicação”. Ele narra, em seu depoimento, algumas ações resultantes da diretriz proposta no Diretório:

<p>Trecho 1 – Dom Vilson Oliveira</p>	<p>Na minha diocese, particularmente, conseguimos organizar o trabalho nas cinco regiões pastorais e hoje nós temos em toda a diocese, nas 93 paróquias, o trabalho da Pascom. Esse trabalho tem tido, felizmente, o apoio dos padres. Inclusive, com relação aos sacerdotes, já tivemos formação com a irmã Ir. Helena Corazza e outras religiosas e agentes da pastoral da comunicação para o nosso clero, padres e diáconos. Então tudo isso facilitou para desenvolver parcerias, porque quando o padre está junto nós temos condições de levar esse trabalho para nossas bases. E talvez uma reclamação que existia antes é que os padres não abraçavam alguns trabalhos pastorais, entre eles este da Pascom. Mas hoje estamos vendo que tem tido apoio e tem tido investimento também nessa área. Nós ficamos felizes porque isso tem ocorrido não só na Diocese de Limeira, pois tenho conhecimento de que em outras dioceses do nosso Regional Sul 1 tem crescido esse trabalho, e, particularmente, também onde nós andamos fora do Regional, temos refletido em algumas dioceses que pedem formações diretamente sobre o Diretório, nós temos refletido, eu e também o Pe. Marcos Vinicius e outros membros da equipe de</p>
--	---

	comunicação do Regional, temos oferecido reflexões sobre o trabalho do Diretório a pessoas e dioceses, inclusive de fora do nosso Regional, que nos solicitam apoio nessa área, de forma que estamos felizes com o trabalho que tem sido realizado. É claro que o Diretório é muito amplo e pouco a pouco a gente vai aprendendo. É um caminhar de degraus que a gente vai fazendo, a fim de levar a reflexão do Diretório nacional às nossas bases em nossas dioceses.
--	---

Sobre a Educomunicação, Dom Vilson Oliveira classifica o conceito como “algo novo” que, a partir do Diretório, passou a atingir os agentes pastorais e voluntários da comunicação. Assim como Dom Orani, ele destaca que o conceito de Educomunicação é importante em razão das “novas gerações e da juventude”, que estão habituadas a lidar com as novas tecnologias. Nesse sentido, ao acionar o conceito de Educomunicação, ele aponta para a necessidade de “educar para os meios de comunicação” para os agentes que evangelizam a partir da utilização da mídia. É possível verificar em seu depoimento que o conceito de Educomunicação é articulado no sentido de utilizar os meios de comunicação “na mensagem de Jesus Cristo, a mensagem da Igreja, a palavra do Santo Padre, a palavra dos bispos da Igreja, a palavra da CNBB, das reflexões do Diretório em todos os recantos do país, e, particularmente, em nossas dioceses do Regional Sul 1”.

8.4 Entrevista com Pe. Rafael Vieira da CNBB

Padre Rafael Vieira é assessor de Comunicação da CNBB, em Brasília. Embora não tenha participado da elaboração do Diretório, hoje, à frente da assessoria de Comunicação da CNBB, aponta alguns elementos significativos para a compreensão do Documento 99. O primeiro ponto destacado pelo Pe. Rafael Vieira foi sobre a necessidade encontrada de adequar a linguagem acadêmica do documento para que houvesse mais capilaridade entre os agentes e outras diversas instâncias da comunicação católica. Outro aspecto importante colhido no depoimento é sobre os limites “práticos” do Documento 99:

Trecho 1 – Pe. Rafael Vieira	É claro que o diretório tem seus limites, até mesmo por se constituir ele numa espécie de tratado geral. Cada tema precisaria de um livro e, no Diretório, está sintetizado em poucas páginas. Mas, trata-se de uma boa síntese. Além disso, eu diria que o Diretório tem transformado muito o método de formação das equipes nas bases, porque, antes dele, tudo era muito esparso, muito disperso; o que valia eram opiniões de comunicadores. E a Igreja conseguiu juntar tudo isso. Hoje, em qualquer paróquia, em qualquer diocese, em qualquer comunidade, quando se quer fazer um trabalho de comunicação, a CNBB tem um documento para oferecer e isso faz uma diferença enorme para todos.
---	---

Em seu depoimento³⁰, o Pe. Rafael Vieira não fez menções ou respondeu sobre a Educomunicação.

8.5 Entrevista com Ir. Élide Fogolari

Irmã Élide Fogolari é especialista em mediações culturais construídas pelas telenovelas e na linguagem radiofônica e mestra em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. É coordenadora de cursos do Sepac/Paulinas e ministra cursos na área de Educação para Comunicação e Pastoral da Comunicação em diversas dioceses e seminários. Participou da Assessoria de Comunicação da CNBB no quadriênio 2010/2014, secretariando os serviços da Comissão Episcopal para a Comunicação, junto com o Padre Clóvis Andrade de Melo. Em seu depoimento, aponta que a importância do Diretório de Comunicação é representar uma política de Comunicação da Igreja Católica no Brasil, que permite um maior diálogo em termos de comunicação entre a Igreja e os demais segmentos sociais. Segue o trecho da entrevista em que a Ir. Élide discute tal perspectiva:

<p>Trecho 1 – Ir. Élide Fogolari</p>	<p>O Diretório chega no momento em que a Igreja é interpelada pelas mudanças trazidas à sociedade contemporânea pela revolução digital, tema tratado com vigor pelo Papa Bento XVI, em suas últimas mensagens destinadas a celebrar, anualmente, o Dia Mundial das Comunicações. A comunicação é entendida como um processo social, a serviço das relações entre homens e mulheres, favorecendo a comunhão e a cooperação entre as pessoas. Tanto os tradicionais meios de comunicação social, quanto as novidades trazidas pelo emergente mundo da internet devem colocar seu protagonismo a serviço da promoção de uma cultura de respeito, diálogo e amizade. A comunicação é vista como uma prática que incide na vida das pessoas e, por isso, necessita ser objeto de reflexão pessoal. A educação das novas gerações para uma adequada convivência com o mundo da comunicação e de suas tecnologias é essencial para o entendimento das novas condições civilizatórias, propiciando a formação de cidadãos para atuar criativamente no contexto da cultura midiática. Cabe à ação pastoral e aos seus promotores – ministros ordenados, religiosos e leigos – fazer uso dos processos e meios da comunicação a serviço da partilha da Palavra, merecendo destaque, nesse percurso, as redes sociais digitais. E, finalmente, a Pastoral da Comunicação precisa ser priorizada nos planos de ação da Igreja, em todas as suas instâncias, necessitando de planejamento, formação, recursos tecnológicos e pessoais especializados. O Diretório oferece uma visão orgânica de como os processos de comunicação e suas tecnologias se fazem presentes no dia a dia da sociedade contemporânea, também identificada como sociedade da informação e da comunicação. Igualmente, lança um olhar sobre a Igreja, uma</p>
---	--

³⁰ Nos anexos, é possível ver em detalhes as circunstâncias da entrevista que impossibilitaram respostas mais aprofundadas do Pe. Rafael Vieira.

	instituição complexa em sua estrutura e em suas múltiplas ações, animada por um mesmo e grande ideal, que é a mística missionária da “Igreja em saída”.
--	---

Podemos verificar que a Ir. Élide Fogolari, como uma das autoridades mais atuantes na elaboração do Documento 99, aspira que o Diretório tenha um contato mais efetivo com um plano de comunicação, “que se espera ver realizado e plenamente estabelecido em todas as instâncias da vida eclesial”. O depoimento de Ir. Élide aponta que o Diretório não se limita ao âmbito midiático, mas sim disponibiliza referenciais éticos, políticos, teológicos e pastorais, resultando em um material rico para a reflexão da comunidade eclesial. Trata-se, nessa perspectiva, de uma inovação significativa na comunicação católica, pois, em diversos níveis, é possível encontrar propostas para a promoção e gestão da comunicação em sintonia com as necessidades das comunidades e da missão evangelizadora.

Da mesma forma que as outras autoridades, ao suscitar o conceito de Educomunicação, ela também destaca a importância do Diretório para “processos comunicativos que envolvam as crianças e os jovens, como membros ativos da sociedade e da Igreja”.

Trecho 2 – Ir. Élide Fogolari	O Diretório aponta para a importância de se adotarem procedimentos educacionais que favoreçam às novas gerações uma aproximação dos meios e recursos da informação a partir de uma perspectiva crítica, construtiva, autoral e cristã. A comunicação que emerge das comunidades em que as leigas e os leigos são os protagonistas necessita ganhar reconhecimento por parte dos pastores, para que não se ocultem as luzes que devem ser colocadas nos lugares mais altos para iluminar todo o ambiente eclesial.
---	---

8.6 Entrevista com Pe. Clóvis Andrade

Pe. Clóvis Andrade de Melo foi assessor da Comissão para a Comunicação na CNBB no último quadriênio, 2010/2014, e trabalhou com a Irmã Élide Fogolari e Dom Dimas Lara Barbosa nas atividades próprias da comissão, tendo acompanhado os momentos finais da edição do Diretório de Comunicação. Em consonância com as outras autoridades entrevistadas, Pe. Clóvis aponta que o Documento 99 não se apresenta como uma normativa ou uma receita de como lidar com a mídia. Ao contrário, a partir de um entendimento mais abrangente da comunicação, o Diretório traz princípios que ajudam na orientação de ações concretas que envolvam a comunicação católica.

Como um dos principais articuladores da redação do Documento 99, o depoimento de Pe. Clóvis revela que houve uma preocupação geral de que o resultado do trabalho pudesse abarcar as várias realidades da comunicação, inclusive com menções aos documentos anteriores da Igreja que trataram de comunicação. Ao examinar o conteúdo do depoimento, é possível concluir que há uma clara preocupação do Diretório de Comunicação da Igreja de estar sintonizado com a realidade atual da comunicação e o contexto do mundo em que vivemos. Vejamos um trecho do depoimento que elucida essa perspectiva:

<p>Trecho 1 - Clóvis Andrade de Melo</p>	<p>Ao longo da configuração dos 10 capítulos, nós fomos percebendo que conseguíamos fazer referência a todos os outros documentos anteriores e uma proposta nova e atualizada para a realidade do atual contexto em que vivemos. A comunicação evolui ao longo do tempo e a comunicação na Igreja também passou por uma grande evolução, e isso estava a nos indicar a necessidade de um documento atualizado e que contextualizasse o presente. Por isso, inclusive, em seu Capítulo 7, o diretório trabalha a relação Igreja/Mídias Digitais. Trata-se de uma contribuição atual que outros documentos não contemplavam, porque o ambiente digital é uma realidade do nosso tempo. A própria configuração do Documento 99, que é o Diretório de Comunicação aprovado, nos dá uma ideia da intenção e da proposta do documento.</p>
---	--

Sobre o conceito de Educomunicação, podemos verificar que, para ele, a intenção do Diretório de Comunicação foi, de fato, trabalhar no sentido de educar para comunicar, fortalecendo a consciência da leitura crítica da mídia. Ele afirma em seu depoimento que, dado o contexto contemporâneo com a presença cada vez maior dos meios de comunicação, "tornava-se muito importante para reforçar a necessidade de se refletir sobre a comunicação. E daí, percebemos que os conceitos da Educomunicação eram convergentes com os nossos propósitos e extremamente importantes para valorizar essa prática e a realidade da Igreja". Assim como as outras autoridades entrevistadas, o tema da juventude e das novas gerações também foi objeto de preocupação. Vejamos o depoimento:

<p>Trecho 2 – Clóvis Andrade de Melo</p>	<p>Nós acreditamos que o capítulo 10 vai cumprir esse papel, vai incentivar a prática Educomunicativa, especialmente na juventude. Houve a preocupação de se pôr em destaque a família e a juventude, porque a Igreja precisa melhorar a qualidade da sua comunicação, de um modo especial na catequese. E este capítulo aponta também algumas pistas concretas para esse agir comunicativo com a juventude, vencendo aquela passividade que existe diante dos meios de comunicação e favorecendo uma reflexão mais aprofundada nesse sentido. Depois que nós lançamos oficialmente o Diretório de Comunicação, no mês de março de 2014 - ele foi aprovado na assembleia daquele mesmo ano -, demos início ao processo de implantação. A Irmã Élide e eu programamos alguns encontros e algumas palestras para apresentar o</p>
---	---

	Diretório em sua totalidade. A ênfase era sempre no agente da Pastoral da Comunicação, com o foco voltado também para a catequese e a liturgia. Esses encontros aconteceram em todos os regionais do Brasil. Eram encontros com duração de três dias e que contavam com a presença de alguns padres e bispos de cada Regional onde o evento se realizava, além das coordenações e dos agentes de comunicação. Foi uma experiência muito gratificante porque nós percebemos que o diretório respondia ao grande anseio dos agentes de comunicação, de ter o embasamento para a sua prática comunicativa. Percorremos todos os estados do Brasil.
--	---

8.7 Entrevista com Pe. Oswaldo Gerolin

Padre Oswaldo Gerolin Filho é formado em Administração de Empresas, Filosofia, Teologia e fez três cursos de Marketing Religioso, nos Estados Unidos (Fenix, Boston e Chicago), promovidos pela Conferência Episcopal Americana. Foi responsável pela organização e coordenação da Comunicação na Diocese de Santo Amaro e, há 16 anos, criou o Portal Católico que ainda mantém sob sua direção. Sua principal contribuição em relação ao Documento 99 está relacionada ao trabalho desenvolvido pelo Portal Católico³¹. Sendo uma importante referência na comunicação católica para o assunto de redes digitais e cibercultura, Pe. Oswaldo participou das discussões para apontar caminhos para que o Diretório pudesse abranger as dimensões das tecnologias contemporâneas. Vejamos um trecho da entrevista que sintetiza essa perspectiva:

Trecho 1 - Pe. Oswaldo Gerolin	Nós conversamos com o Padre Clóvis e com a Irmã Élide sobre as particularidades do Portal Católico. Existe um portal oficial, que é o próprio site da CNBB, fundamental e interessantíssimo. Infelizmente, ele é muito pouco usado. A gente procura divulgar para as pessoas acessarem as informações, sobretudo as informações oficiais da Igreja. Além disso, nós temos milhares de sites de congregações, escolas, paróquias, entidades, pessoas... e eles têm sempre o porquê que nasceu e vão relatar suas experiências, vão dar a sua contribuição, deixando claro o seu objetivo primeiro. Nós, hoje, temos uma presença muito grande na Igreja. O interessante é que hoje empregamos expressões até de top, saídas de entidades leigas. As comunidades leigas são jovens, são novas, são dadas à internet, são dadas à tecnologia e houve um investimento bastante grande nisso. E isso é excelente. O Portal Católico é diferente. Ele nasceu do desejo de abrir-se para toda a experiência da Igreja. Quem nos ajudou muito nesse sentido foi Dom Orani que, na época, era coordenador nacional e bispo referencial da Pascom. E dizia: “Precisamos disso! Não espere que a igreja assuma isso; isso é trabalho dos leigos, isso é trabalho de vocês. CNBB é CNBB, é uma instituição, e vocês têm mais experiência, mais liberdade, facilidade de estar presentes e de trazer essas situações, até porque a própria Igreja no Brasil tem seus limites financeiros. Não dá para abarcar todas as
---------------------------------------	---

³¹ Disponível em <<https://www.portalcatico.org.br/>>.

	pastorais, todos os movimentos, e estar presente em tudo, é muito difícil.” A partir dessa conversa com Dom Orani, nos propusemos a ser um portal que pudesse trazer para si toda a experiência, todo o conteúdo, formação, informação, espiritualidade e, logicamente, com uma pitada para os jovens. Porque se a gente vai ver a internet, você sabe, ela gira muito em torno dos 17 aos 35 anos. Então a gente tem que dar uma face um pouco jovial, a gente tem que postar um conteúdo que agrade a juventude.
--	--

Novamente, a necessidade de dialogar com as novas gerações e a juventude foi um tópico mencionado ao citar a Educomunicação. Esse fato é significativo dada a recorrência dessa perspectiva ao reconhecer nas práticas educacionais e nas preocupações frente às tecnologias digitais um elemento decisivo do Diretório de Comunicação na Igreja. O Pe. Oswaldo, sendo um dos precursores da comunicação católica no ambiente digital, reconhece que a CNBB, a partir do Documento 99, busca novos caminhos que criam alternativas para o mundo cada vez mais midiático.

8.8 Entrevista com Pe. Roberto Luiz Preczevski

Padre Roberto Luiz Preczevski foi assessor da CNBB no Regional Sul 1 de 2000 a 2007, como assessor de Dom Orani na Comissão Episcopal para a Comunicação, tendo acompanhado os momentos iniciais da elaboração do Diretório de Comunicação. No mesmo sentido que as outras autoridades entrevistadas, para Pe. Roberto Preczevski a importância do Diretório está condicionada à capacidade de servir como orientador de práticas para que paróquias e dioceses possam aplicá-lo de acordo com a sua realidade e conjuntura.

Também, mais uma vez pudemos verificar que as novidades das tecnologias foram objeto de preocupação, sendo o Diretório uma resposta concreta para o cenário contemporâneo de transformações. Ou ainda:

Trecho 1 - Pe. Roberto Preczevski	Nós estamos falando de documentos próprios de uma década, próprios de uma época, quando os meios de comunicação não eram conhecidos. A internet estava “engatinhando”. O Smartphone, que hoje também é um palco de comunicação, de distribuição de imagens, sons, ainda não existia. Então o Diretório deve ter um olhar diferente para a época atual e preparar-se para o que virá. O texto nasce e, de lá pra cá, quanta coisa nova no universo da comunicação social! Por isso, será necessária uma atualização permanente. O diretório vem para contribuir com o processo de construção da Educomunicação. Os líderes, sejam padres, congregações religiosas ou os próprios agentes de pastoral, da Pascom ou não, pela Educomunicação, se formam para formar e aprendem para ensinar. É toda uma construção de um conteúdo, transmitido não importa por qual veículo de comunicação. Do ponto de
--	---

	vista da Educomunicação, a CNBB prevê sua aplicação metodológica na educação oferecida pelos estabelecimentos católicos de ensino. O Diretório vem reforçar várias iniciativas já existentes em várias dioceses e paróquias, quando se fala, por exemplo, na catequese virtual. É claro, o documento é nacional, o diretório é nacional e, como um leque, ele vai se abrir às realidades de cada ambiente.
--	--

Sobre a Educomunicação, é possível dizer que Pe. Roberto Preczevski também associa o conceito às questões da juventude e novas gerações, apontando que as tecnologias, no mundo atual, impõem novas dinâmicas que exigem da Igreja caminhos e reflexões como os presentes no documento 99. Outro aspecto significativo no depoimento do Pe. Roberto Preczevski é o entendimento da Educomunicação como processo renovador frente às transformações dos modelos tradicionais de mídia. Com o conceito presente no Diretório de Comunicação, ele aponta que a Igreja está num caminho de mudança de consciência na apropriação dos recursos técnicos contemporâneos para "mostrar a cara da Igreja".

Neste capítulo, descrevemos os aspectos mais relevantes obtidos nas entrevistas junto às autoridades que, em diversos níveis, tiveram contato com a elaboração e/ou circulação do Diretório de Comunicação. Em se tratando de lideranças e sujeitos que ocupam lugar diretivo na comunicação católica, conseguimos construir um quadro geral de sentidos e significados atribuídos ao documento e, consequentemente, sobre a recepção do conceito de Educomunicação no âmbito católico. Da mesma forma que nas outras etapas da pesquisa, podemos concluir, em síntese, que a Educomunicação é acionada como um conceito que oferece recursos para lidar com as novidades em trânsito no mundo da comunicação. Educar para comunicar, ou seja, desenvolver competências para o trato com a mídia, foi um dos temas mais recorrentes entre as autoridades ao manifestarem preocupações com “as novas gerações” conectadas aos dispositivos digitais. Também observamos que as autoridades tiveram como foco estabelecer parâmetros para que, para além da relação com a mídia, a recepção do documento junto aos leigos pudesse trazer novas perspectivas de vivência da fé e da comunidade.

9 COLETA DE DADOS POR DINÂMICAS DE GRUPO

Com o intuito de obter dados sobre como os agentes pastorais se relacionam com o Diretório de Comunicação e explorar a inserção do conceito de Educomunicação neste contexto, desenvolvemos atividades em grupo em dois momentos distintos: no 3.º Muticom do Regional Nordeste 1, em Sobral–CE e rodas de conversa na Diocese de Santo Amaro (SP).

Na sequência, descrevemos como as dinâmicas foram feitas e os dados colhidos durante os dois procedimentos adotados junto aos agentes pastorais. Da mesma forma que as etapas anteriores da pesquisa, não é possível fazer generalizações ou propor uma abordagem quantitativa em relação aos dados obtidos. Numa perspectiva qualitativa, o intuito é, em última instância, encontrar similaridades e ocorrências significativas para os propósitos de nossa pesquisa a partir dos dados coletados nas dinâmicas em grupo.

9.1 Dinâmicas do 3º Muticom do Regional Nordeste 1

Durante a execução do 3.º Muticom do Regional Nordeste 1, pudemos assessorar o encontro contribuindo com duas palestras: (1) O uso das novas tecnologias na Educomunicação e (2) Educar para comunicar. Na abertura da segunda palestra, realizamos uma dinâmica colaborativa com a assembleia de 180 participantes. A dinâmica consistiu em realizar uma sondagem juntos aos pasconeiros sobre o contato preexistente com o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil e o nível de sensibilização junto ao conceito de Educomunicação.

Antes da palestra aplicamos seis questões de observação sobre esses dois objetos temáticos e após a palestra aplicamos três questões colaborativas. Assim, as questões anteriores foram apresentadas para a ampla assembleia uniformemente sentada e cada um destacou um papel do seu bloco de notas, observou no telão a questão proposta, assinalou o número da questão no papel e, individualmente, respondeu, variando de dois a três minutos para cada uma das seis questões observadas. Foram feitas as seguintes questões:

Questões anteriores

Que impacto o Diretório produziu em você?

Que novidades o Diretório de Comunicação traz?

Que reação você teve no encontro com a palavra “Educomunicação” no Diretório?

Você achou interessante ou desnecessário o uso dessa expressão?

O que significa Educomunicação?

Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

As questões posteriores à palestra tiveram uma dinâmica mais dialógica. A assembleia foi organizada em pequenos grupos de oito pessoas, geralmente membros de uma mesma diocese. Cada questão foi apresentada no telão e os grupos trocaram impressões sobre as questões num tempo de três a quatro minutos e tiveram esse mesmo tempo para responder, também individualmente, às três demandas nos papéis devidamente identificados com o número da questão.

Questões posteriores

Impressões coletivas sobre o contato com o conceito e sua metodologia: descrever suas impressões com palavras-chave.

Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

Prognósticos: o que se espera do trabalho educamunicativo na comunicação católica para daqui a 1, 2, 3 anos, e próximas décadas.

Os procedimentos acima descritos geraram um alto número de dados que, no primeiro momento precisavam ser sistematizados. Para tal empreendimento, a transcrição das respostas seguiu a dinâmica adotada na coleta, dividindo os respondentes em dois grupos, de acordo com a etapa em que as perguntas foram administradas: “anteriores” ou “posteriores” à palestra. Para as respostas a cada pergunta, uma vez que não foi solicitada aos respondentes qualquer identificação, foi atribuída aleatoriamente, de forma sequencial, uma letra do alfabeto, com o único objetivo de marcar onde termina uma resposta e começa outra. Com esse procedimento, obtivemos um total de 73 páginas com as respostas separadas a partir de cada questionamento. Esse trabalho também consta como anexo da presente tese. Passamos a descrever os aspectos mais relevantes e os dados mais significativos acerca da percepção sobre o Documento 99 e a Educomunicação.

9.1.1 Descrição dos dados

Para a pergunta "que impacto o Diretório produziu em você", é possível, entre os 180 respondentes, verificar três conjuntos similares de respostas. Um primeiro grupo com agentes

pastorais que tiveram contato com o Documento 99, mas ainda desejam estudar e se aprimorar mais a respeito das propostas estipuladas no Diretório. Foram frequentes respostas como "necessidade de aperfeiçoar", "preciso conhecer melhor", "despertou em mim novas ideias, mas preciso avançar" e outras expressões correlatas. Nesse sentido, é factível dizer que um grupo considerável, entre os entrevistados, considera o Diretório como um importante referencial e deseja, no futuro, ter mais referências.

No segundo grupo similar de respostas, não tão expressivo como o primeiro, há diversos pasconeiros que consideram o diretório um importante instrumento para "renovar" a comunicação da Igreja. Esse grupo afirma já ter contato com o material e que ele traz "novos conhecimentos", "direcionamento de ações", "novos horizontes de comunicação". Abaixo, alguns depoimentos que sintetizam essa perspectiva:

Depoimento 1	Despertou em mim a responsabilidade pela minha missão e pelo compromisso com a evangelização. Visão de pastoral de conjunto.
Depoimento 2	Aprendizagem voltada para o aperfeiçoamento das ações pastorais e para o anúncio do Reino de Deus.
Depoimento 3	O Diretório de Comunicação nos transmite segurança e a possibilidade de realizar nosso trabalho em conjunto com toda a igreja.

É possível verificar que, nesse grupo de respostas – sintetizados pelos depoimentos acima –, há uma maior elaboração em relação ao Documento 99 e uma aproximação dos depoimentos com a proposta destacada pelas autoridades nas entrevistas. Ou seja, podemos dizer que há um grupo significativo de respostas que estão em sintonia com a proposta do documento de servir como orientação e apontamento de caminhos para os trabalhos na Pastoral da Comunicação. Isso significa que há uma parcela importante de agentes pastorais que não apenas entraram em contato com o Documento 99, mas compreenderam os propósitos da CNBB para a comunicação católica. Ao ter um contato mais aprofundado, também pudemos verificar que esse grupo cita diversas vezes a expressão “desafios da comunicação” ao tratar sobre o Diretório. Muitos depoimentos apontam que, frente aos desafios impostos pelas mudanças na sociedade, o Documento 99 impacta ao discutir exatamente o papel da comunicação católica.

O terceiro grupo de respostas aponta para agentes que não entraram em contato com o Diretório, limitando-se a respostas como “infelizmente ainda não tive contato”, “não tive acesso ao Diretório e, por isso, ainda não posso falar de impacto” e “infelizmente não tive a oportunidade de ler”. Em menor número, comparado com os outros dois grupos de respostas, os depoimentos apontam para agentes que, de fato, não tiveram contato com o documento e,

dessa forma, não podem emitir opinião. Achamos importante descrever esse dado para registrar que há, entre os 180 entrevistados, uma parcela que sequer conhece o Diretório. Para as próximas perguntas, já não consideramos esse grupo ao descrever as respostas, afinal eles se limitaram a dizer “não li ou não conheço”.

Para a questão "que novidades o Diretório de Comunicação traz", de início podemos destacar um grupo considerável de respostas que afirma que “o próprio Diretório já é uma grande novidade”. Nas respostas, foi possível confirmar que há um grupo de respondentes que apresentam um entendimento mais elaborado e aprofundado sobre os conceitos trazidos pelo Documento 99.

Depoimento 1	Comunicação não é só fotografar missas ou transmiti-las pelo facebook. É, antes, uma ponte entre as pastorais.
Depoimento 2	A importância de nos transformar em novos discípulos e podermos ser mais eficientes na evangelização.
Depoimento 3	A interação que a comunicação proporciona com o uso das mídias, que pode resultar na transformação da paróquia (Igreja).
Depoimento 4	A própria comunicação. Só o fato de ter sido aprovado já foi uma novidade. Afinal, todos os dias, temos informações novas a serem comunicadas.

São diversos os depoimentos similares aos acima demonstrados, que apontam para uma reflexão crítica sobre o que é “fazer comunicação”. Isso significa que esse grupo de depoentes demonstrou sintonia com a proposta do Diretório de propiciar novas perspectivas para a vivência da fé a partir do contato com a comunicação.

Poucos entrevistados consideram a Educomunicação como uma “novidade” trazida pelo documento. Apenas três respondentes reconheceram que as práticas educacionais são “algo novo” nas orientações propostas pelo documento da CNBB. Em contrapartida, não é possível concluir se isso se deve ao fato de os respondentes já estarem habituados com a educomunicação e, portanto, não reconhecerem o conceito como “algo novo” ou, simplesmente, porque outros elementos presentes no Diretório despertam o interesse enquanto “novidade”.

Ao examinar o conjunto de respostas para a pergunta “que reação você teve ao entrar em contato com a Educomunicação”, podemos afirmar que há, em termos gerais, uma boa recepção ao conceito e que a maioria dos depoentes aponta que as práticas educacionais são “necessárias” para lidar com os desafios da comunicação. Encontramos para esta pergunta também alguns grupos de similaridades entre os dados coletados. O primeiro a ser destacado é

o de respondentes que associam o conceito de Educomunicação aos "jovens" e "à juventude". Alguns depoimentos apontaram que as práticas educacionais são importantes para lidar com as "novidades da tecnologia" que os jovens "consomem diariamente". Podemos dizer que, neste aspecto, as respostas se aproximam das obtidas nas entrevistas feitas com as autoridades eclesiais, conforme descrito no capítulo anterior.

Outro grupo apontou que, ao desconhecer previamente o conceito, o contato com a Educomunicação gerou "surpresa", "curiosidade" e correlatos. Outros respondentes se concentraram em torno do conceito de "educar para comunicar". Ou seja, ao se deparar com o conceito de Educomunicação, esse grupo de respondentes indica que o diretório aponta caminhos para "não só comunicar, mas também educar".

Com a pergunta "você achou interessante ou desnecessário o uso dessa expressão?", buscamos compreender justamente se os respondentes consideram o conceito "Educomunicação" enriquecedor ou não. Com a exceção do depoimento *"Desnecessária... Tudo podia ser dito sem ela. Criar um novo termo para realidades já sedimentadas desvia o foco. A rigor, tudo poderia ser dito com o termo 'evangelização' (educar, portanto, mudar atitudes)"* e outros poucos que se limitaram a dizer "desnecessário", a maioria das respostas apontou a importância e a relevância do conceito no Documento 99. Abaixo, alguns dos depoimentos que sintetizam essa perspectiva:

Depoimento 1	Interessante, pois relaciona a educação com a comunicação, como um conjunto que põe uma em comunhão com a outra.
Depoimento 2	Muito interessante. Educar para comunicar, passar conteúdo ao outro e poder compreender o que você quer comunicar.
Depoimento 3	Interessante e necessária. Educação é fundamental para o desenvolvimento do ser humano e educar para comunicar é indispensável para todos.
Depoimento 4	Muito interessante para nós que trabalhamos com a comunicação. Com ela, podemos educar com a comunicação, que é o papel da Pascom.

Podemos dizer que, entre os entrevistados, o conceito de Educomunicação se apresentou como uma importante estratégia frente à comunicação católica. O conjunto de respostas aponta para a necessidade de "se aprofundar sobre o conceito" para articular as dimensões educativas na Pastoral da Comunicação. O fato é relevante pois demonstra que a Educomunicação é reconhecida como uma prática renovadora e que permite novas alternativas entre agentes pastorais que trabalham no cotidiano da comunicação católica.

Essa dimensão foi confirmada pelas respostas obtidas com a pergunta “o que significa Educomunicação?” A maioria dos respondentes classificou o conceito como “educar para comunicar”. Vejamos alguns depoimentos que nos ajudam a compreender o entendimento dos entrevistados sobre a Educomunicação:

Depoimento 1	Significa educar para comunicar. É capacitar as pessoas para uma boa comunicação.
Depoimento 2	Educomunicação: educar e comunicar. Estudar as melhores e novas maneiras de se levar o Evangelho.
Depoimento 3	Comunicar de forma educativa e cultural, usando campos diversos de arte e tecnologia e buscando sempre educar pela comunicação, de forma inovadora.
Depoimento 4	Significa educar para comunicar, para melhor expressar-se no dia e deixar claro aquilo que é de difícil compreensão.
Depoimento 5	Educomunicação: junção das palavras educação e comunicação. A comunicação posta em prática de forma ética e responsável, mas que também seja promotora de um pensar reflexivo e bem mais abrangente. Comunicar sem se limitar apenas à transmissão de informação. Pensar, refletir e dialogar precisam andar de mãos dadas.
Depoimento 6	Educomunicação significa que precisamos aprender a comunicar; que são necessárias gestão, metodologia e técnica, para comunicar, de forma que possamos interagir e transformar a realidade em que nos encontramos.
Depoimento 7	A transformação do conhecimento na arte de educar. É a junção/união dos dois termos, com o objetivo de despertar para a educação e a evangelização.
Depoimento 8	É um campo teórico-prático que propõe uma intervenção a partir de algumas linhas básicas, como educação pela mídia.

Nestes depoimentos destacados, é possível verificar que há entre os agentes pastorais aproximações com a sistematização do conceito de Educomunicação feita pelo NCE-USP a partir de pesquisa coordenada pelo prof. Ismar Soares, conforme apresentado no Capítulo 1. Isso é significativo pois revela que o conceito de Educomunicação, em nosso universo pesquisado, encontra coerência epistemológica na interface Comunicação e Educação.

Outro conjunto importante de respostas sobre o que é Educomunicação relaciona o conceito com as “tecnologias”. Da mesma forma que em outras etapas de nossa pesquisa, como os formulários on-line, o conceito de Educomunicação é mencionado entre as respostas para indicar “a relação com as tecnologias e com a mídia”. Podemos concluir que grande parte de nossos entrevistados, em diversos níveis, percebem a Educomunicação como uma alternativa às questões tecnológicas. Abaixo, alguns depoimentos que indicam essa recorrente perspectiva entre os entrevistados:

Depoimento 1	Conscientização em relação às novas tecnologias, sempre pautados na verdade e autenticidade do Evangelho. Preparar-se para a utilização dos novos meios de comunicação, com responsabilidade.
Depoimento 2	Uso da comunicação para esclarecimento de nossas ideias. Educar com os meios tecnológicos ou com quaisquer outros meios, desde que sejam usados efetivamente para educar e comunicar.
Depoimento 3	Educomunicação é uma forma de nos educarmos, um estudo básico antes da exposição na mídia. Temos que ter noção do que pretendemos colocar nas redes sociais.
Depoimento 4	Significa uma ampla aprendizagem por meio da educação utilizando os meios tecnológicos para uma educação melhor e mais eficaz.

Também podemos constatar que, ao responder sobre como o agente pastoral poderia desenvolver a Educomunicação, a maioria das respostas fez associação ao verbo “educar”. Ou seja, as palavras “aprender”, “aprendizado”, “educar” e “educação” foram recorrentes para tratar do papel dos agentes pastorais em relação ao conceito de Educomunicação. Muitas respostas também apontaram para a necessidade de a evangelização ser um processo comunicativo, de dedicação ao outro e à Palavra.

Com as questões posteriores, realizadas na dinâmica com agentes pastorais de forma dialógica, com trocas e discussões coletivas sobre as perguntas feitas, conseguimos obter informações sobre as impressões gerais a respeito da pesquisa. Grande parte dos respondentes conferiu à Educomunicação boa avaliação no sentido de poder trabalhar com questões relacionadas à mídia católica. Sobre os impactos que a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja, diversas respostas apontaram para a possibilidade de "se preparar melhor" para lidar com os novos mecanismos de comunicação. A maioria das respostas, num sentido próximo, mencionou a dimensão educativa que é necessária para trabalhar na Pascom, seja no planejamento, seja na implementação de projetos.

Outros depoimentos destacaram a possibilidade de uma outra experiência comunitária a partir do conceito de Educomunicação e, mais uma vez, o tema da juventude voltou a ser mencionado como função da Educomunicação no Documento 99. Alguns depoimentos obtidos também destacaram que é necessário apropriar os conceitos presentes do Diretório de Comunicação a partir da própria realidade. Ou seja, para além de moldes, utilizar o diretório como orientador de práticas. Abaixo, um depoimento sintetizador dessa ocorrência frequente entre as respostas:

Depoimento 1	Faz com que possamos reconhecer a dimensão macro do serviço pastoral da comunicação (CNBB e Santa Sé), que consigamos enxergá-la a partir da nossa realidade, e fomentá-la a partir do chão que pisamos. Ensina-nos a não sermos meros repetidores da notícia e da informação e ajuda-nos a perceber o impacto que poderá ocorrer a partir da nossa realidade e a repercutir como sujeitos da informação.
---------------------	---

Ao responder como a Educomunicação pode integrar a comunicação católica no futuro, grande parte das respostas a apontou como uma alternativa aos avanços tecnológicos e com novas formas da Igreja se relacionar com a sociedade. A perspectiva de que há uma transformação contínua impulsionada pela mídia foi diversas vezes mencionada nas respostas. Vejamos alguns depoimentos nesse sentido:

Depoimento 1	Melhor planejamento, comunicação clara e atualizada, utilizando-se de meios de comunicação modernos para levar o Evangelho ainda mais longe.
Depoimento 2	A prática educomunicativa atrairá novos meios de comunicação, de maneira alinhada entre as paróquias e dioceses. O trabalho pastoral poderá alcançar melhores resultados na evangelização por meio da estratégia que está sendo proposta.
Depoimento 3	Acompanhará a evolução dos novos meios de comunicação.
Depoimento 4	Com o avanço tecnológico, espera-se também um avanço da evangelização, de forma que possamos atingir as pessoas mais afastadas e que não têm condições de ir à igreja.

Como conclusão da etapa de pesquisa realizada no Muticom, podemos dizer que, o conjunto das respostas — com exceção de parte dos respondentes que afirma desconhecer o Documento 99 e as práticas educomunicativas — aponta aspectos promissores para a Educomunicação no âmbito da Igreja Católica. É possível dizer que o conceito foi bem recebido entre os agentes pastorais e que a maioria das respostas confere à Educomunicação uma alternativa estratégica para o contexto contemporâneo, de comunicações digitais e em redes sociais.

O tema da juventude também aparece como significativo nessa etapa da investigação. Constatamos que muitos agentes acreditam que educar para a comunicação é fundamental “para as novas gerações” e, com a inserção do conceito no Documento 99, a Igreja abre novas perspectivas para esse trabalho. Isso é muito significativo partindo do pressuposto de que as respostas que indicam esse caminho são dos agentes que fazem a comunicação católica no dia a dia e, portanto, estão sintonizados com as questões e as tensões do cotidiano.

9.2 Rodas de conversa na Diocese de Santo Amaro (SP)

As rodas de conversa aconteceram entre 03 e 27 de novembro de 2015, em sete paróquias dos setores pastorais: Grajaú, Interlagos, Jordanópolis, Pedreira, Santa Catarina e Varginha, da Diocese de Santo Amaro, na zona sul de São Paulo (SP). O objetivo foi compreender como o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil e sua proposta estão sendo recebidos nas comunidades locais. Com o objetivo de coletar dados significativos aos propósitos da pesquisa, realizamos gravações dos encontros com os padres e seus respectivos paroquianos que, em diversos níveis, trabalham com a comunicação católica. Como instrumento, utilizamos o dispositivo de gravador do celular para fazer o registro de todas as rodas de conversa, que ocorreram conforme o seguinte cronograma:

Dia 03/11/2015 – Paróquia Bom Pastor – Setor Jordanópolis;

Dia 04/11/2015 – Paróquia Cristo Ressuscitado – Setor Grajaú;

Dia 18/11/2015 – Paróquia São Francisco – Setor Varginha;

Dia 19/11/2015 – Paróquia Nossa Senhora das Graças – Setor Grajaú;

Dia 23/11/2015 – Paróquia Nossa Sr.^a da Salette e São João Batista – Setor Pedreira;

Dia 24/11/2015 – Paróquia Nossa Senhora da Anunciação – Setor Interlagos;

Dia 27/11/2015 – Paróquia São João Batista³² – Setor Santa Catarina.

Para o início dos encontros, foram propostas algumas pistas norteadoras de diálogo em forma de questões. A partir delas, o diálogo foi se delineando conforme as condições culturais e sociais de cada local. Seguem algumas das pistas utilizadas para fomentar a discussão entre os presentes:

- *Você acredita que a comunicação pode ajudar na vida pastoral de sua comunidade? Como?*
- *Você conhece ou já ouviu falar do Documento 99 da CNBB, chamado Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil?*
- *Se você conhece o documento, do que você mais gostou? Do que não gostou? O que modificaria? O que sugeriria que fosse introduzido no documento? O que você aplicaria na sua pastoral?*
- *Se você não conhece o documento, por qual motivo você acredita que ainda não o conhece?*

³² Na Paróquia São João Batista, existe já estruturada a Pastoral da Comunicação, o que possibilitou que o encontro fosse também registrado por outros meios além do celular. Os jovens membros da Pascom local gravaram com filmadora, máquina fotográfica e utilizaram projetor na roda de conversa.

- *Você acredita numa comunicação pastoral que seja capaz de construir conhecimento com participação coletiva e colaborativa?*
- *Existe na vida pastoral da comunidade uso de aplicativos em celulares para trabalho pastoral, estudo catequético, acesso a notícias da Igreja, formação e oração?*

O desenvolvimento dos encontros permitiu que obtivéssemos dados significativos sobre as percepções dos membros das pastorais que estão no serviço direto à comunidade. Os participantes apontaram que observam a carência de um diálogo vivo e de contato físico entre pais e filhos, o que aponta caminhos para que a vida pastoral da Igreja possa contribuir a partir de uma perspectiva comunicacional, ajudando as famílias na superação do vício digital, por exemplo. Nessa mesma perspectiva, os grupos citaram a possibilidade de uma evangelização cujas ações sejam para fora da Igreja. Essas ideias surgiram das reflexões dos próprios membros das rodas de conversa, no seu contato inicial com a proposta educacional que transversaliza todo o discurso do Diretório. Publicado em 2014, a maioria dos grupos nunca tinha ouvido falar desse documento da CNBB, na ocasião da pesquisa - no ano de 2015. A seguir, apresentamos as impressões apreendidas nas rodas de conversa. O relatório dos encontros e a transcrição do trabalho também constam como anexo da presente tese.

9.2.1 Paróquia Bom Pastor

Nessa paróquia, pudemos observar que o pároco local entende o Facebook apenas como um instrumento disponível para realizar a comunicação de modo convencional: emissor-receptor. A intenção dele parece ser divulgar as atividades da igreja, sem perspectiva de diálogo aberto ou de participação horizontal. Sem mencionar o Documento 99, ele reconheceu a necessidade de engajamento dos mais jovens para melhor apropriação das novas mídias. Em contrapartida, aparenta entender que os jovens têm de se abrir e adentrar os trabalhos pastorais. Foi possível verificar que, em seu discurso, não aparece a intenção de abrir os próprios trabalhos pastorais para compreender a perspectiva dos jovens, de estabelecer um diálogo horizontal, baseado na troca, conforme os pressupostos estabelecidos no Diretórios de Comunicação. Assim, observamos que ainda prevalece a ideia da comunicação tradicional emissor-receptor. Por mais que, durante nossa intervenção na roda de conversa, fosse problematizado quais serão os efeitos desta recepção, preponderou a ideia de que é preciso calcular precisamente o que será “emitido”, para que não haja prejuízos futuros.

9.2.2 Paróquia Cristo Ressuscitado

Durante a roda de conversa, as missas transmitidas pela TV foram recorrentemente citadas e parecem ser uma questão importante para os interagentes. Apesar de aparentemente se tratar de uma simples transmissão tradicional, a maneira como se dá esta discussão dentro das pastorais parece muito rica para o debate sobre comunicação. Observamos que membros da Paróquia entendem que a criação de uma estação de rádio seria interessante não apenas para a emissão tradicional de informações sobre os trabalhos internos da pastoral, mas também para troca de experiências com outras pastorais.

Perguntada sobre como é possível “aprender fazendo”, uma paroquiana problematizou a necessidade de formação técnica. Esse tópico, aliás, foi recorrente nas rodas de conversas: menções à necessidade de aprender as técnicas de comunicação, antes mesmo de discutir o que é, de fato, “fazer comunicação”. Pudemos observar que a intervenção da paroquiana está perfeitamente em sintonia com as preocupações do Diretório e com os princípios educacionais, tanto do ponto de vista da construção da comunicação, como da necessidade da “educação para comunicação”, no sentido de formação para operação técnica dos veículos de mídia:

Depoimento 1	Através da oração é um passo. E quais outros passos? Da união, a participação, a divulgação em si, buscar capacitação buscando com técnica. É importante que os envolvidos no processo, tenham capacitação. É importante que tenham capacitação se não, não conseguem mexer nos instrumentos.
---------------------	---

O fato das crianças e dos jovens dominarem melhor a tecnologia é colocado por um paroquiano como uma espécie de problema, de perigo. Como provocação, fizemos uma intervenção neste momento dizendo “que as crianças têm o domínio da tecnologia, mas não têm sabedoria” e sugerimos que precisa acontecer um “meio-termo”, um diálogo. Os presentes responderam que é preciso se aproximar da criança, aprender com a linguagem dela. Esta proposta, verificamos, é alinhada com o Diretório e com a construção da comunicação. Os participantes compreenderam que é preciso estabelecer trocas com as crianças, aprender com as mesmas.

9.2.3 Paróquia São Francisco de Assis

Sobre esta roda de conversa há pouquíssimos registros de manifestações das pessoas presentes. Concluimos que essa atividade não rendeu os resultados esperados, pois os participantes pouco se manifestaram a partir das provocações da roda de conversa. Mesmo frente aos estímulos, prevaleceu o silêncio, que não nos permite, portanto, fazer afirmações sobre o Documento 99 e a Educomunicação nesta Paróquia.

9.2.4 Paróquia Nossa Senhora das Graças

Na dinâmica feita nesta Paróquia aconteceu um fato inusitado: ao serem questionados sobre quem já teve acesso ao Documento 99, apenas o pároco local levantou a mão, provocando risos entre os presentes. Esta foi uma situação recorrente, que evidencia um problema em trânsito no ano de 2015 – ocasião das rodas de conversa, mas também em outras etapas de nossa investigação, como no Muticom e no formulário da Pascom, realizados entre 2017 e 2018: a divulgação e a comunicação sobre o diretório de comunicação não atingiu a totalidade dos membros da comunicação católica e, em algumas ocasiões, verificamos que o documento era totalmente desconhecido.

As rodas de conversa foram fundamentais, pois conseguimos examinar que há dificuldades não apenas para divulgar, mas para colocar em discussão e abrir espaço para o aperfeiçoamento, a partir da experiência de vida dos ouvintes, das estratégias locais de comunicação para cada paróquia. Em contrapartida, não é possível compreender por que os participantes das rodas de conversa assistem apenas os canais ou rádios católicos. O pároco local demonstra ser aberto para a contribuição dos mais jovens, que tentam distribuir as pequenas produções – como vinhetas – produzidas na paróquia por grupos de WhatsApp e Facebook. Os jovens fizeram um evento chamado Country Christ e atraíram novos jovens que não frequentavam a paróquia. O evento foi divulgado através de cartazes e carro de som.

A iniciativa dos jovens de promover um evento para atrair aqueles que não frequentam a paróquia está muito alinhada com o Diretório, não simplesmente pela tentativa de trazer novos fiéis, mas principalmente porque a iniciativa contemplou um gênero (música sertaneja, aparentemente) extremamente popular. Ou seja, os jovens se abriram para construir juntos um evento que, de fato, poderia interessar àqueles que não estão na igreja. Pouco importa, neste caso, que a divulgação tenha sido feita de forma tão rudimentar.

9.2.5 Paróquia Nossa Senhora da Salette e São João Batista

De início, uma paroquiana afirmou que leu, mas não entendeu o Diretório. Tal depoimento ilustra como há elementos que escapam das intenções da CNBB e das autoridades entre os pressupostos do Documento e sua recepção junto aos membros da comunicação católica, mesmo porque na elaboração do documento, conforme verificado a partir das entrevistas apresentadas no capítulo 7, o Documento 99 não está imune à dificuldade de se fazer compreendido pelos sujeitos envolvidos no processo comunicativo. Não se trata de uma generalização, mas tanto nas dinâmicas em grupo quanto em outras etapas da pesquisa constatamos essa dificuldade que alguns membros da comunicação católica têm ao entrar em contato com o documento.

Outro episódio relevante na roda de conversa nesta paróquia: um membro da comunicação católica sugeriu que, pelo rádio, a Igreja proponha um “conflito de ideias”, o que parece ser uma recomendação de abertura ao debate, ao diálogo fora dos muros da Igreja, no dia a dia das pessoas. Além da intenção de estabelecer debates sobre cidadania e abrir canais de diálogo, novamente é ressaltada a importância da capacitação técnica para a operação dos instrumentos, dos veículos de mídia.

9.2.6 Paróquia Nossa Senhora da Anunciação

Entre as rodas de conversa realizadas, consideramos esta uma das mais significativas, pois as preocupações demonstradas estão alinhadas com os caminhos apontados pelo Documento 99 e com os pressupostos da Educomunicação. Logo no início das atividades, o pároco local demonstrou preocupação em “enquadrar” as mídias nas regras tradicionais da Igreja. Foi possível verificar que ele se contrapõe à comunicação de maneira utilitarista, apenas para potencializar as mensagens tradicionais da Igreja. Ao demonstrar sua preocupação, ele deixa evidente que a simples utilização dos meios tradicionais, de modo convencional e não bem planejado, pode significar mais problemas do que soluções: não vislumbra diálogo nem construção. Ao demonstrar preocupação com a maneira de utilizar os meios de comunicação, problematiza e tenta achar soluções para as dificuldades. São esforços que parecem estar bastante alinhados com os princípios da Educomunicação, do educar para e pela comunicação. Ele demonstra entender bem, a partir da experiência prática, a eficiência da comunicação por diferentes mídias e consegue reconhecer a competência dos membros de sua equipe para estabelecer estratégias mais bem-sucedidas de transmissão de mensagens.

9.2.7 Paróquia São João Batista

Foi possível concluir após o encontro que a paróquia está habituada às discussões sobre a comunicação católica. Os paroquianos demonstram compreender o que é Educomunicação e os conceitos foram amplamente discutidos. A paróquia também tem projetos bastante interessantes, alinhados com o Diretório e com os princípios da Educomunicação.

Como conclusão desta etapa do trabalho, devemos destacar que as dinâmicas em grupo ofereceram um contato mais próximo das apropriações do Diretório junto à dimensão “prática”, ou seja, de agentes e membros da Pascom que trabalham no cotidiano da comunicação católica. Com esses dados, foi possível cruzar a impressão de autoridades e pesquisadores com o trabalho desenvolvido entre os pasconeiros. Nesse sentido, é possível avançar para uma síntese interpretativa do material coletado. É o que nos propomos a fazer no capítulo seguinte.

10 SÍNTESE INTERPRETATIVA DO CONJUNTO DOS DADOS EMPÍRICOS

Neste capítulo, buscamos articular as questões ventiladas nas outras etapas do trabalho e as informações obtidas por meio das entrevistas e dinâmicas em grupo para investigar os significados e as apropriações atribuídos ao conceito de Educomunicação, presente no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. A partir dos métodos empregados na pesquisa de campo — descritos no capítulo anterior — buscamos explorar as nuances de diferentes grupos e sujeitos para apreender diversas perspectivas que, em algum nível, tiveram contato com o documento, atribuindo significados e sentidos às práticas educacionais no âmbito religioso.

A dificuldade encontrada, do ponto de vista metodológico, foi ordenar e classificar o material coletado, afinal, estivemos em contato com agentes pastorais, leigos e dirigentes da comunicação católica, representando uma ampla polifonia de vozes. Em razão do pouco tempo de lançamento do Diretório de Comunicação da Igreja e também dos poucos estudos acadêmicos a respeito do assunto, tivemos de estipular uma técnica para a classificação do material, de acordo com os pressupostos teóricos adotados. Isso significa que, para definir o enfoque de nosso método, retomamos os conceitos fundamentais articulados em nosso quadro de referência com o apoio das técnicas etnográficas.

Nessa perspectiva, com os pressupostos da Educomunicação, buscamos a obra de Martín-Barbero para estabelecer o nosso entendimento sobre o conceito de mediação. É fundamental retomar esse preceito, pois o conjunto de entrevistas e dados coletados serão interpretados sob a perspectiva de que o universo cultural e as condições de recepção, assim como os fatores históricos e socioeconômicos condicionam como os sujeitos sociais atribuem sentidos à realidade. Ou seja, as condições de produção e circulação dos meios de comunicação não implicam obrigatoriamente que a relação dos sujeitos será determinada exclusivamente pelas mensagens da mídia. No tratamento analítico dos dados, buscamos os significados e os sentidos que surgem a partir das impressões dos sujeitos entrevistados sobre o Documento 99 a partir do conceito de mediações.

Não se trata de documentar somente efeitos propriamente individuais, mas sociais, derivados dessa presença ou onipresença expansiva dos meios hoje em dia. Os meios de comunicação, dentro dessa “grande mediação” que se poderia considerar como sendo a midiaticização, vão surgindo como instituições independentes do devir social, com sua própria fonte de poder e seus mecanismos de poder e na condição de instituições sociais; vão-se agrupando e constituindo em holdings em âmbito mundial ou regional. (OROZCO GOMES, 2014, p. 65).

Temos como foco, como preconiza Orozco Gomes, compreender não apenas impressões individuais, mas sim como os significados e os depoimentos colhidos na pesquisa de campo se configuram no coletivo, a partir da “grande mediação” observada: o Documento 99. Conforme Alves e Silva (1992) indicam, o obstáculo ao lidar com dados qualitativos é a insegurança ao criar procedimentos adequados para a sistematização dos dados. Embora o método qualitativo seja uma alternativa ao positivismo, ainda há dificuldades de sistematizar os dados com o rigor necessário ao domínio científico. Em nosso caso, estipular critérios frente a um alto número quantitativo de entrevistas e de dados exigiu uma abordagem metodológica capaz de apreender os significados das falas dos sujeitos entrevistados. Para isso,

É importante salientar que, ainda que os passos metodológicos numa abordagem qualitativa não estejam prescritivamente propostos, o pesquisador não deve se considerar um sujeito isolado que se norteia apenas pela sua intuição: há que levar em conta o contato com a realidade pesquisada, associado aos pressupostos teóricos que sustentam seu projeto. Assim, ao fugir da rigidez, o pesquisador não deverá perder o rigor em seu trabalho - regra primeira para a concretização de um projeto científico que possa vir a contribuir para um conhecimento na área (ALVES; SILVA, 1992, p. 63-64).

Sendo assim, fazemos uso da etnografia na condição de pesquisador e participante da comunicação católica, além dos estudos teóricos em Educomunicação, para criar os critérios necessários para dar ordem e sentido aos depoimentos e dados colhidos na pesquisa de campo, “onde tópicos e temas vão sendo gerados a partir do exame dos dados e sua contextualização no estudo, sendo preciso que estes tópicos e temas sejam frequentemente vistos, questionados e reformulados, na medida em que a análise se desenvolve, tendo em vista os princípios teóricos e os pressupostos da investigação” (ALVES; SILVA, 1992).

Assumindo essa perspectiva metodológica, para o trabalho de classificação e interpretação do material, utilizamos como critério os pressupostos etnográficos de que ocorrências frequentes, dentro do universo pesquisado, assim como similaridades, podem reconstituir a dimensão vivencial e sensível. Assim, a partir da descrição e análise das entrevistas e das dinâmicas, buscamos compreender como, de fato, a emergência da Educomunicação no âmbito católico a partir das apropriações do Documento 99 está presente nos depoimentos, nos resultados das dinâmicas em grupo e também nas entrevistas. Após a análise do total do material, após leituras e releituras do conjunto de depoimentos e dados coletados, classificamos o material coletado em três dimensões. Trata-se de três categorias capazes de dar ordem e sustentação às interpretações que apresentamos:

a) **participação e ressignificação dos processos comunicativos a partir da recepção do Documento 99.** Neste tópico, o objetivo é analisar o conjunto de dados colhidos que nos oferecem elementos para compreender como o Diretório permitiu que a comunidade católica pudesse se relacionar de outra forma com os mecanismos de comunicação a partir dos preceitos da Educomunicação. Verificamos nas entrevistas como isso se manifesta.

b) **educação para a comunicação: como o Diretório foi apropriado no âmbito católico para conduzir projetos de educação para a comunicação.** A necessidade de "educar para comunicar" aparece por diversas vezes no Diretório. Verificamos nas falas e depoimentos como a Educomunicação é suscitada nesses processos.

c) **dimensão histórica: como a Educomunicação é percebida nas diferentes — polifônicas — vozes entrevistadas no processo de coleta de dados que, em diversos níveis, compõem o universo da comunicação católica.** Há muitas menções à história da Educomunicação e ao significado do que é, de fato, uma prática educacional. Verificamos, nesta categoria, as diferentes percepções sobre "o que é Educomunicação" e se, de alguma forma, as práticas da comunicação católica, reconhecidas como educacionais, estão sintonizadas com o Documento 99.

Essas três dimensões foram apreendidas a partir da sistematização dos dados coletados. Com a organização e cruzamento das entrevistas, dinâmicas em grupo e questionários, foi possível identificar essas três dimensões de análise, tendo como resultado um recorte analítico que nos permite interpretar os dados. Apresentamos nas próximas páginas a síntese interpretativa do material coletado. Trata-se, em termos gerais, dos resultados gerados com a nossa investigação.

10.1 Participação e ressignificação dos processos comunicativos a partir da recepção do Documento 99

A partir dos depoimentos colhidos, foi possível constatar que as políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil passaram a dialogar de forma mais próxima com a Educomunicação a partir da inserção deste conceito no Documento 99. Trata-se de um movimento de apropriação do conceito, utilizando uma alternativa mais colaborativa e inclusiva à práxis de construção da comunicação no cotidiano de vivência da fé. Ao analisar as entrevistas, foi possível registrar que, com a recepção do Documento 99, surgem práticas e

apropriações do conceito de Educomunicação que oferecem uma nova percepção sobre a relação com a mídia, propiciando alternativas à vivência da fé e à vida em comunidade.

No entanto, como já referido em outras etapas deste trabalho, embora a perspectiva dialógica e participativa — base fundamental das práticas educacionais — esteja presente no Diretório de Comunicação, o modelo preponderante continua a ser o funcionalista.

A Educomunicação é um campo em construção, articulado dentro da sociedade contemporânea, com todas as implicações socioculturais e econômicas que afetam as maneiras de ser e estar no mundo, tendo consequências estruturais na comunicação e na própria Igreja. Nesse sentido, as práticas educacionais podem colaborar, oferecendo métodos de gestão e propostas de avanço na aquisição e compartilhamento do conhecimento da fé, bem como na construção de uma vivência mais experimental e participativa da celebração da fé. Foi essa a apreensão que percebemos no conjunto dos depoimentos.

O conjunto de dados colhidos oferece elementos para compreender como o Diretório permitiu que a comunidade católica pudesse se relacionar de outra forma com os mecanismos de comunicação a partir dos preceitos da educomunicação. Abaixo, estão alguns trechos³³ das entrevistas realizadas que sintetizam essa perspectiva. Mesmo que os dados repitam informações já descritas e sistematizadas nos capítulos anteriores, achamos fundamental mencioná-los como parte do trabalho de síntese interpretativa e apresentação dos resultados da investigação.

Dom Orani	Os documentos da igreja falam que seremos omissos e pecamos gravemente se não utilizarmos dos meios de comunicação modernos para evangelizar, e para missão. Então, hoje a igreja em saída, e a igreja águas mais profundas, não é só sair da paróquia, da matriz, e ir para a casa, ou para uma rua, mas é também você sair pelos meios virtuais para o mundo virtual, para o mundo inteiro. A igreja tem que estar presente em tudo. Sem dúvida, temos que utilizar os meios. A Educomunicação, tudo aquilo que faz parte disso, para suscitar, tanto o 1.º para o anúncio, como também o aprofundamento da fé daquilo que nós anunciamos. E também como comentário, e como discutir os assuntos, como levar as pessoas a terem a visão cristã do que está acontecendo no mundo de hoje.
------------------	--

Padre Clóvis	[...] Então essa é uma grande conquista do diretório, ele tem criado consciência na igreja, nos bispos, nos agentes de pastoral que a comunicação é muito importante,
---------------------	---

³³ Como já destacado, a íntegra das entrevistas está nos anexos da presente tese.

	<p>ocupa um lugar muito importante na ação evangelizadora da igreja.</p> <p>[...] Eu acredito muito que o pontapé inicial passa pela formação, o diretório é um documento que desperta esse interesse nas pessoas, desperta o interesse e desejo de se aprofundar e se qualificarem melhor para essa ação comunicativa [...]</p>
--	--

Irmã Helena	<p>Eu diria que o processo mesmo de organização de comunicação da pastoral vem da década de 60, de 70 já pelos documentos da igreja. O diretório é fruto de um trabalho de reflexão e de práticas. E da contribuição de muitas pessoas intelectuais que estão aí pensando a comunicação, produzindo e trabalhando com as comunidades, capacitando o SEPAC desde 82. Temos atividades de articulação anteriores, mas consolidados acho que não.</p> <p>[...] O Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil traz como um fato significativo a presença da Educomunicação. O fato de constar a Educomunicação no texto já é em si algo significativo, pois o Diretório foi feito por especialistas da área de comunicação, da área teológica, litúrgica e catequética. Todos esses especialistas colaboraram para a construção deste documento e contribuíram com nosso grupo de especialistas em comunicação. Outro ponto significativo da contribuição do Diretório é o fato de ele ter sido reconhecido e aprovado como princípio, não exatamente como técnicas do fazer, mas como proposta de caminho aberto, pois ele significa uma diversidade maravilhosa de possibilidades que se abrem para o trabalho comunicativo na Igreja. O como fazer, eu diria, cabe a nós: “dar carne”, ensinar, ajudar, as pessoas a fazerem o caminho da Educomunicação na igreja com um novo nome, porque alguém me dizia: “Ninguém sabe o que é Educomunicação”, você vai colocar esse nome? Eu respondi: eu vou colocar, pode ser novo na sua expressão, mas resgata todo o histórico e uma prática e princípios que levamos adiante tanto tempo... E hoje talvez de novo, trabalha na contradição, enquanto a igreja tem tantos limites hierárquicos de que até aqui é você, até lá não, por outro lado a igreja tem uma sabedoria, de um lado aqui tem que ser, e depois que está aqui, vocês aplicam a cultura, essa cultura é maravilhosa a gente vai aplicando na prática.</p>
--------------------	---

O Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil propõe uma comunicação que privilegia a escuta, o louvor, a fraternidade e o aprofundamento das relações humanas no contexto da comunidade eclesial (CNBB, 2014, p. 65). A Educomunicação, nesse sentido, tem a potencialidade de chamar o fiel a participar da comunicação católica e, como consequência, da liturgia e da experiência comunitária. Os depoimentos acima, em diversos níveis, dialogam com essa perspectiva da educomunicação conforme sistematizada no Documento 99. As práticas educamunicativas são suscitadas, nesse sentido, para “o aprofundamento da fé daquilo que nós anunciamos” e também para que leigos, leigas e toda a comunidade possam se apropriar dos mecanismos comunicacionais contemporâneos.

Como apontamos nos capítulos anteriores, o Documento 99 abre possibilidades para processos que saibam integrar e promover a participação de todos, inclusive através dos dispositivos técnicos presentes no mundo contemporâneo para que "colaborem para que os fiéis

participem de forma ativa e reflexiva das celebrações eucarísticas" (p. 82). A comunicação ocupa um lugar central no mundo e, com isso, o Diretório aponta para a necessidade de se apropriar de forma consciente da comunicação para a ação evangelizadora, conforme confirma Dom Orani ao dizer que “os documentos da igreja falam que seremos omissos e pecamos gravemente se não utilizarmos dos meios de comunicação modernos para evangelizar, e para missão”. Selecionamos este depoimento em específico pois ele aponta para um elemento recorrente nas análises: é necessário se apropriar dos meios de comunicação para a ação evangelizadora e o Documento 99 oferece uma alternativa — a Educomunicação — para que esse processo seja participativo e se aproprie das tecnologias.

Essa maneira de fazer comunicação, como explica a Irmã Helena, remonta às décadas de 1960 e 1970, pois, com o conceito de Educomunicação no documento, há um resgate histórico do que foi construído nos movimentos populares e alternativos. Frente aos avanços tecnológicos, das redes sociais e das novas formas de comunicação, a vivência da fé e a ação evangelizadora encontram um direcionamento no Documento 99.

Essa dimensão de ressignificação dos processos comunicativos a partir do Documento 99 é evidenciada na ideia presente nos depoimentos de que a Educomunicação é uma alternativa para a vivência da fé frente a um mundo marcado pelo espetáculo midiático.

Durante as dinâmicas de grupo, alguns depoimentos colhidos para responder “o que é Educomunicação” também apontam nessa direção:

Depoimento 1	Educar para que o anúncio do Evangelho chegue de forma clara e objetiva aos fiéis e agregue informação ao dia a dia de nossa Igreja.
Depoimento 2	Comunicar de forma educativa e cultural, usando campos diversos de arte e tecnologia e buscando sempre educar pela comunicação, de forma inovadora.
Depoimento 3	Educar e comunicar em nossa paróquia e na comunidade. Aproximar pelos meios de comunicação.
Depoimento 4	Conscientização em relação às novas tecnologias, sempre pautados na verdade e autenticidade do Evangelho. Preparar-se para a utilização dos novos meios de comunicação, com responsabilidade.
Depoimento 5	Uso da comunicação para esclarecimento de nossas ideias. Educar com os meios tecnológicos ou com quaisquer outros meios, desde que sejam usados efetivamente para educar e comunicar.
Depoimento 6	Organização no que diz respeito àquilo que queremos comunicar. Alguns critérios para trabalharmos com a comunicação.

Como demonstram os depoimentos acima, o conceito de Educomunicação é visto como uma alternativa para se relacionar com os mecanismos de comunicação. Nas respostas obtidas pelo formulário on-line e também nas dinâmicas em grupo, foi possível reconhecer justamente essa perspectiva: há expectativas, ao se apropriar do conceito de Educomunicação, de que seja possível uma nova abordagem com a mídia no âmbito católico. Essa dimensão perpassa os diversos níveis de nossa pesquisa, constituindo-se como um dos principais resultados da recepção do Documento 99.

10.2 Educação para a comunicação: o Diretório e sua relação com a leitura crítica

A ideia de que, para utilizar as tecnologias, é preciso educar e comunicar em diversos níveis foi recorrente não apenas nas entrevistas com dirigentes da comunicação católica, mas também em grande parte de nossa amostra. A dimensão de “educar para comunicar” aparece por diversas vezes no Diretório e esteve presente, conforme verificamos na análise do material, nos depoimentos de autoridades, pesquisadores da comunicação católica e também agentes pastorais.

Ao citar o conceito de Educomunicação, diversos depoimentos apontaram a necessidade de “se preparar”, “estudar” e “fazer uma leitura crítica” dos meios para uma vivência da fé comprometida com a Palavra e não apenas com o espetáculo midiático. Trata-se de, ao entrar em contato com o conceito de Educomunicação, reconhecer uma necessidade histórica de leitura crítica dos meios. Abaixo, alguns depoimentos colhidos que elucidam essa perspectiva:

Depoimento 1	É preciso educar para comunicar.
Depoimento 2	Discernir a importância de saber para comunicar em primeiro lugar e, posteriormente, educar para comunicar.
Depoimento 3	Podemos educar a partir da comunicação e, quando ela é bem feita e estruturada, tem efeitos bem eficazes na Igreja e na sociedade.
Depoimento 4	Que é necessário usar a comunicação para educar para a nova cultura midiática.
Depoimento 5	Uma palavra bastante necessária ao nosso dia a dia, pois educomunicação é educar e comunicar e, por isso, precisamos ter uma boa educação para comunicar.
Depoimento 6	Educomunicação. A reação que tive está ligada à necessidade que tenho de querer, cada vez mais, me educar e ser educado para comunicar.

Nos depoimentos colhidos junto aos agentes pastorais, foi possível verificar a constante

preocupação em estar preparado para lidar com os meios de comunicação, sobretudo com as novas tecnologias e redes sociais. Diversos depoimentos apontaram a Educomunicação como elemento estratégico nesse sentido. Além disso, ao observar o conjunto de dados coletados em todas as instâncias de nossa pesquisa, podemos dizer que a necessidade de educar para comunicar é a menção mais recorrente na abordagem das práticas educacionais presentes no Diretório.

Entre as autoridades e pesquisadores entrevistados, também pudemos verificar essa preocupação em “formar” para comunicar, no entanto, com um foco diferente: a preocupação com as novas gerações. Ou seja, verificamos uma preocupação, ao tratar da inter-relação entre o Documento 99 e a Educomunicação, em ter suporte e novas perspectivas sobre como os jovens se relacionam com as tecnologias. A conjugação das entrevistas com as autoridades e pesquisadores da comunicação católica nos permite concluir que a Educomunicação é vista como uma parceira da Igreja para lidar com o desafio imposto pelas mudanças em trânsito na sociedade contemporânea. Em diversos níveis os depoimentos apontaram para a necessidade de uma nova abordagem, sintonizada com “o mundo contemporâneo”, conforme as propostas feitas pelo conceito de Educomunicação.

10.3 A dimensão histórica da Educomunicação: vozes polifônicas

No decorrer do processo de investigação, coletamos diversas respostas para a pergunta “o que é Educomunicação”. Como consequência, obtivemos diferentes perspectivas que nos possibilitam dizer que o conceito, ao adentrar o âmbito católico a partir do Documento 99, remete a diferentes abordagens e preocupações. Pudemos verificar diversas menções às práticas alternativas na comunicação católica como um dos elementos decisivos para a compreensão do que é uma “prática educacional”. Como conclusão, é possível afirmar que não há um entendimento uniforme sobre o conceito de Educomunicação e que a definição do conceito junto ao universo de nossa pesquisa apresenta variáveis históricas.

Junto aos pesquisadores da comunicação católica, sobretudo nos depoimentos de Joana Puntel e Helena Corazza, verificamos que há preocupação em, antes de acionar o neologismo Educomunicação, referenciar a trajetória da comunicação popular e alternativa como elemento decisivo para a preocupação de educar e comunicar no Documento 99. Tal posicionamento também foi mencionado em entrevistas com as autoridades e nos formulários respondidos via Google Forms. Em contrapartida, podemos dizer que o conjunto de dados aponta a importância

do conceito de Educomunicação como resposta aos desafios contemporâneos da Igreja, mesmo que haja diferentes compreensões sobre o que é Educomunicação.

Também devemos destacar que o conceito é visto como “novidade” por diversos participantes de nossa pesquisa de campo. Além daqueles que não conhecem o conceito, pudemos notar uma alta recorrência de pessoas que afirmam (1) ter tido um contato inicial, (2) considerarem o conceito enriquecedor e (3) esperar, num futuro próximo, aprofundar o conhecimento sobre a Educomunicação. Tal fato é relevante, pois demonstra que o conceito já pode ser considerado como dado concreto para dezenas de pessoas que trabalham com a comunicação católica.

Esse reconhecimento está alinhado com a pesquisa documental realizada como parte da construção do nosso referencial teórico. Ou seja, há uma dimensão histórica que associa a Educomunicação com as práticas alternativas da comunicação católica que estão na base teórica e epistemológica das práticas hoje reconhecidas — em diversas áreas, como as socioambiental e pedagógica — como educacionais. O conjunto de dados coletados em nossa investigação nos permite dizer que estão em trânsito, no âmbito da comunicação católica, práticas que buscam um novo entendimento sobre o que é “fazer comunicação” e estão, em termos gerais, preocupadas com uma experiência mais rica da fé, sintonizada com os novos mecanismos tecnológicos.

Da mesma forma, a dimensão de “educar para comunicar” é amplamente referida ao tratar da Educomunicação na comunicação católica. Podemos dizer que é, nesse sentido, a principal entrada do conceito no cotidiano de agentes pastorais e autoridades e pesquisadores. A nossa investigação também aponta que o entendimento sobre “o que é Educomunicação” não é singular e suscita diferentes abordagens.

Como se trata de um estudo qualitativo, que não permite, portanto, fazer generalizações, podemos concluir esta etapa apontando que a sistematização do conceito de Educomunicação, que cumpre uma jornada histórica, conforme argumentamos nos capítulos teóricos, permitiu que a comunidade católica pudesse se relacionar de outra forma com os mecanismos de comunicação. Com o Documento 99, o conceito já começa a circular — em contextos específicos e particulares, de acordo com os dados descritos nos capítulos anteriores — e trazer frutos para uma nova abordagem, mais participativa e horizontal na relação com os meios de comunicação.

11 ANÁLISE COMPARADA ENTRE OS DIRETÓRIOS BRASILEIRO, ITALIANO E CARIBENHO

Nosso propósito neste capítulo é apresentar os documentos específicos da comunicação produzidos pelas três primeiras Conferências Episcopais a avançarem nesse campo de desafios no mundo católico e tecer uma análise comparativa entre esses documentos. A primeira Conferência Episcopal a lançar um documento desse porte foi a CEI – Conferência Episcopal Italiana, com o seu diretório *Comunicação e Missão: diretório sobre as comunicações sociais na missão da Igreja* (2004). A segunda Conferência foi a CNBB – Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, que lançou o *Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil* (2014). E a terceira, e até o presente momento a última, foi a AEC – Conferência Episcopal das Antilhas, que publicou o documento *Uma Carta Pastoral: novas formas de ser Igreja em um mundo digital* (2017).

Após a descrição individual, fazemos a aproximação analítica, inicialmente com os diretórios da Itália e do Brasil e depois com os diretórios das Antilhas e do Brasil. Assim, seguimos, inicialmente, com o documento italiano.

Análise a partir do Diretório de Comunicação da Itália

Intitulado “Comunicação e Missão: diretório sobre as comunicações sociais na missão da Igreja”³⁴, o diretório italiano, publicado no ano de 2004 pela Livraria Editora Vaticana, apresenta-se em formato brochura, medindo 14cm x 21cm, composto de 200 páginas.

O diretório italiano foi elaborado em 8 capítulos e, como todo documento católico, ele vem constituído pela referenciação numeral nos seus 203 parágrafos, desde o capítulo 1 até o capítulo 8. Os parágrafos, junto à numeração, trazem também um brevíssimo comentário sintético de seu conteúdo. Essa arte gráfica foi também aplicada ao Documento 99 da CNBB.

O texto vem impresso em papel couchê fosco e traz ilustrações com imagens clássicas em cada capítulo. Os capítulos estão apresentados em duas partes. A primeira parte abrange os capítulos de 1 a 4 e a segunda, de 5 a 8.

A apresentação do texto (pp. 3-6) é feita pelo cardeal Camilo Ruini, presidente da Conferência Episcopal Italiana à época. Após a apresentação, o diretório traz fragmentos dos

³⁴ Traduzimos todas as referências textuais do documento italiano, mantendo, porém, todas as referências bibliográficas do original.

discursos do Papa João Paulo II (pp. 7-10), à época no pontificado, sobre a comunicação na Igreja Católica.

A Conferência Episcopal Italiana afixou um Decreto (p. 11) da sua 53.^a Assembleia Geral, assinado pelo então presidente cardeal Camilo Ruini, formalizando a aprovação do diretório. Logo após, abre-se a primeira parte do documento, intitulada “Comunicar o Evangelho na cultura midiática” (p. 13).

Para favorecer uma visão global do documento e permitir melhor aproximação ao seu conteúdo, apresentamos a seguir o índice geral do diretório, tal como se encontra à página 199:

Apresentação
As palavras do Papa
Decreto

Primeira parte

Comunicar o Evangelho na cultura midiática

1. As comunicações sociais na encruzilhada da mudança

Em um mundo que muda (n. 1-9)

As comunicações sociais plasman uma nova cultura (n. 10-13)

De espectadores a protagonistas da nova cultura midiática (n. 14-19)

Condições para interagir com a cultura da mídia (n. 20-25)

2. Os cristãos na cultura da mídia

O mistério do homem e a comunicação social (n. 26-30)

A dimensão comunicativa da Revelação (n. 31-34)

Jesus: modelo de autêntica comunicação (n. 35-38)

A Igreja: mistério de comunicação salvífica (n. 39-41)

Características da comunicação da fé (n. 42-46)

3. Integrar a mensagem cristã na cultura da mídia

A inculturação da fé no tempo da mídia (n. 47-50)

Uma Igreja extrovertida e missionária (n. 51-55)

Anúncio, catequese e comunicação (n. 56-59)

A liturgia como plenitude da comunicação (n. 60-65)

A comunicação como serviço e expressão de caridade (n. 66-67)

A comunicação em alguns hábitos da vida eclesial (n. 68-72)

4. Educar e fazer cultura na sociedade midiática

A mídia e a urgência educativa (n. 73-74)

Por uma cultura da mídia a serviço do homem: família, jovem, sociedade (n. 75-86)

O primado da questão ética (n. 87-92)

Segunda parte

Percursos e iniciativas pastorais

5. Por uma pastoral orgânica das comunicações sociais

A solicitude pastoral no tempo da mídia (n. 93-98)
 Comunicações sociais e projetos pastorais (n. 99-101)
 Uma responsabilidade de todos (n. 102-105)
 Por uma paróquia capaz de comunicar e de fazer cultura (n. 106-115)
 Uma ampla obra formativa (n. 116-117)
 Uma ampla obra formativa (n. 118-120)

6. *Os animadores da comunicação e da cultura*

Novos protagonistas para a missão da Igreja (n. 121-123)
 Perfil do animador da comunicação e da cultura (n. 124-130)
 Percursos para uma formação específica (n. 131-133)
 Tarefas e campos de trabalho (n. 134-136)
 Aproveitamento de iniciativas já existentes (n. 137-142)

7. *A mídia na missão da Igreja*

A presença da Igreja no mundo da mídia (n. 143-145)
 A presença dos católicos nas diversas mídias (n. 146-153)
 As iniciativas midiáticas católicas (n. 154-168)
 As novas fronteiras da comunicação (n. 169-173)
 As associações católicas nos vários campos midiáticos (n. 174-177)

8. *Responsabilidade, estruturas e organismos*

Bispos, presbíteros, diáconos, religiosos e leigos (n. 178-183)
 Organismos e estruturas pastorais
 Em nível nacional (n. 184-189)
 Em nível diocesano (n. 190-199)
 Em nível regional (n. 200-201)
 Estruturas e percursos a serviço da formação (n. 202-203)

Índice das Fontes

Índice Analítico

Índice Geral

Pioneiro na Igreja Católica, o diretório de comunicação da Conferência Episcopal Italiana abre um caminho de definição pastoral específico para a comunicação no âmbito das Conferências Episcopais, apresentando no mapa geral dos assuntos tratados o delineamento das estratégias discursivas do seu conteúdo.

A seguir, passamos a destacar pontos de intercessão e as diferenças entre este documento e o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. Contudo, as citações textuais adiante destacadas pertencem todas ao diretório italiano.

Já a partir da visão panorâmica do índice geral, é possível perceber muitas similitudes com o Documento 99 da CNBB. Ambos os documentos reservam como preocupação de seu

primeiro capítulo a temática da relação da Igreja com a comunicação e suas práticas imersas nas condições frenéticas de um mundo em mudanças:

O nosso tempo caracteriza-se por uma difusão dos instrumentos da comunicação social sempre mais rápida e invasiva. Os meios de comunicação de massa estão por toda a parte ao nosso redor e não podemos mais menosprezá-los. Somos chamados a viver neste contexto “com novo dinamismo” e estarmos sempre mais conscientes de que a comunicação eclesial e a missão evangelizadora da Igreja encontram também na mídia um campo privilegiado de expressão. (n. 1).

A emergência da cultura mediática e suas transformações no pensamento e nas práticas contemporâneas remodelaram inclusive a maneira como a Igreja Católica começa os seus escritos, especialmente quando observamos os dois diretórios, o italiano e o brasileiro. Estes documentos mostram a mudança opcional que as Conferências Episcopais realizam no seu texto ao começar o seu discurso contextualizando a realidade atual. Trata-se de uma mudança de paradigma, pois os textos tradicionais da Igreja Católica têm a tendência de começar com um capítulo de embasamento teológico. Nesse sentido, enquanto o Documento 99 da CNBB reserva o segundo capítulo à “Teologia da comunicação”, o diretório da Conferência Italiana nem mesmo cita a palavra teologia nas titulações e intertítulos do seu texto. Isso demonstra uma mudança de visão da equipe italiana que elaborou o documento, trazendo de fato uma preocupação proeminente com a comunicação e suas condições sociais na contemporaneidade. Contudo, a visão italiana de uma possível comunicação católica está condicionada à reprodutibilidade do pensamento e das técnicas midiáticas do padrão comunicativo dos grandes conglomerados de mídia. Embora o discurso do documento também se preocupe com aspectos éticos, políticos, educativos e participativos, as propostas são sempre de aprendizagem e reprodução adaptada ao ambiente católico do modelo funcionalista vigente no mundo das corporações midiáticas.

Consideramos relevante fazer nota de algumas palavras-chave localizadas entre as práticas da Igreja católica e o mundo da comunicação que são recorrentes em ambos os documentos, o diretório italiano e o Documento 99 da CNBB, como é o caso da ética, o protagonismo do homem moderno, a mídia no campo político e a formação para a comunicação. Advertimos, porém, que ambos os documentos fazem uso dessas conceituações com sentido próximo, mas com acentos e nuances diferentes, carregados de uma identidade cultural local.

No tocante aos critérios éticos, o diretório italiano diz que:

Quanto mais aumenta a dependência das comunicações sociais do sistema econômico, tanto mais se torna necessário introduzir rigorosos critérios éticos. O apoio econômico é importante, mas todo investimento no campo das comunicações sociais deve ser feito em sintonia com o respeito à dignidade da pessoa, das verdades fundamentais e

da liberdade. Direitos e deveres da comunicação social devem se desenvolver no interior da lógica da responsabilidade. (n. 9).

Observando o discurso italiano sobre esses critérios éticos, percebemos certa proximidade à fala do texto brasileiro. Porém, o Documento 99 da CNBB aprofunda o pensamento na aplicação dos princípios éticos a partir de um engajamento político efetivo, apostando numa ação prática transformadora da comunicação, uma comunicação, inclusive, colaborativa e criativa, não apenas crítica e reprodutiva.

Quando o documento da Conferência Episcopal Italiana fala de protagonismo, os ouvidos brasileiros entenderiam como proatividade. Mas não é isso que o texto do documento apresenta: “A mídia, ampliando em excesso a capacidade comunicativa e relacional, pode favorecer um novo humanismo ou gerar uma dramática alienação do homem de si e dos outros” (n. 14). Ou seja, a centralidade discursiva aqui está em torno da mídia e sua cultura, marcadamente mercadológica e organizacional.

Enquanto o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil apresenta no capítulo 7 o título “Políticas de comunicação”, não se encontra no diretório italiano nos títulos ou intertítulos uma referência da comunicação às políticas públicas ou mesmo às políticas de comunicação da Igreja. O diretório italiano cita por alto os perigos do uso político da máquina midiática: “se usados para condicionar a vida democrática, política e econômica, podem tornar-se devastadores tanto para os indivíduos como para o sistema social. Por isso, a Igreja deve estar sempre vigilante e prudente” (n. 7). O documento italiano não aprofunda a perspectiva política a partir do sujeito comunicador, seja este sujeito um agente pastoral ou a própria Igreja com suas iniciativas institucionais voltadas à comunicação.

Quando nos referimos ao âmbito da educação para a comunicação, encontramos uma distância ainda maior entre as propostas que ambos os diretórios trazem. Se o brasileiro dedica os capítulos 9 e 10 para tratar dos procedimentos educacionais como metodologia do educar para comunicação e para pensar uma estrutura de implantação para a Pastoral da Comunicação, o italiano se limita a avaliar o aspecto funcional da comunicação midiática na Igreja como ambiente cultural e propor uma formação a partir desse perfil. É o que o texto italiano defende no capítulo 4, “Educar e fazer cultura na sociedade midiática”. Desse modo, o diretório de comunicação da Conferência Episcopal Italiana imagina o agente da comunicação católica como um promotor cultural, cujas práticas teriam seus fundamentos nos princípios éticos cristãos, mas pensando e promovendo uma estrutura comunicativa corporativa.

Quanto à ideia de uma pastoral orgânica, defendida no capítulo 5, “Por uma pastoral orgânica das comunicações sociais”, não se trata exatamente de uma integração pastoral, como

o pensamento comunicacional católico latino-americano atual teria como pressuposto de reflexão. Trata-se, outrossim, da ação estruturada de pessoas especializadas com a finalidade de formar os membros do clero e os fiéis da Igreja:

É ainda mais urgente desenvolver um projeto pastoral coerente e incisivo. Entendemos que é necessário promover em cada diocese uma pastoral orgânica da comunicação social com escritório diocesano adequado e animadores bem preparados para oferecer formação aos sacerdotes, aos comunicadores e aos usuários (n. 94).

Compreendemos, então, que estes animadores seriam os denominados promotores culturais, profissionais especializados em comunicação católica, que se dedicariam à finalidade formativa e orientativa nas dioceses da Conferência Episcopal Italiana. Em contrapartida, o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil propõe a metodologia educomunicativa como processo formativo e de gestão da comunicação em suas dioceses, paróquias e comunidades.

É preciso, porém, fazer jus aos absolutamente distintos períodos do processo de produção de ambos os documentos. Uma década separa o precursor Comunicação e Missão: diretório sobre as comunicações sociais na missão da Igreja, da Conferência Episcopal Italiana (2004), do segundo documento de mesma natureza a ser produzido no mundo, o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (2014).

À época da elaboração do diretório italiano, quando estavam no auge as teorias em torno da cultura midiática e sua ambientação na sociedade contemporânea, no Brasil, o Núcleo de Comunicação e Educação da ECA-USP estava em campo de experimentações acerca do recém-sistematizado conceito de Educomunicação, cujos estudos haviam chegado a uma definição consensual entre 1997 e 1999. Portanto, o documento de comunicação da Igreja italiana nasce no início daquela que, segundo Ismar de Oliveira Soares, coordenador da equipe de sistematização do conceito, seria a primeira década de práticas educomunicativas reconhecidas e legitimadas, que vai de 2001 a 2011.

Como todo trabalho precursor tem seus ganhos e perdas, a Conferência Episcopal Italiana sai na frente das demais Conferências Episcopais pelo mundo católico afora, com o seu diretório de comunicação. Mas, como as próprias considerações do documento deixam entrever já em seu primeiro capítulo, o mundo está em contínua mudança no universo das comunicações, inclusive no que se refere às teorias que acompanham as transformações culturais do fazer comunicativo. Assim, uma década depois, o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil pode contar com a presença de um conceito atual nas suas propostas metodológicas de aprendizagem e gestão comunicativa, a Educomunicação, que no momento da publicação do Documento 99 da CNBB já se encontrava em um segundo momento de desenvolvimento, avaliação e

sistematização das chamadas práticas educomunicativas, que, segundo o sistematizador do conceito, vai de 2011 a 2021.

A seguir fazemos a apresentação do diretório antilhano, estabelecendo nossas análises de aproximações com o Documento 99 da CNBB.

Análise a partir do Diretório de Comunicação das Antilhas

O terceiro diretório de comunicação editado no mundo católico ainda não completou um ano de publicação. Com um texto muito breve, publicado em 6 de agosto de 2017, a Conferência Episcopal das Antilhas (AEC) o denomina “Uma Carta Pastoral: novas formas de ser Igreja em um mundo digital”, diferentemente de um diretório de comunicação no padrão mais consolidado, como se tem na Itália e no Brasil.

O texto, originalmente produzido em inglês, foi por nós traduzido e se encontra disponível nas duas versões, inglês e português, em anexo.

O diretório de comunicação da Conferência Episcopal das Antilhas está publicado em 28 páginas, em formato digital, sendo que o conteúdo principal está composto em 64 parágrafos numerados, que conservamos como no original, dispostos entre as páginas 01 a 24 em nossa versão traduzida. Das páginas 25 a 28, o diretório das Antilhas traz um Guia de Estudos destinado aos líderes e agentes pastorais sobre o próprio conteúdo do documento.

O sumário do diretório, fixado à página 3, apresenta-se, seguindo o sistema de referência padrão dos documentos eclesiais católicos, por numeração de parágrafos:

Introdução	1-12
Evolução Rápida	13-31
Uma nova forma de ser Igreja no Caribe	32-44
Uma aplicação pastoral: projetando um plano Integrado de Comunicação Pastoral	45-59
Conclusão	60-64
Guia de Estudo	
Carta Pastoral sobre as Comunicações: novas formas de ser Igreja em um mundo digital	

Na introdução do diretório, a Conferência Episcopal das Antilhas apresenta como necessidade “um novo modo de ser Igreja” para atingir o objetivo de produzir e comunicar mensagens de evangelização para o povo caribenho, mediante “uma participação, diálogo e colaboração que fale ao coração, alma e à imaginação religiosa” dos seus destinatários (n. 1). E destaca que “o desafio pastoral para a era digital é garantir que a tecnologia atenda à interação

humana, multiplique as oportunidades de relações sociais” (n. 3). Portanto, “para a Igreja, a comunicação não se resume exclusivamente à tecnologia ou eficácia. Ela é uma responsabilidade espiritual” (n. 6).

Os parágrafos 8 e 9 da introdução apresentam os objetivos e justificativas da publicação desse diretório: oferecer uma reflexão pastoral e, no centro desta reflexão, apresentar a mudança fundamental que as evoluções tecnológicas digitais trouxeram para os processos de comunicação social. Como objetivo específico, a Conferência Episcopal das Antilhas propõe “a concepção de um Plano de Comunicação Pastoral Integral para nossa região da AEC a fim de ajudar todas as nossas dioceses a utilizar mais eficazmente as dádivas dessa nova revolução tecnológica [...] Por fim, ofereceremos medidas concretas para garantir que todas as nossas dioceses aproveitem as novas oportunidades que estes desenvolvimentos digitais novos e emergentes nos trouxeram” (n. 8).

A Conferência Episcopal das Antilhas se depara com o novo fenômeno das redes sociais e suas práticas tecnológicas, observando este nicho cultural contemporâneo como espaço para sua intervenção comunicativa e vendo esta intervenção como oportunidade para articular sua “missão pastoral mais eficientemente, efetivamente de forma inteligente, levando em consideração a gestão qualitativa de nossos recursos limitados” (n. 9).

O propósito deste diretório é animar as dioceses que compõem a Igreja no Caribe a “encarar as deficiências do nosso atual modelo de ‘ser Igreja’ e nossa tendência isolacionista” (n. 10), buscando compreender que o universo das redes digitais “não é um ambiente separado, mas está se tornando cada vez mais integrado em nossas vidas diárias” (n. 11), exigindo dos sujeitos envolvidos na práxis eclesial uma atitude que possa “garantir que a Igreja continue a ser uma força significativa” para a sociedade (n. 12):

Isso acontecerá se estivermos dispostos a agir em colaboração... O que estamos propondo aqui é nada menos do que uma conversão pessoal, eclesial e cultural, abraçando novamente o espírito do Evangelho enquanto empregamos os novos recursos de comunicação digital em evolução disponíveis em nossa época. (n. 12).

No capítulo “Evolução rápida” (pp. 13-31), o diretório antilhano faz uma retomada do caminho histórico dos últimos 25 anos da relação da Igreja com a comunicação a partir do documento pontifício *Aetatis Novae* e contextualiza as reflexões e ações de resposta da Igreja ao fenômeno do mundo contemporâneo em constantes e profundas mudanças protagonizadas pela tecnologia das comunicações.

Nosso acesso a uma enorme quantidade de conhecimento através de portais e serviços da internet transformou completamente os povos do Caribe e a nossa cultura. Já não

somos mais meros consumidores de conteúdo. Com um simples dispositivo digital, cada pessoa é um produtor de conteúdo em potencial. (n. 17).

Como nativos digitais, nossa juventude navega nesse ambiente com facilidade e precisão criativa e, claro, com gigantesca frequência. Portanto, enquanto Igreja, desejamos conclamar o talento artístico das mulheres e homens dentro de nossas comunidades de fé para nos ajudar em nossa missão no mundo digital (n. 18).

A maneira pela qual comunicamos a fé para a atual geração e a próxima é um dos únicos maiores desafios que a Igreja enfrenta no Caribe no momento. Vivemos no que é chamado de “a era da economia de atenção web 3.0”. (n. 25).

Esta cultura emergente traz consigo também uma nova estrutura de valores. Ela é uma e-cultura altamente participativa, e também colaborativa. (n. 26).

Este capítulo é concluído com a indicação de princípios para uma comunicação pastoral e evangelizadora:

Podemos deduzir três etapas das quais qualquer plano de comunicação pastoral e de pastoral evangelizadora deve ser constituído:

Vida de oração

Estar imbuído do Espírito Santo

Anunciar a Palavra de Deus com ousadia (n. 30)

O capítulo “Uma nova forma de ser Igreja no Caribe” (pp. 13-16) contextualiza as ações da Igreja Católica nas Antilhas a partir das inspirações do Concílio Vaticano II e delineia o avanço sistemático do processo de organização pastoral e os desafios impostos ao modelo de gestão de suas práticas comunicativas atuais.

Temos buscado ser uma Igreja inclusiva (n. 32).

Fizemos muitos avanços nesta direção. No entanto, as rápidas transformações na comunicação digital que vivenciamos hoje exigem de nós uma reflexão mais aprofundada sobre o modelo de Igreja no século XXI. A Igreja precisa reinventar a maneira de comunicar a fé e ser autêntica em suas comunicações. (n. 33).

O mundo digital é uma praça pública, um local de encontro onde podemos encorajar ou menosprezar uns aos outros, nos envolver em uma discussão significativa ou em ataques desleais. Não há dúvida de que o mundo digital pode ser usado como uma forma de construção de uma sociedade saudável, aberta à partilha, zelosa e voltada à prática de servir uns aos outros. Nossas mensagens de comunicação devem compartilhar alegria e esperança. (n. 41).

A Conferência Episcopal das Antilhas afirma no seu documento que, por meio de uma atenção cuidadosa aos processos comunicativos participativos, se pode promover a paz nos moldes do que o Papa Francisco chama de *cultura do encontro*: “isto é, inclusive, nosso compromisso com a não-violência, para o qual necessitamos de um processo de formação” (n. 42).

O protagonismo dos leigos nesta tarefa de planejamento e implementação de ações estratégicas de comunicação é outro destaque do documento antilhano:

A Igreja do Caribe precisa ver o papel dos leigos evoluir com robusto encontro colaborativo e participativo dentro da Igreja e uma maior consciência de nossa responsabilidade compartilhada no tocante à missão da Igreja. (n. 43).

O documento conclui este capítulo reafirmando a urgência de uma adequada e específica educação para a cultura da comunicação:

Isto requer um ousado e corajoso programa de formação em Comunicação Pastoral para que nossos leigos possam se tornar discípulos missionários no mundo digital. Ele exige pessoas que estejam comprometidas com a missão da Igreja e que tragam seus conhecimentos profissionais e a profundidade de suas habilidades para a missão da Igreja no século XXI. (n. 44).

O último capítulo do diretório antilhano é a proposta de “Uma aplicação pastoral: projetando um plano integrado de comunicação pastoral”, em que se destaca o discurso em torno da concepção pastoral no uso instrumental das diretrizes apresentadas nos capítulos anteriores. Neste capítulo, a Conferência Episcopal das Antilhas se coloca em construção colaborativa daquilo que ela chama de Plano Integrado de Comunicação Pastoral. A ideia é movimentar todas as dioceses e comunidades católicas do Caribe para, comunitariamente, projetarem este plano, seguindo alguns princípios norteadores como passos essenciais desse processo, que começa com o lançamento desta Carta Pastoral, a qual achamos por bem denominar, nesta pesquisa, Diretório de Comunicação das Antilhas.

A base de construção do planejamento desse Plano Integrado é proposta a partir de “três valores: compromisso, comunhão e colaboração” (n. 46). Desse modo, compreende-se que:

O planejamento de comunicação pastoral eficaz e de qualidade anima a vitalidade e o vigor dentro da diocese e das paróquias. A criação de um plano integrado de comunicações pastorais é um exercício cooperativo envolvendo todos os ministérios da diocese. (n. 46).

A ideia de um processo participativo na construção do Plano Integrado de Comunicação Pastoral prevê a identificação de objetivos específicos e de prioridades das dioceses e comunidades locais. Daí a necessidade de que esse processo de planejamento seja de natureza colaborativa, de modo que, ao projetar o Plano Integrado, todo o conjunto das Igrejas que compõem a Conferência Episcopal das Antilhas venha a se reconhecer presente no documento elaborado.

As linhas diretrizes de elaboração deste planejamento destacam, inclusive, o fundamental reconhecimento, envolvimento e participação das autoridades eclesiais em suas dioceses e paróquias: “o (arce)bispo é a pedra fundamental da estratégia integrada de

comunicações pastorais” (n. 50). Esse destaque do diretório antilhano evidencia que, sem o engajamento do clero na elaboração e execução do plano, não há como implementá-lo:

A prioridade pastoral dos bispos é a Nova Evangelização, com a finalidade do plano pastoral para as comunicações sendo o fomento de uma teologia e espiritualidade de união. Portanto, o Plano Integrado de comunicações pastorais desempenha um papel fundamental na criação de um quadro para uma ação coordenada. (n. 51).

O documento antilhano cita alguns tópicos relevantes para o sucesso da construção deste planejamento, que começa com a sua própria publicação:

A **colaboração** é vital para o processo (n. 52).

A **integração de novas tecnologias** de comunicação digital em nossos ministérios (n. 53).

A **visão do Plano Integrado** de comunicações pastorais da Conferência Episcopal das Antilhas cultiva uma cooperação, comunhão e comunicação de qualidade dentro e entre as dioceses da região, a fim de promover uma presença dinâmica das mídias de comunicação social católica dentro do Caribe (n. 54).

Resultados desejados com o Plano Integrado: utilizar proativamente os meios de comunicação e abordar as necessidades pastorais emergentes dentro da Igreja e na sociedade. Integrar a educação para os meios de comunicação social em todos os programas de formação pastoral e de ministérios, inclusive os de diaconato permanente e sacerdotal no seminário (n. 55).

Suporte financeiro, técnico e de recursos humanos para o desenvolvimento de novas metodologias pioneiras para implementação do Plano Integrado de comunicações pastorais (n. 55).

Etapas principais para o desenvolvimento do Plano Integrado de comunicações, envolvendo diálogo colaborativo, discernimento e ações: fase de pesquisa, fase de estruturação, fase de implementação e fase de avaliação (n. 59).

O documento antilhano, na fase prevista de estruturação do desenvolvimento do Plano Integrado, faz uma referência ao Documento de Aparecida sobre a educação para a comunicação: “promoção de formação profissional na cultura da comunicação para todos os agentes pastorais e fiéis [Documento de Aparecida, n. 486b]” (n. 59).

A conclusão da Conferência Episcopal das Antilhas é de que “a mídia pode ajudar a nos sentirmos mais perto uns dos outros, criando uma sensação de união da família humana, que por sua vez pode inspirar solidariedade e sérios esforços para garantir uma vida mais digna para todos” (n. 62).

Como apêndice ao diretório antilhano, a Conferência Episcopal propôs ainda um Guia de Estudo sobre a própria Carta Pastoral e suas propostas. O guia, na verdade, se resume a questões que refletem e problematizam cada uma das propostas apresentadas ao longo do documento, seguindo a ordem dos capítulos e seus números referenciais. A ideia é refletir sobre todo o conteúdo apresentado, estudando e elaborando possibilidades de aplicação nas realidades locais, e, com isso, colaborar efetivamente no projeto piloto do Plano Integrado:

O objetivo pretendido é que cada diocese, paróquia e comunidade de fé se envolva na elaboração de um Plano Integrado de comunicações pastorais que leve à solidariedade, gestão e sinergia dentro da Igreja Católica da Conferência Episcopal das Antilhas. (p. 25).

Na abordagem do documento antilhano, identificamos alguns elementos de maior proximidade em relação ao Documento 99 da CNBB. Nesse sentido, vale a pena ressaltar que, mesmo que o texto original das Antilhas esteja em inglês, a linguagem se faz mais vizinha pela cultura latino-americana. Contudo, a seguir, nos propomos a enfatizar alguns dados que nos pareceram mais significativos entre os três diretórios:

1. A percepção de uma rápida emergência das tecnologias da comunicação

Este aspecto está presente no diretório das Antilhas, no Documento 99 da CNBB e é comum também ao diretório de comunicação italiano, estabelecendo aí talvez um princípio causal de reverberação dos conteúdos a partir do primeiro diretório a ser publicado no mundo.

2. A preocupação com a cultura contemporânea das mídias digitais

Aqui houve apenas a atualização da tecnologia no documento antilhano, mas a ideia central em torno da cultura midiática perdura desde o diretório italiano.

3. O destaque afirmativo pela educação para a comunicação

A proposta antilhana neste âmbito segue um caminho próximo às propostas do diretório brasileiro, no sentido de se afirmar uma ideia de trabalho colaborativo integrado e localizado nas bases comunitárias, com uma visão crítica e criativa diante do ambiente cultural midiático. Contudo, fica faltando exatamente o planejamento objetivo das práticas educomunicativas nessa proposta educativa.

4. O trabalho colaborativo na execução do projeto de um plano de comunicação pastoral integrada

Essa proposta foi experimentada no Brasil durante a década de estudos de preparação do Documento 99 da CNBB e, especialmente, à época de sua publicação, quando a equipe de Assessoria de Imprensa da CNBB viajou para os Regionais para levar o documento a ser conhecido e promover um projeto de comunicação local. Em nossa pesquisa, percebemos que a experimentação não foi bem-sucedida em alguns Regionais da CNBB, onde o documento e suas propostas ainda seguem desconhecidos para autoridades e agentes pastorais locais.

Contudo, a Assessoria de Comunicação da CNBB continua investindo na preparação de material de apoio em vista da implementação desse projeto. É o caso do “Guia de Comunicação Integrada na Igreja”, destinado às Assessorias de Comunicação dos Regionais e Dioceses, e o “Guia de Implantação da Pastoral da Comunicação”, destinado aos grupos de Pascom e aos bispos e padres interessados em criar esses grupos em suas dioceses, paróquias e comunidades. Esses guias ainda estão em fase de preparação e trazem como pressuposto uma atualização anual.

5. O destaque ao imprescindível protagonismo dos leigos e leigas na comunicação pastoral

Diferentemente da concepção formal italiana, os diretórios antilhano e brasileiro trazem uma percepção de proatividade na gestão colaborativa dos leigos junto à comunicação católica, seja ela de cunho estritamente pastoral ou profissional nos ambientes de assessoria ou midiáticos.

6. A comunicação pastoral como um trabalho planejado, integrado, colaborativo e inclusivo

Estas características qualificam as propostas dos diretórios do Brasil e das Antilhas. A intencionalidade desses documentos é propor às Igrejas locais de suas Conferências um planejamento de comunicação de cunho pastoral, relacional, comunitário e, por vezes, institucional, no qual sejam inseridas as potencialidades instrumentais de mídia.

7. A atenção ao ambiente da comunicação e seu uso político nos países e cidades

Essa perspectiva está alinhada à tradicional leitura crítica da comunicação e perpassa os três diretórios.

8. A relevância da espiritualidade na aprendizagem e nas práticas comunicativas dos agentes pastorais

Em vista de uma comunicação cujo planejamento seja voltado para a pastoral e ação evangelizadora, os três diretórios destacam a espiritualidade como ponto de partida.

9. A proposta de um Guia de Estudos

O diretório antilhano traz um Guia de Estudos no apêndice, que no Documento 99 da CNBB aparece no final de cada capítulo como “Pistas de ação”, indicando caminhos de implementação dos conteúdos refletidos.

10. Inspirações no CELAM – Conselho Episcopal Latino-Americano

Tanto o Documento 99 da CNBB quanto o diretório das Antilhas fazem referência ao “Documento de Aparecida: texto conclusivo da V Conferência Geral do Episcopado Latino-americano e do Caribe” no tocante a um necessário planejamento de integração dos trabalhos de comunicação, bem como no estabelecimento de critérios avaliativos das ações comunicativas da Igreja.

11. Contrastes entre os Diretórios

Em configuração de simples Carta Pastoral, o documento antilhano não tem a pujança formal e estrutural do Documento 99 da CNBB, e tampouco se comparado ao documento italiano. Na forma como se encontra, o documento das Antilhas se localizaria numa das fases iniciais de incubação do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, quando se fizeram as primeiras bases colaborativas de sua elaboração.

O documento antilhano dá prioridade à comunicação pastoral enquanto ação colaborativa promovida pelos agentes pastorais em suas comunidades locais. No tocante às mídias e sua cultura, a preocupação se volta mais para o fator da educação para a comunicação a partir do domínio das linguagens midiáticas. De qualquer forma, o discurso antilhano se mantém em torno da cultura das mídias, por vezes corporativas, mesmo que privilegie como ponto de intervenção as redes sociais ou mídias digitais, como classifica.

O Documento 99 da CNBB também enfatiza este universo, inclusive trazendo dois capítulos sobre o mesmo tema da cultura midiática: o capítulo 6, sobre “A Igreja e a mídia”, e o capítulo 7, sobre a “Igreja e mídias digitais”.

É possível, como dissemos acima, que toda essa preocupação em torno da cultura midiática derive das fontes nativas do primeiro diretório, o documento italiano, a partir do qual observamos a proeminência de uma literatura voltada para a ambientação da comunicação funcional, referendada pelas teorias da Mídia Educação, Educação Midiática ou Literacias da Informação Midiática e afins, cujas competências se baseiam numa educação para a mídia, no letramento digital e na leitura crítica.

12. Propostas inovadoras dos Diretórios

O diretório italiano sai na frente, abrindo novos horizontes para uma teoria do desenvolvimento e planejamento pastoral no âmbito da comunicação nas Igrejas da Itália.

O documento antilhano traz a proposta de um projeto piloto do Plano Integrado de Comunicação Pastoral a ser desenvolvido a partir das bases comunitárias.

O Documento 99 da CNBB inova com a Educomunicação, uma proposta conceitual ainda epistemologicamente em consolidação, como base de sua escolha metodológica de educação para a comunicação.

A Educomunicação como proposta inovadora do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil pode oferecer ao diretório italiano a base participativa e colaborativa que o planejamento da comunicação católica local está almejando desenvolver, e, com relação ao diretório antilhano, a inovação do documento brasileiro pode contribuir com a pedagogia de projetos educacionais na implantação do que a Conferência Episcopal Antilhana denominou de Plano Integrado de Comunicação Pastoral.

CONCLUSÃO – A Educomunicação em perspectiva de aprendizagem no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil

As buscas empreendidas na pesquisa desta tese dedicaram-se a identificar a percepção dos sujeitos envolvidos nas práticas pastorais dos Regionais da CNBB e de suas assessorias de imprensa acerca da emergência do conceito de Educomunicação no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. Durante este processo, foi levado em consideração o fato de ser o primeiro documento da Igreja Católica no Brasil com diretrizes específicas para as suas práticas comunicativas, bem como a primeira vez que este conceito e suas metodologias são contemplados em uma publicação católica.

Se, sob a perspectiva da consolidação científica e para os conteúdos de planejamento pastoral, o aparecimento do conceito nas publicações da Igreja representa um evento signífico inovador, a partir dos resultados obtidos na pesquisa, verificamos que essa emergência conceitual está em perspectiva de aprendizagem para a grande maioria dos sujeitos envolvidos na comunicação católica, sejam eles autoridades responsáveis, agentes pastorais ou assessores de comunicação das mais diversas instâncias da Igreja Católica.

A publicação do Diretório é um evento inovador para a comunicação pastoral católica e isso ficou comprovado pelas diversas respostas obtidas ao longo das investigações, quando os sujeitos participantes das atividades de coleta de dados expuseram suas visões sobre o significado dessa publicação, destacando o fato de, a partir dela, terem diretrizes objetivas que delineiam o planejamento comunicativo da Igreja Católica às suas instituições por todo o país.

Os resultados obtidos demonstram que, para a maioria dos entrevistados e demais colaboradores da pesquisa, o conceito de Educomunicação constante no Diretório está imediatamente vinculado ao contexto de educar para a comunicação, abordado no capítulo 9, e, portanto, é entendido como metodologia para a aprendizagem da comunicação pastoral. Essa é a percepção que se destaca no universo dos sujeitos que tiveram contato com o Diretório ao se referirem à Educomunicação. Observamos essa posição, inclusive, por parte dos pesquisadores da comunicação católica.

Consideramos que a percepção da Educomunicação restrita ao educar para a comunicação pode ser derivada de duas situações distintas: 1) a vinculação natural da sonoridade do vocábulo para os sujeitos que estão estabelecendo o seu primeiro contato com o conceito e 2) a opção política de alguns pesquisadores da área ou de autoridades eclesiásticas para os quais a Educomunicação deve se ater a este campo e a ele se restringir, e não ser compreendida, tanto no Documento 99 como nas práticas da comunicação católica, em seu

sentido lato, ou seja, como paradigma científico, cuja prática de educar para a comunicação é apenas uma de suas sete áreas de intervenção. Nesse sentido, a Educomunicação tem muito a conquistar nos espaços da comunicação católica, pois seu indicador essencial é a democratização do saber, do gerir, do criar.

A partir dessa leitura, podemos constatar que o conceito da Educomunicação, além de aparecer explicitamente nos capítulos 3, 5, 9 e 10 do Diretório, perpassa todo o documento a partir da visão da comunicação como elemento integrador e colaborativo na gestão das práticas pastorais, comunicativas e comunitárias. A popularização do termo no ambiente pastoral católico está condicionada a um processo lento e gradativo, de acesso ao Documento 99 e promoção de encontros de estudos compartilhados sobre seu conteúdo nos Regionais, dioceses, paróquias e comunidades.

Observamos que, não obstante a maioria dos regionais tenha recebido a visita da assessoria de imprensa da CNBB à época do lançamento do Diretório, em 2014, com a finalidade de apresentar o documento e propor a construção de um projeto de comunicação para o Regional e suas dioceses, as respostas obtidas nas viagens realizadas a alguns regionais demonstraram que em algumas áreas pastorais o próprio Diretório ainda é desconhecido. Em vários casos, fomos, inclusive, convidados a retornar para auxiliar as comunidades locais no acesso ao conhecimento do conteúdo do documento e na aprendizagem de suas propostas metodológicas educacionais.

Para chegarmos à compreensão de como o conceito de Educomunicação abordado pelo Diretório foi compreendido e com quais perspectivas, além das técnicas de abordagem que utilizamos com exclusividade sobre este documento e seu contexto de sujeitos envolvidos – pesquisa acadêmica, lugares de referência e iniciativas políticas que sustentaram sua elaboração e publicação –, lançamos um olhar internacional sobre este objeto, trazendo à discussão dois outros diretórios que, com o Documento 99 da CNBB, constituem os únicos no mundo a tratar da comunicação católica até o presente momento: o italiano, “Direttorio sulle comunicazione sociale nella missione della Chiesa”, e o antilhano, “Being Church in a Digital Milieu: a Pastoral Letter on Communication from the Bishops of the Antilles Episcopal Conference”. O diálogo com esses outros documentos eclesiais trouxe uma rica contribuição para esta tese, demonstrando a diversidade, os contrapontos e também as proximidades na composição do pensamento e das políticas católicas de comunicação.

A partir das escolhas matriciais de conceito e gestão da Conferência Episcopal Italiana, da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil e da Conferência Episcopal das Antilhas, evidenciadas nessa aproximação dialógica entre seus documentos, pudemos identificar e

destacar elementos comuns e de inovação entre suas opções políticas discursivas sobre a comunicação na Igreja e da Igreja. A matriz de comunicação que se destaca no documento italiano é eminentemente corporativa e funcional, e essa característica conservadora também se faz presente, mas com menor incidência, nos documentos brasileiro e antilhano.

Com isso, a Educomunicação emerge como evento singular neste contexto, pois, tratando-se de um conceito de sistematização recente, ainda está em fase de consolidação epistemológica. Para uma instituição milenar como a Igreja Católica, habituada a opções clássicas e sólidas para a fundamentação de seus discursos oficiais, essa escolha pela Educomunicação e suas propostas paradigmáticas representa um signo novo para a comunicação católica na busca de um diálogo efetivo e frutífero com a sociedade e, neste caso, passando, inclusive, pela academia. Vale, ressaltar, contudo, que a Igreja Católica no Brasil e na América Latina tem uma tradição de proatividade em suas escolhas políticas e, nesse sentido, a presença do conceito de Educomunicação encontra respaldo como opção de gestão do planejamento comunicacional pastoral no Brasil.

Em nossa visita presencial a Brasília ficou confirmado, em diálogo com assessores da CNBB Matriz, que todos os regionais receberam a equipe de assessoria de comunicação nacional no momento da publicação do Documento 99. Isso evidencia o alcance geográfico de recepção do documento e também o alcance democrático das propostas do documento, tendo em vista que a equipe visitadora desenhou um croqui para, em conjunto com os agentes e autoridades locais, sistematizar um plano de comunicação para o Regional e suas dioceses a partir dos conteúdos do Diretório. Ambas as referências de alcance de recepção do documento, no entanto, demonstraram-se insuficientes para alavancar nos regionais os objetivos pretendidos pelos assessores visitantes. Inúmeros fatores, entre eles, geográficos, econômicos, habilidades dos agentes, condições de tempo e agenda das autoridades, mostraram-se vetores significativos dessa insuficiência. A maioria desses fatores só foi passível de observação por meio das viagens realizadas *in loco*, através das quais tivemos contato com as estruturas físicas, sociais e culturais que compõem a realidade de cada Regional, que explicam, em parte, porque alguns regionais estão enfrentando dificuldades em se articularem, enquanto outros já têm seu planejamento bem encaminhado, inclusive com publicações. De qualquer modo, mesmo onde os agentes pastorais e as autoridades tiveram acesso ao Diretório e se articularam para a construção de um projeto de comunicação local, o termo Educomunicação e suas metodologias permaneceram ignorados por não serem, inclusive, de domínio dos assessores que organizaram as visitas formativas aos regionais.

A partir dos contatos estabelecidos em viagem durante as investigações, verificamos que a Diocese de Santarém, no Regional Norte 2, é exceção no cenário de pouca visibilidade do conceito de Educomunicação nos trabalhos desenvolvidos nos regionais a partir do Diretório. O protagonismo da Diocese de Santarém no campo da Educomunicação é anterior à chegada do conceito sistematizado presente no Diretório em 2014. Devido às longas distâncias, as comunidades ribeirinhas já estavam habituadas a desenvolver práticas educacionais de programação radiofônica com a participação de crianças da região. Esse conhecimento tácito anterior facilitou a aplicação do conceito sistematizado, com ações planejadas e o fortalecimento de práticas colaborativas por parte dos sujeitos envolvidos localmente.

Feitas essas considerações, convém destacar que as oportunidades de observação do conceito de Educomunicação no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil só foram viáveis graças a um múltiplo esforço metodológico de investigação que destacamos a seguir:

1) Levantamento bibliográfico com as contribuições teóricas mais recentes dos pesquisadores da comunicação católica e com as ferramentas teóricas de suporte à compreensão do processo de construção e consolidação do paradigma da Educomunicação. Nesse sentido, também realizamos uma pesquisa documental junto ao banco de dados da Capes para localizar teses e dissertações vinculando as noções de comunicação católica e Educomunicação. Essa pesquisa foi fundamental para a localização do estado da arte do nosso objeto de pesquisa, trazendo dados qualitativos sobre a participação histórica da Igreja Católica nos movimentos políticos que fomentaram o surgimento de expressões comunicativas comunitárias e de educação popular na América Latina, que viabilizaram a emergência do paradigma educacional.

2) Aproximação aos 18 Regionais da CNBB, a alguns dos quais, inclusive, viajamos para investigação *in loco*. Por meio das visitas, entrevistas, ligações telefônicas e e-mails, delimitamos o nosso campo de pesquisa às iniciativas pastorais e contribuições advindas de cada Regional, como forma de tomá-los como espaço representativo da presença católica em solo brasileiro. A peculiar participação de cada Regional trouxe para a pesquisa sua realidade econômica, política, social e cultural, que incide diretamente sobre seus investimentos em comunicação. O resultado foi uma fotografia heterogênea no acesso e domínio sobre o conteúdo proposto pelo Diretório, impactando diretamente a percepção do conceito de Educomunicação nele presente.

3) Diálogo com autoridades eclesiais que participam de comissões responsáveis pela comunicação em nível nacional, regional e diocesano. Nesse diálogo, a investigação demonstrou que ocorrem casos em que, mesmo tendo a função de Bispo Referencial para a

Comunicação em determinado nível na comunicação católica, nem sempre tal autoridade tem formação específica na área. Houve, inclusive, caso de autoridade que não nos recebeu justificando não se sentir em condições de contribuir com a pesquisa. O acúmulo de tarefas sobrecarrega muitas dessas autoridades que, por vezes, acabam apenas tendo seus nomes citados na lista oficial de encargos sem, contudo, poderem se dedicar a tantas atribuições.

4) Encontros e entrevistas com especialistas em comunicação católica, que trouxeram para a pesquisa maior riqueza de detalhes e atualidade nas discussões acerca do objeto de pesquisa. Os encontros com os pesquisadores permitiram-nos uma visão mais acurada sobre as nossas hipóteses e um confronto de ideias produtivo para a valorização do objeto de pesquisa. Houve manifestação de pesquisadores que destacaram sua opção por enxergar no Diretório um papel exclusivo da Educomunicação no tocante à educação midiática, não acreditando conveniente o emprego e compreensão do conceito em seu sentido lato. Essa reação é decorrente de uma visão política de gestão da comunicação, por vezes mais permeada de uma ambientação organizacional, institucional. Já a Educomunicação é horizontal e permeia mais facilmente os espaços comunitários, populares e alternativos, embora seja também aplicável às corporações via pedagogia de projetos, constituindo nessas instituições nichos específicos chamados ecossistemas educ comunicativos. A implantação dos procedimentos educ comunicativos nas práticas comunicativas católicas, porém, não se demonstrou dificultada por questões estritamente ideológicas, mas, sim, pela precariedade de suas condições estruturais e ausência de pessoal habilitado em educomunicação. Diante das percepções coletadas nos regionais, podemos assegurar que há, sim, razoabilidade na aplicação do conceito lato na multiforme rede capilar da Igreja Católica no Brasil.

5) Dinâmicas de grupo e rodas de conversa, que também viabilizaram o compartilhamento de experiências positivas para as investigações desta tese, na medida em que nos permitiram observar diretamente as percepções de agentes pastorais atuantes nos regionais, dioceses, paróquias e comunidades. Com técnicas diferenciadas, as investigações comprovaram a boa disposição dos agentes em aprender os conteúdos do Diretório e aplicações metodológicas. A abertura para o conhecimento é um dado significativo entre os agentes, que se disseram contemplados pelo Documento 99 da CNBB ao dispor com clareza as diretrizes de ação para a criação e atuação na comunicação pastoral da Igreja Católica em todo o Brasil.

Quanto à validação das hipóteses de investigação desta tese, apresentamos nossas conclusões.

- 1) *A intencionalidade da CNBB de oferecer à comunidade católica brasileira diretrizes de comunicação atuais que sintetizem e aproximem a linguagem formal*

de vários documentos eclesiais destinados à comunicação católica ao longo de décadas e de apresentar suas propostas num discurso mais condizente com as condições culturais da sociedade brasileira. É uma hipótese que ficou parcialmente confirmada por esta investigação científica. Embora algumas autoridades entrevistadas tenham questionado a linguagem formal do Documento 99, o nível de formalidade dele não se compara ao nível discursivo hiperformal do diretório italiano, apesar de não ter um estilo tão livre quanto o texto antilhano.

É fato que, nos encontros que promovemos, a maioria dos agentes envolvidos na Pascom de seus regionais, dioceses e paróquias que já tiveram acesso ao documento se disse contemplada pelas contribuições norteadoras do Diretório e destacou a necessidade de estudá-lo com maior profundidade.

- 2) *O anseio da Igreja Católica de produzir um texto documental com características próprias do Brasil e próximas do cotidiano sociopolítico do Hemisfério Sul, valorizando as contribuições de sujeitos engajados na vida social para o enriquecimento do seu discurso comunicacional.* Essa hipótese também encontrou sustentação nas investigações realizadas. O Documento 99 consumiu uma década de processo elaborativo e contou com uma equipe de reflexão, cujos membros sofreram alta rotatividade durante este período. O Diretório é, portanto, resultado de esforço conjunto de múltiplas mãos, que ofereceram ao texto contribuições práticas autóctones da América Latina e do Brasil, evitando, assim, que ele se tornasse uma mera tradução do texto italiano. A valorização da comunicação popular e sua opção metodológica pelos procedimentos educacionais em vista da aprendizagem dos processos da comunicação, bem como da gestão e planejamento para uma comunicação pastoral integrada, são exemplos que dão conta dessa visão latino-americana de engajamento político na construção do conhecimento e no seu compartilhamento.
- 3) *A presença do conceito de Educomunicação, percebido pela primeira vez num documento oficial da Igreja Católica no Brasil e no mundo, como uma proposta inovadora, na tentativa de um diálogo com a sociedade brasileira por meio da academia, com vistas a obter suas contribuições formais para a reflexão e articulação do planejamento comunicacional católico.*

Esta hipótese também foi comprovada porque, de fato, se verificou inédita a presença do conceito de Educomunicação num documento católico em todo o mundo. Sendo assim, trata-se realmente de uma iniciativa inovadora da Igreja Católica no Brasil. Também não se pode negar que, por meio do Diretório, ao estabelecer um diálogo com a academia, a Igreja Católica realiza um movimento de comunicação com a sociedade brasileira.

Contudo, no que se refere à busca católica por uma possível contribuição formal do conhecimento científico para o planejamento de suas práticas de gestão da comunicação, têm-se duas circunstâncias adversas: 1) de um lado, o discurso do Documento 99 promovendo um diálogo que ele chama de necessário junto aos mais diversos atores sociais, inclusive os pesquisadores acadêmicos e, 2) de outro lado, o fato trazido pelas investigações desta tese é de que a maioria dos sujeitos envolvidos no processo de apresentação e discussão do Diretório, tanto quanto os agentes pastorais que estabelecem seu primeiro contato com o conceito da Educomunicação por meio deste mesmo documento, não têm a habilidade requerida de entendimento sobre a sistematização desse conceito e sua linguagem metodológica, lançando numa perspectiva de futuro alguma probabilidade de domínio sobre os procedimentos educacionais.

Uma vez validadas as hipóteses que estimularam nossas investigações, concluímos que o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil representa um marco significativo na história da comunicação católica no país. As propostas de gestão comunicativa que apresenta são inovadoras, dialogam com a contemporaneidade das pesquisas científicas em comunicação na América Latina e tomam impulso na aprendizagem do emergente conceito de Educomunicação sistematizado no Brasil. O conceito demonstrou-se percebido com especificidades diferenciadas pelos sujeitos da comunicação católica nas diversas regiões do país.

O Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil apresenta-se, sobretudo, como um instrumento de trabalho em perspectiva de aprendizagem, pois suas diretrizes encontram-se em pauta de estudos de aperfeiçoamento e as técnicas de abordagem e apresentação de seu conteúdo junto aos atores da comunicação católica, sejam autoridades, especialistas ou agentes da Pascom, também estão sob constante avaliação.

REFERÊNCIAS

ALAMI, S.; DESJEUX, D.; GARABUAU-MOUSSAOUI, I. **Os métodos qualitativos**. Petrópolis: Vozes, 2010.

ALVARENGA, R. **A Comunicação da Igreja Católica no Brasil: tendências comunicacionais da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista, 2016, 232 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PROLAM/USP) São Bernardo do Campo, 2016.

ALVES, A. **A educomunicação e a cultura escolar salesiana: a trajetória da construção de um referencial educacional para as redes salesianas de educação em nível mundial, continental e brasileiro**. USP. 453 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM), USP, São Paulo, 2012.

ALVES, Z. M. M. B.; SILVA, M. H. G. F. D. Análise qualitativa de dados de entrevista: uma proposta. **Paidéia** (Ribeirão Preto) [online]. 1992, n. 2 [cited 2018-05-27], pp. 61-69. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010363X1992000200007&lng=en&nrm=iso

ANTILLES EPISCOPAL CONFERENCE. **Being Church in a Digital Milieu: a Pastoral Letter on the Communications from the Bishops of the Antilles Episcopal Conference**. August 6, 2017. Disponível em: <<http://aecbishops.org/download/a-pastoral-letter-new-ways-of-being-church-in-a-digital-milieu/>>. Acesso em: 28 set. 2017.

APARICI, R. (org.). **Educomunicação, para além do 2.0**. São Paulo: Paulinas, 2014.

ARAÚJO, C. **A pesquisa norte-americana**. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.; FRANÇA, V. (orgs.). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 13ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROFISSIONAIS E PESQUISADORES EM EDUCOMUNICAÇÃO. **Pesquisa sobre associados**. São Paulo: ABPEducom, 2017. Disponível em: <<http://www.abpeducom.org.br>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

BAUMAN, Z. **O mal-estar na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BHABHA, H. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2010.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2006.

CALIXTO, D. **Memes na internet: entrelaçamentos entre Educomunicação, cibercultura e a ‘zoeira de estudantes nas redes sociais**. USP, 232 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da

Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM), USP, São Paulo, 2017.

CAPES - COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR. **Banco de dissertações e teses**. Brasília: Capes, 2017. Disponível em: < <http://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/>>. Vários acessos.

CASTELLS, M. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet. Os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003

CEI. **Comunicazione e Missione**: direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa. Roma: Librerie Editrice Vaticana, 2004.

CELAM. **Documento de Aparecida**. Texto conclusivo da V Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe. Aparecida: CNBB, Paulus e Paulinas, 2007.

CELLARD, A. A análise documental. In: POUPART, J. et al. **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2008.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. 13. ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 2007.

CITELLI, A. **Comunicação e Educação**: a linguagem em movimento. 3ª edição. São Paulo: Senac São Paulo, 2004.

_____. Uma apresentação entre mediações. In: OROZCO GÓMEZ, G. **Educomunicação**: recepção midiática, aprendizagens e cidadania. São Paulo: Paulinas, 2014.

CNBB. **Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil**. Documento 99. Aparecida: Paulinas, 2014.

CNBB. **Comunidade de Comunidades**: uma nova paróquia. A conversão pastoral da paróquia. Documento 100. Aparecida: Paulinas, 2014.

CORAZZA, H. **Educomunicação**: caminhos e perspectivas na formação pastoral. A experiência do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC). Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM), USP, São Paulo, 2016. (Utilizamos a tese na versão publicada em livro).

CORDIVIOLA, A. Estudos Culturais latino-americanos: configurações de um sintagma. **Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**. n. 44. Brasília out./dez. 2014. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/2316-4018443>. Acesso em: 08 dez. 2017.

COSTA, M. C. C. Estética da comunicação. In: BACCEGA, M. A.; COSTA, M. C. C. **Gestão da comunicação**: epistemologia e pesquisa teórica. 1. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

DARIVA, N. **Comunicação Social na Igreja**: documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003.

DUARTE, R. **Entrevistas em pesquisas qualitativas**. Revista Educar, Curitiba, n. 24, p. 213-225, Editora UFPR, 2004.

ESCOSTEGUY, A. C. Os estudos culturais. **Cartografias** – website dos estudos culturais. s/d, p. 1-14. Disponível em www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias. Acesso em: 09 dez. 2017.

ESTRADA, A. A. Os fundamentos da teoria da complexidade em Edgar Morin. **Akrópolis**. Umuarama, v. 17, n. 2, p. 85-90, abr./jun. 2009. Disponível em <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiE75bYgtDYAhXKEpAKHbcbDp4QFghVMAU&url=http%3A%2F%2Fwww.revistas.unipar.br%2Findex.php%2Fakropolis%2Farticle%2Fdownload%2F2812%2F2092&usq=A0vVaw0zDGlbDH7R6SdGn2qVwmo5>. Acesso em: 12 jan. 2018.

FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** 17ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 2015.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 7. ed. São Paulo: Ed. Loyola, 1998.

HORTA, P. **Educom.Rádio: uma política pública em Educomunicação**. USP, 2007, 207 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM), USP, São Paulo, 2007.

IANNI, O. O príncipe eletrônico. In: BACCEGA, M. A.; COSTA, M. C. C. **Gestão da comunicação**: epistemologia e pesquisa teórica. 1. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

JESUS, L. N. de. **Educomunicação e Catequese**: contribuições de um novo campo científico para a educação da fé. Estudo de caso: princípios pedagógicos e linguagem da educomunicação na catequese de crisma em paróquias da Diocese de Santo Amaro – SP. SEPAC Paulinas, 85 f. (Curso de Especialização em Cultura e Meios de Comunicação: uma abordagem teórico-prática) PUC-SP (COGEAE) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016.

KAPLÚN, Mario. **Una Pedagogia de la Comunicación**. Madrid: La Torre, 1998.

KUNSCH, W. L. **O Verbo se faz carne**: caminhos da comunicação eclesial católica. São Paulo: Paulinas, 2001.

LOPES, M. I. V. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

_____. **Pesquisa em Comunicação**. 2. edição. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

MARTÍN-BARBERO, J; REY, G. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2001.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 4. ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

_____. Desafios culturais: da comunicação à educomunicação. In: CITELLI, A.; COSTA,

M. (org.) **Educomunicação: construindo uma nova área do conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.

_____. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014.

MOGADOURO, C. A. **Educomunicação e escola: o cinema como mediação possível** (desafios, práticas e proposta). USP, 211, 293 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM), USP, São Paulo, 2011.

MORIN, E. **Cultura de massas no século XX – O espírito do Tempo I – NEUROSE**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1974.

_____. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

_____. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo: Cortez; Unesco, 2001.

MOTTER, M. L. Campo da comunicação: cotidiano e linguagem. In: BACCEGA, M. A.; COSTA, M. C. C. **Gestão da comunicação: epistemologia e pesquisa teórica**. 1. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

OROZCO GÓMEZ, G. **Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. São Paulo: Paulinas, 2014.

ORTIZ, R. Estudos Culturais. **Tempo social**. vol. 16, n. 1. São Paulo. jun. 2004. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-20702004000100007>. Acesso em: 02 dez. 2017.

PESSINATTI, N. L. **Políticas de Comunicação da Igreja Católica no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1998.

PUNTEL, J. T. **A Igreja Católica e a Democratização da Comunicação na América Latina**. Tese defendida na USP em 1998.

_____. **Cultura Midiática e Igreja: uma nova ambiência**. São Paulo: Paulinas, 2008.

_____. **Igreja e Sociedade: método de trabalho na comunicação**. São Paulo: Paulinas, 2015.

SANTOS, M. **Sínodo, uma grande rede-comunhão: documento conclusivo do Sínodo Arquidiocesano de Cuiabá**. Campinas: Arte Brasil Editora, 2008.

SANTOS, M. **Diretrizes da Pastoral da Comunicação na Arquidiocese de Cuiabá 2017 – 2021**. Cuiabá: Assembleia Arquidiocesana de Cuiabá, 2017.

SBARDELOTTO, M. **E o Verbo se fez rede: religiosidades em construção no ambiente digital**. São Paulo: Paulinas, 2017.

SILVESTRE, C. P. **Educomunicação: perspectivas no Ensino Médio Inovador**. UERN, 2013, 117 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Programa de Pós-Graduação em Educação, da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, 2013.

SOARES, A. C. A. **Educomunicação e cidadania na América Latina**. A interface comunicação/educação a partir das práticas sociais no continente: estudo de caso de políticas públicas na Argentina e no Brasil. São Paulo: USP, 2012, 214 f. Dissertação (Mestrado em Integração da América Latina) - Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (PROLAM/USP) vinculada à linha de pesquisa: Comunicação e Cultura, USP, São Paulo, 2012.

SOARES, I. O. **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.

_____. **Educomunicação**: o conceito, o profissional, a aplicação. Contribuições para a reforma do Ensino Médio. São Paulo: Paulinas, 2011.

_____. **Educomunicação.mov**. 2012. (14m56s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8iMyk4ddXZI&feature=youtu.be>. Acesso em: 08 mai. 2018.

_____. Construção de roteiros de pesquisa a partir dos livros da coleção **Educomunicação. Comunicação & Educação**, Ano 19, n. 2, jul/dez, 2014, p. 135-142. São Paulo.

SPADARO, A. **A Proposta do Papa Francisco**: o futuro rosto da Igreja. São Paulo: Edições Loyola, 2013.

_____. **Ciberteologia**: pensar o Cristianismo nos tempos da rede. São Paulo: Paulinas, 2012.

UNESCO. **Conceptual Relationship of Information Literacy e Media Literacy in Knowledge Societies**. Series of Research Papers. World Summit of Information Society (WSIS). Paris: UNESCO, 2013.

_____. **Mapping Media Education Policies in the World**: visions, programmes and challenges. New York: Grupo Comunicar, 2009.

_____. **Media Education**: a kit for Teachers, Students, Parents and Professionals. Paris: L'expressur, 2006.

TRIVINHO, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987

GLOSSÁRIO

AÇÃO EVANGELIZADORA: conjunto de práticas interpessoais ou midiáticas de transmissão do Evangelho.

AGENTE DE PASTORAL: membro missionário e voluntário de um serviço religioso ou social na Igreja Católica.

ARCEBISPO: bispo chefe de uma arquidiocese.

ARQUIDIOCESE: diocese referencial de uma região a partir da qual geralmente surgiram as demais dioceses de uma Província Eclesiástica.

ASSEMBLEIA GERAL DA CNBB: reunião ordinária anual de todos os Bispos do Brasil. Atualmente, essa reunião tem como lugar referencial o Santuário de Aparecida (SP).

ASSEMBLEIA PASTORAL: reunião dos agentes de todas as pastorais de uma diocese ou paróquia.

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO: serviço oficial de comunicação de um departamento ou de uma instituição.

ASSESSORIA DE IMPRENSA: o mesmo que assessoria de comunicação.

BISPO: autoridade religiosa responsável pelo governo de uma diocese ou prelazia.

BISPO REFERENCIAL: bispo responsável pelo acompanhamento das atribuições pastorais de um Regional da CNBB.

CARTA PASTORAL: documento oficial de cunho orientativo emitido por um bispo em sua diocese ou por uma Conferência Episcopal aos seus colaboradores pastorais.

CLERO: o conjunto dos ministros ordenados de uma diocese: bispos, padres e diáconos.

COMISSÃO EPISCOPAL PASTORAL PARA A COMUNICAÇÃO: o grupo de bispos dedicados às atribuições de acompanhamento pastoral da comunicação católica.

COMUNICAÇÃO INTEGRADA: integração do conjunto tecnológico midiático. Coligação dos dispositivos e suas linguagens.

CONSELHO PERMANENTE DA CNBB: grupo de bispos eleitos para definir as ações pautadas pelas Assembleias Gerais.

DIOCESE: personalidade jurídica governada por um bispo. É visivelmente reconhecida por uma territorialidade que abrange certo número de paróquias e comunidades. Na maioria dos casos, no Brasil, uma diocese abrange um agrupamento de cidades e municípios.

DIRETÓRIO: documento orgânico, diretivo, motivador de ações pastorais. No Brasil, além do Diretório de Comunicação, a Igreja Católica tem outros três diretórios: o Diretório da

Liturgia e da Organização da Igreja no Brasil (texto editado anualmente pela CNBB, trazendo atualizados os dados das dioceses, bispos e datas litúrgicas do ano corrente), o Diretório da Pastoral Familiar (texto aprovado pela 42.^a Assembleia Geral da CNBB em abril de 2004) e o Diretório Nacional da Catequese (texto aprovado pela 43.^a Assembleia Geral da CNBB em agosto de 2005).

DIRETRIZES GERAIS DA AÇÃO EVANGELIZADORA DA IGREJA NO BRASIL: propostas de reflexão e ação que abrangem a convivência dos membros e suas tarefas missionárias na Igreja em todo o país. Essas propostas são publicadas como documentos da CNBB para um período vigente de 4 anos.

DIRETRIZES PASTORAIS: linhas de aplicação prática destinadas ao exercício pastoral. Podem compor um documento da CNBB ou um plano de pastoral paroquial.

FORANIA: microrregião constituída de um grupo de paróquias de uma diocese.

INTEGRAÇÃO PASTORAL: Prática de serviço planejada e de natureza colaborativa.

LEIGO: membro atuante na vida e missão da Igreja, mas que não faz parte do clero, ou seja, não é bispo, padre ou diácono.

MÍDIA CATÓLICA: conjunto dos dispositivos midiáticos sujeitos à orientação católica.

PADRE: ministro ordenado que via de regra administra uma paróquia e colabora junto ao bispo pastoralmente.

PÁROCO: função administrativa e pastoral do padre à frente de uma paróquia.

PARÓQUIA: personalidade jurídica, geralmente administrada por um padre, onde se concentram os fiéis católicos nos ofícios sagrados e no exercício missionário e pastoral. Uma paróquia é constituída de um território, que pode abranger um município todo ou apenas algumas quadras de um bairro populoso compartilhado com outras paróquias. Em seu território, cada paróquia pode ter dezenas de comunidades. Dependendo da estrutura local, as comunidades se reúnem numa capela ou em casas e escolas.

PASTORAL: serviço missionário de apoio religioso ou social prestado por um grupo de pessoas ligadas a uma diocese, paróquia ou comunidade católica.

PASTORAL DA COMUNICAÇÃO: serviço especificamente voltado às tarefas comunicativas na liturgia, na administração, na formação pastoral e na mídia das dioceses, paróquias e comunidades. Os agentes desse serviço são comumente chamados de membros da Pascom ou Pasconeiros.

PLANO DE PASTORAL: conjunto de lineamentos constitutivos de um planejamento de atividades pastorais. Geralmente, esse plano é resultante dos apontamentos construídos em Assembleias Pastorais e publicado para efetivação por um determinado período de vigência.

PRELAZIA: Neste estudo, trata-se de uma circunscrição territorial com as mesmas prerrogativas de uma diocese.

PROVÍNCIA ECLESIÁSTICA: microcircunscrição territorial constituída de algumas dioceses que têm como referência canônica imediata a Sé-catedral de uma arquidiocese.

REGIONAL DA CNBB: macrorregião pastoral que abrange um considerável número de dioceses e arquidioceses. Os regionais da CNBB, às vezes, são constituídos pelo território de um estado inteiro, como, no caso do Regional Nordeste 1, que abrange o estado do Ceará. Mas também podem ser constituídos pela conjugação de dois ou mais territórios estaduais, como é o caso do Regional Nordeste 2, formado pelos estados do Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco e Alagoas.

SÍNODO: trabalho conjunto entre bispos no mundo ou padres numa diocese. O andamento do trabalho tem atualização de resultados e exame de novas propostas em reuniões periódicas e prefixadas num determinado espaço de tempo. É convocado por uma autoridade eclesiástica, o papa ou o bispo de uma diocese. Geralmente é um processo colaborativo de anos e segue uma proposta temática de planejamento.

APÊNDICE A - ÍNTEGRA DAS ENTREVISTAS REALIZADAS JUNTO AOS PESQUISADORES DA COMUNICAÇÃO CATÓLICA

Entrevista com Joana Puntel

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1996) e pela Simon Fraser University (1991). Foi Visiting Research Scholar no Programa Media and Communications na The London School of Economics and Political Science, Inglaterra (2002). Atua como docente no curso de Especialização Cultura e Meios de Comunicação do SEPAC que se realiza em convênio com a PUC-SP/COGEAE.

Maurício Cruz – Que impacto a publicação do Diretório produziu em você e que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco do que você tem percebido no contato com o documento.

Joana Puntel - Primeiro, produziu em mim uma alegria e uma satisfação muito grande, porque finalmente se chegou a uma “unidade” de pensamento. Se hoje alguém perguntar qual é o pensamento da Igreja do Brasil sobre comunicação, muitos não vão saber responder. Mas, se buscarem no diretório, lá encontrarão a resposta. Ele nos traz, realmente, uma grande satisfação porque nós lutamos muito para chegar a esse resultado. E o pensar a comunicação implica, justamente, esta questão da mudança de mentalidade. Mas, se o diretório não for mastigado, trabalhado, e não só como uma absorção racional, não adianta, não vai mudar mentalidade nenhuma, e aí a igreja, de um modo geral, continuará fazendo o quê? Uma comunicação reduzida a instrumentos, de que a gente tem uma herança muito forte. Por que estou dizendo isso? Para estabelecer um *link* entre o impacto da elaboração do diretório e a mensagem que ele nos traz de que a comunicação é também processo. Ela não pode ser reduzida aos meios e aos instrumentos de comunicação. E é isso que nós encontramos em todo o Diretório, e é neste sentido que ele precisa ser trabalhado porque, do contrário, nossa comunicação continuará reduzida à produção de instrumentos. Eu não posso dizer que a comunicação católica no Brasil não tenha dado passos. Se olharmos seu caminho, sua trajetória, veremos que aconteceram coisas incríveis, dependendo bastante das pessoas que estavam à frente, digamos, de um setor, e dependendo também muito da sensibilidade de quem tinha o poder de decisão. Nós tivemos bispos e também secretários da CNBB que deram muito de si, que levaram o trabalho à frente, confiando em suas equipes, porque perceberam a importância do refletir sobre a comunicação, e não apenas do só fazer. E é aí que nasce toda a história do Diretório. E toda a satisfação que experimentamos nessa trajetória da comunicação Católica do Brasil é que foi uma coisa dinâmica, eu não diria cem por cento, mas também não foi algo morto. Foi um caminho em que se movimentou, e se tomou várias direções. Havia pessoas mais concentradas na reflexão, mais ligadas ao conhecimento, que estavam convictas de que a reflexão e o conhecimento é que levariam a uma boa prática mediante posterior adaptação da linguagem, mesmo que com muitos vieses. E havia também aqueles que puxavam mais, digamos assim, para o marketing digital, para essa questão só do fazer. Por tudo isso, essa caminhada foi muito importante. E nela, encontramos pessoas maravilhosas! Lembro-me, por exemplo, do Frei Clarencio Neotti, então

presidente da OCIC e da UCLAP, um franciscano fora de série. Ele prezava muito a reflexão e sabia unir bem as coisas. Em nossa equipe de reflexão tínhamos a Maria Clara Bingemer, famosa teóloga, além de jornalista; o padre Nereu de Castro Teixeira, que foi assessor de Comunicação Social da CNBB e assessor de imprensa das visitas do Papa João Paulo II ao México em 1980 e ao Brasil, em 1991. Eram pessoas que pensavam e que seguiam o mundo da comunicação. E assim, a irmã Helena Corazza, eu, o Ismar Soares, entre outros, formávamos um grupo dedicado à reflexão. E era nessa realidade da comunicação católica no Brasil que a gente procurava influir. Mas influir de que forma? Sempre procurando trabalhar um pouco nas brechas. Nós conseguimos que a comunicação fosse o tema de uma campanha da Fraternidade e fosse também o tema de uma das conferências da CNBB. Deu poucos frutos, é verdade, o que é compreensível, porque foi num contexto bem maior e que precisava ser muito mais movimentado, além de outras razões. E eu estou falando isso também para dizer que, assim como tudo isso não foi levado muito para frente, apesar de ter sido muito discutido, atualmente também nos encontramos diante de grandes desafios. Quanto ao meu contato com o documento, foram mais de doze anos trabalhando nele, com experiências incríveis. Dependia bastante de quem estava à frente puxando a equipe, na tarefa de coordenação, que passou por várias pessoas da CNBB. Começou com dificuldades e tristezas muito grandes, mas a gente estava sempre ali, ajudando no trabalho que, aos poucos, foi se desenvolvendo até que, com a chegada de novos colaboradores e com a mudança de bispos e assessores, se chegou a uma forma de trabalho mais eficaz, apesar de exaustiva e muito sofrida, pois, mesmo com o desejo de acertar e prosseguir, a equipe dava passos incertos. Mas o fio condutor era sempre este: levar a Igreja a ter uma visão mais ampla sobre a comunicação, que ultrapassasse os meios e que incluísse também a teologia, a convivência, a ética, a vivência da fé, o mundo do qual emergem novas religiosidades, a linguagem; enfim, não se restringisse simplesmente às técnicas midiáticas. Todo o processo foi muito discutido e rediscutido e dessas discussões participavam pessoas que entendiam de comunicação e, ao mesmo tempo, pessoas que não entendiam. Com isso, verificava-se também alguma disputa dentro da própria equipe, uma disputa que envolvia mentalidades e visões diferentes. Foi um caminho bastante sofrido, mas também repleto de satisfação e que a mim, pessoalmente, trouxe muita alegria por ter podido contribuir com a elaboração desse documento. Teremos ainda que melhorar alguma coisa nele, mas foi aquilo que conseguimos fazer e aprovar naquele momento. Com o Diretório, nós podemos dizer que, hoje, a Igreja tem um pensamento sobre comunicação. Se você perguntar a alguém de alguma paróquia sobre comunicação, como disse inicialmente, muitos não vão saber. Embora o Diretório, para nós que vivemos a comunicação e que estamos levando a comunicação adiante, faça parte de nosso dia-a-dia, é um documento que, infelizmente, ainda não é de interesse das paróquias e de suas pastorais, porque, quase sempre, o padre que está à frente das comunidades ainda vê a Pascom exclusivamente como uma equipe de atividades, cujo serviço é colocar avisos nos quadros, cuidar da sonorização e das mídias digitais, sem qualquer preocupação com a necessária reflexão sobre o fazer comunicação. A título de exemplo, lembro-me da experiência de algumas irmãs paulinas no atendimento das livrarias, por ocasião da chegada do Documento 99. Quando elas o apresentaram aos padres, muitos não demonstraram interesse, diferentemente da reação que tiveram frente ao Diretório de Catequese e outros documentos da Igreja que são sempre mais bem acolhidos. É este o pensamento vigente no ambiente dos padres em suas comunidades paroquiais. Lembro-me de ter aconselhado a uma das irmãs: diga para esse padre se lembrar de São João XXIII que incluiu a comunicação na pauta do Concílio Vaticano II. A sensibilização do tema junto aos padres é algo reconhecidamente imprescindível e complexa.

MC – Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas no país? O que esse documento significa na história da comunicação no Brasil?

JP - Para que o Diretório se efetive nas práticas comunicativas da Igreja no Brasil é preciso estudá-lo, conhecê-lo, mastigá-lo, porque, do contrário, não vai vingar. Talvez algo que se precise trabalhar melhor, e que nós deixamos como ideia, é que no final de cada capítulo se indicassem pistas para a ação. Deveria ter sido “pistas para reflexão e ação”, porque, logo que saiu o documento, no estudo de um dos módulos do curso aqui do SEPAC, na aula de Igreja e Comunicação, as pessoas se manifestaram dizendo que infelizmente ninguém reflete, só se procura no documento aquilo que é voltado para a prática. Fiquei, então, preocupada com essa condição de subutilização do documento, mas nossa equipe já sabia que não tínhamos como montar um texto que resolvesse toda a problemática complexa das práticas comunicativas da Igreja. Muita coisa escapava de nossas mãos. Contudo, o que se deve esperar de um documento desse porte em aspectos de prática comunicativa? Que ele nos auxilie no debate de questões como: o que é que se está fazendo diante de uma mídia predadora que domina o povo com seus discursos persuasivos de telenovelas e telejornais? Não se trata de polemizar, mas o que a Igreja tem refletido sob o ponto de vista ético que emerge desses produtos comerciais que atentam contra a família, os princípios cristãos e a vida humana? Para começar, os grupos de Pascom nem sabem o que é ética, com todo o respeito e com raras exceções. Em contrapartida, existem outras instituições de vários campos que estão se preocupando com a ética e, às vezes, estão promovendo um debate necessário sobre este tema. Quanto à Igreja, não faltam campos de debate a serem desenvolvidos: ética nas comunicações, ética na internet, ética na Igreja,... por que nós não debatemos esses temas tão prementes da atualidade? Não quero dizer que se deva ir fazer protesto lá na frente das emissoras de TV dominantes no país. Mas é preciso, isso sim e urgentemente, trabalhar com as consciências. Só a partir da tomada de consciência é possível avançar na defesa dos direitos da vida humana e dos valores cristãos quase sempre ultrajados pelas produções televisivas do poderio midiático atual. Não se trata de levantar bandeira de apelos morais, mas da autêntica construção da cidadania por meio de uma formação ética das pessoas.

MC – Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?

JP - Na verdade, quando se distribuíram os capítulos e o que seria tratado em cada um, surgiu a questão do Educar. E como essa categoria ficou para o professor Ismar construir, é lógico que ele não falaria de outra coisa que não fosse de Educomunicação. Tudo bem que esteja conectada aí a questão do educar para a comunicação, mas eu faria, não necessariamente uma crítica, mas diria o seguinte: em primeiro lugar, nós temos de discutir a presença do vocábulo educomunicação. No diretório, a educomunicação tem um conceito particular que deriva do conceito geral. Se você, por exemplo, vai falar de educomunicação numa escola, você tem o conceito geral. Ao passo que - eu gostaria que isto ficasse bem claro -, no diretório, essa educomunicação tem de estar submetida a um fio condutor do pensamento da Igreja. Nós devemos nos servir do conceito, mas o que eu percebo é que a educomunicação está ficando lá em cima, no topo do trabalho. E, às vezes, passamos até a instrumentalizar o diretório para justificar a educomunicação. A educomunicação, no caso da Igreja, tem que ser algo que ajude a levar adiante o discurso da “comunicação e Igreja” e é neste sentido que a Igreja precisa do campo da educomunicação. E, a partir daí sim, tem-se a clareza de em que consiste a educomunicação nesse contexto eclesial. O que eu estou percebendo é que se está dando tanto valor à educomunicação que se esquecem outros aspectos. Esta é uma crítica puramente comportamental, porque, se eu for falar mesmo de educomunicação, é o que o SEPAC faz há mais de 32 anos, com outros nomes, é claro. Eu não gostaria que isso ficasse parecendo uma novidade, e por ser novidade, ter de ser tocado adiante, mas que a

educomunicação fosse colocada em seu devido lugar. No diretório, ela tem definidos seus pontos de atuação na formação para a comunicação; e esses pontos devem ser trabalhados, sejam eles o âmbito familiar, escolar, comunitário, político, profissional, pastoral, recepção midiática ou alfabetização digital. São pontos que precisam ser muito bem trabalhados. Diante disso, entra aqui novamente a questão: se eu pego o conceito geral de educomunicação, eu me divorcio um pouco daquelas necessidades que a Igreja traz e que são apontadas pelo diretório. Conclui-se, portanto, que o diretório não se apropria, mas insere um conceito novo cujas práticas são antigas e já conhecidas da Igreja há muitos anos. O vocábulo e sua conceituação são recentes, mas a Igreja sempre educou a partir das práticas agora compreendidas pelo conceito de educomunicação.

MC - A educomunicação tem em sua metodologia uma área de intervenção chamada Pedagogia de Projetos. Então, nesse caso, seria exatamente essa proposta metodológica o que se aplicaria ao objetivo do diretório quando ele pensa em formar para a comunicação?

JP - Também, mas não só. Não fecha aí. Não fecha porque a educomunicação, no diretório, vai se preocupar, por exemplo, com a liturgia, a vivência da fé, a teologia e com toda a movimentação em torno da comunicação. Mas o diretório não pode perder de vista aquilo que cada capítulo vai repetindo que é a Boa Nova que tem de ser anunciada, como foi o anúncio do Evangelho. E a educomunicação vai tocar - eu quero entender que não é tanto o conteúdo -, vai tocar mais em métodos, e talvez mais nessa prática pedagógica que você destacou, no sentido de como movimentar isso. O que eu quero dizer é que, às vezes, a educomunicação é colocada tão alto que abafa a outra parte. Esse equilíbrio não significa diminuição e nós temos que buscá-lo quando falamos de diretório. E aí entra o incentivo para que aqueles pontos que o diretório aborda sejam observados em relação à forma como estão sendo movimentados. Acredito que seja aí que entram um pouco as categorias das quais você poderia falar na sua pesquisa: os âmbitos familiar, escolar, comunitário, político, profissional, pastoral, recepção midiática e alfabetização digital. Aí cabe perguntar: o que a Igreja e a escola estão fazendo nesses âmbitos? A situação está horrível. As redes de ensino da Igreja infelizmente estão se desvirtuando um pouco, porque o que vale agora é se salvar por causa da crise econômica. O correto seria que as redes buscassem alternativas coerentes com a sua proposta de ensino. Se é um ensino confessional, não precisa ficar falando da doutrina católica a toda hora, mas perguntar-se por que o ser humano está tão corrompido por dentro. Infelizmente, são muitos os exemplos de redes católicas de ensino que só têm o nome de católicas, porque em termos de qualidade de ensino não só deixam a desejar como também provocam vergonha. Falando em casos de universidades católicas, temos também exemplos de algumas que reduziram a grade de humanas e que despediram mais de cem professores desse campo na pós-graduação e, ao mesmo tempo, abriram vagas para a pós-graduação em Finanças. Quem vai atrás das vagas do financeiro? Quem pode pagar. Muda-se o público e vem a pergunta: qual é a finalidade dessa universidade católica? Por que o investimento no financeiro se faz às custas da escola de humanidades? Essa mudança é algo muito sério e quem tem consciência precisa assumir a defesa de uma reviravolta muito grande quando lhe aparece a oportunidade de falar. (00:22:00)

MC - Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz desse conceito?

JP - Eu não gosto dessa palavra “apropriar-se”, porque a Igreja sempre praticou a educomunicação.

MC - Mas existe uma diferença entre a prática e a conceituação. Por isso, quando falamos de educomunicação, estamos falando de uma práxis, daquilo a que você se referiu há pouco,

quando falou de reflexão e ação, porque a educomunicação, a partir do conceito que nós temos formado no NCE, está voltada exatamente para a prática. Você vai fazendo ao mesmo tempo em que vai refletindo, vai fazendo ao mesmo tempo em que vai construindo. E é a partir daí que você tem essas novas categorias; as categorias da educomunicação, ou seja, o que constitui a educomunicação. Então, quando pergunto como o Diretório está se apropriando desse conceito que o núcleo de comunicação elaborou...

JP – Mas isto é desconhecer um pouco os documentos da Igreja. A Igreja tem uma trajetória, em que todos os seus documentos insistem na importância da formação. Vá lá na *Communio et Progressio*, vá lá na *Miranda Prorsus*, que fala sobre a formação do telespectador quando ainda não se falava de pastoral, porque tudo isso foi antes do Concílio. Eu fiz uma pesquisa sobre a trajetória progressiva da Igreja. Não se falava sobre educomunicação e é por isso que eu tenho dificuldade de entender o “apropriar-se”, principalmente porque ela já é algo próprio da Igreja. Mas a Igreja, mostrando a sua atualização, serve-se daquilo que o conceito agora quer nos dizer... a partir das contribuições recentes de Kaplún, Paulo Freire... Ou seja, fica melhor dizer que a Igreja se serve dessa sistematização do que exatamente de uma “apropriação” do conceito.

MC - E como o documento o acolhe e como intenciona trabalhá-lo?

JP – Acho que a Igreja o acolheu bem. Agora, como intenciona trabalhar, precisa intensificar, porque aqueles itens que estão lá... Precisaria ser alguma coisa que fosse ao cerne, que fosse parte das reflexões da Pascom.

MC – Compreendendo a educomunicação ou a sistematização do conceito como *práxis* da Igreja, você concordaria que essa proposta de alguma maneira se encontra transversalizada no texto do Diretório?

JP – Eu acho que, de certa forma, sim, porque não é necessário você usar o termo educomunicação. Existe lá um capítulo específico sobre isso, mas quando você vai olhar o enfoque de todos os capítulos, é um enfoque da comunicação com aquele objeto. Por exemplo, comunicação e liturgia, comunicação e mídia digital, ou seja, esse tratar, seja como conceito, seja como pedagogia, seja como adaptação de linguagem etc, é uma educomunicação. Então, ele está de forma transversal, sem ser citado; de forma invisível, mas está.

MC – Você achou importante ou desnecessária a presença do conceito educomunicação no documento?

JP – Acho que já falamos disso na pergunta anterior... creio ser importante sim, mas como derivação, valorizando o caminho histórico de construção comunicação na Igreja.

MC - O que significa educomunicação, que referências você tem desse conceito?

JP – É lógico que como pesquisadora, dentro do pensar a trajetória do Diretório e pensando também como Igreja, eu volto a repetir que esse conceito sempre esteve presente intencionalmente, só que, agora, chegou o momento da sistematização. Trata-se de uma palavra que tem sua importância porque ela traduz, no seu conceito, tudo aquilo que leva em consideração o ser humano e sua prática. É muito importante essa questão dialógica, porque é o que está faltando muito hoje. A pessoa humana vem sendo submetida, cada vez mais, a algo puramente tecnológico, a algo que vem se elevando, vem encantando e se tornando fetiche. E o ser humano vai caindo fora. A sociedade em geral é muito seduzida pela novidade.

MC – Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

JP – Sim, e ele precisa, primeiro, entender o que é educomunicação e, para isso, ler sobre o tema, estar em contato com aqueles que desenvolveram a sua sistematização e, depois, estudar aquelas categorias que são colocadas. Os agentes da Pastoral da Comunicação deveriam elege uma delas no planejamento e naquele ano, concentrar-se em seu estudo. Não podemos pretender que, tratando-se de algo que ainda é uma novidade, todos vão logo entender. É preciso traçar estratégias, é preciso planejamento, é preciso despertar o interesse e que você não se iluda que você vai chegar e já vai ser aceito. Nós temos, por exemplo, a Pastoral Familiar. Será que nós não poderíamos nos unir a essa pastoral? Vamos começar vendo um filme, discutindo. Outro exemplo são os jovens. Para eles, é tudo na base do gosto e não gosto. Vamos aproveitar isso para questionar o tipo de liberdade que esses jovens têm. É o gosto e não gosto, mas vai ficar só nisso? Vamos pensar um pouco nas escolhas que os jovens fazem. Isso é educomunicação. Pensar conforme a sua região e fazer um planejamento de um tema que se desenvolva num ano e estabelecer categorias avaliativas sobre o processo. Essa movimentação é o que eu acredito que pode ser a pauta do trabalho do agente pastoral.

MC - Que impacto a educomunicação traz no planejamento pastoral e comunicacional da Igreja?

JP – Primeiramente é preciso ver se existe um planejamento pastoral (risos) e, existindo o planejamento, se nele é contemplada a parte comunicacional, porque nós estamos atirando para todos os lados. É por isso que eu disse que nós estamos sendo seduzidos pela novidade. Isso tem que vir junto com a vivência e essa vivência não é só a partir do dizer “Deus é bom”... Os documentos da Igreja são uma maravilha. As pessoas dizem “porque esse documento, aquele outro documento”... É claro que eu não vou ficar lá na *Miranda prorsus* de 1957, mas eu sei dizer que, embora lá naquela década ainda não se falasse na palavra “pastoral”, que é lá que está o início da Pascom. Quando a Helena Corazza e eu estávamos elaborando um dos capítulos que tratava da Pastoral da Comunicação, um padre nos questionou porque nós escrevemos: “estamos em 2007 e estamos em bodas de ouro”. E eu, simplesmente, respondi ao padre: “vá lá ler na *Miranda Prorsus*”. Não havia pastoral da comunicação, mas foi ela que formou os telespectadores. São pessoas que perderam o bonde. O papa João Paulo II percebeu que a comunicação havia sido deixada de lado, ficou em segundo plano e isso é muito sério. Com tudo o que vem acontecendo e com a velocidade que vem acontecendo e a gente não dando importância... Um seminarista, uma vez me disse: “Ah, irmã Joana, é impressionante meu TCC, eu ia fazer outra coisa, mas não deu certo e, então eu vou fazer comunicação”, como se comunicação fosse um apendicezinho. Eu fiquei chocada porque eu pensei que fosse um pouco menos ainda. E eu continuo insistindo: ainda é assim.

MC - A partir do momento em que você tem padres que não têm acesso à comunicação, mas que usam as ferramentas da comunicação, você tem toda uma dinâmica contrária à construção de um planejamento. E isso se reflete, inclusive, nas vocações, porque a vocação nasce do encontro com o presbítero. Um padre bom na sua paróquia tem vocações e um padre que não ama sua paróquia não tem vocações, porque a gente é o primeiro polo de atração das pessoas. Assim como a gente é padre ou irmã, um dia quem foi que a gente olhou primeiro? Os religiosos que estavam à nossa frente. Se nós não encontramos esse espelho ali, pode esquecer. E outra coisa, nós tendemos a reproduzir, nos primeiros momentos de nossa vida, aquilo que nós observamos. Então, nós temos que, de alguma maneira, chegar aos presbíteros com essa proposta de trabalho, para que a Igreja tenha uma projeção para o futuro.

JP – Eu gostei muito de uma prática que está sendo adotada no seminário de Niterói. O padre Douglas era seminarista, quando eu dei um curso, em 2007, naquele seminário. E depois - eu não sabia que ele tinha se tornado sacerdote - e foi muito interessante, porque estávamos procurando alguma coisa sobre comunicação na OSIB e nos encontramos. E é impressionante como eles estão revolucionando aquilo. Eles estão fazendo algo planejado com o apoio de Dom José. Eles estão preparando as pessoas “para”. Eles têm, por exemplo, a escola de formadores e já estão com um seminarista e um padre que estão se preparando para começar. Acabou de se ordenar um padre que foi preparado para ser padre missionário da juventude. Agora em julho, dois estudantes de teologia vêm fazer o SEPAC e vão se preparar para atuar na comunicação da Arquidiocese de Niterói. Você vê perspectivas e nisso eu acredito. Agora, tem que haver uma reformulação muito grande.

MC – Eu acho que você tocou num ponto crucial. A Igreja tem organismos e a gente precisaria encontrar maneiras de chegar a esses organismos porque é por meio deles que vamos atingir as pessoas. Não adianta querermos chegar pessoalmente porque a rede é muito grande. Então temos que chegar aos organismos, como os seminários, onde está a formação.

JP – Foi pensando nisso que eu escrevi esse projeto, ainda em novembro, e mandei uma carta para reitores de seminários, que têm cursos de filosofia, teologia, ciência da religião e formação de leigos. Este projeto está sendo bem recebido. Chama-se “Educar para o Digital”. Mas eu não vou ensinar a fazer essas coisas.

MC – Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educomunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ...

JP – Eu não quero ser pessimista, mas eu não vejo. Por quê? Como diz o caboclo, não morderam a isca. Estamos, agora, diante da questão da violência como tema da Campanha da Fraternidade. Por que a gente não enfrenta o problema de frente? Porque o que gera grande parte da violência é a mídia. Vamos mexer com os grandes? Jesus não derrubou as coisas no templo? Mas para mexer com isso, é preciso ter conhecimento, é preciso ter firmeza, é preciso aquilo que a Igreja não levou adiante. É preciso atualização ou coisa assim. E qual seria o prognóstico? Muito mais um incremento, muito mais um retomar. Começa com as diretrizes básicas que eu tenho dificuldade de ver, as Diretrizes da CNBB (Diretrizes Gerais da Igreja no Brasil, publicadas quadrienalmente): eu vou logo procurar onde é que está a comunicação, e constatei que foi caindo, caindo; é impressionante como foi decaindo a presença da comunicação nas diretrizes. Essas últimas (de 2015 a 2019) eu nem olhei, mas fico impressionada como não existe uma perspectiva de itinerário. A título de exemplo, o que encontrei da última vez que vi foi “preparar profissionalmente e pastoralmente para”... Não se tem um propósito de pensar, um refletir. É só fazer, só fazer. Disso se deduz a mentalidade que se tem na Igreja. Agora a moda é a iniciação cristã, então só se fala em iniciação cristã. Eu não tenho nada contra, mas estou entediada de textos de autoridades eclesiais que estão sempre fazendo e refazendo propostas nas quais não entra a comunicação, porque pensam que comunicação é fazer notícia para televisão, para jornal... E isso é comunicação? É, mas não é só. Será que essa iniciação cristã não pode incluir o que as pessoas estão vivendo hoje? Eu acho que temos de ser sinceros naquilo que dizemos.

Entrevista com Moisés Sbardelotto

Mestre e doutor em Ciências da Comunicação (Unisinos) e graduação em Comunicação Social - Jornalismo (UFRGS). Colaborador do Instituto Humanitas Unisinos (IHU), colunista das

revistas "Família Cristã" e "O Mensageiro de Santo Antônio", autor de "E o Verbo se fez bit" (Santuário, 2012) e "E o Verbo se fez rede" (2017).

Maurício Cruz – Que impacto a publicação do Diretório produziu em você e que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil?. Narre um pouco do que você tem percebido no contato com o documento.

Moisés Sbardelotto - O convite para participar da elaboração do Diretório, mais no final do processo, me foi feito, em 2012/2013, por intermédio da Irmã Élide, que conhecia o meu livro "O Verbo se Fez Bit", e também por algumas outras publicações minhas, além de alguns contatos que mantivemos em alguns eventos. E é bom frisar que o Diretório é fruto de décadas e décadas de reflexão, que totalizaram um percurso de 13 anos de caminhada da Igreja no Brasil. Foi um trabalho de muitas mãos, muitas pessoas colaboraram e contribuíram com essa reflexão, até chegar ali por volta de 2014. Minha participação ocorreu nos anos de 2012 e 2013, já na finalização do documento. Exatamente por ter sido um documento trabalhado a muitas mãos, havia coisas a mais, coisas a menos, enfim, às vezes, com ideias meio soltas que precisavam ser amarradas. E eram reflexões de grande peso feitas por pessoas altamente credenciadas, principalmente nas interfaces com as questões da Igreja e, por isso, tornava-se necessário um refinamento do texto para ser apresentado à aprovação dos bispos do Brasil. Eu vejo minha participação na elaboração do Diretório mais ou menos como uma corrida de bastão. Eu estava ali na reta final da corrida, pegando o bastão que veio de outras pessoas que foram passando de mão em mão até chegar a essa equipe final. Se pegarmos um dos importantes conceitos do Papa Francisco, podemos dizer que foi realmente um "esforço sinodal", porque envolveu os bispos referenciais da comunicação, religiosos como a Irmã Élide e outras irmãs paulinas, sacerdotes como o Padre Clóvis que, junto com a Irmã Élide, compunha a Comissão para a Comunicação, leigos, em sua maioria professores. Na época, eu ainda era um doutorando. Ou seja, foi um trabalho do caminhar junto, passando por tantos e tantos anos e por tantas e tantas mãos. Eu destacaria ainda o esforço muito grande também da Igreja como um todo. Trabalhar um texto que nascesse do povo, dos agentes da Pastoral da Comunicação, das paróquias, das comunidades e que voltasse para esse povo numa linguagem - é claro, às vezes técnico-acadêmica - com aquele olhar pastoral, aquele olhar do povo, das pessoas comuns que receberiam esse documento. Para que ele pudesse ser recebido e implementado, precisava adotar uma linguagem receptiva e acessível, principalmente aos diversos públicos que compõem a Pastoral da Comunicação no Brasil. Este é um ponto essencial, um documento que nasceu do povo, para dizer que pode isso e não pode aquilo, como se faz isso e como se faz aquilo, de que modo podemos melhorar este ou aquele aspecto da comunicação, enfim, questões que dissessem respeito ao dia ao dia das pessoas. E, por se tratar de um diretório, ele devia lançar diretrizes, sugestões e se voltar outra vez para a prática das pessoas, oferecendo respostas e pistas de ação. Não se tratava de produzir uma receita de bolo, mas de oferecer a cada comunidade, na sua especificidade, na sua cultura local, na sua realidade, respostas as mais eficazes e as mais pertinentes. Esse documento envolve também o conceito de Paulo Freire, que é a ideia de práxis, porque, embora seja um texto reflexivo, não é um documento teórico. Ele une muito bem essas duas perspectivas: a teoria e a prática. Ele nasce da prática da Igreja que suscita dúvidas, suscita limitações. Enfim, ele demanda uma reflexão e, por outro lado, essa reflexão vai propor ações renovadas por parte das comunidades. O texto acaba sendo uma reflexão voltada para a ação, que nasce da ação e se volta para a ação e, ao mesmo tempo, desafia para uma ação reflexiva, uma ação pensada, uma comunicação refletida, crítica e encarnada na realidade. Estes são os vários aspectos que me tocaram muito no trabalho mais de refinamento do texto. E também me chamou muito a atenção a presença muito forte da

perspectiva do Papa Francisco. Em 2014, fazia pouco tempo que ele tinha sido eleito, ele promoveu uma verdadeira revolução da comunicação na Igreja, não necessariamente da comunicação midiática, mas também da comunicação no dia a dia das pessoas, nas missas, nas celebrações; uma comunicação mais aberta, uma comunicação em saída, uma comunicação para o povo. Tudo isso foi muito importante na etapa final do documento. A perspectiva dos pobres está presente em vários artigos do Diretório. Ele nos orienta a pensar a comunicação da Igreja não de forma elitista, dirigida somente àqueles que têm acesso às tecnologias, mas dirigida também às comunidades que não têm acesso nem à luz elétrica. Ficou muito em evidência também a questão da sinodalidade. Faziam parte da equipe Dom Dimas, que era o bispo referencial da época, a Irmã Élide como religiosa, o Padre Clóvis, sacerdote e religioso da Canção Nova, o Professor Ismar de Oliveira, da USP, e o professor Mosair, da PUC-MG. Era um *pétit comité* constituído para finalizar o texto, trabalhar nos detalhes, revisar títulos, revisar a parte mais gramatical, a sintaxe, enfim, questões bem técnicas, e amarrar as ideias que foram vindo desses vários pensadores e agentes de pastoral, ao longo desses treze anos.

MC – Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas no país? O que esse documento significa na história da comunicação no Brasil?

MS - Eu diria que uma novidade ou, pelo menos, uma peculiaridade muito particular é, exatamente, o fato de se tratar de um Diretório e não de um “impositório”. É um documento que não pretende impor nada; é um direcionamento e não uma legislação que, agora, a Igreja no Brasil precisaria aplicar *ipsis litteris* em todas as comunidades, em todas as dioceses.

A ideia de Diretório é exatamente trabalhar essa perspectiva de apontar diretrizes e sugestões de práticas que devem ser repensadas, reavaliadas, reproblematisadas nas Igrejas locais, de acordo com a cultura local e as especificidades de cada comunidade, seja em termos de tecnologia, seja em termos de valores, seja na expressão das diferentes formas de relação. Esta é uma das primeiras características do Diretório: que ele seja pensado não como uma norma, mas como um conjunto de pistas de ação e de reflexão sobre a comunicação na Igreja. Uma grande novidade que ele traz e que não se vê em outros diretórios é que cada capítulo se encerra com uma seção intitulada “Pistas de Ação”. A intenção é de que tudo aquilo que foi dito naquele capítulo, em termos mais teóricos e mais acadêmicos, seja traduzido em termos mais pastorais, pela indicação de pistas de ação, para que cada comunidade possa ler e avaliar, verificar se essas pistas fazem sentido e se dizem respeito a sua realidade, para que elas possam, a partir daí, implementá-las ou não e assim aprimorar suas práticas de comunicação e seus projetos de construção de comunidade. Outro aspecto bastante importante como novidade do documento é essa perspectiva bem ampla de comunicação. Outros documentos da Igreja, quando refletem sobre comunicação, ficam muito centrados na questão midiática, ou midiática massiva para ser mais específico, ou seja, como a Igreja deve se portar diante dos grandes meios. Fica sempre uma relação nós Igreja e mídia. O que o nosso Diretório aponta é que a grande mídia é apenas um aspecto da comunicação.

A própria Igreja tem suas mídias, rádios, jornais, televisão, meios virtuais, enfim uma série de mídias, que também são apenas um dos elementos que compõem o conceito e a ideia da comunicação. A comunicação no Diretório é vista de uma forma muito ampla bonita. Na apresentação feita por Dom Leonardo, ele começa dizendo que “comunicação é relação e relação é comunicação”. Trata-se de uma concepção voltada para a Igreja porque a Igreja é comunicação, porque ela é comunhão entre irmãos e irmãs na fé, é comunidade desses irmãos e irmãs na fé. Essa raiz “comum” está, etimologicamente, em comunicação, em comunhão e

em comunidade. Outro aspecto bem importante que dá para destacar é a perspectiva mais epistemológica por se tratar de um documento indutivo, não dedutivo. Ele parte dos documentos da Igreja, da realidade de sua ação comunicacional, de uma visão do mundo contemporâneo sobre a prática da comunicação, para, a partir daí refletir sobre a necessidade de subir para um patamar superior, e oferecer uma reflexão sobre sua própria forma de agir e oferecer pistas de ação. É um pouco daquilo que está presente no método “ver, julgar e agir”, que vem lá do tempo do Concílio.

Primeiro, ver a realidade do mundo e da educação em geral e sob o ponto de vista da Igreja; depois, julgar isso, avaliar e refletir sobre a realidade; e colocar o que foi visto e julgado em prática. O Diretório tem também um capítulo inteiro sobre o protagonismo dos leigos. Nós estamos celebrando, em 2018, o Ano do Laicato, mas o Diretório, lá em 2014, quando foi aprovado, já destacava o protagonismo dos leigos na comunicação evangelizadora. E isso é muito importante na caminhada da Igreja porque não aparece não só como capítulo, mas também nessa caminhada do Diretório, o que tem a ver com os membros da equipe, que não eram só padres, nem só religiosas, nem só bispos, mas envolvia também toda uma comissão de leigos, professores e estudantes, como era o meu caso. Outro aspecto bastante central, que tem a ver com o período histórico que estávamos vivendo naquela época, é também um capítulo exclusivo sobre as mídias digitais que eram e continuam se constituindo num grande desafio para a Igreja.

Quando a Igreja já tinha uma certa tradição, uma certa história com relação à TV e ao Rádio, muito antes ainda com relação ao jornal e às várias outras mídias, nas digitais ela estava, e ainda está, de certo modo, caminhando às apalpadelas para entender esse universo digital, para pensar uma Pastoral da Comunicação na mídia digital. E esse é outro ponto central no Diretório, que se apresenta à Igreja como um desafio: como isso está relacionado com a evangelização e como a comunicação pode se inculturar nessa cultura digital. A Igreja precisa se deixar desafiar e repensar suas práticas comunicacionais a partir dessa realidade. Ver o que essa cultura tem de positivo, o que ela representa de desafio e, a partir daí se inserir, se encarnar nessa nova cultura.

E outra novidade está lá na parte final, quando o Diretório apresenta a própria Pastoral da Comunicação e coloca os seus eixos em forma de documento da CNBB. E isso é muito importante porque deixa bem claro, como documento oficial da Igreja, que a Pascom não pode mais ser vista apenas sob a ótica da tecnologia da informação, que a restringia a tirar fotos na missa, a transmitir uma missa pelo rádio, a entrevistar o bispo local etc. A Pascom tem uma ação muito mais profunda que perpassa as várias outras pastorais.

É quase uma pastoral-eixo que está ligada às várias outras pastorais para direcioná-las para uma comunicação mais eficaz, e, conseqüentemente, para uma evangelização mais eficaz. São esses os quatro eixos: pensar a comunicação na Igreja, pensar a formação para a comunicação, articular a ação das outras pastorais e produzir, e aí sim, tem a ver com a questão mais técnica. E não podemos nos esquecer da espiritualidade. O agente da Pastoral da Comunicação, o comunicador católico é chamado a viver aquilo que comunica. Precisa ter uma vivência espiritual para poder comunicar aquilo que vive, mais do que aquilo que pensa. De nada adiantaria uma comunicação extremamente moderna, sofisticada, com os mais contemporâneos meios da comunicação, se ela não passar por essa vivência, por essa coerência de vida.

Eu já me referi à figura do Papa Francisco e aos desafios que ele traz para a comunicação na Igreja; essa abertura da Igreja, essa Igreja em saída, o entendimento da comunicação como proximidade, que vai ser o tema do Dia Mundial das Comunicações; uma comunicação que se

encarna, que se volta para o outro enquanto “carne de Cristo”, ou seja, uma comunicação encarnada na realidade; não apenas aquela feita num estúdio fechado, mas uma comunicação que é feita na rua, no contato com o povo, tocando e deixando se tocar pela realidade. Tudo o que o Papa Francisco está a nos ensinar, usando uma linguagem mais acessível nos temas mais complexos e mais elevados da Teologia, uma linguagem capaz de captar a atenção do receptor, para que ele entenda e faça comparações com a sua realidade; uma comunicação dialógica que permita que o outro também dê o seu ponto de vista.

O Diretório, no pouco tempo que teve, porque ele foi aprovado em 2014 e o Papa Francisco foi eleito em 2013, tentou incorporar todas essas orientações e incluir a questão dos pobres, ou seja, como a comunicação católica pode pensar sua relação com os pobres. Sobre os impactos e a repercussão que o Diretório teve para a Igreja no Brasil, é necessário lembrar que estamos falando do segundo diretório de comunicação na Igreja no mundo. Apenas a Igreja italiana tinha um Diretório que, é claro, também nós lemos e estudamos, mas ficamos na leitura e no estudo, porque ele adota uma linha de reflexão muito mais elevada, muito mais teórica e acadêmica, muito distante de nossa cultura e de nossa realidade. Mas, até então, era o único Diretório de Comunicação da Igreja em todo o mundo. O nosso apresenta a perspectiva da comunicação para a Igreja no Brasil, como documento oficial da CNBB, chamando a atenção para a importância da comunicação para as várias pastorais e para a própria ação evangelizadora da Igreja.

MC – Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?

MS - Não se trata de um conceito com o qual eu trabalho, inclusive, para mim, na época do Diretório, foi tudo, de certa forma, novo. Minha reação foi bastante positiva, principalmente se nos lembrarmos da própria tradição da Igreja na sua preocupação educacional, pedagógica e formativa, não apenas em relação à catequese, mas a vários âmbitos, inclusive o vocacional; à formação de sacerdotes, religiosos e leigos e à necessidade de que a comunicação faça parte também desse caminho educativo da Igreja. A minha reação na época foi bastante positiva diante da proposta da comunicação se tornar um dos eixos da própria formação cristã. Formar os cristãos e as cristãs para uma comunicação cristã, tendo em vista principalmente que o objetivo da igreja é a evangelização. Para que a evangelização seja eficaz, significativa, voltada para o sonho de Jesus com o Reino de Deus, ela precisa ser pensada, refletida e problematizada. Formar para essa comunicação significa também formar evangelizadores. Um bom comunicador será também certamente um bom evangelizador e um evangelizador é, certamente, um bom comunicador. Essas duas relações são quase umbilicais. O tipo de apropriação que o documento faz, eu acredito que seja também o voltar-se para a prática da Igreja. O Diretório não trabalha esse conceito muito teoricamente. Ele oferece a teoria, mas chama a atenção dos agentes da pastoral e das comunidades para a forma como a educomunicação pode ser implementada na prática pastoral. E aqui, nós temos três pontos a considerar. Primeiro, a própria questão das relações interpessoais entre cristãos e cristãs nas comunidades e nas dioceses. Nós precisamos ser educados para uma boa comunicação entre irmãos de fé, precisamos de uma formação para a inter-relação pessoal e a inter-relação entre as comunidades. Segundo a educomunicação pensada como leitura crítica da grande mídia. Como é que nós, cristãos e cristãs, e a Igreja em geral, lidamos com a grande mídia que, às vezes, deturpa o que o Papa diz, aquilo que os documentos da igreja dizem, aquilo que a Igreja pensa? Ela distorce, desinforma, faz críticas sem pé nem cabeça sobre os cristãos, sobre a Igreja no Brasil, sobre a Igreja no mundo. Então, como formar as crianças, os casais, os religiosos, os

sacerdotes, para saberem lidar com o seu próprio consumo midiático? Como é que podemos ler, ver e ouvir criticamente a mídia, para não nos deixarmos levar pelo senso comum, pela opinião pública e para que possamos ser cristãos críticos e conscientes diante da grande mídia? Este é o papel central de uma educação para a comunicação. E terceiro, no documento o conceito é também indicado para se ensinar a usar os instrumentos de comunicação. Trata-se uma necessidade prática, concreta, empírica das comunidades locais. Se nós desejamos ter uma comunicação mais ampla, um pouco mais abrangente, não fechada em nossas paróquias e em nossas comunidades, precisamos também contar com fotógrafos, jornalistas, bons redatores, que saibam gravar uma missa, um evento, usar câmeras, microfone e computadores. A educomunicação, no campo da Pastoral da comunicação, tem também a ver com uma formação bem prática e bem concreta que ensine os agentes de pastoral, capacite esses agentes a usar esses meios tecnológicos da comunicação contemporânea e, nestes tempos digitais, isso se torna ainda mais complexo e difícil e, por isso, a necessidade da formação. O Diretório trabalha esses três pontos de vista: uma educomunicação voltada para relações entre comunidades, entre irmãos de fé; uma educomunicação para ensinar ler, criticamente, a grande mídia e a grande imprensa e uma educomunicação voltada para os meios tecnológicos.

MC – Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de educomunicação no documento?

MS - Eu achei muito relevante a presença do conceito de educomunicação no Diretório, principalmente por aquilo que está no número 220, que fala que “a Igreja, ao valorizar a comunicação, passou a defender o direito de usar esses recursos inerentes ao direito de comunicar”. Além disso, com muita clareza, passou a estabelecer como meta de seu sistema educativo uma adequada formação para uma relação efetiva com o mundo da comunicação. Essa relação Igreja/comunicação e Igreja/formação é central para determinar a relevância do conceito de educomunicação dentro do Diretório. Eu acredito que a Igreja, com esse seu papel, como dizia João XXIII, “de mãe e mestra”, também precisa pensar o seu papel de formadora de cristãos e cristãs para o mundo da comunicação ou no mundo da comunicação, seja na catequese, na formação de seus sacerdotes, de seus religiosos, de seus leigos, na formação do povo de Deus em geral e na própria presença da igreja Católica nas mídias. Tudo isso demanda uma preocupação com a formação para a comunicação. É muito importante esse conceito, essa linha de reflexão que traz esses aspectos bem pedagógicos que são muito centrais para a própria missão da igreja. Como é que podemos pensar a pedagogia cristã, a exemplo da própria pedagogia de Jesus em relação à comunicação, e em relação ao mundo de hoje, em que tudo o que nós fazemos é comunicação e em que nós vivemos sobrecarregados de informação? É importante que esse conceito seja trabalhado no âmbito da Pastoral da Comunicação, que tem penetração em todo o território nacional e que lida diretamente com as bases. Eu chamo a atenção também para o número 221 que aponta os focos de interesse para mostrar onde a Igreja pode trabalhar para a formação da comunicação: os ambientes familiar, escolar, comunitário, político, profissional, pastoral, midiático e da alfabetização digital. Esses e outros que nós poderíamos acrescentar. O Diretório foca nesses oito ambientes com os quais a Igreja lida no seu cotidiano. Entra aqui a ação pedagógica da Igreja ao pensar a sua comunicação e ao formar cristãos e cristãs para uma comunicação mais efetiva, mais eficaz e mais ética, de acordo com os valores que o cristianismo e o catolicismo defendem.

MC – O que significa educomunicação? Que referências você tem desse conceito?

A grande referência que eu tenho no campo da educomunicação é o professor Ismar de Oliveira, em razão da trajetória que nós fizemos juntos na elaboração do Diretório. Trata-se de um leigo cristão-católico, professor da USP, uma das maiores universidades do País, com uma longa trajetória de pesquisa, principalmente nesse campo da educomunicação, e reconhecido internacionalmente. É sem dúvida o grande nome da educomunicação no território nacional. E foi a partir dele e do trabalho no Diretório que o conceito apareceu em meu horizonte teórico. Na minha trajetória acadêmica, lidei pouco com ele e foi graças ao Diretório que o conceito começou a aparecer nas minhas leituras e na minha caminhada como pesquisador. A educomunicação é um conceito bastante amplo e existem várias vertentes e olhares a respeito dele, mas eu acredito que a perspectiva mais rica de se pensar a educomunicação é justamente na linha daquilo que o Diretório propõe que é de uma formação para a comunicação ou de uma educação para a comunicação, nesse sentido de comunicar com um caminhar junto, conduzindo junto o outro para um objetivo maior. Significa como a pastoral pode caminhar junto, com seus membros; e aí entra a Catequese, a Liturgia, as várias pastorais, as escolas cristãs, as comunidades e a Igreja no seu papel social mais amplo, em relação a sua cidade, ao bairro, ao estado onde ela se encontra; como ela pode favorecer uma comunicação mais humana, mais ética, uma comunicação pautada por valores mais altos e não pela mera busca do lucro, pela degradação humana, pelos preconceitos e pela intolerância. Esta é uma perspectiva mais rica de se pensar o conceito. Porque, é claro, existem outras vertentes, por exemplo, o uso da mídia no processo educativo. Mas me parece que isto reduz um pouco o porte do conceito. Existe aí um certo reducionismo, em que a comunicação fica restrita ao uso da tecnologia. Fica reduzida a dar respostas a questões do tipo como é que podemos usar o celular e o tablet na sala de aula? Como o computador pode oferecer um ambiente escolar mais interativo? São perspectivas certamente muito ricas, mas que restringem um pouco a perspectiva mais ampla da comunicação, na medida em que foca quase exclusivamente na tecnologia. Ao contrário, quando pensamos a educomunicação como esse processo de formar para a comunicação, significa que o processo comunicacional, todo ele - uma conversa de bar, um programa de televisão, um encontro comunitário - pode ser, ao mesmo tempo, educacional porque é participando do processo educacional que nós aprendemos a fazer comunicação. Claro que nós podemos ensinar o outro a se comunicar melhor, mas é muito mais também por uma perspectiva de participação no processo comunicacional, vendo bons processos, participando de boas experiências comunicacionais que nós vamos também descobrindo o valor e a importância do sentido da comunicação como tal. E aqui entra o papel da Igreja no sentido mais pastoral de promover uma boa comunicação que, por consequência, também será educacional, quer dizer, mostrará para as pessoas, para a sociedade o sentido de uma boa comunicação. De novo, na Catequese, na Liturgia, nos seminários, nas casas de formação religiosa. Que a comunicação seja um conceito de estudo e de aprofundamento, não só no seu aspecto mais técnico, mas num sentido mais amplo, relacionado com aquela tríade: comunicação está ligada ao sentido de comunhão que está interligada com o sentido de comunidade; quer dizer, a comunicação é também esse processo que constitui a Igreja. Pensar a comunicação neste sentido mais amplo é muito mais profundo e significativo para aquilo que a Igreja assume como missão hoje.

MC – Como o agente pastoral poderia desenvolver a educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

MS - Em primeiro lugar, ele pode desenvolver esse trabalho sendo um bom comunicador. O seu modo de ser, de se comunicar já é educacional, quer dizer, ele ensina a comunicar pelo próprio exemplo de vida; pelo próprio testemunho ele já ensina algo às pessoas com as quais

ele convive ou à comunidade onde ele vive. Isto vai um pouco naquela linha do Papa Bento XVI - depois o Papa Francisco retoma com outras palavras – que diz que a Igreja não cresce por proselitismo, mas cresce por atração. Esse movimento de atração que chama a atenção do outro, que atrai o outro, pelo qual o outro se sente interrogado, interpelado, questionado por aquele modo de ser do agente e se pergunta por que ele é assim, por que ele faz isso. Este é um primeiro ponto de um bom comunicador e, para isso, é preciso também formação. O próprio agente da pastoral precisa se educar para a comunicação, precisa buscar conhecimento, precisa buscar formação, não uma formação meramente técnica ou tecnicista, ou seja, saber usar uma câmara fotográfica, tirar foto melhores, gravar um programa de rádio, aparecer bem na televisão, no vídeo; uma formação que tem que ser humana, teológica, dentro do magistério da Igreja, de sua doutrina social, enfim, um comunicador consciente, crítico sobre a sua Igreja, sobre a sua realidade. O agente precisa se educar para ensinar ao outro. E além de ser um bom educador, o que já é um ótimo processo de educação, que ele seja também um promotor da boa educação. Aí, sim, nós entramos na prática do agente pastoral, que vai além do ser um mero jornalista ou um mero provedor de informações sobre a paróquia, sobre a diocese e sobre a comunidade. O bom agente de comunicação é aquele que é engajado, que consegue perceber a comunicação nos vários aspectos de sua comunidade e contribuir para que essa comunicação seja melhor, mais eficaz e mais significativa. Ele deve estar atento às diversas formas como as demais pastorais se comunicam, como sua paróquia se comunica, como a diocese se comunica, como os processos de comunicação vão ocorrendo. Observando isso criticamente, ele consegue oferecer saídas e apresentar propostas e sugestões para que toda essa comunicação ampla possa ser desenvolvida. E é claro, depois no seu ambiente bem específico, como técnico na comunicação, como jornalista ou publicitário, ele vai desenvolver também aí uma boa comunicação. Mas, passa por esse olhar atento, por exemplo, como os catequistas podem promover encontros mais significativos; na Liturgia, como podem se desenvolver os encontros; ou nas missas, como as orações podem ser mais significativas para as pessoas. Ampliando um pouco mais, o agente da pastoral deve ajudar, ensinar e educar a sua comunidade para a comunicação. Então entram aí palestras, encontros sobre comunicação, subsídios, enfim, criatividade. Ajudar as pessoas que não têm muito contado com a comunicação e gostam da comunicação, mas não sabem como fazê-la melhor. O agente da pastoral deve estar engajado nesse trabalho de formar essas pessoas e de fazer com que elas vivam uma boa comunicação. E aqui, uma questão mais concreta: o uso das tecnologias. O agente da comunicação pode ajudar as demais pastorais no uso dos instrumentos; na Liturgia, ensinar a usar o microfone, como se posicionar para fazer uma boa leitura, como usar o projetor numa missa para que não atrapalhe o ambiente de celebração, como podem ser mais bem usados os símbolos da liturgia, para que nada fique destoante, para que nada fique fora do lugar, ensinar a beleza da Liturgia. Este pode ser um processo da educomunicação bem interessante para as próprias pastorais. Na catequese, ensinar as catequistas a organizar encontros mais interativos, usando redes sociais e celulares, favorecendo para que os encontros sejam mais atrativos, o mesmo podendo acontecer com as famílias e com os casais. O agente da Pastoral da comunicação tem esse papel de ajudar as demais pastorais a promoverem encontros mais significativos. Também na leitura crítica da mídia. Estamos vivendo num tempo de fakenews, de pós-verdade e, neste campo, a partilha de conhecimento é fundamental. Ajudar os cristãos leigos, os padres, as religiosas e os religiosos a verem, lerem, ouvirem a grande mídia com olhar crítico. Mostrar para eles como uma notícia é montada, o processo de construção da notícia, o ambiente de uma redação, os vários níveis de edição de uma notícia, por que a notícia é o que ela é, por que essa notícia foi parar na capa de um jornal, por que essa notícia virou manchete. Ajudar as pessoas a terem esse olhar crítico, a perceberem os interesses e valores em jogo, as várias redes das empresas jornalísticas, enfim, ajudá-los a fazer essa leitura crítica. E ajudar as pessoas a terem uma presença significativa nessas redes, presença cristã, pautada na ética, nos valores cristãos; como é que meu perfil, nas

redes sociais, tem que ser, como é que eu devo compartilhar, que tipo de mensagem eu devo compartilhar, qual é a linguagem que eu devo usar em meus comentários. E, num sentido mais amplo, está a postura social da Igreja. Por exemplo, o agente de pastoral numa paróquia específica, como é que ele pode ajudar ou favorecer a boa comunicação da escola daquele bairro, das lideranças políticas, das várias associações que lutam pelos direitos humanos. Ele precisa engajar-se, envolver-se nos debates que estão ocorrendo na sua cidade, no seu bairro, na sua comunidade. É claro que as possibilidades e os desafios são imensos. Mas, cada agente de pastoral, conhecendo a sua realidade, vai aprendendo que a Igreja também pode se fazer presente nesses processos de comunicação. Talvez a cidade esteja passando por um problema muito sério entre dois grupos políticos ou duas escolas e como é que a Igreja pode contribuir nesse diálogo? É um pouco a esse diálogo social que o Papa Francisco tanto se refere, quando fala do encontro entre as diferenças. Também aqui, o agente da pastoral pode ter uma ação mais significativa, não só de garantir presença nas mídias, mas que perpassa as relações entre as pessoas que estão dentro e fora da igreja. O principal impacto que a educomunicação pode ter no trabalho pastoral é não pensar a comunicação apenas como um fazer, mas também como um ensinar a fazer. Essa ideia de partilhar o conhecimento nos mostra que a Pastoral da Comunicação não é somente uma pastoral ativa, no sentido de que só faz, faz as fotos da missa, faz o jornalzinho da paróquia, faz a atualização do site etc etc. Ajuda-nos a enxergá-la como uma pastoral que pensa e ajuda a pensar a comunicação. Como eu dizia antes, vai ajudar as demais pastorais a produzir melhor, seja a catequese, a liturgia, os ministros da Eucaristia, os doentes, não importa qual seja, ela vai ajudar as demais pastorais a cumprir a sua missão. Que a missão dessas pastorais possa encontrar respaldo numa comunicação que pensa, critica e se problematiza. E é aí que novamente entra o agente da Pastoral da Comunicação, favorecendo essa crítica, essa reflexão, essa problematização dos vários processos de comunicação. Mas, essa comunicação que não se satisfaz apenas com o fazer, mas se amplia para o saber fazer e esse saber fazer também precisa ser ensinado e aprendido, precisa ser compartilhado. Existem aqueles que sabem mais e aqueles que sabem menos e o processo de comunicação é pensado a partir desse prisma. Aí entrariam os vários elementos a que me referi antes: uma boa comunicação feita pela própria Pastoral da Comunicação, o compartilhamento de conhecimento com as outras pastorais e a presença na formação dos vários grupos da comunidade.

MC – Que impactos a educomunicação traz ao planejamento pastoral e comunicacional da Igreja?

MS - A ideia de educomunicação pode favorecer as novas comunidades online no sentido de problematizar aquilo que vem sendo feito no ambiente digital em relação à vida espiritual, à vivência religiosa e às práticas da fé. Em que sentido? Primeiro, para que as pessoas se questionem até que ponto o ambiente digital ajuda ou prejudica, contribui ou impede a vivência da fé. O que está em jogo no ambiente digital é o que a Igreja ensina sobre a vivência e a prática da fé em rede. Aqui também nós temos um processo formativo que vai muito nessa linha da problematização, da crítica, da reflexão daquilo que nós mesmos fazemos em rede. Ajudar a perceber até onde nós podemos ir e como o ambiente digital está prejudicando essa vivência. Por outro lado, é também produzir materiais, produzir aplicativos, experiências em rede, porque nós sabemos, e os últimos papas têm reiterado isso, que o ambiente digital hoje é um ambiente de vida para a maioria das pessoas. Nós fazemos praticamente tudo em rede. Compramos, participamos de cursos, relacionamos-nos com os amigos e com os familiares distantes pela internet. É claro que a Igreja é chamada a se fazer presente, a oferecer uma palavra, uma experiência de fé nesse ambiente. Neste sentido, a educomunicação pode ajudar o agente

pastoral e as pessoas responsáveis por pensar esse tipo de produto a refletir sobre aquilo que estão oferecendo; até que ponto essas ofertas de práticas em rede, de relações entre comunidades e entre fieis está favorecendo ou não aquilo que o Evangelho nos pede? Esse é o critério fundamental. É claro que se entrarmos na internet, vamos ver milhares de propostas. As próprias redes católicas oferecem uma quantidade gigantesca de produtos digitais voltados para a prática da fé. Muitas comunidades religiosas e congregações oferecem sites, aplicativos e espaços online para a oração. A educomunicação tem um papel fundamental de ajudar as pessoas a bem avaliar, a discernir o que, no âmbito digital, está sendo oferecido e de que modo está sendo oferecido. A teóloga americana Mary Hunt tem uma frase bem interessante a esse respeito: “a linguagem sobre Deus é uma das mais difícil de se utilizar, porque pode favorecer, de um lado, a libertação e a conversão da pessoa, mas por outro lado, se mal usada, pode gerar opressão e passar a imagem de um Deus punitivo, de um Deus justiceiro, de um Deus que está anotando tudo o que estamos fazendo num livro.” O que essas experiências digitais estão oferecendo, que imagem de Deus elas estão passando, que imagem de Igreja elas estão ajudando a construir? Uma Igreja clericalista, uma Igreja Imperial, uma Igreja real no sentido da realeza, na qual uns estão em cima e outros estão embaixo como súditos ou uma Igreja no sentido de povo de Deus, na qual todos somos batizados com missões diferentes em cada vocação, mas todos construindo juntos o reino de Deus? A educomunicação pode ter um papel fundamental no sentido de nos educar para também para fazer uma leitura crítica da própria comunicação católica. Na diversidade de canais, na diversidade de sites, na diversidade de meios católicos, o que está sendo oferecido? Quais dessas ofertas realmente correspondem à missão que Jesus nos deixou a partir de sua própria vida nos Evangelhos? Ou, ao contrário, que tipo de experiências, aí dentro, nos estão desviando dessa missão que Jesus nos deu? Onde que os debates em redes sociais ou em blogs ou em sites católicos estão nos ajudando na construção do Reino de Deus ou onde estão nos mostrando a face mais feia da Igreja, que se encontra nas discórdias, nas desavenças, nos xingamentos e na desunião? A educomunicação pode também servir de filtro para essas várias experiências de ofertas de religiosidade online, especificamente dentro da Igreja católica. E como eu falei inicialmente, diante dessas novas ofertas, é necessário que as comunidades ou lideranças religiosas, que estejam pensando em entrar nesse ambiente, saibam entrar de uma maneira significativa e não simplesmente para fazer mais do mesmo, para ter uma marca concorrente que rouba o espaço de outras comunidades, de outros grupos que já estejam presentes em rede.

MC – Em que a educomunicação poderia se vincular com o surgimento e constituição de novas “comunidades religiosas on-line?”

MS - Nós vivemos, hoje, na Igreja um ambiente muito mais complexo, muito mais diversificado de ofertas de comunicação católica, seja na televisão, seja no rádio, seja em publicações impressas e especialmente na internet. A educomunicação vai ter um papel fundamental, nos próximos anos, de nos ajudar a discernir essas ofertas, a fazer uma autocrítica da comunicação católica, o que hoje vemos muito pouco. Nós, hoje, simplesmente colhemos, aceitamos o que é dito como católico, porque por trás existe uma congregação, a figura de um padre responsável, e nós acabamos problematizando muito pouco o que vem sendo construído nesses ambientes. E torna-se cada vez mais necessário a gente fazer uma boa e profunda autocrítica da comunicação católica, problematizando aquilo que vem sendo ofertado, aquilo que vem sendo construído em termos de comunicação para que nós não acabemos nos perdendo ao longo do caminho, indo atrás de modismos ou fazendo tudo pela concorrência; e achando que, simplesmente por se tratar de um canal católico, tudo o que ele faz é bom. Ao contrário, pode

haver muita coisa ruim na grade de programação. É preciso pesquisar e aprofundar o debate e, nas nossas comunidades, formar os fiéis leigos, os religiosos e os sacerdotes para que todos saibam que nem tudo é trigo nesse campo da comunicação. Existe muito joio e muita coisa que não corresponde à comunicação católica. Temos que fazer uma constante autocrítica pública, seja por meio de pesquisa, seja por meio de artigos, de eventos, de encontros, que favoreçam, em primeiro lugar, as várias audiências. É necessário que se exija uma postura mais cristã de todos esses canais e também que esses canais ofereçam produtos comunicacionais que espelhem os valores do Evangelho. E, hoje, quando a comunicação é muito mais personalizada, em que qualquer pessoa tem autonomia para criar um blog, uma página social e pode falar sobre o catolicismo em rede, também a educomunicação vai ter o papel fundamental de promotora de encontros de formação, para que o receptor adquira as competências necessárias para saber diferenciar o que é realmente católico do que não é, aquilo que está de acordo com a tradição cristã e aquilo que está fora da tradição. É preciso que todos saibam fazer essa leitura crítica das ofertas chamadas de católicas para que, do outro lado, os leigos, os religiosos e os sacerdotes que queiram ter uma postura e uma presença midiática, também estejam capacitados para fazer isso com sentido, com significado e não simplesmente pela fama, pelo aparecer, pelo ser reconhecido. Só pelo fato de buscar isso, as pessoas já estão se afastando dos valores evangélicos. Novamente, a educomunicação vai ter um papel cada vez mais fundamental. No sentido do que o Papa Francisco chama de Igreja em saída, também vai haver um grande desafio para as pastorais, porque, para sair, elas precisarão saber se comunicar nas várias linguagens. Por isso, novamente, é preciso se capacitar, conhecer essa realidade, conhecer essas linguagens para poder utilizá-las da melhor forma possível. A Igreja não é mais aquele farol que conduz a cultura, a arte e o debate político na sociedade. Hoje ela é um mero ator como os outros. Por isso, ela precisa também reaprender sua própria comunicação para estar num ambiente que é muito mais complexo. No encontro sobre a Pastoral das Grandes Cidades, o Papa Francisco afirmou que antigamente a Igreja praticamente determinava toda a cultura, arte, literatura, as várias expressões culturais; a Igreja detinha não o monopólio, mas a liderança, porque ela era o farol que determinava as várias expressões artísticas e culturais. Hoje não é mais assim e ele vai dizer que precisamos de uma mudança de mentalidade e de uma reforma pastoral que, no fundo, é uma reforma comunicacional. Mudou a forma da sociedade se comunicar, da comunidade se ver e de se expressar e a Igreja precisa aprender a se comunicar nessa sociedade que é muito mais complexa e muito mais desafiadora. Nessa perspectiva de que nós vivemos num ecossistema midiático, em que ainda predominam os grandes grupos de mídia, nós seríamos assim como dinossauros que se mantêm com muito custo. Mas temos também pequenos seres que vão surgindo. Isso me lembra a metáfora do Professor Hosentawer Alves que fala desse ecossistema midiático, em que qualquer ser minúsculo pode se expressar. É o que nós vemos nas redes sociais, o fenômeno dos youtubers e dos bloggers, pessoas comuns que começam a alcançar um status comunicacional muito relevante na sociedade. Não são da mídia tradicional e nem da academia tradicional. São pessoas comuns que midiaticamente vão construindo sua autoridade no mundo virtual. E nós encontramos isso também no âmbito religioso, no âmbito católico. Pessoas comuns, leigos, jovens, às vezes até com pouca formação, mas que midiaticamente começam a adquirir um papel relevante nos debates teológicos, nos debates sobre o catolicismo. Essa perspectiva de uma leitura crítica da comunicação é fundamental e a educomunicação vai precisar ajudar a formar bons comunicadores que saibam agir e interagir nesse ecossistema bem mais complexo. Por outro lado, as crianças, os jovens, as famílias, também precisam aprender a sobreviver nesse ecossistema, no sentido de saber a quem ouvir, a quem dar notícia, até que ponto dar importância a alguma coisa que vira assunto do momento. Nesse ecossistema, a educomunicação vai ter um papel fundamental; e também com relação ao ambiente digital que vai aglutinando várias experiências anteriores. A televisão, o rádio, tudo vai se digitalizando cada vez mais. O desafio para a educomunicação vai ser o de

ajudar-nos a entender como o ambiente digital afeta as relações humanas, as crianças, os adolescentes, as famílias, as relações entre os campos sociais, a política, a educação, a economia, o esporte etc. Nós estamos no olho do furacão desse processo. Está tudo muito nebuloso e a educomunicação vai ter o papel de nos ajudar a entender o que está acontecendo e também a formar as pessoas para viverem melhor este momento e essas várias formas de comunicação em suas várias expressões; na escola, na política e também na Igreja, para que a Igreja possa promover essa nova evangelização no sentido de saber usar a linguagem de hoje e pensar a partir da lógica que essa cultura digital vem trazendo.

MC – Prognósticos: O que se poderia esperar do trabalho educomunicativo na comunicação católica nesta e na próxima década? Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existem, quais seriam esses prognósticos?

MS - Eu destacaria os sujeitos que deram origem a esse documento. Antes da equipe, tiveram um papel fundamental os bispos que compunham a Assembleia Geral. O próprio processo de produção do Diretório foi educomunicacional; foi necessariamente dialógico, não só entre os membros da equipe que precisavam debater os conceitos, as ideias, as articulações do texto, mas um diálogo também entre essa equipe e os bispos que eram os detentores do poder de aprovação ou de veto de cada artigo e do documento como um todo. Nas Assembleias Gerais, eram mais de 300 bispos, cada um com seu modo de ver e de entender a comunicação. De que modo esse documento poderia responder às expectativas desses prelados? Usando uma linguagem que eles compreendessem, para que pudessem se sentir correspondidos em seus desejos e necessidades em relação à comunicação. E nós percebemos que alguns deles tinham compreensões quase opostas. Mas, predominava a comunicação vista ou como mero uso de tecnologias e, então, eles esperavam um documento que fosse quase um manual de comunicação; outros, que tinham uma visão de comunicação meramente midiática massiva, achavam que ele tinha de ensinar como a Igreja deve lidar com os grandes meios e neles se fazer presente; também havia aqueles que esperavam um manual ou uma cartilha ou um mero receituário: isso pode e isso não pode; determinado rito pode ser transmitido pela TV ou não pode; determinado outro tem que ser ao vivo e não pode ser gravado. Queriam respostas prontas, uma receita de bolo para a comunicação na igreja. E a proposta da equipe não era essa, era abordar a comunicação na perspectiva da evangelização, a comunicação entendida como construção de comunidades, como processo construtor da própria comunhão eclesial, indo mais além do que qualquer aspecto tecnicista ou institucionalista e burocrático da comunicação. O processo de construção do Diretório levou em conta não esse horizonte normativo de se querer estipular normas e regras mas, ao contrário, um horizonte indicativo em termos de sugestões, de diretrizes - por isto o nome de Diretório - que dão o norte e sentido à comunicação; e que, ao cair na realidade concreta de cada comunidade, precisa ser reapropriado, retrabalhado e reproblematicado. Outro sujeito que merece ser reconhecido em todo esse processo é a Irmã Élide Fogolari, porque ela acompanhou esses embates internos na própria equipe e também as fortes tensões entre os bispos. Foi ela a pessoa que interligou, que soube promover esse processo comunicacional dialógico entre essas diversas frentes. Os embates foram muitos, as desavenças também, as críticas que vinhas dos bispos e as emendas. Os artigos sobre o documento foram muitas vezes também duros. Era preciso corrigir muita coisa, rearticular as ideias, refazer capítulos. Isso gerou, de certa forma, desânimo e tristeza na própria equipe que precisava levar o trabalho em frente. E a Irmã Élide soube fazer muito bem esse processo educacional interno ao longo de vários anos. Como secretária dessa Comissão Episcopal, ela soube lidar com essas

dicotomias, com esses problemas normais, corriqueiros e necessários num processo como esse, lidando com profissionais e estudiosos de grande nome no país e articulando essas cabeças pensantes. Não é um trabalho nada fácil articular pessoas do mundo acadêmico com o mundo pastoral, com linguagens diferentes e visões diferentes do mundo e da comunicação. Ressalto também os sujeitos leigos, muitos professores, muitos profissionais da comunicação. E, por falar nisso, a Igreja vive, neste momento, o repensar os leigos com o Ano do Laicato e o repensar os jovens com o Sínodo do Papa Francisco sobre os jovens. O diretório já trazia isso como semente lá em 2013/2014. Por tudo isso, ele não é um documento clerical ou um documento do mundo religioso. É um documento eclesial porque apresenta essas várias facetas. Mas, o principal sujeito desse Diretório foi a própria Igreja como um todo, a Igreja entendida como povo de Deus, com os vários sujeitos que vão depois levar em frente tudo o que está escrito no Diretório. É um documento, como eu disse na primeira pergunta, que nasce do povo e que volta para o povo, para que ele possa, em primeiro lugar, lê-lo com facilidade; e, por isso, a linguagem fácil, o que não significa linguagem superficial ou reflexão pobre; não se trata também de um documento que já tem tudo pronto, as pastinhas prontas, um manual pronto, uma cartilha pronta. Ele é um documento indicativo que precisa ser aprofundado e confrontado com a realidade. Ele desafia o leitor ou a leitora a encontrar respostas a partir das intuições e dos horizontes que ele levanta. Eu acho importante resgatar aqui uma passagem do número 10, na introdução do documento: “O Diretório entende a Pastoral da Comunicação como um processo dinâmico, dialógico, interativo e multidirecional. Os frutos, então, desse Diretório 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 mídias católicas apropriarem-se do dele, estudá-lo em cada um de seus capítulos, confrontando suas proposições com a realidade local e, a partir dessas proposições, definir as modalidades requeridas.” Este é o ponto central. É um documento que entende a Pastoral da Comunicação como um processo comunicacional interativo, dinâmico, dialógico e multidirecional. E os frutos vão depender também do envolvimento da Igreja comunicante, ou seja, da Igreja que comunica e que precisa se envolver e compreender sua pastoral como comunicação. Por isso, o Diretório chama e conclama as dioceses, as paróquias, os movimentos, enfim, todas as frentes eclesiais, a estudar esse documento e confrontá-lo com a realidade local e a partir daí buscar saídas e soluções. Esse confronto do Diretório com a realidade local é muito importante e foi levado em conta no processo de sua construção. Nós estamos falando sobre a comunicação que na Amazônia vai ter um rosto, e que vai ter outro no Nordeste, no Sul, no Sudeste e no Centro-Oeste; que nas capitais vai ter uma expressão, no interior do Brasil vai ter outra. É um documento que precisa dar conta dessa diversidade cultural, econômica, de acesso às tecnologias, de linguagens, de formas de expressão. Por isso, o pensamento foi sempre de não produzir um documento homogêneo, linear, normativo, isto é, colocar toda a Igreja num mesmo padrão tecnológico e cultural; ao contrário, levar a Igreja a reconhecer as diferenças e pensar a comunicação de acordo com essas diferenças para que o leitor, esteja ele no Norte, no Oeste ou no Centro-Oeste, no Sudeste ou no Sul do Brasil, consiga, no Diretório, perspectivas e ideias que digam respeito a sua cultura local e possa confrontar aquilo que o Diretório propõe com essa realidade e possa também, criativamente, dialogicamente e interativamente dar, respostas aos seus desafios, aos seus interesses, às suas necessidades locais em termos de pastoral. Sendo o segundo Diretório de Comunicação da Igreja no mundo, ele se constitui num marco para a história da Igreja Católica no Brasil. Ele reconhece os desafios do mundo contemporâneo, as novas realidades do mundo da comunicação e reflete uma Igreja que não sente medo, não recua diante dos desafios, mas, ao contrário, vai ao encontro desse mundo, dialoga com ele e propõe a sua visão para o debate. É um documento que já chegou à academia e ao meio profissional. Ele propõe uma Igreja que saia de sua zona de conforto para pensar uma comunicação melhor, para entrar em contato com a realidade, para se fazer também servidora do mundo e, como dizia Bento XVI,

praticar uma comunicação que significa e que se dignifica como diaconisa da cultura, que se ponha a serviço da cultura. Ele oferece subsídios para que cada seção eclesial ou local possa se comunicar melhor e, conseqüentemente, comunicar melhor a Boa Nova e assim, certamente, promover uma nova evangelização, uma evangelização renovada que esteja sempre atenta às necessidades e peculiaridades dos tempos que estamos vivendo.

Entrevista com Helena Corazza

Licenciada em Letras, é doutora em Ciências da Comunicação pela ECA. Está à frente do SEPAC Paulinas. Gestora de cursos de comunicação para a PASCOM e demais pastorais da Igreja em todo o Brasil.

Maurício Cruz - Estamos conversando um pouquinho aqui no Sepac sobre Educomunicação e sobre o Diretório de Comunicação que é um evidente fruto de todo esse processo de estudos, dos quais você faz parte, uma vez que sua tese de doutorado teve por título “Educomunicação Caminhos e Perspectiva na Formação Pastoral”. Gostaria de conversar com você sobre este caminho, para a gente chegar até o Diretório de Comunicação, cuja produção se inicia mais efetivamente a partir da década de 1980, quando se começa a coligir, a colecionar trabalhos que, mais pra frente, vão fazer a Educomunicação começar a acontecer. Gostaria que você falasse um pouquinho de toda essa trajetória.

Helena Corazza - No início da década de 80, estamos no contexto da ditadura militar e da busca da democratização da comunicação. Tanto na América Latina, como particularmente no Brasil, nós temos todo um trabalho, uma busca de devolver a palavra ao povo, e surgem muitos estudiosos, entre eles Mário Caprum, que buscam justamente, a partir da comunicação, fazer com que o radialista seja um educador que trabalhe a formação. E nós buscamos muito. A base está na busca da comunicação popular e alternativa, com a qual nós procuramos formar sujeitos, pessoas, para que sejam produtoras de Educomunicação e tenham seus espaços, numa época em que esses espaços eram negados. Na comunicação popular alternativa, nós temos todo um trabalho, no Brasil, da leitura crítica da comunicação e de pessoas que se uniram em torno dessa proposta.

MC - No meio desse processo todo, nós temos práticas e conceitos que vão se consolidando, que vão se formando, que vão chegando perto daquilo que, hoje, chamamos de Educomunicação. Aquilo que você acabou de falar são práticas nascidas nesse contexto educacional que foram também vinculadas à comunicação, muitas vezes nascida na prática. Gostaria que você falasse um pouco sobre o que você pensa sobre a consolidação da Educomunicação; sobre esse campo, essa intersecção entre a educação e a comunicação, como você vê a consolidação desse termo, dessa terminologia e dessa metodologia.

HC - O professor Ismar gosta de dizer “a ressemantização do termo”, o trabalhar a educação para a comunicação, ou a junção comunicação/educação. Nós temos aí duas vertentes: uma que é mais aplicada ao espaço escolar formal, que precisa adotar novas linguagens educacionais em todo processo; e a das comunidades, onde se encontra a origem da Educomunicação. Ela vem das comunidades, digamos assim, a partir da comunicação e do espaço não formal, em que um dos valores é justamente a participação. Na Educomunicação, eu tenho que saber pensar, produzir e conviver. E, ao mesmo tempo, essa visão integrada da

comunicação que tem o ser humano como sujeito do processo. A chave é a pessoa porque ela vai interagir com o contexto, com os processos. E ela tem que se capacitar para, como diz Paulo Freire, “dizer a palavra”. Eu gosto muito da questão dos gregos que separavam a “*Technè* da *Epistèmè*”, que são partes do mesmo processo. Eu preciso saber pensar processos e expressar isso com boas produções, com qualidade, com uma série de coisas no contexto atual que é movido pela imagem. Por isso que a gente tem muito essa questão da integração, ou seja, que o ser humano é que promove as mudanças.

MC – Na formação pastoral, especialmente da Pascom, nós temos esse universo criativo, técnico e epistemológico, com o qual o pessoal vai aprendendo a se expressar, vai aprendendo a fazer. É com ele que, em 2014, vai surgir a ideia do Diretório, uma espécie de fruto do trabalho começado em 1980 e que vai sendo gestado, organizado em termos de consolidação, de acordo com o que você está falando. Ainda não temos essa consolidação, exatamente porque estamos em um processo de maturação, de execução. Se pudéssemos falar de consolidação, estaríamos falando da própria fluidez desse processo. Ainda não dá para dizer que chegamos a uma realidade madura da conceituação de Educomunicação, embora já existam indicativos dessa sistematização...

HC – Sim, eu diria que o processo de organização da comunicação da pastoral vem da década de 60, 70 pelos documentos da igreja. O diretório é fruto de um trabalho de reflexão e de práticas e o resultado da contribuição de muitas pessoas intelectuais que estão aí pensando a comunicação, produzindo e trabalhando com as comunidades. O Sepac está sendo capacitado desde 82. Temos atividades de articulação anteriores, mas consolidados, acho que não. Temos duas vertentes: a escolar e a da Pastoral, mas por que Educomunicação na formação pastoral? Porque eu percebo que os valores da Educomunicação aplicada à escola vem do início do Sepac; da prática do professor Ismar, com as escolas católicas introduzindo já as linguagens da comunicação, dos eventos, da capacitação dos alunos, ela vem da prática das comunidades e, claro, vai se tornando uma política pública, onde é mais difícil aplicá-la, no meu ponto de vista. Agora, na igreja, eu considero uma vitória nós termos conseguido colocar, porque o diretório é orientativo. Uma das discussões na elaboração do Diretório foi porque alguns queriam que ele fosse normativo. Não é, ele abre caminhos. Depois, quem vai aplicá-lo somos nós. Ele é resultado da contribuição de especialistas de várias áreas aqui mencionadas, inclusive nós fazemos parte dessa história, muitas pessoas da comunicação da Igreja fazem parte; algumas coisas foram aprovadas. Às vezes eu penso, talvez não se mede até onde vai, mas isso nos garante as bases para lutar por uma comunicação participativa nos processos mais democráticos, nos quais as pessoas se capacitam. Eu quero fazer uma transposição que talvez você não me tenha perguntado: o que nós trabalhávamos na Educomunicação popular e alternativa, capacitando o ser humano para falar na rádio comunitária e escrever no jornalzinho, hoje eu tenho o polo do emissor liberado na rede social. Hoje eu tenho muitos produtores que precisam ser formados nesses novos conceitos da cidadania, da participação, da promoção de valores. Então, eu vejo um caminho aberto, nada fechado, um desafio de fazer compreender o que significa e de sistematizar grupos para uma prática, porque não é fácil. Eu até escrevi na minha tese que a Educomunicação poderia ser dita uma formação para a educação e para a comunicação, uma atuação na comunicação comprometida com valores cristãos, cidadãos, alguém que faz a comunicação para transformar. Ela é um estilo de vida, é uma atitude, não são apenas técnicas. Por isso, nós nos preocupamos muito com as linguagens, mas também com a formação da pessoa do Educomunicador. A pessoa tem que ter sólida formação nos valores, nos princípios e, ao mesmo tempo, nas metodologias.

MC - A gente pode compreender também, Irmã Helena, que o Brasil se coloca na mesma linha que a América Latina. Nesse período da década de 60 até 80, a que você fez questão de se referir, quando a igreja no mundo inteiro, com o Concílio Vaticano II, abre suas portas para a comunicação na América Latina, estamos vivendo num tempo de repressão. Todos os países da América Latina, inclusive no Brasil, estão vivendo plenamente na ditadura e a resistência e a Educomunicação nasce nesse universo. Como você analisaria essa linguagem na América Latina e presente também no Brasil?

HC - Ela nasce e continua sendo uma resistência porque de fato tem que remar contra a corrente de uma série de coisas. Estamos falando de alguns referenciais, como Mário Kaplun e Paulo Freire, o primeiro, na linha da comunicação e o segundo, da educação. Eu, hoje, por exemplo, vejo que o Brasil tem um trabalho talvez mais sistematizado e organizado em relação à América Latina. Você pode verificar depois no Celam, mas há um projeto da Signis com o Celam para a América Latina de formação para a Educomunicação. Eu acredito que está todo mundo buscando equacionar. Existe um olhar novo que entusiasmo bastante porque, talvez, resgata valores que nós percebemos que, na sociedade do Capitalismo, do consumismo, se volta para o ser humano, que o que vale é o ser humano, a pessoa... hoje, a discussão está em torno do sujeito e não do ser humano... eu me relaciono com as coisas... e aí se destacam muitos autores, entre os quais Latura. Eu vejo que, hoje, ela se torna de novo um núcleo de resistência, no qual nós precisaríamos formar de novo aquilo que chamo de intelectuais orgânicos. Por que me apropriei de Gramsci? Eu penso que um Educomunicador é muito mais do que um gestor da comunicação, alguém que tem que saber pensar, tem que defender aqueles valores, porque o entorno nem sempre nos favorece, nas instituições escolares. E nas igrejas, hoje, o sistema pragmático é tão forte e o estrelismo... Quando você está falando de comunicação, de que comunicação você está falando? Hoje teríamos que formar pessoas num processo continuado para assimilar os valores da participação, do pensamento comunicacional e, por isso, teríamos que ter muitas competências. Fui questionada porque falei de competências no mundo da Educomunicação. Mas, no mundo de hoje é preciso ser competente, fazer bem do jeito que os outros fazem, um pouco diferenciado de minorias. É por isso que falo de competências, porque a pessoa tem que se apropriar das linguagens e saber produzir, ou se cercar de pessoas que saibam. E a Educomunicação não se reduz à linguagem e ao saber fazer; o acolhimento, o relacionamento, a proximidade, o ambiente, tudo isso é comunicação. Então, as pessoas têm que desenvolver a atitude do acolhimento, de uma comunicação que passa, que é mais sensorial, perceptiva. São valores e senões da comunicação que, para mim, precisam ser apropriados, porque o sujeito está modificado, porque ele é aquele sujeito de hoje. E não aquele racional lá de trás; não que nós o desprezemos. Temos que ter equilíbrio, mas também ter outras habilidades. O saber comunicar, o saber encantar através do belo e da arte.

MC - Quando você fala desse encanto e da arte presentes no processo de toda a pastoral da comunicação, você está falando de um trabalho estrutural de base, em que a pastoral procure expressar, em todos os âmbitos, a vida da paróquia, da comunidade, diversos modos de comunicar Jesus por meio da catequese, do teatro e tudo mais. Você apresenta uma nomenclatura nova, vamos dizer assim, uma semantização diferenciada. Você fala de Educomunicação pastoral que certamente está conectada com a pastoral da comunicação. Eu gostaria que você falasse um pouco dos limites, onde terminaria a Pascom e começaria a Educomunicação pastoral. Uma vez que a Educomunicação pastoral nasce da Pastoral da Comunicação, vamos considerar que ela seja um fruto da pastoral da comunicação. Onde, então, terminaria o horizonte da pastoral da comunicação e nasceria o horizonte da Educomunicação?

HC - Hoje nós temos os hibridismos, e para mim, eles fazem parte, porque eu entendo uma pastoral da comunicação não apenas para grandes eventos, estar na mídia, mas uma pastoral da comunicação do jeito que entendemos, embasada por esses valores, por mais que a gente saiba que outras tendências sejam mais fortes do que a Educomunicação, que é um trabalho de formiguinha. Então, para mim, não existem limites. As fronteiras, como dizem alguns autores, estão borradas. Hoje, na minha percepção, ela está misturada. Alguns conseguem fazer a Educomunicação educ comunicativa, trabalhando tudo isso de que estamos falando. Outros estão preocupados com a questão dos valores, do meio, da mídia, da visão, a questão do hibridismo, da mistura. O Educomunicador da pós-modernidade, até aqui, é uma coisa, até lá é outra, mas temos que ter discernimento para trabalhar. Mesmo assim, eu cuido muito da linguagem quando trabalho com grupos, para identificar onde eles estão, para que possa adotar uma linguagem sem ferir o horizonte deles, para que a gente possa ajudá-los a caminhar e a perceber esses outros valores. Nesse ponto, o Papa Francisco está nos ajudando. Hoje, enquanto há uma predominância da mídia, enquanto tudo parece ser midiático, o ser humano está ali, e isto é o que conta; é a proximidade, o encontro... Outro dia, ele chegou a usar a expressão “o Concílio Ecumênico Vaticano II foi o encontro da Igreja com a sociedade, a Igreja foi empurrada pelo espírito a se abrir à sociedade”. A palavra “encontro” é onde nós temos a comunicação, e isto representa outro desafio, porque nós temos a comunicação presencial, mas temos também a comunicação social, mediada, de massa, e a comunicação das redes sociais. Eu tenho que pensar nos canais por onde as pessoas me sintonizam e onde eu posso me sintonizar com essas pessoas e com todas essas diversidades, e tudo isso é muito complexo. Mas na base, estão os mesmos valores que nós encontramos na Educomunicação: do sujeito, do ser humano desenvolver-se e apropriar-se para melhor servir. Hoje a pessoa tem que estar muito preparada para resistir a certas coisas e para levar adiante certas propostas. E por que a linguagem é fundamental? porque eu tenho que conseguir tocar a pessoa onde ela está e a grande questão é a porta de entrada. É a arte? a música? o teatro? Alguns pensam que a Pastoral da Comunicação é só instrumental e se reduz à criação e ao uso dos meios; a visão reducionista, trabalhada por nossos teóricos de comunicação, é muito forte na igreja: “ah, vocês são da comunicação”..., Não há dúvida de que é preciso estabelecer os limites, até onde vai um grupo e até onde vai o outro, mas as “fronteiras estão borradas”, “uma coisa entra na outra” e a comunicação perpassa toda a vida do ser humano, toda a ação educativa e toda a ação pastoral.

MC - É muito interessante porque a gente vê nas crianças, adolescentes e jovens uma facilidade incrível nesse relacionar-se por meio da cultura e da comunicação, enquanto existe, por parte dos mais maduros, uma visão utilitarista dos meios. Eles não vivem nesse ambiente, eles usam esse ambiente, é diferente.

HC - É a ambiência.

MC - Partindo desse pressuposto que vivemos uma cultura híbrida - e a comunicação é expressão dessa cultura - eu gostaria que você nos desse algumas pistas enquanto contribuições significativas advindas do Diretório da Comunicação. Que contribuições você acredita que o diretório trouxe para reforçar, no ambiente da igreja, uma abertura maior ao diálogo neste ambiente da comunicação?

HC - A primeira coisa foi ter sido aprovado um Diretório da Igreja no Brasil. Este diretório não é só para as pessoas de comunicação. Ele é dirigido a todas as pessoas da Igreja e da sociedade. Ele é um instrumento de diálogo e de interface da comunicação em todas as pastorais. Eu digo que todas precisam de comunicação, mesmo o dízimo e as exéquias... A Pastoral da Comunicação trabalha com a comunicação interna, no interior da comunidade, mas tem

também a abertura do diálogo com a sociedade; e o fato de indo direto para a Educomunicação, de constar a Educomunicação. Como eu dizia para você, o diretório foi feito por especialistas, mas com acompanhamento da Comissão de Comunicação dos bispos e de especialistas na área teológica, litúrgica, catequética... Nós sabemos da contribuição do nosso grupo de especialistas em comunicação. O ter sido reconhecido e aprovado, como princípio, não é o como fazer, é caminho aberto. Nós temos aqui uma diversidade maravilhosa. O como fazer, eu diria, cabe a nós. Cabe a nós “dar carne”, ensinar, ajudar as pessoas a fazerem o caminho da Educomunicação na igreja com um novo nome, porque alguém me dizia: “Ah, ninguém sabe o que é Educomunicação e você vai pôr esse nome?” E eu respondi: “sim, vou colocar”. Ele pode ser novo na sua expressão, mas resgata todo o histórico e uma prática e princípios que levamos adiante por muito tempo e que hoje, talvez de novo, trabalha na contradição. Enquanto a Igreja tem tantos limites hierárquicos - até aqui é você, até lá, não -, por outro lado ela tem uma sabedoria; de um lado, tem que ser e, depois que estamos aqui, vocês aplicam a cultura e essa abertura é que é maravilhosa... e a gente vai aplicando na prática.

MC - Você localiza a própria promulgação do documento como uma contribuição inédita da igreja?

HC: Sim.

MC - Você teria alguma sugestão para o diretório? Se você tivesse que colocar alguma coisa nele, ou você teria sugerido algo que de repente não poderia estar ali ou não entrou, já que você fez parte do processo da elaboração deste documento?

HC - Eu fiz parte desde o começo, só não participei na redação final. Uma das críticas que nós fizemos foi a separação da Igreja e mídias digitais... Igreja e mídia e igreja e mídias digitais dividindo o que é mídia, comunicação de massa e digital. Acho que foi o entusiasmo do momento porque de novo mostrou uma ruptura quando são apenas outras formas de comunicação. A gente fala que é presencial, é de massa, é da indústria, é o digital. Outra crítica que eu faço diz respeito ao protagonismo dos leigos, que está muito aquém do que deveria ser, porque o leigo tem que ser muito bem formado. Nós temos muitos leigos no serviço interno e poucos como fermento na sociedade. Então ele entra numa série de outras coisas, mas não desenvolve muito a questão do protagonismo, dele poder assumir a questão da comunicação. Talvez, de novo, nós estejamos frente à questão do poder, do controle de uma série de coisas. Eu fiz uma crítica também às associações de comunicação aqui citadas, à Signis Brasil, que reúne associações anteriores de imprensa, cinema e vídeo, rádio e TV. Eu tinha feito um texto mais amplo e que, depois, foi bastante reduzido. A Rede Católica de Rádio é citada... o que o que é que nós percebemos na história da comunicação da Igreja da América Latina? Eu tenho muito desses textos que indicam que foram as organizações católicas - Unda, Ocic e depois Oclap na América Latina, UCBC no Brasil, Unda mundial, a OCIC também nas várias instâncias - que ajudaram a igreja a caminhar e nós religiosos muito inseridos nas associações católicas de comunicação e levando adiante como ainda é hoje. Esta é a base do desenvolvimento da comunicação na Igreja que, hoje, a hierarquia recebe como pronto e a gente percebe que essa base está sendo esquecida. É verdade que essas organizações estão citadas aqui, mas o Documento de Aparecida não cita as organizações católicas de comunicação que foram levadas adiante, que ajudaram e caminharam em estreita relação, pelo menos na linha do Celam e da CNBB.

MC - Você acredita, irmã, que existe a possibilidade de o Diretório ser vivido nas comunidades, na maneira como ele se encontra? Imagine-se uma espécie de abecedário para o pessoal, uma

cartilha talvez, a partir da qual as pessoas pudessem ter acesso ao conteúdo do Diretório. O conteúdo está bem acessível, mas para o universo da comunidade, ele é acessível? A comunidade tem acesso a essa linguagem ou para eles ainda está muito difícil?

HC - Talvez eu tivesse que fazer essa experiência. Eu estou recomendando que se estude capítulo por capítulo. Eu não nivelaria por baixo. Talvez a gente possa promover vários cursos sobre o diretório aqui no Sepac; talvez a gente possa trazer outros subsídios, pegar capítulo por capítulo, ajudar as pessoas a estudar, porque a comunicação da igreja é muito mais do que isto aqui. Isto que temos aqui está reduzido, é uma síntese da síntese. A grande preocupação foi inserir a dimensão ética e a dimensão teológica. Outra falha: preocupou-se muito com a comunicação na liturgia, nas celebrações, enfim, na liturgia e na catequese. Na verdade, é a comunicação pensada na iniciação cristã, da forma como está colocado. Mas é muito mais do que isso. Não existe essa visão da comunicação nas pastorais. Me parece que talvez tenha se perdido, ao longo do andamento da carruagem, a visão das pastorais. O último capítulo dedicado à atuação da Pascom veio muito pronto de Brasília. Quando eu vi, me assustei um pouco porque nós não fazíamos a divisão, por exemplo, da comunicação da igreja. A atuação da igreja na Pascom traz, neste capítulo, a marca do processo hierárquico da comunicação. E quando estávamos discutindo, os bispos diziam: “Que amarrado está!” Eu não perguntei, até hoje, quem se deu o trabalho de explicitar. Tudo bem, o processo de interação, os eixos formação, articulação, produção, espiritualidade; atribuição dos comunicadores, bispos, presbíteros, consagrados e leigos; e, depois, os âmbitos nacional, regional, diocesano e paroquial, tudo isso é a dimensão hierárquica no capítulo “Igreja e Comunicação”. Quando a gente verbaliza, o pessoal se assusta. Eu sempre trabalhei mídia e comunidade e eu não separo uma rádio comunitária ou um jornal de sua base. A vida na comunidade tem que se ver no jornal que tem que ir atrás e eu não vi isso explicitado. Pelo contrário, existe um capítulo separado “Mídia e Mídia Digital”, talvez levados pelo encanto e pelo deslumbramento com digital.

MC - Será que não poderia ser também, irmã, algum problema relacionado ao poder de controle dos meios, em especial da comunicação digital?

HC - Uma coisa é você ter o controle sobre a TV e o rádio, porque são mecanismos facilmente controláveis, já que existe toda uma regulamentação com relação a eles. Agora, em relação à internet e seus novos dispositivos, aplicativos, sites, portais, é mais difícil você manter um controle.

MC - De repente, pode ser que esse capítulo tenha surgido dessa preocupação, uma vez que ainda não há uma regulamentação consolidada sobre as mídias digitais. Esse território pertence a quem?

HC - Penso mais na questão conceitual. As pessoas têm que se formar para servir e viver as ambiências, para que? Temos pesquisadores na área digital que dizem que o Brasil é o país que mais brinca com a internet, em que predomina o entretenimento, enquanto que os valores da comunicação popular e alternativa deveriam ser trazidos aqui: a cidadania, a mobilização, o que estou fazendo com as redes sociais, a necessidade da educação... Você pode se servir disso? Ah, mas eu sou capaz? Sim, você tem o poder da palavra, o polo está liberado. O que você vai postar? Você vai só compartilhar e clicar, ou você vai conseguir mobilizar um grupo em favor de algumas causas? É nisso que eu vejo que é preciso investir na formação; não é uma formação de controle, de fora para dentro, mas de assumir a cidadania. Qual é a minha missão enquanto cristão, cidadão, educador e o que eu quero fazer para as pessoas? Eu vejo a Educomunicação

de dentro para fora na sociedade atual. Os muros não existem, não existem fronteiras, cada pessoa tem que assumir seu projeto de vida. E também de Educomunicação.

MC - Meu projeto é também falar do porquê de a Educomunicação estar dentro do Diretório de Comunicação; é refletir sobre a presença desse conceito, da sua metodologia, do ambiente de vida, do estilo de vida dentro da Igreja, dos seus projetos de trabalhos que vêm de longa data até aqui. Diante do fruto desse trabalho, que está diante de nós e que nasceu aqui no SEPAC, e teve um dos seus lugares mais importantes aqui dentro do Sepac, onde continua, porque o SEPAC é uma expressão da Educomunicação, e um de seus braços fortes..., o que você acredita que a pesquisa da Educomunicação, dentro do diretório, precisa levar em consideração para contribuir efetivamente para o seu crescimento, para sua consolidação?

HC - Eu acredito que nós temos que torná-la conhecida, dizer que ela existe, e tentar formar as pessoas para esses valores. Quem lê, talvez não entenda tanto. Eu mesma, se não tivesse a formação que tenho, talvez não entendesse, porque o texto foi muito modificado. Se compararmos o 101 com este, foi muito modificado, mas claro que nós que temos esse olhar temos que promover essa formação. Preciso até pensar sobre isso, mas é preciso promover cursos, tentar formar pessoas.

MC - Grupos de estudo?

HC - Sim, grupos de estudo, de reflexão nas comunidades e sobretudo práticas onde se possam aplicar esses valores. O que vejo é que o pessoal não se preocupa mais com discutir junto, pensar junto, compartilhar. Inclusive nas gerações mais jovens, há um autoritarismo muito grande, muita coisa que vem de cima para baixo. Há um autoritarismo muito grande também nas lideranças jovens. A proposta educunicativa é, então, uma utopia, mas é um sonho e eu vejo que é projeto de Jesus, em que as pessoas se sentem bem participando. Mas como? Talvez, descendo a linguagem, conversando com elas, mas fazendo com que elas assumam. Acredito que quem é responsável pela comunicação precisa compreender mais profundamente essa proposta e aí temos vários níveis de formação e do assumir.

Entrevista com Gildásio dos Santos

Membro da Comissão de Comunicação responsável pela elaboração do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, formado em Digital Midia Artes – Doutorado – Wayne State University – Estados Unidos.

1. Que impacto a publicação do Diretório produziu em você?

Primeiramente, o Diretório de Comunicação da CNBB foi gestado por um longo tempo. Vários esquemas foram discutidos previamente para o roteiro do Diretório. Os trabalhos foram retomados algumas vezes. A comissão que trabalhou no Diretório até o final nos surpreendeu pela sua determinação, espírito colaborativo e competência dos membros. Em segundo lugar, havia uma lacuna nos Documentos da CNBB em relação à comunicação. Alguns textos breves e introdutórios já tinham sido elaborados e publicados. Mas não havia nos Documentos da CNBB um Diretório próprio de comunicação. O diferencial é que agora a CNBB tem uma bússola para a comunicação: O DC!

2. E, a seu ver, que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil?

O próprio roteiro dos temas do Documento expressa a sua natureza e a sua identidade. A estrutura de um Documento de Comunicação da Igreja precisa de uma solidez teológica e antropológica da comunicação. Este foi um foco inicial que toda a comissão tinha muito claro. Destas duas bases, definimos parâmetros para a ética e a espiritualidade da comunicação. Com esta fundação fundamental para a comunicação, avançamos sobre o diálogo da evangelização, educação e pastoralidade com o universo da cultura, onde a comunicação com seus atores e suas estruturas se encontram.

O Documento tem, do início ao fim, uma coerência interna e atual dos seus conceitos, possibilitando assim um diálogo com a cultura midiática, com o protagonismo dos leigos, com a compreensão das novas linguagens e mediações no mundo virtual. Neste sentido, a proposta da educomunicação veio contribuir para uma melhor identificação dos novos sujeitos da comunicação dentro de uma sociedade da informação, mediatizada, onde os adolescentes e jovens se destacam com uma nova visão e atitude em relação aos ecossistemas comunicativos.

Uma outra dimensão que o Documento procura atualizar é a organização da PASCOM, como estruturar, fortalecer e renovar a Pastoral da Comunicação dentro da Igreja, a partir das novas exigências, dos novos pátios virtuais, do universo midiático e das redes sociais.

3. Narre um pouco a sua participação no processo de construção do documento.

A minha participação consistiu, desde o início, em diálogos prévios com os colegas de trabalho, propostas de temáticas, elaboração e revisão dos textos. Dois textos que trabalhei de modo intenso foi no capítulo sobre teologia e ética da comunicação. Depois, contribui com os colegas nos capítulos sobre o protagonismo dos leigos na comunicação, a comunicação digital e redes sociais e espiritualidade do comunicador.

4. Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no País?

- 1) O DC oferece uma base teológica/antropológica/ética para a comunicação.
- 2) Ele apresenta uma sistematicidade dos conceitos, processos e procedimentos em relação à natureza e implementação da comunicação na Igreja.
- 3) O Diretório traz uma coerência interna conceitual contínua, aberta e atual, favorecendo o diálogo com o homem e mulher de hoje, seja a nível interno da igreja, seja a nível externo com a sociedade em geral.
- 4) O DC é um horizonte iluminador e uma base referencial para qualquer comunidade, paróquia, grupo de jovens, instituição de ensino superior, escola para elaborar o seu plano de comunicação, considerando a diversidade cultural e a realidade local.
- 5) O Diretório desafia e propõe à Igreja como um todo um novo olhar para a comunicação, saindo de uma visão funcionalista e pragmática, para um olhar mais humanístico, interativo, multicultural, artístico da comunicação.
- 6) O DC, por ter esta profundidade e elasticidade no seu corpo conceitual e organizativo com abertura à diversidade da comunicação, abre para uma democratização da comunicação ao interno das comunidades, favorecendo aos seus autores, uma organização com níveis, valorizando os diversos atores participativos.

Permitindo assim, a organização, a criatividade e a qualidade da comunicação.

5. O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?

Um marco referencial para uma nova visão de comunicação muito alinhada com o Vaticano II, a caminhada do CELAM, da CNBB e a visão do Papa Francisco a partir da *Evangelii Gaudium* e da *Laudato Si*, no sentido que a comunicação faz parte da vocação e missão da pessoa na sociedade e na igreja, que ela está na raiz de todos os processos econômicos, políticos, sociais e culturais da sociedade e da Igreja. Que a comunicação, profundamente unida com a espiritualidade e solidamente alinhada com a vida das pessoas e seu lugar no mundo, é uma questão fundamental para a Igreja: deve ser aprofundada, assumida e vivenciada em todas as dimensões da vida, da evangelização e da educação.

6. Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório?

Inicialmente, o conceito teve algumas reações pois não era ainda compreendido na sua amplitude e porque parecia algo ligado somente ao processo da comunicação na Escola. O Dr. Ismar deu um grande e imprescindível contribuição para o desenvolvimento amplo deste conceito, fundamentou a base antropológica e psicológica da comunicação para os adolescentes e jovens na perspectiva de como as novas gerações tem uma nova linguagem, um novo modo de gerar, criar e compartilhar informação com os colegas, a família, a comunidade escolar e a sociedade.

A Equipe foi compreendendo que, de fato, a educomunicação é praticamente o modo das novas gerações lidaram com novas linguagens, novas visões e novas atitudes em relação a comunicação, assim como o empoderamento que as novas gerações tem com a educomunicação a serviço do aprendizado, da construção da paz, da justiça, da ecologia integral, do compromisso religioso, da expressão artística e do lúdico.

7. Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito?

A integração e a apropriação do conceito de Educomunicação no Documento estão relacionados com a visão do comunicador como um autor crítico, construtor de novas relações de ecossistemas comunicativos, fortalecendo o protagonismo e a organização da comunicação em redes, grupos, comunidades de comunicadores, planejamento estratégico e uso criativo das novas tecnologias em vista da coletividade.

8. Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?

A educomunicação é praticamente um processo interativo e integrativo da comunicação com a vida, com a realidade, com as mediações e agentes comunicativos. Não é nem um corpo teórico de comunicação nem procedimentos técnicos organizativos para a implementação da comunicação. É uma narrativa criativa, envolvente e sistêmica do ser comunicativo nos ecossistemas das diversidades que envolvem o ser humano a nível pessoal e comunitário. Este modo dinâmico e interdisciplinar da EC favorece que os autores da comunicação em qualquer realidade criem experiências novas de comunicação. Jovens de uma comunidade ou de uma

escola podem criar programas midiáticos através da música, da dança, do teatro, dos jogos virtuais, da literatura, interpretando a realidade da violência e mostrando para a comunidade procedimentos para promover solidariedade, tolerância e partilha. Portanto, cada PASCOM aplica a EC de acordo com sua realidade e os seus protagonistas.

9. Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?

Foi necessário sim a presença do conceito de EC no Documento. Quando falamos das novas gerações (millennial, geração net, geração Y ou Beta), compreendemos que eles são os autores da comunicação dentro dos novos tempos. A EC é o caminho para entrar no universo destas novas gerações seja na escola, na paróquia, na universidade, na obra social, na cidade ou na periferia.

10. O que significa Educomunicação?

Primordialmente, a EC procura colocar o foco no protagonismo comunicativo de todas as pessoas, em todas as culturas e realidades. Para isso, as pessoas necessitam de espaços educativos que favoreçam a expressão, a organização, o planejamento, os processos e procedimentos para que sejam implementadas as políticas e projetos da comunicação participativos. É importante realçar que na EC, as relações são sistêmicas, onde o espírito crítico, os talentos de cada pessoa, os recursos, as iniciativas gerem o que chamamos de ambiência ou ecossistemas comunicativos. Tudo isto vivido e implementado são expressões de valores (verdade, justiça, fraternidade, solidariedade, paz, criatividade, etc). Neste sentido, a EC carrega de modo inerente a mensagem na vivência das pessoas, no seu engajamento, na interpretação da realidade a partir dos valores (humanos e cristãos). A educação é, portanto, o lugar da comunicação. Pois é da educação (processo de construção de valores) que a comunicação é também gerada, amadurecida, vivenciada e transmitida. O sujeito midiático ativo, autores da comunicação, serão durante toda sua vida, comunicadores natos, comprometidos.

11. Que referências você tem desse conceito?

As Filhas de Maria Auxiliadora (FMA) trabalham com a EC em suas escolas e instituições educativas. Vários educadores, em escolas públicas e privadas, tem utilizado a EC. As referências são positivas, pois elas envolvem educadores de diversas disciplinas com a EC. A EC no processo interdisciplinar favorece o protagonismo em todos os aspectos.

12. Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

Com a emergência da cultura midiática e das redes sociais, os agentes de pastoral têm um caminho promissor para trabalhar a EC. Isto vai depender de cada paróquia, diocese, agentes de pastoral e educadores de conhecerem e saberem trabalhar a EC nestas instituições. Oficinas, treinamentos, workshop poderiam ser caminhos para mostrar como os jovens são autores da comunicação.

13. Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

A EC apresenta um paradigma novo de comunicação: o protagonismo da pessoa e o ecossistema educativo. Esta interação é necessária para a criação de uma comunicação democrática, criativa e transformadora.

A EC propõe uma mudança de mentalidade em relação à comunicação como um todo. Por isso, é importante aprofundar o que ela propõe para a Igreja.

14. Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?

Considerando que no ecossistema comunicativo as relações são difusas, convergentes em rede, a EC pode vincular e enriquecer as chamadas ‘comunidades religiosas católicas online’.

15. Haveria, inclusive, uma resposta da Teologia da Comunicação para esse fenômeno de pertencimento digital?

Certamente. Na minha tese de mestrado, que publiquei com a Editora UCDB (Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, MS), proponho um diálogo entre a teologia e a comunicação virtual/digital. Conheço alguns autores na Europa procurando fazer um diálogo entre Teologia da Comunicação e mundo virtual. É um caminho novo, um ponto de partida inicial fundamental.

Um dos aspectos que pode contribuir neste diálogo é a teologia da beleza (Ver H. Urs V. Balthasar), A Carta para os Artistas de João Paulo II, Teilhard de Chardin, e outros autores que podem contribuir para este diálogo.

16. Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educamunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ...

Primeiramente, a chamada para uma mudança de paradigma de comunicação, como mencionei anteriormente. Segundo a força do protagonismo das pessoas na comunicação. Terceiro, a comunicação como expressão da vida e suas diversidades culturais. Quarto, o espírito crítico e criativo dos novos atores da comunicação. Quinto, a organização da comunicação na vida, na família, na escola, nos grupos e todos os setores da sociedade.

17. Aponte outras informações que você considere relevantes no processo de construção do Documento 99 da CNBB e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil.

O Documento foi elaborado com a presença de Bispos, Sacerdotes, Religiosos, Leigos. Homens e mulheres, com experiências diversas, com formações de universidades cujos programas de comunicação tem várias orientações. Isto enriqueceu muito o Documento. Além disso, todos tem experiência na comunicação. Isto enriquece muito o Documento.

Entrevista com Ricardo Alvarenga

Colaborador da Comissão Nacional da Comunicação da CNBB, mestre e doutorando em Comunicação Social, habilitado em jornalismo

Maurício Cruz: Temos o prazer de estar conversando com o nosso amigo, colega de trabalho, Ricardo Alvarenga, que acompanha o processo de construção, apresentação e de recepção do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil e também está inteirado da presença da Educomunicação nesse processo. Ricardo, fale-nos um pouquinho sobre a recepção do Documento 99 da CNBB como proposta de instrumento de trabalho para todos os agentes de comunicação da Igreja e, dentro desse instrumento, a Educomunicação como processo.

Ricardo Alvarenga: Então, o Diretório de Comunicação é um importante documento da Igreja que inclusive posiciona a Igreja do Brasil como a segunda no mundo a ter um documento semelhante a esse, a primeira foi a Igreja da Itália, inclusive usamos muitas referências do diretório italiano no diretório brasileiro. Quanto à recepção do diretório, acho que é bastante positiva, mas ainda se precisa trabalhar muito em cima dessa temática e fazer muito com que esse diretório seja conhecido. A gente teve a graça de ter a irmã Élide que, logo após o lançamento do diretório, fez uma grande incursão pelo Brasil inteiro divulgando o diretório em encontros regionais da pastoral da comunicação. Mas mais do que tornar o diretório conhecido, é preciso também fazer com que as pessoas se apropriem das referências e dos debates que estão presentes ali naquele texto, porque, no final das contas, o diretório se configura e se apresenta como uma verdadeira política de comunicação da Igreja no Brasil, de modo a orientar as práticas comunicativas e propõe como a Igreja deveria pensar de uma maneira mais unificada os seus processos de comunicação.

Eu acredito que a gente ainda precisa divulgar bastante esse texto porque uma grande dificuldade da Igreja é fazer com que seus documentos deixem de ser apenas referências e citações, e passem a ser implementados na prática, nas práticas cotidianas dos trabalhos pastorais. Então, eu acredito que o diretório já é bastante conhecido, mas, de fato, ainda no âmbito da recepção, é preciso que as pessoas se apropriem de fato desse texto e possam então trabalhar em cima dele, e pensar as suas práticas comunicacionais dentro das paróquias, dioceses e comunidades a partir das referências que estão ali.

Quando a gente pensa na Educomunicação dentro desse processo, a gente tem que entender que na verdade toda a prática de comunicação da Igreja passa por essa lógica da Educomunicação, entendendo a Educomunicação como esse processo que garante às pessoas o protagonismo, a interação e, de fato, um papel, dando às pessoas a oportunidade de interagirem e estarem por dentro desses processos.

Uma das missões da PASCOM é então formar não só os seus agentes, mas também formar as suas comunidades para o entendimento e o uso dos meios de comunicação, e nisso reside uma grande influência da Educomunicação, nessa perspectiva de ajudar as pessoas na formação de um senso crítico, na formação e no entendimento das lógicas de produção dos meios de comunicação, e de como é importante compreender tudo isso para, de fato, a gente tenha uma prática comunicativa mais consciente. E aí também nós encontramos eco, porque sabemos que a maioria dos agentes da pastoral da comunicação não são pessoas não formadas na área de comunicação.

A Educomunicação vem como uma vertente também a potencializar e a legitimar esses discursos. Então quando a gente pensa que auxiliar as pessoas a através de formações, de momentos que as ajude a compreenderem produção técnica, mas também as lógicas de produção por trás daquele trabalho técnico, se ajuda a legitimar essa prática de pessoas que não são formadas na área, mas que estão fazendo comunicação.

Se a gente pensar de um modo geral, a Igreja toda em sua essência é comunicação. E, nesse sentido, o Brasil tem se destacado bastante nesses trabalhos de formação e de articulação. A gente vê nesse Mutirão de Comunicação oficinas que podem favorecer às pessoas conhecimentos que podem ajudar a potencializar as práticas que as pessoas já vêm realizando nas comunidades. Então acho que a Educomunicação está presente em todo esse processo. Ela é indispensável principalmente partindo da ideia central de que nós trabalhamos com pessoas que não formadas na área e aí a perspectiva da Educomunicação vem de fato ser a maneira de legitimar essas práticas e de fortalecer essas práticas.

Eu acho que toda a prática comunicativa da Igreja no Brasil, hoje, tem sim um diálogo e tem uma inter-relação com isso, e talvez em algum momento não tenha sido entendido, por esse termo Educomunicação, mas o pano de fundo, o referencial teórico e o ponto de vista reflexivo que legitima essa prática, é a Educomunicação sem dúvida.

APÊNDICE B - ÍNTEGRA DAS ENTREVISTAS REALIZADAS JUNTO ÀS AUTORIDADES DA COMUNICAÇÃO CATÓLICA

Entrevista com Dom Orani João Tempesta

Cardeal arcebispo metropolitano do Rio de Janeiro. Exerceu ou ainda exerce as seguintes funções: Coordenador Diocesano da Pastoral da Comunicação (São João da Boa Vista); Responsável pelo Setor de Comunicação do Regional Sul 1 da CNBB - dioceses paulistas; Presidente, do conselho superior do Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (Inbrac), Mantenedor da RedeVida de Televisão; Presidente da Comissão Episcopal para a Cultura, Educação e Comunicação Social. Bispo Referencial da Comunicação para o Regional Leste1, Rio de Janeiro.

Maurício Cruz - É uma grande alegria estarmos com o senhor nesta manhã, para fazermos uma entrevista sobre o Diretório de comunicação da igreja no Brasil. As perspectivas do diretório, o processo de sua construção... Então, sobre a preparação do documento, gostaria de lhe perguntar como surgiu a ideia de se produzir o Diretório de Comunicação da Igreja? Foi uma decisão dos órgãos Cardeal arcebispo metropolitano do Rio de Janeiro. Exerceu ou ainda exerce as seguintes funções: Coordenador Diocesano da Pastoral da Comunicação (São João da Boa Vista); Responsável pelo Setor de Comunicação do Regional Sul 1 da CNBB - dioceses paulistas; Presidente, do conselho superior do Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (Inbrac), Mantenedor da RedeVida de Televisão; Presidente da Comissão Episcopal para a Cultura, Educação e Comunicação Social; diretivos da CNBB ou uma iniciativa da Comissão para a Cultura, Educação e Comunicação da CNBB, da qual o senhor fazia parte naquele momento?

Orani Tempesta - O Diretório de Comunicação teve sua origem nas questões que surgiram entre comunicação e liturgia. Sempre houve discussões sobre o papel da comunicação na liturgia e da liturgia na comunicação, principalmente no que se relaciona às transmissões pela TV. Nunca se colocou o mesmo problema com relação às transmissões pelo rádio. A TV já tinha certa influência na Igreja, principalmente nas reuniões dos concílios permanentes dos bispos, que se realizavam em Itaiçuba e que, hoje, se realizam em Aparecida. Sempre ocorreram discussões sobre as influências dessas transmissões sobre as pessoas e a Igreja, e de que forma se podia organizar isso. Tivemos alguns encontros dos dois Conselhos Episcopais, um da Educomunicação e cultura e outro da liturgia e, posteriormente, vários outros. E numa das assembleias dos bispos em que o assunto foi levantado, ao ser chamado a dar meu parecer, sugeri, como solução para essas questões e como instrumento de orientação para Igreja, a criação de um Diretório de Comunicação. Na época, já tínhamos conhecimento de um Diretório de Comunicação italiano e outro latino-americano, que é uma cópia do italiano. E achamos que poderíamos propor isso na assembleia dos bispos; então, o secretário geral perguntou se poderíamos trabalhar na elaboração de um futuro diretório, e a assembleia aprovou. A assembleia dos bispos aprovou a ideia em Itaiçuba. Nessa mesma época, o saudoso Dom Luciano pediu que houvesse um programa da CNBB que tivesse uma abrangência nacional. E nós tivemos a oportunidade de tentar aprovar essa ideia, assim como a Igreja no Brasil também aprovou, e levou algum tempo para ser colocada no ar. Ficou então na dependência de nossa comissão responder a essas exigências da CNBB; que fosse, por exemplo, um programa

nacional - e acabou sendo um programa nacional que nunca foi muito visto, mas existia e existe ainda hoje. E essa acabou sendo a preocupação do diretório, que se apresentava como uma oportunidade de esclarecer essas tensões, conforme minha primeira intervenção; que ele não fosse um diretório para resolver problemas pontuais, mas um diretório de orientação, de olhar para o futuro, que oferecesse uma perspectiva comunicacional para o Brasil e que pudesse ajudar a desenvolver melhor a questão da comunicação.

MC - O Senhor se lembra do título do diretório do Celam?

OT - Era uma cópia do diretório italiano com alguns adendos próprios do país, não era do Celam.

MC - Qual a importância para a igreja de se aprovar um diretório? Por exemplo, que outras pastorais teriam também um diretório, além da liturgia?

OT - Temos também, já aprovado, o diretório da catequese que estabelece diretrizes. O Diretório de Comunicação tem um aspecto diferenciado. Mais do que direcionamento, que também existe, é uma reflexão sobre a comunicação e, ao mesmo tempo, um olhar para o futuro, preocupado com a maneira como a Igreja vai lidar com a comunicação, porque as questões comunicacionais vão se renovando à medida que vão surgindo novas maneiras de comunicar. Por isso, podemos dizer que o diretório nasce num momento histórico, apresentando-se como um instrumento que auxiliará a Igreja a não se ver limitada e dificultada pelas novas questões decorrentes das mudanças na comunicação. O Diretório nasce no contexto histórico do Concílio Vaticano II, que nos abriu múltiplas possibilidades. Depois do concílio, vieram outros documentos que ajudaram a pensar a comunicação na Igreja, a comunicação em progresso e que nos ajudaram a nos aprofundarmos na comunicação. Então, precisávamos de um diretório que fosse proativo. Existe o Diretório de Liturgia, o Diretório de Catequese e, agora, existe também o Diretório de Comunicação, porém com esse adendo que, mais do que diretrizes e orientações precisas, fosse uma reflexão sobre a comunicação e a própria atividade da Igreja na comunicação.

MC – O senhor gostaria de falar das pessoas que participaram do processo de construção do diretório?

OT - Dá para fazer uma lista grande, porque tivemos várias edições do diretório, tanto em matéria de esquema quanto de textos. Teríamos que procurar na CNBB. No início, participaram o Professor Ismar, o Padre José Augusto, a Irmã Helena, o Pe. Roberto... Quando eu deixei o segundo mandato de presidente da Comissão Episcopal para a Cultura Educação e Comunicação Social, conseguimos separar a Comissão de Comunicação da Comissão de Educação e Cultura e Universidade. A nova comissão, que se tornou exclusiva para a comunicação, concluiu o trabalho, reformulando muita coisa. E o Diretório, inspirado na realidade brasileira, com as preocupações próprias do Brasil, foi finalmente aprovado pelo conselho permanente.

PM - Essa inculturação, que a gente poderia dizer da comunicação da Igreja no Brasil, foi todo um processo e, como todo processo, apresenta suas dificuldades. O senhor se lembra ou gostaria de comentar alguma coisa que poderia ser mais facilmente resolvido entre as propostas que foram apresentadas e as propostas que foram rejeitadas?

OT - Houve muitas controvérsias, sim. Alguns grupos mais ligados à liturgia apresentaram restrições em relação à transmissão da Santa Missa. Questionavam, por exemplo, se poderia ou não transmitir uma missa, se o virtual também é real, ou só o presencial. Alguns defendiam que o virtual pode ser tão real quanto o presencial, porém não é presencial como virtual. São questões assim que podem ser discutidas e aprofundadas pouco a pouco e que, com o tempo, vão amadurecendo. Se as transmissões podem ser realizadas e de quem é a responsabilidade pela transmissão, se é da emissora de TV ou do bispo local... Outra dificuldade foi quando chegamos ao impasse do esquema: pegar ou não o diretório italiano e traduzi-lo e colocá-lo como proposta de “texto mártir”. Além do texto italiano ter servido de “texto mártir”, inspirou também soluções outras, que foram totalmente diferentes e que acabaram por ajudar na solução de diversos questionamentos.

MC - Seria interessante a gente fazer um paralelo entre o processo brasileiro e aquilo que se construiu na Itália e na Colômbia...

OT - Um bom trabalho de doutorado ou de mestrado seria pegar os diretórios existentes, conhecidos na Igreja, e levantar o que eles têm de comum, de diferente, de próprio. Seria um belo trabalho. Antes do Brasil, temos a Colômbia e a Itália. O italiano é o 1º que se conhece. Pode ser que existam outros. Eu não sei dizer porque não estou mais diretamente envolvido no trabalho. Seria necessário pesquisar e verificar. Volto a repetir: seria um bom trabalho levantar quantos diretórios de comunicação existem hoje nas comissões episcopais do mundo e fazer um paralelo entre eles.

MC – Com relação ao Diretório de Comunicação brasileiro e essas iniciativas outras, o que o senhor destacaria, como acréscimo, como enriquecimento desse processo?

OT - Aqui na Arquidiocese do Rio de Janeiro, com Dom Eugênio Sales, que também participava do Pontifício Conselho para as Comunicações, começou um trabalho na TV Educativa, primeiro com 5 minutos, depois com meia hora, e depois evoluiu para dois programas, um deles com as notícias da Arquidiocese. Além de “A missa no Seu Lar” na Rede Globo, tivemos “A Santa Missa na TV”, na TV Brasil. A Arquidiocese marcou sua presença na mídia, também com Dom Eugênio Sales, fundando a Rádio Catedral. Até o final de sua vida, Dom Eugênio manteve um artigo semanal no jornal O Globo. Foram trabalhos que foram surgindo, em várias emissoras de rádio, Brasil afora, como a Rede Católica de Rádios. Com o passar do tempo, foram surgindo as outras redes: Canção Nova, Rede Milícia, Rede Sul do Brasil, Brasil Sul, além das redes de TV: Rede Vida, Rede Aparecida, Século XXI, Imaculada... O que eu vejo é que, pouco a pouco, aquilo que parecia muito difícil, muito sofisticado, muito especializado, que implicava em muita despesa, muitos custos, aos poucos foi se tornando realidade na Igreja do Brasil. E foi sendo preparado um grupo de pessoas que demonstravam interesse pela comunicação. Depois, surgiram os padres cantores e os cantores católicos leigos que, de maneira mais incisiva, entraram também na área comercial. E ultimamente, com a democratização das mídias sociais, passaram a participar não apenas padres e cantores, mas qualquer um que por elas se interesse. O que eu acho é que, apesar de todos os esforços da Igreja no Brasil, das preocupações e também do Diretório, a nossa presença ainda é tímida nas mídias sociais, ou melhor, temos muita presença, mas influenciemos pouco. Vejo muitos comentários e muitas notícias, a maior parte contra a igreja, e não a favor. Nossa presença nas mídias sociais, para esclarecer e afirmar as coisas sob a ótica católica nos blogs e outras ferramentas, é muito fraca. Em geral, nossas mídias não conseguem influenciar muito a opinião pública. Por exemplo, com relação à questão da maioria penal, embora nossas mídias exponham nossa posição contrária à redução, aqueles que divulgam a violência dos menores

tiveram mais sucesso, a tal ponto que quase 90% do Brasil, hoje, é favorável à prisão de crianças e adolescentes na forma como aí está. A nossa opinião nem sempre reflete a nossa própria realidade: dos 87 a 90% da população favorável à redução da maioridade penal, a maioria é católica, ou seja, não influenciámos nem os católicos com nossas mídias e nossas opiniões.

MC – Estaríamos falando de uma comunicação pública, isto é, de uma gestão de comunicação que precisaria ser pensada melhor pela igreja porque, de repente, estamos falando de uma coisa que vai do atendimento da secretaria à comunicação pastoral? Porque, para a gente tocar a opinião pública, precisamos, necessariamente, falar de comunicação pública, ou seja, estar presente, ser transparente, facilitar o acesso, dar possibilidade de participação. E quando a gente fala disso, a gente também pensa em Educomunicação que é uma terminologia que, até o momento, não aparecia nos documentos da Igreja. O Diretório, de repente, introduz esse conceito e essa metodologia. O que o senhor pensa desse método de comunicação?

OT – Quanto à primeira parte de sua colocação, eu creio que a dificuldade da Igreja em dar, digamos assim, uma certa prioridade à comunicação, ainda está um pouquinho longe de acontecer na CNBB. A comunicação tem a sua importância, mas ainda não atingiu aquilo que seria o seu papel. Também nas dioceses e paróquias, nós temos as rádios, TVs e revistas, mas evidentemente ainda não temos um plano nacional. O que temos são alguns grupos religiosos de ação e de opinião particularizados, e nem sempre muito unidos. Embora tenhamos a unidade teológica, sacramental e doutrinal, nem sempre estamos unidos em torno de uma mesma comunicação. Neste sentido, é um pouco difícil falar de um plano nacional, devido à falta de estrutura da Igreja Católica. Eu creio que, sob este aspecto, a iniciativa teria que partir de uma convenção episcopal, onde já existe uma certa unidade em relação a essa questão. Na época em que estávamos na comissão, tínhamos alguns momentos de redes de rádio e TV em alguns eventos, mas isso é muito pouco para todo o trabalho que desenvolvemos. Quanto à segunda parte de sua pergunta sobre a Educomunicação, eu creio que o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, pelo que eu conheço, é o primeiro que trata desse assunto, graças ao trabalho do Professor Ismar. Ele foi um dos especialistas que trabalharam no diretório e sempre gostou muito desse assunto. Eu penso que a comunicação no contexto da educação não é uma coisa tão nova assim, mas colocada em nome da Igreja, é uma inovação. Creio também que, enquanto nomenclatura, embora já comece a existir como algo concreto, ainda não entrou muito no conceito geral, popular, e ainda continua sendo algo para especialistas. Nós sabemos que, hoje, as universidades e as escolas, de uma forma geral, utilizam muito a internet na educação. O EAD, ensino à distância, aprovado pelo MEC, já foi incorporado pela Igreja. É o caso da TV século XXI e de vários cursos da CNBB que podem ser acessados e gravados. Na Arquidiocese, nós temos, na WebTV Redentor, um curso chamado CLIC, que nos ajuda na iniciação cristã. Existe também a ideia de gravar um “Mater Ecclesia”, que é um curso por correspondência, famoso no Rio de Janeiro, além de outros assuntos. E, além disso, temos iniciativas próprias e particulares de padres ou de grupos ligados à Igreja que também divulgam suas aulas pela internet. Alguns pagos, outros gratuitos. Existe toda uma movimentação não muito centralizada, não muito controlada. Cabe a nós acompanhar a Igreja na diocese, na CNBB, e continuar seguindo esta linha da educomunicação, não só com aulas formais à distância, mas como também instrumento para ajudar as pessoas a crescer, a voltar os olhos para os vários temas importantes da sociedade, para discuti-los e, ao mesmo tempo, neles se aprofundarem.

MC - O Senhor acredita que é possível a gente aplicar a metodologia da Educomunicação, que passaria por um diálogo mais próximo com as crianças, jovens e adolescentes, no âmbito da catequese e mesmo da liturgia? É possível isso?

OT – No que diz respeito à liturgia, a igreja tem experiência em discussões de aulas também. A questão é que a interação com o outro você faz antes e não no momento em que acontece. Talvez essa seja uma fragilidade. Em relação à catequese, existe uma catequese presencial na paróquia, com os exercícios e aprofundamento feitos em casa pela internet. Existem algumas experiências esporádicas com *games* catequéticos que podem aprofundar alguns assuntos. Eu creio que tudo isso ainda é muito incipiente, mas, ao mesmo tempo, muito promissor porque os passos estão sendo dados, ou seja, se existe é porque há possibilidade, se não existe mais, é porque falta entusiasmo. E é preciso tomar consciência da realidade que está aí, porque o jovem, a criança de hoje, já nasce com a mão no seu tablet, já nasce “com a mão na questão virtual”. E aquilo com que nós, mais antigos, temos que aprender a lidar, para uma criança, é algo extremamente natural.

MC - Quando a gente fala em aproximar-se desse jovem, desse adolescente, estamos falando de missão. E o Papa Francisco tem falado de uma igreja em saída, de uma igreja em lançar-se ao campo. Como já dizia o Papa João Paulo II, ir a águas mais profundas, à questão missionária mesmo, à questão da evangelização, do evangelizar-se. Quando falamos em Educomunicação, estamos criando laços, fomentando expectativas, e experiências de descobertas de missão. O senhor acha que seria possível, com o Diretório de Comunicação, animar os setores missionários de evangelização nesse sentido?

OT - Se não me engano já existem também algumas aulas, alguns vídeos de missão voltados para a educação para a missão, em alguns ensinamentos à distância. E já se tornou uma tradição também, no mês de outubro, a elaboração de vídeos missionários. E também a elaboração de alguns vídeos não só no mês de outubro, mas também de vídeos que incitam à missão, que falam da missão, da missão permanente. Nós temos que saber utilizar tudo isso, sem dúvida. Os documentos da igreja falam que seremos omissos e pecaremos gravemente se não utilizarmos os meios de comunicação modernos para evangelizar e para o incitamento à missão. Então, hoje a Igreja em saída e a Igreja das águas mais profundas deve ser entendida não só como aquela que sai da paróquia, da matriz, que vai para a casa ou para a rua, mas é também aquela que sai para os meios virtuais, para o mundo virtual, para o mundo inteiro. A Igreja tem que estar presente em tudo e em todo lugar e, para isso, sem dúvida, temos que utilizar todos os meios de comunicação. A Educomunicação, e tudo aquilo que faz parte de seu entorno, deve ser utilizada tanto para o anúncio como também para o aprofundamento da fé naquilo que nós anunciamos. Deve nos ensinar como discutir os assuntos e como levar as pessoas a terem a visão cristã do que está acontecendo no mundo de hoje.

MC - O Senhor acredita que no Brasil já haja alguma diocese, ou mesmo, aqui na arquidiocese do Rio de Janeiro, já haja paróquias que tenham essa iniciativa comunicativa, que permita à criança aprender e realizar a catequese, ela mesma fazendo pesquisas, ela mesma construindo um vídeo, ela mesma fazendo programas de rádio em que ela fala de Jesus, por meio dos quais ela aprende e, ao mesmo tempo, ensina, com a Educomunicação passando pelo processo, porque ela própria é uma construção desse processo? Aqui na Arquidiocese, já haveria alguma paróquia ou alguma diocese que o senhor recorda que já tenha essa iniciativa?

OT - Na Arquidiocese do Rio de Janeiro, nós temos a iniciação cristã e missão cristã, que partem do trabalho diferenciado de catequese, não mais restringindo-se à aula expositiva, mas com a participação de grupos de pessoas que vão, pouco a pouco, passando por várias etapas. Essas etapas são mais ligadas ao catecumenato e, sob esse aspecto, entra muito a questão da comunicação virtual, porém sem a elaboração de vídeos ou programas de rádio. Essas iniciativas, só podem ser encontradas em aulas de educação religiosa de algumas escolas

especializadas aqui do Rio de Janeiro. Nas paróquias, com todas as suas limitações, a iniciação cristã cumpre as etapas utilizando esta outra forma um pouco mais interativa, mas não tanto elaborativa.

PM - O que o Senhor destacaria em termos de enriquecimento ao Diretório de Comunicação, se o Senhor tivesse que colocar mais alguma coisa ou que indicar algumas iniciativas que poderiam estar ali contempladas?!

OT – Todo diretório, todo documento, está situado no tempo. Ele começa a ficar defasado no dia seguinte a sua elaboração, a sua aprovação. Isso é inevitável, por melhor que se faça, ao concluir o trabalho e ao aprová-lo. Para que ele possa mostrar o rosto da Igreja no mundo de hoje, tem que ser mais aprofundado, acredito eu. Por isso, ele pode e deve ser elaborado e trabalhado um pouco mais, não apenas em programas da Pascom, o que é um pouco a preocupação do diretório, de como organizá-lo, de como levá-lo para frente, mas um plano mais amplo de comunicação que vai além do pessoal da igreja, e é o diretório que deve suscitar isso. E ele tem que se atualizar a cada ano, a cada instante. E cobrar para que isso aconteça.

MC - Já temos um ano da aprovação do diretório, e nesse um ano, o Senhor já constata alguma incidência ou alguma presença dele na vida das dioceses, e mesmo aqui na arquidiocese do Rio de Janeiro?

OT - O Diretório de Comunicação, como disse, é uma reflexão sobre a comunicação e inclui algumas orientações. A equipe atual da Comissão Episcopal para Comunicação, que cumpriu sua última gestão antes da que agora está assumindo, teve a preocupação de, em todas as regionais, falar do Diretório de Comunicação, de explicá-lo, explicitá-lo e aprofundar o seu conhecimento. E junto com várias regionais da CNBB, elaboraram o projeto do plano regional de comunicação e do plano diocesano de comunicação. Levar isso e o plano nacional às dioceses em um ano, levando-se em conta as dimensões do Brasil, até que podemos considerar um grande passo.

MC - O que o senhor sugeriria em termos de melhorias da comunicação, a partir de todo esse trabalho, de todo esse processo realizado para apresentar à Igreja no Brasil uma proposta clara, objetiva e concisa da vida da Igreja a partir do ponto de vista da comunicação?! Que sugestões o senhor daria para a Igreja a partir desse processo, o que precisaria dar certo e o que poderíamos trabalhar para melhorar e aplicar melhor?

OT - Eu creio que a questão da comunicação na própria caminhada da igreja é paulatina, é um degrau após o outro, embora, em alguns momentos, ela exija saltos. A conscientização da importância da comunicação não é tão simples. A coisa vai acontecendo e não é uma unanimidade. Às vezes temos a consciência teórica de que, na prática, ainda não acontece. Nós temos que dar passos para que a comunicação nos faça mostrar o rosto da Igreja para a sociedade. Ao mesmo tempo, nos une enquanto igreja conhecer um pouco melhor o outro, a própria paróquia começar a conhecer um pouco os outros movimentos, a própria diocese e a própria igreja. E, ao mesmo tempo, a partir dessa interação comunicacional, comunicar a fé, através de uma educação que possa ir acontecendo de forma continuada. Estamos longe de tudo isso, mas estamos dando passos e precisamos prosseguir nessa caminhada sem desanimar, sem parar, sabendo que temos um longo caminho aí a percorrer e, ao mesmo tempo, com os olhos voltados para as nossas metas. Temos que nos voltarmos para a Igreja que anuncia, que sai, a igreja em saída. Temos um trabalho importante não só para, entre aspas, conquistar adeptos, mas para levar as pessoas a caminhar na igreja, a viver num país mais justo, mais humano,

fraterno. Temos tantas intolerâncias religiosas, tantas violências no mundo, perseguições, corrupção, erros... Cabe a nós trabalhar enquanto Igreja para a construção de um mundo mais justo, mais humano.

MC – Nossos agradecimentos ao arcebispo Dom Orani.

Entrevista com Dom José Luiz Gomes De Vasconcelos

Mestre em Teologia Patrística e História da Teologia pela Pontifícia Universidade Gregoriana de Roma. Bispo Referencial da Regional Nordeste 1, da CNBB, para a Comunicação e a Juventude.

Maurício Cruz - Minha primeira pergunta, Dom Vasconcelos, é sobre o seu conhecimento a respeito do Diretório da Comunicação da Igreja no Brasil: o senhor participou, em algum momento, da elaboração desse documento, e qual a importância que o senhor vê nele para a Igreja do Regional Nordeste 1?

Dom Vasconcelos – Nós aprovamos este documento em 2014, exatamente no momento em que eu assumia esta diocese. E este documento é muito importante porque é uma retomada de uma caminhada. Uma caminhada que já vem há longos anos, sempre a nos indicar a necessidade de um diretório, ou seja, de um instrumento que pudesse nos orientar, garantindo-nos um embasamento mais teológico e mais profundo. Lembro-me de que a Irmã Élide (jornalista e irmã paulina), que agora está aqui em Pernambuco, perto de nós, contribuiu muito para que nós chegássemos a esta etapa em que nos encontramos. A Pastoral da Comunicação já existe em muitas dioceses há algum tempo, mas foi se aprimorando, particularmente com a participação da juventude. Além de bispo referencial para a comunicação - nossa regional é pequena -, sou também referencial para a juventude. E este é, sem dúvida, um belo casamento. Se nós queremos que a comunicação funcione, precisamos entregá-la à juventude, porque essa galera já nasce sabendo fazer comunicação e isso é muito bom. Nós temos observado um esforço muito grande. Esta é a terceira edição do Muticom aqui no Regional Nordeste 1. A primeira foi realizada na Diocese de Itapipoca e a segunda, na Diocese de Crato, no extremo sul do Estado. E, agora, viemos para o extremo norte, para a nossa Diocese de Sobral. Pelo que temos observado, é grande a adesão. Contamos, inclusive, com a participação de representantes da Arquidiocese de Teresina que se sentiram atraídos e vieram participar conosco deste “Muticom educar para a comunicação”. Existe, sim, uma necessidade de comunicar com educação e, conseqüentemente, de repensar a própria educação, para aprendermos como nos comunicarmos educadamente, passando pelas várias instâncias de nossas vidas: pela família, pela escola, pelo ambiente profissional e também pela dimensão política. E isso pressupõe uma visão crítica dos meios de comunicação. Estes são apenas alguns dos itens importantes que compõem o Capítulo IX do nosso Diretório para a Comunicação.

MC - Esse capítulo traz também a possibilidade da educomunicação como paradigma de reflexão e ação na educação para a comunicação. O Senhor já tinha conhecimento desse paradigma e dessa metodologia de trabalho? O que o senhor acha da presença desse paradigma no texto do Diretório?

DV - Assim como os outros pascomeiros, também eu estou aqui para aprender e eu estou certo de que o Pe. Maurício certamente vai nos falar com mais profundidade sobre o assunto (risos).

MC - O que o senhor espera, daqui pra frente, com o empoderamento do Diretório, a partir do momento em que a juventude e as equipes tiverem acesso a esse documento? O que o senhor espera de modo concreto dessa juventude e das equipes da Pascom?

DV – Primeiramente, que aprendamos a encarar a comunicação como a pastoral que ela precisa ser e que não se trata, simplesmente, de um entretenimento. Que ela seja um instrumento de comunicação do Evangelho. E, para isso, precisamos abrir o seu leque de abrangência: comunicação na catequese, comunicação na liturgia, comunicação nos meios de comunicação social versus tecnologia da comunicação. Precisamos aprofundar nossa formação. Esta deve ser a função do texto de nosso diretório: base para os nossos encontros de formação nas diversas dioceses e suas regionais.

MC - Quantas dioceses compõem a Nordeste 1, Dom Vasconcelos?

DV - Nós somos nove dioceses.

MC - Todas elas participaram dos três encontros já acontecidos no mutirão de comunicação?

DV – Não. Duas dioceses ainda não organizaram a Pascom. A Pascom já existe nessas dioceses, mas não estão organizadas em âmbito diocesano.

MC – Agradecemos, carinhosamente, a Dom Vasconcelos por sua participação.

Entrevista com Irmã Élide Fogolari

Mestra em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, com formação no curso de jornalismo da PUC-PE. É coordenadora de cursos do Sepac/Paulinas e ministra cursos na área de Educação para Comunicação e Pastoral da Comunicação em diversas dioceses e seminários.

Nome: Irmã Élide Fogolari. **Idade:**... **Formação:** especializou-se nas mediações culturais construídas pelas telenovelas e na linguagem radiofônica. É mestra em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, com formação no curso de jornalismo da PUC-PE. É coordenadora de cursos do Sepac/Paulinas e ministra cursos na área de Educação para Comunicação e Pastoral da Comunicação em diversas dioceses e seminários. Participou da Assessoria de Comunicação da CNBB no quadriênio 2010/2014, secretariando os serviços da Comissão Episcopal para a Comunicação, junto com o Padre Clóvis Andrade de Melo.

MC - Como surgiu a ideia de se produzir um Diretório de Comunicação para a Igreja?

EF - O Diretório de Comunicação representa, em outras palavras, as Políticas de Comunicação da Igreja Católica no Brasil. É esse o contexto que justifica a produção de um Diretório de

Comunicação, sintetizando um processo e projetando o presente e o futuro comunicativo da Igreja em diálogo com os demais segmentos sociais. O processo de construção do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil se deu nas várias instâncias da Igreja do Brasil que passamos a descrever de forma sintética. Com a proposta de ajudar a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil - CNBB - na meditação e compreensão da comunicação, foi criada, em 1979, uma Equipe de Reflexão, para colaborar com o Setor de Comunicação. Segunda o relato da Irmã Maria da Glória Bordeghini, da Congregação das Filhas de São Paulo (Paulinas), durante a reunião da CEP de dezembro de 1978, “sugeri à Dom Koaik, então Presidente do Setor de Comunicação da CNBB, que se fazia necessário constituirmos uma Equipe de Comunicadores da CNBB composta por profissionais, professores e pesquisadores da área para apoiar e colaborar na reflexão e produzir textos de comunicação, dando assim sustentabilidade ao Setor. Demos início a uma lista de nomes de pessoas para colaborar nas áreas de Imprensa, Rádio, Cinema e TV. A Equipe foi então formada e as reuniões eram realizadas, inicialmente, a cada três meses e, depois, passamos a nos reunir duas vezes ao ano. Numa dessas reuniões, entre outras iniciativas, surgiu a proposta da Equipe de Reflexão de Comunicação da CNBB, de produzirmos um Diretório de Comunicação. E essa iniciativa permeou a longa caminhada da Equipe, entre outras atividades de comunicação da Igreja no Brasil. Era uma tecla que se fazia ouvir de forma persistente e constante”.

MC - Foi uma decisão dos órgãos diretivos da CNBB ou uma iniciativa da Comissão para a Cultura, Educação e Comunicação?

EF - A decisão da produção do documento foi uma iniciativa de Dom Eduardo Koaik, bispo de Piracicaba e Presidente do Setor de Comunicação da CNBB, da assessora do Setor, Irmã Maria da Glória Bordeghini, e do grupo da equipe de Reflexão de Comunicação da CNBB, constituída por profissionais, pesquisadores e professores da área de comunicação.

MC - Qual a importância, para a Igreja, de se aprovar um “Diretório” para determinado tema?

EF - O Diretório chega no momento em que a Igreja é interpelada pelas mudanças trazidas à sociedade contemporânea pela revolução digital, tema tratado com vigor pelo Papa Bento XVI, em suas últimas mensagens destinadas a celebrar, anualmente, o Dia Mundial das Comunicações. A comunicação é entendida como um processo social, a serviço das relações entre homens e mulheres, favorecendo a comunhão e a cooperação entre as pessoas. Tanto os tradicionais meios de comunicação social, quanto as novidades trazidas pelo emergente mundo da internet devem colocar seu protagonismo a serviço da promoção de uma cultura de respeito, diálogo e amizade. A comunicação é vista como uma prática que incide na vida das pessoas e, por isso, necessita ser objeto de reflexão pessoal. A educação das novas gerações para uma adequada convivência com o mundo da comunicação e de suas tecnologias é essencial para o entendimento das novas condições civilizatórias, propiciando a formação de cidadãos para atuar criativamente no contexto da cultura midiática. Cabe à ação pastoral e aos seus promotores – ministros ordenados, religiosos e leigos – fazer uso dos processos e meios da comunicação a serviço da partilha da Palavra, merecendo destaque, nesse percurso, as redes sociais digitais. E, finalmente, a Pastoral da Comunicação precisa ser priorizada nos planos de ação da Igreja, em todas as suas instâncias, necessitando de planejamento, formação, recursos tecnológicos e pessoais especializados. O Diretório oferece uma visão orgânica de como os processos de comunicação e suas tecnologias se fazem presentes no dia a dia da sociedade contemporânea, também identificada como sociedade da informação e da comunicação. Igualmente, lança um olhar sobre a Igreja, uma instituição complexa em sua estrutura e em suas múltiplas ações,

animada por um mesmo e grande ideal, que é a mística missionária da “Igreja ‘em saída’”. O Diretório aspira a que todas as pessoas, setores ou organismos vinculados à Igreja não se sintam alheios ao grande plano de comunicação, que se espera ver realizado e plenamente estabelecido em todas as instâncias da vida eclesial. Merecem atenção especial os processos comunicativos que envolvam as crianças e os jovens, como membros ativos da sociedade e da Igreja. O Diretório aponta para a importância de se adotarem procedimentos educacionais que favoreçam às novas gerações uma aproximação dos meios e recursos da informação a partir de uma perspectiva crítica, construtiva, autoral e cristã. A comunicação que emerge das comunidades em que as leigas e os leigos são os protagonistas necessita ganhar reconhecimento por parte dos pastores, para que não se ocultem as luzes que devem ser colocadas nos lugares mais altos para iluminar todo o ambiente eclesial.

MC - Quanto tempo durou a preparação do documento?

EF - O processo de construção do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil é bastante complexo, dada a quantidade de tempo que o documento levou para ser produzido e as muitas transições na equipe e na orientação quanto a sua construção, como já relatou a Irmã Maria da Glória Bordeghini. “no final dos anos 70, a equipe de reflexão da CNBB pensou na produção do Diretório de Comunicação, o foi aprovado durante a 83ª Reunião Ordinária do Conselho Permanente, em Brasília – DF, de 11 a 13 de março de 2014. Portanto, a produção do Diretório teve um processo histórico de uns 13 anos. Segundo o jornalista e mestrando da Metodista, Ricardo Costa Alvarenga, em sua monografia “Novos Rumos da comunicação católica brasileira: o processo de construção do Diretório da Igreja no Brasil”, “Dom Orani João Tempesta, Arcebispo do Rio de Janeiro e Presidente da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da CNBB por 8 anos, propôs à Equipe de Reflexão a produção do Diretório de Comunicação no início do seu mandato, o que levou muitos anos, porque foi feito a muitas mãos, com muitas versões, enriquecido pouco a pouco”. o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil passou por 09 fases:

- Pensamento embrionário sobre diretório
- Retomada do pensamento sobre diretório
- Início das articulações para a produção do diretório
- Orientação pelo diretório de comunicação italiano
- Redefinição na produção do diretório
- Primeira versão do diretório
- Retomada da elaboração do diretório
- Finalização do diretório
- Aprovação e publicação do diretório

MC - Como foi o processo de escolha dos membros da equipe que construiu o Diretório de Comunicação?

EF - Os critérios de escolha do grupo para a produção do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil foi a partir da constatação de pessoas que estivessem voltadas e preocupadas com a comunicação da Igreja e que tivessem realizado pesquisas nesta área. A Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação indicou nomes, entre bispos, professores, pesquisadores e profissionais da área e a Presidência da CNBB nomeou e convidou oficialmente cada pessoa para redigi-lo.

MC - Como foi o processo de criação e aprovação do texto do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil?

EF - A partir da concepção até a publicação aconteceram inúmeros obstáculos ao longo do caminho. Após alguns anos de tentativas de redação do texto pela Equipe de Reflexão e Comunicação da CNBB, Dom Orani João Tempesta, então Arcebispo de Belém e Presidente da Comissão, propôs a tradução do Diretório de Comunicação da Conferência Italiana, para que servisse de parâmetro enquanto estrutura. Esta iniciativa causou estranheza e até revolta por parte de alguns membros da Equipe de Reflexão da CNBB. No entanto, Dom Orani foi irredutível e solicitou ao grupo que trabalhasse no texto, adaptando-o para a realidade da Igreja no Brasil. Foi constituído um grupo de 16 pessoas, entre bispos, sacerdotes, religiosas, professores, pesquisadores e profissionais da área, nomeado oficialmente pela Presidência da CNBB para escrever o texto, tendo por base o Diretório italiano. Dom Dimas Lara Barbosa, presidente da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da CNBB, e os assessores Padre Clóvis Andrade de Melo e Irmã Élide Fogolari convocaram o grupo e, após algumas reflexões sobre a metodologia de trabalho, foram constituídas equipes de 3 a 4 pessoas que se responsabilizaram por escrever dois ou três capítulos. Eram marcadas reuniões sistemáticas e cada equipe apresentava seus manuscritos, que eram submetidos a exame do grupo em sua totalidade. A primeira versão foi apresentada ao Conselho Permanente da CNBB, constituída pela Presidência, pelos bispos presidentes das 12 Comissões, pelos bispos presidentes dos 18 Regionais, por todos os assessores e mais representantes de organismos e pastorais da Igreja. Os bispos presentes ao Consep solicitaram que fosse impresso o texto o mais rápido possível, como Documento nº 1 de estudos da CNBB, sob o título, “A comunicação na Vida e na Missão da Igreja no Brasil”. O texto foi publicado nas comunidades e, sobretudo, nos grupos da Pascom. O documento tornou-se texto de estudo, de reflexão e motivou muitos grupos a se organizarem enquanto comunicação nas suas comunidades. Outra contribuição importante, que emergiu a partir do documento de estudos, foram as contribuições enviadas à equipe de redação que se faziam presentes nas reuniões, com sugestões e modificações do texto mártir que seria o tão sonhado “Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil”. Após inúmeras reuniões, encontros presenciais e pela internet, a equipe constituída pela Presidência da CNBB, para redigir o texto do Diretório, apresentou o documento para ser aprovado durante a 51ª Assembleia Geral que aconteceu, em Aparecida, nos dias 10 a 19 de abril de 2013.

Os bispos estudaram, debateram, refletiram e compartilharam o texto. Seguiram-se as votações e a Assembleia dos bispos sugeriu à equipe de redação que produzissem um novo texto, menos acadêmico, mais simples e prático. Foi transferido ao Conselho Permanente o poder para aprovar o novo texto, contemplando todas as modificações apresentadas pela Assembleia Geral dos Bispos, em Aparecida. Foi um momento de parto muito doloroso para a equipe que não estava toda presente. Retomar o texto após tanto trabalho, pesquisas, reuniões, não foi fácil. Mas era a condição necessária e indispensável para que a Igreja no Brasil pudesse contar com um Diretório de Comunicação, indispensável para a ação evangelizadora no contexto atual. A Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da CNBB, tendo como presidente Dom Dimas Lara Barbosa, Arcebispo de Campo Grande, e como assessores a Irmã Élide Maria Fogolari e o Padre Clóvis Andrade de Melo, decidiu reduzir a Equipe de redação do Diretório. A Presidência da CNBB convocou e nomeou Dom Dimas Lara Barbosa, Dom Antônio Wagner da Silva, Irmã Élide Maria Fogolari, Padre Clóvis Andrade de Melo, Professor Ismar de Oliveira Soares, Padre Manuel Quinta, Professor Mozahir Salomão e Professor Dr. Moisés Sbardelotto. A equipe deu início às reuniões presenciais de forma sistemática, com pesquisas, produção de textos, contemplando as sugestões e indicações dos bispos, reunidos durante a Assembleia, em Aparecida, SP. Foram momentos de intenso trabalho e dedicação para que o texto chegasse a

um patamar satisfatório para toda a Igreja no Brasil. Todos os participantes do Conselho Permanente participaram dos grupos constituídos para estudar, refletir, partilhar e debater o texto, item por item. Foram dias tensos, mas proveitosos, no sentido de acolhida da nova redação que estava sendo apresentada ao CONSEP. Mas não deixaram de ser dias tensos e de muita apreensão. Finalmente, num clima de medo, apreensão e dúvidas, o texto foi apresentado, em sessão especial, na 83ª Reunião Ordinária do Conselho Permanente, em Brasília, DF, de 11 a 13 de março de 2014. E o texto foi aprovado por unanimidade. A Igreja no Brasil, a partir do dia 13 de março de 2014, passou a contar com o Diretório de Comunicação que vem sistematizar, dinamizar a comunicação na Igreja do Brasil que deixa de ser fragmentada, para ser luz na ação evangelizadora. Toda uma riqueza de prática e teoria em comunicação passa a ser referencial de Norte a Sul do País, contribuindo para uma maior consistência e unanimidade para toda a Igreja na área da comunicação com sentido pastoral. Finalmente, esta Igreja que amamos e pela qual damos a vida compreendeu que as ações comunicativas permeiam todo o tecido social nas interações com todos os segmentos instituídos na sociedade, como família, trabalho, lazer, comunidade, escola, Igreja.

MC - Quais inovações a Igreja apresenta nesse documento?

EF - O documento destina-se – mas não só a eles – aos responsáveis pela formulação e pela condução das práticas de comunicação nos diferentes âmbitos da vida eclesial e nas relações da Igreja com a sociedade. O texto reúne e disponibiliza referenciais comunicacionais, sociológicos, éticos, políticos, teológicos e pastorais, destinados à reflexão das lideranças da comunidade eclesial e civil, na promoção de uma gestão da comunicação compatível com as necessidades das comunidades e de sua missão evangelizadora. Os conteúdos dos diferentes capítulos servem como base para a formação de sacerdotes, religiosos e leigos, oferecendo elementos para a produção de subsídios multimidiáticos que, utilizando uma linguagem simples e apropriada, fortaleçam a Pastoral da Comunicação em todos os seus níveis e projetos.

MC - A escolha dos temas que compõem o Diretório de Comunicação foi realizada de que modo?

EF - Para atender seus objetivos, o Diretório é composto por um conjunto de dez capítulos, divididos em artigos, que buscam dar conta dos diferentes aspectos do fenômeno comunicativo relacionado com a prática pastoral. O documento propõe e motiva a Igreja a ampliar suas relações com a comunidade humana, na perspectiva de uma “cultura do encontro”, como foi proposto pelo Papa Francisco. Um caminho já apontado, há cinco décadas, pelo Concílio Ecumênico Vaticano II, que, mediante o Decreto *Inter mirifica*, publicado em 1963, fez a opção por uma comunicação aberta ao diálogo com o mundo, a sociedade e suas tecnologias.

MC - Que outras conferências episcopais do mundo contam com Diretórios de Comunicação?

EF - Por informações, sei que o primeiro Diretório de Comunicação é da Conferência Italiana, o segundo é da Índia e o terceiro é da Igreja no Brasil. Na América, um ou dois países mandaram traduzir o Diretório Italiano na íntegra e o editaram. Este não é considerado Diretório de uma Conferência de bispos e nem pode ser.

MC - Na qualidade de participante da idealização do Diretório, enquanto assessora da Comissão, o que você proporia para que o documento venha a se tornar uma referência

para as mudanças que a Igreja necessita implementar no campo de suas práticas comunicativas?

EF - Algumas iniciativas já foram tomadas e estão sendo realizadas pela Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da CNBB e o atual presidente da Comissão me disse que vai dar continuidade a essas iniciativas:

Logo após a aprovação, os assessores da Comissão, Irmã Élide Maria Fogolari e Padre Clóvis Andrade de Melo, organizaram um curso na ótica do Diretório de comunicação que foi realizado em todos os 18 Regionais da Igreja no Brasil. Foi um momento muito importante porque o documento passou a ser conhecido e colocado em prática em todas as regiões do Brasil. Foi criado um curso de comunicação à distância, em parceria com a Comissão para a Comunicação e com a TV Século 21. O curso EAD está sendo realizado e tem beneficiado muitos agentes da comunicação. Consulte o site da TV Século 21.

Foi criada uma coleção de 06 livros na ótica da comunicação que serão lançados pela Paulinas e Canção Nova. Os textos já estão sendo enviados às editoras. A Comissão não vai dar continuidade a este projeto.

Entrevista com Padre Clóvis Andrade De Melo

Assessor da Comissão para comunicação na CNBB no último quadriênio, 2010/2014, e trabalhou junto com a irmã Élide Fogolari e Dom Dimas Lara Barbosa nas atividades próprias da comissão, tendo acompanhado os momentos finais da edição do Diretório de Comunicação.

Maurício Cruz - Como surgiu a ideia de se produzir um Diretório de Comunicação para a Igreja? Foi uma decisão dos órgãos diretivos da CNBB ou uma iniciativa da Comissão para a Cultura, Educação e Comunicação?

Clóvis Mello - Um dos importantes projetos que a comissão desenvolveu, ao longo dos últimos anos, foi a elaboração do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, uma iniciativa que surgiu de modo especial há pelo menos 13 anos, liderada por Dom Orani João Tempesta, que era o bispo presidente da Comissão. Antes, inclusive, de Dom Orani pedir que se fizesse esse Diretório de Comunicação, os grupos de reflexão da CNBB, ligados à comunicação, já conversavam bastante sobre a importância de um diretório de comunicação da Igreja no Brasil. Foram dados, então, os passos iniciais para a concretização desse sonho. Tudo começou ainda na chamada Comissão para a Cultura, Educação e Comunicação da CNBB. A comunicação era um setor dessa comissão e uma conquista importante foi torná-la uma comissão específica que desse mais autoridade e liberdade para trabalhar a comunicação na Igreja.

MC - Qual a importância, para a Igreja, de se aprovar um diretório para determinado tema? Que outras áreas pastorais dispõem, hoje, de diretórios específicos, no Brasil?

CM - Para a igreja, ter um Diretório de Comunicação é muito importante porque trata-se de um diretório de princípios, não um documento normativo, não uma “receita de bolo”, mas um documento de princípios que ajuda a orientar a ação concreta. Assim, o Diretório, ao final de cada um dos dez capítulos, traz pistas de ações concretas que vão ajudar a iluminar o agir

concreto, o agir específico da comunicação na Igreja, naquela área determinada que o capítulo trabalhou, refletiu e discutiu. Na CNBB, que eu conheça, a Comissão para a Catequese tem um diretório específico; a liturgia, a cada ano, lança um Diretório Litúrgico que contém alguns princípios e, também que eu saiba, a Comissão Vida e Família tem um Diretório da Pastoral Familiar. E agora a comunicação também tem o seu Diretório próprio.

MC - Como foi o processo de criação e aprovação do texto do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil? Quanto tempo durou a preparação do documento? Qual foi o perfil dos especialistas convidados para elaborar a proposta? Enfim, conte um pouco da história vivida pela comissão criada para estudar o tema e elaborar o texto levado à assembleia geral da CNBB, traçando algum paralelo entre a(s) proposta(s) estrangeira(s) de Diretório(s) para a área da Comunicação e o texto brasileiro..

CM - O processo de criação e de elaboração do texto do Diretório seguiu a metodologia própria dos outros documentos da CNBB: foi constituída uma Comissão de Redação formada por profissionais e pesquisadores especializados em suas respectivas áreas; essa comissão elaborou um “texto mártir” que foi apresentado para estudo dos bispos, para que eles pudessem contribuir e auxiliar na reflexão e na adoção de uma linguagem própria para o documento; buscou-se também na base, nas regionais e dioceses, a contribuição das lideranças que trabalham na área, num processo de enriquecimento do documento até que ele chegasse para aprovação. A primeira equipe que começou, por volta de 2009, a discutir e elaborar o texto não foi bem sucedida. Dom Orani, que era presidente da Comissão, chamou a Irmã Élide Fogolari, a única assessora da Comissão, e disse-lhe ser muito importante levar adiante o projeto do Diretório de Comunicação. Como não havia nada de consistente, qual foi o ponto de partida, então, para se elaborar o Diretório? Poucos meses antes dessa conversa de Dom Orani com a irmã Élide, havia sido promulgado o Diretório de Comunicação da Conferência Episcopal Italiana, um documento muito bom, muito precioso. Dom Orani, então, pediu à Irmã Élide que traduzisse esse documento para o português, para que pudesse servir de base para o nosso Diretório de Comunicação. Isso foi feito. Naquela ocasião, só tínhamos notícia do Diretório italiano. Depois, viemos a saber que a Índia também tinha um e que outras conferências episcopais tinham traduzido o italiano na íntegra e que o tinham adotado como o seu Diretório de Comunicação. No nosso caso não foi bem assim. O Diretório de Comunicação da CEI (Conferência Episcopal Italiana) serviu de base para a elaboração do nosso, porque nós identificamos que o Diretório da Conferência Italiana dava um enfoque maior à cultura e não contemplava tanto a dimensão prática e a dimensão pastoral, que se constituem no principal interesse da Igreja no Brasil. Depois de traduzir o documento da Conferência Italiana, foi constituída uma outra equipe de redação, aproveitando vários membros da equipe de comunicação da CNBB. Dividimos o texto em 10 capítulos e cada capítulo ficou a cargo de duas pessoas. A equipe de redação e de elaboração foi constituída de profissionais, pesquisadores e doutores de várias universidades, entre as quais USP-SP, PUC-PR e PUC-MG. Eram professores da área da comunicação, jornalistas e alguns bispos da Conferência Episcopal com alguma formação em comunicação. O critério de escolha dos participantes dessa equipe de redação foi que eles tivessem conhecimento técnico na área da pesquisa e fossem pessoas engajadas na Igreja e que conhecessem a história da comunicação na Igreja, pois eles teriam que trabalhar a dimensão pastoral, porque a comunicação na Igreja tem seu foco na pastoral. A equipe trabalhou arduamente durante dois anos na elaboração de cada capítulo.

MC - No exame do documento preparado pela comissão de especialistas, o que foi mais facilmente acolhido pelo episcopado brasileiro e o que encontrou dificuldades de ser incluído no texto?

CM - A primeira versão do “texto mártir” foi apresentada na assembleia dos bispos, em 2013. Apresentado o texto, os bispos se reuniram em Grupos de Estudos e começaram a surgir observações que revelaram algumas dificuldades. Eles sentiram que o texto estava muito técnico e muito acadêmico e pediram que se fizesse uma revisão da linguagem e dos termos técnicos, porque os destinatários do texto, de um modo especial, seriam os Agentes de Pastoral, e o texto precisaria estar num nível adequado para eles. A equipe de redação foi, então, reduzida porque os textos já tinham sido elaborados e era necessário, agora, dar uma unidade na linguagem, torná-lo mais pastoral e menos técnico e teórico, do contrário seria mais um texto guardado na gaveta.

MC - Quais as maiores dificuldades encontradas na preparação deste documento?

CM - Outra dificuldade que encontramos, decorrente de um texto feito a muitas mãos, foi que cada capítulo tinha um estilo próprio; o desafio era, então, dar-lhe uma unidade de estilo e de redação. Por isso, foi constituída uma equipe menor, de quatro profissionais mais a Irmã Élide e o Padre Clóvis, assessores da comissão, e Dom Dimas Lara Barbosa. Essa equipe menor passou a trabalhar capítulo por capítulo, revisando a linguagem, a questão da coerência, da concordância, do conteúdo, para chegar a um texto mais equilibrado que pudesse, finalmente, ser apresentado no chamado Conselho Pastoral, que é um conselho permanente da CNBB, designado pela Assembleia Geral para a aprovação do documento. Isso aconteceu em março de 2014.

MC - Alguns documentos marcaram a posição da CNBB frente ao mundo da comunicação, como o texto da Campanha da Fraternidade de 1989 (“A Comunicação para Verdade e a Paz”) e o documento de 1996 (“Igreja e Comunicação Rumo ao Novo Milênio: conclusões e compromissos”). Em termos conceituais e programáticos, o que o atual Diretório de Comunicação avançou em relação aos documentos anteriores?

CM - Para o processo de redação, nós fomos resgatando os vários documentos que a igreja já havia produzido e apresentado, relacionados à comunicação, de modo especial, “Campanha da Fraternidade-1989”, “Comunicação para a Verdade e para a Paz”, “Igreja e Comunicação Rumo ao Novo Milênio”, “Conclusões e compromissos” e vários outros relacionados com a Santa Missa transmitida pela TV e pelo rádio e outras fundamentações de comunicação e liturgia e de comunicação e catequese. Nesse sentido, foi também impulsionada a criação do Diretório para se ter um documento que pudesse, de certa maneira, abarcar as várias realidades da comunicação, trabalhadas em vários documentos distintos, de forma a se concentrar, em um único documento, as reflexões e os fundamentos básicos da igreja no Brasil. Isso foi importante porque, ao longo da configuração dos 10 capítulos, nós fomos percebendo que conseguíamos fazer referência a todos os outros documentos anteriores e uma proposta nova e atualizada para a realidade do atual contexto em que vivemos. A comunicação evolui ao longo do tempo e a comunicação na Igreja também passou por uma grande evolução, e isso estava a nos indicar a necessidade de um documento atualizado e que contextualizasse o presente. Por isso, inclusive, em seu Capítulo 7, o diretório trabalha a relação Igreja/Mídias Digitais. Trata-se de uma contribuição atual que outros documentos não contemplavam, porque o ambiente digital é uma realidade do nosso tempo. A própria configuração do Documento 99, que é o Diretório de Comunicação aprovado, nos dá uma ideia da intenção e da proposta do documento. O Capítulo 1 trabalha a comunicação na igreja em mudanças. Trata-se de um capítulo introdutório, mas que contextualiza o momento atual da Igreja e da sociedade. Depois, sentimos a necessidade de uma fundamentação teológica da comunicação que reforçasse a importância de se perceber a comunicação também sob a ótica da fé, e que está contida no Capítulo 2, sob o título “Teologia

da Comunicação e da Revelação”. A Teologia é seguida pela prática que o Capítulo 3 – “Comunicação e Vivência da Fé” – trabalha, focando na catequese e na liturgia: na catequese, como a comunicação e os conceitos da comunicação podem favorecer o anúncio da fé; e na Liturgia, como a liturgia pode promover a vivência da fé celebrada, e este capítulo trabalha a liturgia como plenitude da comunicação. O Capítulo 4 aborda a ética e a comunicação, mais como uma introdução ao tema, sem a pretensão de esgotar o assunto. Trata-se de uma ajuda para a reflexão e para a fundamentação de uma realidade ética da comunicação. O capítulo 5 vem resgatar e valorizar a importância e o protagonismo dos leigos na comunicação evangelizadora. É um reconhecimento e uma consequente valorização que o diretório faz da presença e atuação do leigo na Igreja. Sentimos a necessidade de dar essa palavra de incentivo e de reconhecimento também para os agentes pastorais que atuam, de maneira tão bonita, na comunicação da Igreja. Os capítulos 6 e 7 tratam da relação da Igreja com a mídia. O capítulo 6, “Igreja e Mídia Tradicional” e o 7, “Igreja e Mídias Digitais”, vêm reforçar a importância do diálogo da Igreja com a sociedade, com as mídias laicas, mas também a importância da Igreja fortalecer as suas próprias mídias, os seus próprios meios de comunicação. O capítulo 8 traz uma reflexão sobre as políticas de comunicação e o 9, educar para a comunicação. Finalmente, o Capítulo 10 – “Comunicação na Igreja”, aborda a atuação da Igreja na Pascom. Os agentes da pastoral da comunicação, responsáveis pela comunicação na Igreja, são os principais destinatários do documento.

MC - Um dos conceitos ausentes nos documentos anteriores e que foram introduzidos pela equipe de especialistas no texto do Diretório de Comunicação é representado pelo termo “Educomunicação”. No seu ponto de vista, quais referências da Educomunicação destacam-se no objetivo da CNBB, ao prever sua aplicação metodológica na educação oferecida pelos estabelecimentos católicos de ensino?

CM - Quando a equipe de redação pensou em um capítulo específico que abordasse a educação para comunicação, o termo mais apropriado que surgiu foi “Educomunicação”. A intenção era fortalecer a consciência da leitura crítica da mídia em relação aos meios de comunicação. Por conta do nosso tempo extremamente midiático, valorizar a comunicação intrapessoal e interpessoal, a comunicação massiva, a comunicação dos meios digitais, tornava-se muito importante para reforçar a necessidade de se refletir sobre a comunicação. E daí, percebemos que os conceitos da Educomunicação eram convergentes com os nossos propósitos e extremamente importantes para valorizar essa prática e a realidade da Igreja.

MC - O Diretório aproxima, em diferentes tópicos, o conceito da Educomunicação do universo infanto-juvenil. No seu entender, de que forma tal disposição ajudaria a Igreja a aprofundar seu diálogo com as crianças, adolescentes e jovens, no Brasil? Como você tem percebido a recepção do Diretório nas dioceses e comunidades paroquiais, já passado o primeiro ano de sua aprovação oficial?

CM - Nós acreditamos que o capítulo 10 vai cumprir esse papel, vai incentivar a prática Educomunicativa, especialmente na juventude. Houve a preocupação de se pôr em destaque a família e a juventude, porque a Igreja precisa melhorar a qualidade da sua comunicação, de um modo especial na catequese. E este capítulo aponta também algumas pistas concretas para esse agir comunicativo com a juventude, vencendo aquela passividade que existe diante dos meios de comunicação e favorecendo uma reflexão mais aprofundada nesse sentido. Depois que nós lançamos oficialmente o Diretório de Comunicação, no mês de março de 2014 - ele foi aprovado na assembleia daquele mesmo ano -, demos início ao processo de implantação. A Irmã Élide e eu programamos alguns encontros e algumas palestras para apresentar o diretório em sua

totalidade. A ênfase era sempre no agente da Pastoral da Comunicação, com o foco voltado também para a catequese e a liturgia. Esses encontros aconteceram em todos os regionais do Brasil. Eram encontros com duração de três dias e que contavam com a presença de alguns padres e bispos de cada Regional, onde o evento se realizava, além das coordenações e dos agentes de comunicação. Foi uma experiência muito gratificante porque nós percebemos que o diretório respondia ao grande anseio dos agentes de comunicação, de ter o embasamento para a sua prática comunicativa. Percorremos todos os estados do Brasil.

MC - O texto do Diretório propõe que os procedimentos educacionais sejam levados em conta também na catequese, na liturgia e na própria evangelização. O senhor vê compatibilidade entre a proposta de comunicação participativa, própria do ideário da Educomunicação e as orientações para as ações dos agentes pastorais no desenvolvimento de suas missões na Igreja?

CM - A partir da apresentação do Diretório e do incentivo ao estudo e à aplicação do documento, aquela percepção se confirmou, de um modo muito especial, na estruturação da Pastoral da Comunicação e na valorização dos profissionais da comunicação na ação da Igreja. Nesse sentido, nós percebemos o quanto o Diretório tem ajudado as dioceses a perceber a importância da contratação de profissionais para a assessoria de imprensa e outras contribuições do jornalismo, além da própria Pastoral da Comunicação tornar-se mais qualificada. Esta é uma das grandes conquistas do diretório: ele tem criado na Igreja, nos bispos e nos agentes de pastoral, a consciência da importância da comunicação e de seu papel na ação evangelizadora da Igreja. O agente da Pastoral da Comunicação passa a assumir o papel de elemento articulador das realidades do processo na Igreja, vencendo aquela mentalidade de que ele existe só para dar avisos na missa, fazer mural, tirar fotos de evento ou de mero transmissor de notícias. Ele passa a assumir um importante papel de promotor da comunhão entre as pastorais e facilitador da comunicação entre os membros da igreja.

MC - Na qualidade de participante da idealização do Diretório, enquanto assessor da Comissão, o que você proporia para que o documento venha a tornar-se uma referência para as mudanças que a Igreja necessita implementar no campo de suas práticas comunicativas?

CM - É claro que o documento não é completo, até mesmo pelo caráter dinâmico da comunicação. Nós tínhamos consciência de que o diretório seria promulgado, mas não seria completo e nem definitivo. Houve, sim, um esforço muito grande da equipe de tentar contemplar, ao máximo, as várias realidades da comunicação, e introduzir todos aqueles conceitos que pudessem ajudar a comunicação a promover a comunhão, o diálogo, o fortalecimento das relações, a vencer aquela comunicação verticalizada e impositiva e torná-la mais inclusiva. É claro que, daqui alguns anos, o diretório poderá passar por uma revisão, tanto em relação à implantação e à prática quanto aos processos e aos meios de comunicação da Igreja no Brasil. Eu acredito muito que o pontapé inicial passa pela formação. O diretório é um documento que desperta esse interesse nas pessoas, desperta o interesse e o desejo de se aprofundar e se qualificar melhor para a ação comunicativa. Antes de deixar o trabalho e dar lugar aos novos assessores que assumiram, no mês de maio desse ano, os trabalhos que estão dando continuidade aos projetos, a Irmã Élide e eu deixamos pronto um curso de educação à distância, baseado no próprio Diretório de Comunicação. Esse curso foi lançado no mutirão de comunicação, neste ano, em Vitória, e está sendo muito bem aproveitado pelos agentes de comunicação. Nós temos recebido notícias dos participantes de que o curso tem se constituído em precioso instrumento para o estudo e avaliação do diretório e, ao mesmo tempo, uma luz para a prática comunicativa. Eu acredito que é muito importante trabalhar na conscientização a respeito do valor da comunicação, seus fundamentos e princípios, mas também não podemos

nos esquecer da formação qualificada, ou seja, profissionalizar os agentes de comunicação e facilitar-lhes a aquisição de elementos e informações que ajudem na prática comunicativa. Esse é um contributo bonito do Diretório da Comissão para a comunicação da Igreja no Brasil. Nós temos consciência de que ele não está pronto, mas é um caminho e vale destacar que, nesse caminho, passos importantes têm sido dados. Nós somos testemunhas de que a Igreja tem investido, tem refletido, tem despertado e despertado a si mesma para a importância de uma comunicação mais qualificada, mais fundamentada. Essa é a contribuição que gostaria de dar para esta pesquisa. Espero ter ajudado de alguma forma.

Entrevista com Padre Oswaldo Gerolin Filho

Foi responsável pela organização e coordenação da Comunicação na Diocese de Santo Amaro e, há 16 anos, criou o Portal Católico que ainda mantém sob a sua direção.

MC - Padre Oswaldo, já que o senhor tem conhecimento da existência do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, como o senhor percebeu a sua construção?

OG - Tomei conhecimento dele no encontro da Pascom nacional, junto com RCR, que é o encontro das rádios em Curitiba, e lá foi cocado esse pedido, na assembleia dos bispos que desejavam ter uma orientação em termos de como atender as diferentes regiões do Brasil em suas necessidades e carências em termos de comunicação. Não que ainda não houvesse nada, pelo contrário, muitas experiências em termos de rádio, e destaco a internet que é meu campo de trabalho já há 12 anos. Nesse encontro, discutiu-se a necessidade de nos organizarmos para termos uma participação mais efetiva na Pascom nacional, como também a necessidade de uma pesquisa, de um levantamento de tudo o que acontecia, porque ainda se adotava uma linguagem um pouco desconhecida, uma linguagem que ainda criava algumas dificuldades; também um levantamento do que estava acontecendo nesse ambiente, para que todos pudessem compartilhar suas experiências, o que, certamente, nos ajudaria a evitar um pouco os rótulos; que a gente pudesse aproveitar o que cada um já ofereceria e, nesse sentido, o Portal Católico se colocou como um diferencial, porque ele não estava preso a nenhum segmento ou movimento ou entidade da Igreja, como o Padre Zezinho um dia me disse: “Padre Oswaldo, tem que ser porta, abre esta porta para a igreja no Brasil.” E eu disse a ele que esse era o nosso desejo. Foi aí que tomei conhecimento. A princípio, a irmã Élide e, depois, o Padre Clóvis começaram a me atualizar. Eles me disseram que estavam formando equipes e, numa das últimas vezes que fui à CNBB, me disseram que o texto estava pronto, havia ficado muito bom, bastante interessante, mas que ainda não podiam mostrar. Então, solicitei oficialmente à Pascom nacional que me liberasse uma cópia, para que eu pudesse estudá-la, uma vez que nenhum grupo ligado à internet havia participado definitivamente do processo. Logo depois, esse material foi enviado a todos os bispos, na última assembleia, para ser aprovado e, posteriormente, publicado como um livro. Nós sabemos que o caminho do Diretório de Comunicação percorreu uma longa estrada, desde a década de 70, quando a CNBB lançou os primeiros estudos, os primeiros programas de rádio, os primeiros jornaizinhos e veio a Missa na TV... Tudo era muito novo naquela época e a Igreja foi aprendendo, com o passar do tempo, a se colocar diante dessa realidade.

MC - Você acredita que o Diretório de Comunicação valorizou essa história da Igreja na comunicação, no Brasil?

OG - Eu acredito que sim. As experiências eram esparsas. Elas foram se multiplicando e não estavam presas à espinha dorsal da instituição Igreja ou da entidade CNBB. A Igreja sempre esteve ali, abençoando e participando. Mas, efetivamente, todo o trabalho de rádio surgiu com alguns padres, com algumas entidades e congregações, como a própria TV; de certa forma, nasceu do conhecimento e da experiência da Igreja e de pessoas, de entidades e congregações que a ele se dedicaram. Eu acho que a CNBB e a Pascom Nacional se aproveitaram muito dessas experiências, porque os 16 Regionais ajudaram a trazê-las de cada cantinho deste Brasil. Este teria sido, sem dúvida, um grande desafio em razão das imensas distâncias e das precariedades regionais; alguns regionais com mais experiências, outros nem tanto... a Irmã Élide e o Padre Clóvis conseguiram chegar aos Regionais e conhecer experiências diocesanas e até localizadas. Conseguiram trazer esse material, esse conteúdo, para dentro da CNBB. Foi significativa a participação efetiva dos regionais da CNBB. E depois, vieram os encontros nacionais da Pascom, notoriamente o último sobre a internet, em Aparecida, quando se discutiu sobre o diretório. Havia pouquíssima coisa, porque a internet é algo muito recente e nós ainda estamos aprendendo. Passados esses anos, desde que surgiu a ideia do Diretório - se não estou enganado foram duas assembleias dos bispos -, muita coisa nova aconteceu, e eles conseguiram assimilar muito bem essas experiências.

MC - Você lembra, padre, qual contribuição mais concreta o Portal Católico pôde oferecer na elaboração deste diretório?

OG - Nós conversamos com o Padre Clóvis e com a Irmã Élide sobre as particularidades do Portal Católico. Existe um portal oficial, que é o próprio site da CNBB, fundamental e interessantíssimo. Infelizmente, ele é muito pouco usado. A gente procura divulgar para as pessoas acessarem as informações, sobretudo as informações oficiais da Igreja. Além disso, nós temos milhares de sites de congregações, escolas, paróquias, entidades, pessoas... e eles têm sempre o porque que nasceu e vão relatar suas experiências, vão dar a sua contribuição, deixando claro o seu objetivo primeiro. Nós, hoje, temos uma presença muito grande na Igreja. O interessante é que hoje empregamos expressões até de *top*, saídas de entidades leigas. As comunidades leigas são jovens, são novas, são dadas à internet, são dadas à tecnologia e houve um investimento bastante grande nisso. E isso é excelente. O Portal Católico é diferente. Ele nasceu do desejo de abrir-se para toda a experiência da Igreja. Quem nos ajudou muito nesse sentido foi Dom Orani que, na época, era coordenador nacional e bispo referencial da Pascom. E dizia: “Precisamos disso! Não espere que a igreja assuma isso; isso é trabalho dos leigos, isso é trabalho de vocês. CNBB é CNBB, é uma instituição, e vocês têm mais experiência, mais liberdade, facilidade de estar presentes e de trazer essas situações, até porque a própria Igreja no Brasil tem seus limites financeiros. Não dá para abarcar todas as pastorais, todos os movimentos, e estar presentes em tudo é muito difícil.” A partir dessa conversa com Dom Orani, nos propusemos a ser um portal que pudesse trazer para si toda a experiência, todo conteúdo, formação, informação, espiritualidade e, logicamente, com uma pitada para os jovens. Porque se a gente vai ver a internet, você sabe, ela gira muito em torno dos 17 aos 35 anos. Então a gente tem que dar uma face um pouco jovial, a gente tem que postar um conteúdo que agrade a juventude.

MC - o portal tem algum aplicativo, algum dispositivo próprio, alguma parte dele que se destina exclusivamente a essa faixa etária?

OG - Nós começamos a abrir, não só o site. Hoje temos em torno de 100 a 125 mil pessoas que o acessam por mês, mas é interessante que as redes sociais ainda são predominantes. Nós abrimos para as redes sociais, em especial para o Facebook. Hoje nós temos 1 milhão e 400 mil

pessoas que participam do Portal no Facebook, porque este é o dia a dia, “o arroz com feijão”; você levanta já dá uma olhada, para o almoço e dá uma olhada, chega em casa e olha, antes de se deitar olha de novo, tanto é que usamos ferramentas para colocar nos horários; a gente não só fecha no horário comercial em que funciona o escritório, mas também programa e hoje tem robzinho para tudo quanto é coisa.

MC - Padre Oswaldo, gostaria que você nos falasse um pouquinho da metodologia da Educomunicação, presente neste Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. Você conhece, já ouviu falar da Educomunicação? Pela primeira vez, a Igreja aplica, faz referência a esta terminologia.

OC - O que eu conheço é por uma lida simples e rápida sobre o documento, mas, sobretudo, porque é muito próprio dos documentos da CNBB. Este tipo de orientação ou de metodologia, eu creio que caminha um pouco nesse sentido, porque não foi tirado do nada. Na verdade, estamos vindo de um trabalho pioneiro, ainda estamos aprendendo, subindo as pedras. Vamos aprendendo, acertando aqui, errando ali. Não posso dizer que eu tenha um conhecimento mais profundo sobre a metodologia, mas, no dia a dia, a gente não aplica tudo isso. Nos últimos encontros da Pascom nacional, não chegamos a estudar esse assunto e nem tivemos contato com ele.

MC - A Educomunicação ensina que podemos comunicar, que podemos aprender através de um processo. O aprendizado se dá por um processo. E este processo acontece no uso de tecnologias. Ele acontece na liberdade do sujeito da educação que tem uma identidade, que é ouvido e tem lugar. Trata-se de uma realidade em que os pensamentos são socializados, as ideias são socializadas e construídas. E na medida dessa socialização, dessa construção, que é um processo metodológico, que acontece a Educomunicação, ou seja, a pessoa aprende comunicando. Você acredita que isso é possível nos diversos aspectos da vida pastoral da Igreja, sobretudo no ambiente da comunicação?

OG - Não só acho que é possível, mas que é realmente necessário. É possível, sim, mas essa formulação tem que ser explicitada um pouco mais porque, em termos de pastorais, em termos de diocese e de paróquia, não se fala nessa metodologia; é algo novo, é algo que está chegando agora. Quem está já trabalhando, continua trabalhando. Eu acho importante que aqueles que têm um pouco mais de preparo nesse tema nos ajudem a colocar metodologicamente como é que isso pode nos facilitar, porque são ideias condensadas. Nós sempre trabalhamos pastoralmente na Igreja, depois chegou o método “ver, julgar, agir e celebrar”. Foi uma maneira de construir um discurso sobre aquilo que já fazíamos há muito tempo. Em termos de comunicação, é uma coisa ainda muito nova, sobre a qual não temos muita experiência, como também não temos uma história muito longa. Podemos falar de Rádio Aparecida, da década de cinquenta do século passado, em que eu nasci e já existia a rádio e já existia Aparecida do Norte, que espalhava a notícia para o Brasil inteiro. Para tudo o que você queria saber da igreja, você ouvia o rádio. Você ouvia o rádio na cidade, no campo, na rua, em qualquer lugar. Agora, contamos com muitos meios de comunicação e com diferentes mídias. Nós vamos aprimorar tudo isso, vamos crescer, amadurecer e organizar. Por tudo isso, acho muito interessante este pensamento da educomunicação, sobretudo dentro da pastoral.

MC - No serviço do Portal Católico, na elaboração das notícias, na organização interna, seria aplicável esse tipo de metodologia?

OG – Perfeitamente. Já fazemos um pouco empiricamente. Mas seria muito interessante que pudéssemos nos aprofundar nisso. Ajudaria muito se a CNBB ou o Regional Sul 1 pudesse propiciar esse momento de reflexão, porque, com certeza, existe muita experiência boa. No interior também há experiências exitosas, como é o caso de Dom Orani. Ele veio do interior, São José do Rio Preto, onde tinha uma diocese extremamente avançada no campo da comunicação.

Entrevista com Padre Roberto Luiz Preczevski

Foi assessor da CNBB no Regional Sul I de 2000 a 2007, como assessor de Dom Orani, na Comissão Episcopal para a Comunicação, tendo acompanhado os momentos iniciais da elaboração do Diretório de Comunicação.

Maurício Cruz - Como surgiu a ideia de se produzir um diretório de comunicação para igreja? Foi uma decisão dos órgãos diretivos da CNBB, ou iniciativa da Comissão para Cultura da Comunicação e Educação?

Roberto Luiz Preczevski - Havia sempre muitas conversas sobre esse assunto, tanto nos grupos dos assessores que se reuniam uma vez por mês, como também no Conselho Permanente dos Bispos. E ali se comentavam certos problemas, como os abusos nas transmissões da Santa Missa pela TV. Estilos diferentes, linhas diferentes e até alguns com uma certa desobediência às normas litúrgicas. Isso era muito questionado e, automaticamente, pesava sobre nós encontrar uma solução. Em toda reunião de que participávamos, sabíamos que esse assunto voltaria à pauta. Nas muitas conversas no Conselho Permanente dos Bispos e pelos corredores da CNBB, havia sempre uma cobrança muito grande da liturgia para que se desse um jeito nas missas televisivas. A Comissão para a Liturgia sempre foi contra a transmissão. Como agora breicar esse processo? Isso não era possível. Precisávamos, isto sim, de algum instrumento normativo; ou de instrução, melhor dizendo. Deu-se início, então, à construção de um documento, na Assembleia dos Bispos que se realizou em Itaici, em 2005. Lembro-me de quando Dom Luciano Mendes de Almeida, aproveitando a fala de outros bispos que se manifestaram a respeito dos meios de comunicação social na Igreja, aproveitou a deixa e propôs que a Igreja tivesse um programa diário de televisão, com as notícias da igreja no Brasil, para mostrar o rosto das dioceses, o rosto das pastorais, das congregações, dos institutos e das paróquias. Essa ideia amadureceu mais rápido, mas em razão dos custos dos programas de meia hora na TV, deixamos meia hora e uma vez por semana. A gravação era feita em Salvador, sem o logotipo em baixo, e cada emissora escolheria o seu horário para a transmissão.

MC - Qual a importância para a Igreja de se aprovar um diretório para determinado tema, e que outras áreas dispõem de diretórios específicos no Brasil?

A importância para a Igreja de se ter um diretório para a comunicação é que ele sirva de instrumento condutor e que as paróquias e dioceses possam aplicá-lo de acordo com a sua realidade, a sua conjuntura. Entre os que conheço, posso citar o Diretório da Catequese, muito difundido e estudado no Brasil.

MC - Como foi o processo de criação e aprovação do Diretório da Comunicação da Igreja no Brasil, quanto tempo durou a preparação do documento e qual o perfil dos especialistas convidados para elaborar a proposta?

RP - Vou contar um pouco sobre a história vivida pela comissão criada para estudar o texto que foi levado à assembleia. O processo de criação do diretório se deu, mais ou menos, como disse anteriormente, quando se fez sentir a sua necessidade no diálogo entre os bispos e a nossa comissão. O processo de criação começa efetivamente com um primeiro texto elaborado pelo Padre Augusto César Pereira. Era um texto curto, muito mais um esquema a ser estudado melhor por todos os membros da comissão. Acabou se tornando um “texto mártir” com várias versões que foram entregues a nossa comissão, reunida em São Paulo. A gente “colhia de cá”, “colhia de lá”, cada um com uma parte a ser escrita, a ser desenvolvida. Depois era tudo afunilado no meu computador e, posteriormente, apresentado novamente ao grupo de reflexão. Trocávamos os textos por e-mail e, quando chegávamos à reunião, a tesoura estava lá esperando (risos) para tirar isso, modificar aquilo, uma palavrinha mal colocada ali, e assim o texto foi novamente maquiado. Na terceira reunião, o texto já estava completamente diferente do que era o original.

MC - No exame do documento preparado pela comissão de especialistas, o que foi mais facilmente acolhido pelo episcopado brasileiro e o que encontrou dificuldades para ser incluído no texto?

RP - A reunião começava de manhã e terminava sempre à tardinha. O grupo ficava refletindo e estudando as propostas que iam se tornando mais claras e, às vezes, amadurecendo na hora. Era um grupo de especialistas formados em comunicação, composto por, aproximadamente, 15 pessoas. Alguns não faziam parte da equipe de reflexão; eram convidados a estudar o que foi escrito e a dar a sua contribuição. O que mais foi acolhido pelo episcopado brasileiro foi a possibilidade de cada diocese, cada paróquia dispor de um instrumento que lhes indicasse novos caminhos, novas aberturas para a participação da Igreja nos meios de comunicação social.

MC - Quais as dificuldades encontradas na preparação desse documento?

RP – Uma delas foi o cuidado para que o documento não se transformasse num conjunto de ordens e normas, mas um diretório de princípio, com orientações para a prática. As dificuldades estavam relacionadas, justamente, com a construção desses parágrafos dedicados à conscientização de certos abusos que realmente ocorriam nas transmissões de missas pela TV.

MC - Que outras conferências episcopais no mundo contam com o diretório de comunicação?

RP – De nosso conhecimento, Colômbia e Itália.

MC - A experiência de elaboração do diretório de comunicação por outras conferências episcopais influenciou a elaboração do Diretório Brasileiro?

RP – Sim, sem dúvida, o diretório da Itália foi lido pela nossa comissão, pelos membros da equipe de reflexão, para aí buscar inspiração a partir da nossa realidade brasileira. Não dava para pegar aquilo lá e pensar que, traduzindo, serviria para nós.

MC - Seria possível traçar algum paralelo entre as propostas estrangeiras de comunicação e o texto brasileiro? Que poderia se destacar nesse possível paralelismo?

RP - Seria possível não como normas de atuação, mas com esse olhar aberto da Igreja para os meios de comunicação. Isso me faz lembrar o Padre Alberione, Beato Tiago Alberione. Ele dizia que a igreja tinha que se abrir e ao mesmo tempo utilizar de todos os meios de comunicação. Sob esse ponto de vista existe, sim, um paralelo entre os dois diretórios. Ambos afirmam a necessidade de abertura para a utilização dos meios de comunicação social, para transformá-los em uma sacristia virtual, um púlpito virtual.

MC - Alguns documentos marcam a posição da CNBB frente ao mundo da comunicação, como o texto da Campanha da Fraternidade de 1989, a “Comunicação para a Verdade e Para a Paz”, e o documento de 1996, “Igreja e Comunicação Rumo ao Novo Milênio, conclusões e compromissos”. Que termos conceituais e programáticos o atual diretório introduziu em relação aos documentos anteriores?

RP – Nós estamos falando de documentos próprios de uma década, próprios de uma época, quando os meios de comunicação não eram conhecidos. A internet estava “engatinhando”. O Smartphone, que hoje também é um palco de comunicação, de distribuição de imagens, sons, ainda não existiam. Então o Diretório deve ter um olhar diferente para a época atual e preparar-se para o que virá. O texto nasce e, de lá pra cá, quanta coisa nova no universo da comunicação social! Por isso, será necessária uma atualização permanente. O diretório vem para contribuir com o processo de construção da Educomunicação. Os líderes, sejam padres, congregações religiosas ou os próprios agentes de pastoral, da Pascom ou não, pela Educomunicação, se formam para formar e aprendem para ensinar. É toda uma construção de um conteúdo, transmitido não importa por qual veículo de comunicação. Do ponto de vista da Educomunicação, a CNBB prevê sua aplicação metodológica na educação oferecida pelos estabelecimentos católicos de ensino. O Diretório vem reforçar várias iniciativas já existentes em várias dioceses e paróquias, quando se fala, por exemplo, na catequese virtual. É claro, o documento é nacional, o diretório é nacional e, como um leque, ele vai se abrir às realidades de cada ambiente.

MC - O Diretório aproxima, em diferentes tópicos, o conceito da Educomunicação do universo infanto-juvenil. No seu entender de que forma ajudaria a Igreja a aproximar o seu diálogo das crianças, adolescentes e jovens no Brasil?

RP - Aí está, vamos dizer, uma porta aberta para a questão da catequese virtual. O Papa Francisco fala de “Igreja em saída”. Podemos inverter essa expressão e dizer “Igreja de entrada”, entrada no lar, no computador, no tablet, no smartphone. Hoje as crianças e jovens já nascem dominando a tecnologia. Nossas missas presenciais e a catequese presencial têm o seu ritmo. Eu não posso trabalhar aleatoriamente as partes de uma missa, mas já com a catequese, a criança pode clicar onde ela quiser, ver os vídeos da catequese durante a semana, quantas vezes ela quiser. Beleza essa nova realidade para a proposta de comunicação nas paróquias, principalmente para os jovens que podem, durante a semana, fazer vídeos que, depois, poderão serão cruzados entre os próprios catequizandos pela rede web ou apresentados em salas de catequese. Como experiência de uma aula que passou, eles podem recolher um testemunho lá fora, alguma coisa lá fora que lembre o conteúdo que foi ensinado. Isso é maravilhoso e já acontece em vários lugares.

MC - O texto do diretório propõe que os procedimentos educativos, sejam levados em conta também na catequese, na liturgia, e na própria evangelização. O Senhor vê compatibilidade entre a proposta de comunicação participativa e o ideário da

Educomunicação, entre os agentes pastorais em desenvolvimento de suas missões na igreja?

RP - Obviamente que sim. É uma riqueza a mais, é um instrumento a mais, que permitirá ao catequizando não mais ficar preso ao caderninho, àquele impresso, àquela brochura, àquela apostila, àquele xerox, mas lançar mão de todos os meios possíveis. A grande riqueza do diretório é esta: provocar essa compatibilidade não apenas para evitar que a Pascom diocesana e a paroquial fiquem presas aos meios, mas que ela seja também orientadora e colaboradora de todas as pastorais, para que outros agentes de pastoral possam encontrar orientações para o desenvolvimento da sua missão na Igreja. Catequese, Liturgia, Curso de Batismo, Curso de Noivos, e tantas e tantas outras pastorais que podem aproveitar dessa formação.

MC - O que você destacaria como grandes avanços conquistados a partir do diretório? O que poderia enriquecê-lo ainda mais?

RP - O enriquecimento do diretório é um processo que vai acabar construindo um novo diretório, porque o texto nasce, mas, depois de um ano, muita coisa já mudou. Para enriquecê-lo, é preciso criar subsídios a partir dele, para que sejam acrescentadas algumas realidades e outras sejam adaptadas, para responder aos sinais dos tempos, de acordo com o regional da CNBB, ou com a diocese. Cada um pode fazer depois a construção, abrir o leque. Acho, por exemplo, que ele desperta para uma reflexão em torno do presencial, e do virtual. Essa é uma discussão recorrente na CNBB, se vale ou não vale assistir a missa pela TV? Vou aproveitar aqui, talvez saia um pouco do assunto, mas eu quero contar uma experiência muito rica que vivi na viagem que fiz de Belém para Soure, para a sua primeira missa. Todo mundo estava conversando no porto, uma balburdia sonora, comprando passagem... Ia iniciar a missa, aquela das 6h da manhã, que aos domingos passa na Globo. Eu fiquei pasmo de ver a mudança de comportamento. Quando a missa começou, eu vi muita gente fazendo o sinal da cruz junto. Havia uma parte fechada com alguns bancos onde nos sentamos, e a missa estava correndo. E eu só observando, para fazer a leitura crítica da comunicação litúrgica e do comportamento daquelas pessoas. Duas estavam com o terço na mão, aquele velho costume... Quando chegou o momento da consagração, várias pessoas se ajoelharam dentro do navio. Aquilo me marcou. Depois, eu olhei para fora do navio: água que não termina mais, e para além, mata e mais mata... E vendo as senhoras andando, fiquei pensando: onde está a paróquia mais próxima para essas pessoas? Como elas poderão atravessar esse rio enorme, a desembocadura do Rio Amazonas, para chegar a uma paróquia, a uma igreja a essas horas? Onde tem missa a essa hora? Como não olhar com bons olhos, as celebrações que são transmitidas?!

MC - Que avanços podem ser constatados na Pastoral da Comunicação no Brasil que possam ser atribuídos ao Diretório de Comunicação?

RP - Eu creio que um avanço importante é o fato da Pastoral da Comunicação poder desenvolver seu projeto pastoral anual ou semestral, com algumas linhas de ação definidas, especificamente para a sua diocese ou, então, aqueles que têm Pascom na paróquia possam ali encontrar uma inspiração e criar avanços na própria pastoral, dentro de uma visão de conjunto.

MC - Como você tem percebido a recepção do Diretório nas dioceses e comunidades paroquiais, já passado um ano da aprovação oficial desse documento?

RP - Pelo que pude observar, não em larga escala, regionais e dioceses, como também algumas paróquias, conseguiram montar o seu esquema de trabalho, a sua linha pastoral de ação, de

acordo com a sua realidade própria. E o próprio setor nacional, que promove vários encontros de comunicação, como o Sicom, que é realizado em parceria com o senado federal, ali também nos fornece uma linha inspiradora quando define a linha a ser seguida, o que vamos estudar ou qual será a temática para este ano. E o diretório ali está para abrir os olhos para as realidades, para os profissionais de comunicação, para os agentes de pastoral e, porque não dizer, para os bispos e padres. Neste sentido, já dá para perceber alguns avanços, alguns passos iniciais, mas o caminho é longo e os passos são lentos.

MC - Na qualidade de participante da idealização do diretório, enquanto assessor de comunicação, o que você proporia para a implantação do documento no campo das suas práticas comunicativas?

RP - Eu penso que podemos começar a mudar por nós mesmos, uma mudança de consciência, no pensar, não ficar na mesmice do tradicional e, sim, abrir-nos para novas formas de mostrar o rosto da Igreja. Não me lembro quem é que dizia, se o Papa João Paulo II ou o Padre Tiago Alberione: “as antenas das casas são, na verdade, a mostra de pequenas igrejas onde ali é proclamado o evangelho.” Hoje, em qualquer lugar, encontram-se as redes wi-fi, que podem ser utilizadas como o novo púlpito da pregação do evangelho e da formação. Quando falo “formação”, não estou me referindo apenas à formação doutrinal da catequese, da pastoral, mas sim, à formação de nós mesmos, porque temos que aprender para poder ensinar. Essa formação deve produzir a transformação de consciências porque, querendo ou não, evangelizadores que somos, somos também formadores de consciência e, se nós ficarmos presos à mesmice, não vai dar certo. Precisamos fazer uma hermenêutica, assim como fazemos a hermenêutica da palavra de Deus, daquilo que já sabemos, temos que aprender sempre mais a cada dia, para melhorar a formação do nosso povo.

Entrevista com Dom Darci Nicioli

Presidente da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da CNBB, Brasília. Mestre em Teologia Dogmática pelo Pontifício Ateneu Santo Anselmo, Roma.

Maurício Cruz: Dom Darci, estamos fazendo a pesquisa a respeito da recepção do Diretório de Comunicação no Brasil, também é uma preocupação percebermos como os processos dessa comunicação podem acontecer na Igreja no Brasil. Então eu gostaria de lhe perguntar, num primeiro momento, como está a recepção do diretório e o lugar da Educomunicação como projeto, como processo de vivência, convivência e método de comunicação para a Igreja.

Dom Nicioli: O conceito de Educomunicação é um conceito em evolução, e nós estamos fazendo este serviço trabalhoso dentro da Igreja, de irmos de uma ideia de comunicação a partir de um poder de quem detém um meio comunicação, para um conceito de comunicação em que a comunicação é percebida como processo dialógico. Isto é uma evolução que, a duras penas, vamos fazendo, porque quem detém o meio de comunicação, efetivamente tem o poder, mas nós estamos hoje experienciando que há uma descoberta, de uma forma bastante generalizada, não só na Igreja como na sociedade, e aí é tão importante a ideia da Educomunicação, o princípio aliás da Educomunicação em que cada um se descobre protagonista-comunicação, cada um se descobre, em si mesmo, mídia. Então, a dialogicidade da comunicação vai acontecendo e nós vamos crescendo no entendimento desta realidade, porque é, de fato, por este caminho, em que cada um participando e cada um dando a sua contribuição, que nós

construímos uma comunicação libertadora e um mundo melhor. É mesmo um desafio, que não é outro, senão o desafio do próprio evangelho que, às vezes, nos escapa. Jesus Cristo quem é, senão a comunicação do Pai? Deus que deixa a sua onisciência, sua grandeza de Deus, e se faz cada um de nós.

É preciso entender a Educomunicação na perspectiva da encarnação. Aprendermos com Deus. Então, desta maneira, nós nos descobrimos de fato irmãos, em igualdade de condições, eliminamos toda discriminação e, de fato, construímos, cada um dando a sua contribuição, novo céu e nova terra que a própria Palavra de Deus nos pede. Ora, o Diretório de Comunicação, é também reflexo deste caminhar comunicacional da sociedade e da Igreja, e você vai de repente, ao ler e estudar o Diretório de Comunicação, descobrir conceitos antigos, e que estão convivendo com conceitos novos de comunicação. E é muito interessante isso, porque quem fez o Diretório de Comunicação – que também foi feito a quatro mãos, a cinco mãos, a oito mãos, a dez mãos, etc –, também estava permeado de conceitos antigos e de conceitos novos.

Eu digo até que o Diretório de Comunicação, daqui a algum tempo, vai ter de ser reescrito e atualizado. Tem ali, sim, passos importantes dados, porém, o documento ainda está permeado de elementos de comunicação que já estão ultrapassados. Mas é assim mesmo. Nós somos uma contínua evolução. E aí de quem se pensar perfeito e acabado. É arrogância. Nós vamos evoluindo na vida. É sempre um processo de crescimento, de entendimento de nós mesmos, do mundo e daquilo que Deus quer para nós.

MC: Dom Darci, em suas viagens pelo Brasil, como o senhor percebe a recepção do documento. Ele está sendo realmente acolhido nas dioceses, nos regionais? Como o senhor percebe esse andamento?

DN: Como esse conceito novo de comunicação vai se desenvolvendo dentro desse processo trabalhoso, eu diria que o Diretório foi muito bem acolhido no sentido de que traz esse conceito novo, essa provocação de que todos nós somos comunicação e que precisamos entender, conforme o Papa Francisco nos ensina, comunicação como proximidade, comunicação como encontro, etc. Então foi muito bem acolhido e eu acredito que ele presta seu serviço, neste momento histórico, nesse período que estamos vivendo, de educação mesma e de crescimento na compreensão da comunicação.

Agora, como eu disse, terá que ser refeito em um determinado momento dessa história, mas não quer dizer que não foi acolhido e que não prestou seu serviço. Ainda, em muitas realidades e para muitos agentes da Pastoral da Comunicação, o Diretório de Comunicação é desconhecido. E, se for conhecido, já vai ser um bom instrumental para provocação e para repensar o trabalho que realiza no ministério tem enquanto agente da Pastoral da Comunicação.

E, depois, também, e que muito me interessa, é que este documento seja mais divulgado, de forma a levar esse novo conceito de comunicação. Mas, também, para que a Pastoral da Comunicação, em específico, “acorde” para a transversalidade da sua razão ser enquanto pastoral, que não existe em função de si mesma. A pastoral da comunicação não é para ser “a Pastoral da Comunicação”. A Pastoral da Comunicação é pra ser um instrumento que, dentro de uma ação pastoral orgânica, faça com que todas as outras pastorais melhor trabalhem e prestem o melhor serviço à Igreja, em vista de que a Igreja cumpra com o seu objetivo precípua, mais importante, que é ser continuadora da obra de salvação integral de Nosso Senhor Jesus Cristo.

Entrevista com Dom Vilson Dias De Oliveira

Bispo referencial da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação no Regional Sul 1 da CNBB, São Paulo. Mestre em Teologia Pastoral pela Pontifícia Faculdade de Teologia Nossa Senhora da Assunção, São Paulo.

Maurício Cruz: Dom Vilson, é um prazer estar na sua presença conversando sobre o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. Eu gostaria que o senhor me dissesse sua impressão sobre a acolhida do Diretório de uma maneira geral nos regionais, nas dioceses, como também na sua Diocese de Limeira-SP.

Vilson Oliveira: Primeiramente, cumprimento a todos os que amam o trabalho da Pastoral da Comunicação no Brasil, e especialmente no Sul 1, onde nós trabalhamos, que é o nosso Regional. Eu, particularmente, tenho visto e, onde nós andamos também, a preocupação de se conhecer todo o trabalho da comunicação. E agora, com este documento, o Diretório de Comunicação, facilitou bastante. Já era um sonho esperado e trabalhado no setor de comunicação da CNBB. Felizmente, com esse documento, as dioceses têm refletido e estudado.

Nas minhas andanças em nosso Regional, em várias dioceses nós temos trabalhado. As dioceses estão se abrindo bastante para o trabalho da comunicação, muito mais do que antes. Eu já trabalhei num outro período. Voltei novamente e percebo, então, um grande despertar. E, agora com o Diretório, facilitou também você dar linhas mestras para poder desenvolver o trabalho da comunicação. Inclusive, o trabalho tem despertado bastante gente no meio da juventude, então isso é muito bom, porque o jovem é curioso, ele quer aprender, ele quer ajudar e participar da caminhada da Igreja. Com isso, temos tido uma resposta muito positiva.

Na minha diocese, particularmente, conseguimos organizar o trabalho nas cinco regiões pastorais e hoje nós temos em toda a diocese, nas 93 paróquias, o trabalho da Pascom. Esse trabalho tem tido, felizmente, o apoio dos padres. Inclusive, com relação aos sacerdotes, já tivemos formação com a irmã Ir. Helena Corazza e outras religiosas e agentes da pastoral da comunicação para o nosso clero, padres e diáconos. Então tudo isso facilitou para desenvolver parcerias, porque quando o padre está junto nós temos condições de levar esse trabalho para nossas bases. E talvez uma reclamação que existia antes é que os padres não abraçavam alguns trabalhos pastorais, entre eles este da Pascom. Mas hoje estamos vendo que tem tido apoio e tem tido investimento também nessa área. Nós ficamos felizes porque isso tem ocorrido não só na Diocese de Limeira, pois tenho conhecimento de que em outras dioceses do nosso Regional Sul1 tem crescido esse trabalho, e, particularmente, também onde nós andamos fora do Regional temos refletido em algumas dioceses que pedem formações diretamente sobre o Diretório nós temos refletido, eu e também o Pe. Marcos Vinicius e outros membros da equipe de comunicação do Regional, temos oferecido reflexões sobre o trabalho do Diretório a pessoas e dioceses, inclusive de fora do nosso Regional, que nos solicitam apoio nessa área, de forma que estamos felizes com o trabalho que tem sido realizado. É claro que o Diretório é muito amplo e pouco a pouco a gente vai aprendendo. É um caminhar de degraus que a gente vai fazendo, a fim de levar a reflexão do Diretório nacional às nossas bases em nossas dioceses.

MC: A Educomunicação é uma das propostas do Diretório. Quando o Diretório pede que a gente forme os agentes de pastoral, que o próprio clero também seja preparado para a cultura da comunicação, a Educomunicação surge como essa proposta, como uma metodologia de trabalho. Como o senhor vê e como o senhor está percebendo a acolhida a essa proposta formativa educamunicativa?

VO: Eu também percebo como algo novo, sem dúvida nenhuma, mas algo que através do trabalho de divulgação do Diretório tem atingido os nossos agentes, os nossos voluntários que entram nessa tarefa. Sabemos que não temos só jornalistas formados, não só assessores de imprensa, mas também muitos voluntários sem formação específica que colaboram conosco. Daí que, através desse trabalho, estamos tentando atingir a todos que querem abraçar o trabalho da pastoral da comunicação, e que, portanto, precisam ter essa formação: os nossos leigos e leigas, os nossos jovens, ... lembrando que, para isso, contamos com o apoio de inúmeras pessoas que se dispõem a colaborar conosco nessa tarefa formativa. Não custa recordar também que estamos na era digital em que a criança já nasce nesse contexto. Nós não nascemos, e tivemos que aprender, mas essa menina de hoje está nascendo nesse ambiente digital e, mais do que nunca, precisa de formação, precisa de preparo, acompanhamento. E, nesse sentido, o trabalho da pastoral da comunicação tem nos ajudado a chegar mais perto das pessoas, ao mesmo tempo que nos tem permitido preparar membros que amem a pastoral da comunicação e sejam educadas nesse campo, nessa tarefa, a fim de que possamos de fato formar pessoas que evangelizam através dos meios de comunicação, levem a mensagem de Jesus Cristo, a mensagem da Igreja, a palavra do Santo Padre, a palavra dos bispos da Igreja, a palavra da CNBB, das reflexões do Diretório em todos os recantos do país, e, particularmente, em nossas dioceses do Regional Sul 1.

Entrevista com Rafael Vieira

Assessor de Comunicação da CNBB.

Nome: Padre Rafael Vieira. Assessor de Comunicação da CNBB, em Brasília.

MC – Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E, a seu ver, que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco a sua participação no processo de produção e recepção do Documento 99 da CNBB na Igreja no Brasil?

RV - Eu não participei, diretamente, da elaboração do Diretório. Eu apenas acompanhei. Eu trabalhava no campo da comunicação, em assessoria de imprensa, tinha conhecimento do projeto, mas não fazia parte da Comissão de Comunicação. Hoje, eu faço parte da comissão. O próprio processo de elaboração do Diretório foi de grande importância, porque o grupo de reflexão, que era responsável pela elaboração do Diretório, foi percorrendo um verdadeiro itinerário. Primeiro, o grupo recorreu ao diretório italiano, que não se constituiu em uma referência. Ele apenas foi traduzido. Depois, como aquela estrutura não estava funcionando, tanto o grupo como o trabalho foram reduzidos quase a zero. A CNBB, então, convidou colaboradores, professores e especialistas, que trabalharam na construção de um novo texto, que os bispos analisaram, exaustivamente, por duas vezes, o que se constituiu, sem dúvida, num dos pontos marcantes do itinerário do Diretório. Tanto o trabalho da equipe de redação quanto o trabalho de análise dos bispos – foram duas assembleias - constituíram-se em tarefas extremamente difíceis. Eu me lembro que, repetidas vezes, os bispos devolveram o texto aos redatores, porque eles queriam menos teoria da comunicação e mais elementos úteis para a pastoral. Eles insistiam muito que o projeto final oferecesse pistas de ações em praticamente todos os capítulos, o acabou se tornando uma exigência dos para aprovação do documento. Eu acho que o próprio processo foi muito importante para mostrar que, às vezes, temos que voltar atrás, temos que recomeçar, que ninguém deve ficar apegado a nada, que todos os colaboradores

precisam de humildade e de generosidade para contribuir com a Igreja. O que está em jogo são os nossos valores, os nossos valores cristãos. Nós não somos um grupo de intelectuais exibindo o nosso conhecimento, mas somos irmãos com conhecimento em determinada área e que querem colaborar com a vida da Igreja. Então, repito, o próprio processo foi muito importante. E o resultado não poderia ter sido outro: o conteúdo ficou muito bom. É claro que o diretório tem seus limites, até mesmo por se constituir ele numa espécie de tratado geral. Cada tema precisaria de um livro e, do Diretório, está sintetizado em poucas páginas. Mas, trata-se de uma boa síntese. Além disso, eu diria que o Diretório tem transformado muito o método de formação das equipes nas bases, porque, antes dele, tudo era muito esparsos, muito dispersos; o que valia eram opiniões de comunicadores. E a Igreja conseguiu juntar tudo isso. Hoje, em qualquer paróquia, em qualquer diocese, em qualquer comunidade, quando se quer fazer um trabalho de comunicação, a CNBB tem um documento para oferecer e isso faz uma diferença enorme para todos.

Atualmente, 2018, na assessoria nacional da CNBB em Brasília, colaboram diretamente com Dom Darci Nicioli, Presidente da Comissão Episcopal para a Comunicação da CNBB, o Pe Rafael Vieira e o Pe. Antonio Xavier. Contatados por nós, desde o MUTICOM Mutirão Brasileiro de Comunicação ocorrido de 16 a 20 de agosto de 2017 em Joiville-SC, não conseguiram responder a entrevista por meio de nenhuma plataforma disponibilizada (e-mail, WhatsApp e telefone). Segundo eles, por sobrecarga de agenda. Consegui essa breve participação do Pe Rafael Vieira por meio do Pe David da Cruz, padre diocesano de Santo Amaro e membro da PASCUM na Diocese e no Regional Sul 1, que participou do 9º Encontro Nacional dos Jornalistas, promovido pela Comissão em Brasília de 16 a 18 de março de 2018, e que pode fazer a entrevista parcial presencial ao Pe Rafael Vieira. Mas o Pe Antonio Xavier não participou do encontro e também não respondeu a nenhuma das questões da entrevista.

APÊNDICE C - ÍNTEGRA DAS ENTREVISTAS REALIZADAS JUNTO AOS REGIONAIS DA CNBB

ENTREVISTAS

REGIONAL LESTE 1

REGIONAL LESTE 1

Eu, Adielson Agrelos Silva, 35 anos, coordenador(a) regional(a) da comunicação do Regional Leste 1 - CNBB, formado(a) em Filosofia, Teologia e Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, concedo esta entrevista ao Padre Mauricio Cruz com a finalidade de colaborar na construção de sua tese de doutoramento sobre a Comunicação Católica no Brasil a ser defendida na ECA/USP.

1. Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco o que você tem percebido.

O maior impacto é no que se refere a possibilidade de se ter um referencial teórico que sirva de base para o trabalho pastoral. Porém, percebo que, como grande parte dos documentos da Igreja, ele não é totalmente assimilado pelas pessoas. Dessa forma tornasse mais uma publicação que em pouco tempo estará defasada, até mesmo por se tratar do tema específico da comunicação.

2. Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no país? O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?

De fato, o Documento 99 é um marco na comunicação da Igreja no Brasil, principalmente no que se refere à Comunicação no âmbito Pastoral-Teológico. Falo isso por que compreendo a Comunicação Eclesial sobre três prismas que denomino como sendo o tripé da Comunicação Eclesial (Âmbito Doutrinal, Âmbito Teológico-Pastoral e Âmbito Técnico-Profissional).

3. Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?

Minha reação foi a de perceber uma novidade, embora seja algo há muito estudado. Mas que realmente não tenho tanto embasamento para dissertar sobre ele. Creio que a preocupação do documento com essa temática seja genuína, principalmente pelo contexto político-social em que o Documento 99 é gestado e apresentado à Igreja. Porém, na minha percepção, ainda não é clara a forma em que se deve trabalhar. Fala-se em formações, mas não se especifica muito. Creio que, visando a melhor compreensão por parte dos agentes, o Documento deve-se focar mais na questão ética tendo a Educomunicação como plano de fundo.

4. Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?

Como exponho na pergunta anterior, acho interessante, porém, creio que o melhor seria trazê-lo nesse primeiro momento como plano de fundo para a questão ética.

5. O que significa Educomunicação? Que referências você tem desse conceito?

A priori seria educar para a comunicação. De forma que os agentes e profissionais da comunicação tenham práticas éticas com a sua atividade comunicacional. Acredita-se dessa forma num modelo de transformação social por meio de uma mídia ética e democrática. Não possuo referências sobre o conceito, foi o que fui formulando nesse pouco tempo que tenho como agente da Pastoral da Comunicação.

6. Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

Por meio de cursos, oficinas ou escolas de comunicação abordando temáticas sobre a ética, bem como sobre o papel do comunicador católico no ambiente digital.

7. Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

O grande impacto que se deve obter com a Educomunicação é no aspecto relacional e na forma de comunicar. Tendo sempre um compromisso com a ética e com a verdade. Dessa forma está muito mais ligada à estrutura do pensamento comunicativo do que com a forma de comunicação em si.

8. Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?

O primeiro ponto é na compreensão de que comunicação é relação. Dessa forma, por mais que não haja uma dicotomia entre real e digital, a Educomunicação deve estar a serviço de uma compreensão ética para esse tipo de relação digital. Ou seja, deve ser a educomunicação o pilar das relações dessas novas comunidades.

9. Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educamunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ... Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existirem, quais seriam esses prognósticos?

Creio que o maior prognóstico está na mudança da forma de se fazer comunicação na Igreja. Ou seja, que a Educomunicação exerce na Igreja uma ação transformadora a ponto de mudar as relações entre as pessoas nas suas relações, sejam elas no ambiente digital ou não. O Regional Leste 1 em 2018 oferecerá a Igreja por meio dos seus cursos e eventos um trabalho voltando para o combate às *fake news* e o gerenciamento de crises.

10. Aponte outras informações que você considere relevantes no processo de construção do documento e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil.

O Documento 99 embora seja um marco para a comunicação eclesial traz alguns pontos de conflito, sobretudo tudo no que diz respeito ao serviço da assessoria técnica. Pois não é razoável imputar aos agentes de pastoral tal ofício, mesmo sabendo que a realidade das nossas dioceses no Brasil é diversa e nem sempre possuem condições financeiras para ter um profissional nessa área, mas é necessário, antes de tudo incentivar a assessoria técnica naquilo eu lhe é próprio e a Pastoral da Comunicação também dentro da sua área de serviço. Ambas são complementares.

ENTREVISTAS

REGIONAL LESTE 2

Eu, Marcus Túlio Oliveira Neto, 30 anos, coordenador regional da Pastoral da Comunicação no Regional Leste 2, formado em Filosofia, estudante de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda concedo esta entrevista ao Pe Mauricio Cruz com a finalidade de colaborar na construção de sua tese de doutoramento sobre a Comunicação Católica no Brasil a ser defendida na ECA/USP.

1. *Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E, a seu ver, que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco o que você tem percebido.*

O olhar atencioso da Igreja do Brasil para a comunicação, desde a estruturação e expansão da Pastoral da Comunicação, e posteriormente com a publicação do Diretório de Comunicação, gerou em mim esperança. Acho que esta é a virtude que melhor pode expressar o que a publicação do diretório gerou em mim. A esperança, pois expressa a atenção, o cuidado com uma área tão importante na trajetória de evangelização. Desde que conheci o Diretório e posteriormente, na leitura, nos encontros, nas partilhas... o sentimento foi confirmado. O que percebo nesse processo de conhecimento, enamoramento, compreensão é uma profissionalização da comunicação da Igreja. E isso não vejo como algo negativo. Muitas vezes somos acostumados com o excesso de amadorismo (que nem sempre é por vontade, mas pelas próprias disposições das pessoas que servem) e o Diretório vem trazer para o cenário comunicativo do Brasil uma preocupação de formação tanto dos agentes quanto dos profissionais que atuam e trabalham nas realidades eclesiais. E isso é um dado importante, uma vez que temos um país com dimensões continentais, e isso influencia sobremaneira na forma de fazer comunicação: levar em conta as diferentes culturas, as particularidades regionais, formas de compreensão eclesial. Tudo isso deve ser abraçado por quem faz comunicação.

2. *Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no País? O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?*

As novidades que o Diretório traz, creio eu, primeiramente são os conceitos que embasam as práticas comunicativas, como por exemplo a teologia da comunicação, a ética, a própria educomunicação. Ele é um livro fonte – tanto para quem já experiente, quanto para os iniciantes. É um livro de cabeceira para o comunicador (sem esquecer a Palavra de Deus, é claro rsrs). Vejo como um marco, pois ele sela o compromisso da Igreja no Brasil em comunicar (e comunicar bem) e abre o horizonte para tantas iniciativas, fortalecimento das Pascons, encontros de formação, articulação... tudo isso que vem após a publicação do Diretório.

3. *Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?*

A minha reação ao encontrar Educomunicação no Diretório foi de abertura. Sinto que ainda é um pouco vago, principalmente nas pistas de ação. Penso nos nossos agentes que não tem formação superior, que não tem formação em comunicação... para eles é difícil de compreender. Mas a presença conceitual – um capítulo dedicado à Educomunicação – já é um avanço! Penso que esta apropriação hoje é extremamente necessária... vivemos num mundo que pede esta transdisciplinaridade de conceitos e práticas que ajude as pessoas nos seus processos

formativos. E se a Igreja não acompanha esse movimento, se ela não acompanha também a evolução digital, ela vai perdendo grande parte da sua capacidade de evangelizar. Confiamos no Espírito Santo, é claro, pois ele é quem conduz a todos... mas é preciso que ela faça a sua parte, se proponha e ofereça meios para que os seus agentes se formem e sejam propagadores. A intenção do documento é identificar os focos para formação e trabalhá-los. São lugares privilegiados para se desenvolver as práticas educacionais.

4. *Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?*

Acho interessante e necessária, mas retomando o que disse acima, sinto que poderia ser mais claro, mais elucidativo. Tanto a parte conceitual, quanto as pistas de ação.

5. *O que significa Educomunicação? Que referências você tem desse conceito?*

Compreendo Educomunicação além do conceito de educar para a comunicação. Essa interface de educação e comunicação busca ações que ajudem as pessoas nas suas relações com a sociedade, na sua formação subjetiva, política, cultural e, no nosso caso, auxilie também no processo de formação eclesial. A pessoa que é educada para a comunicação ela compreende melhor os meios e processos da sociedade em que vive e fica mais preparada, principalmente, para lidar com as transformações do mundo contemporâneo. Num mundo extremamente departamentalizado, a educomunicação traz uma visão mais abrangente... diria, mais holística das coisas, da vida e torna o sujeito realmente protagonista. As minhas referências desse conceito vêm das reflexões, partilhas e leituras do pensamento do Prof. Ismar de Oliveira e da Prof. Cicilia Peruzzo, na linha da comunicação popular.

6. *Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?*

Primeiramente, penso que é primeiramente conhecer bem a realidade em que vive. O trabalho da Pastoral da Comunicação não pode ser reduzido simplesmente a “bater” foto do padre, fazer jornalzinho, mural, postar coisas no facebook. Penso que isso seria pescar no aquário. O trabalho da Pascom se torna mais eficaz e mais eficiente na medida em que consegue mostrar a “cara” da Igreja e consegue criar pontes, estreitar laços, com as pessoas de dentro e de fora. Só aí já se tem uma possibilidade bastante grande para começar a pensar em Educomunicação, pois torna o agente da Pascom mais sensível para perceber as necessidades das famílias, das crianças, das escolas que tem no território de sua comunidade ou paróquia e assim sucessivamente. Quando ele percebe as necessidades é capaz de propor ações assertivas em parceria com outros organismos.

7. *Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?*

Quando ele for mais conhecido e assimilado melhor mostrará uma face verdadeiramente pastoral da Igreja. O que temos já mostra uma igreja aberta, arejada, capaz de entender as pessoas.

8. *Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?*

A Educomunicação pode ser o lado “real” dessas comunidades online. Penso que corre-se o risco de cair no virtualismo... de se fazer tudo por grupo de WhatsApp – dos encaminhamentos pastorais, reunião de pauta à preparação da liturgia. E a educomunicação pode ser usada para aproximar as pessoas, para colocá-las a caminho... ou para usar uma expressão do Papa Francisco, para fazê-las “sujar os pés”.

9. *Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educ comunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ... Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existirem, quais seriam esses prognósticos?*

Existe perspectiva sim. Nosso regional é muito extenso... são 32 (Arqui)dioceses nos estados de Minas Gerais e Espírito Santo. As distâncias são bastantes grandes e a educomunicação pode nos ajudar no processo de vivência dos eixos da Pastoral da Comunicação nas realidades de província e de dioceses. Temos uma articulação recente, basicamente 3 anos de organização estrutural da Pascom aqui no regional. Ainda temos umas 5 dioceses que não conseguimos articular (mas não desistimos delas! Rsr). Uma das formas de trazer de maneira mais presente a educomunicação para a nossa realidade seria a concretização do projeto Pascom Amiga (que já está presente em nosso plano de comunicação), que consiste no apoio de uma paróquia ou diocese que já possui Pascom articulada a uma que não tem.

10. *Aponte outras informações que você considere relevantes no acesso ao Documento 99 da CNBB e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil. Considero extremamente pertinente e relevante a forma como foi construído o Diretório (conceito e pistas de ação). Nas pistas temos boas possibilidades de colocar o discurso em prática. Isso é fundamental! Outra questão é que ele foi bastante difundido em encontro nacional, regionais, dioceses, EAD... ou seja, é um documento que se tornou acessível (embora muitos dos agentes ainda não conheçam, mas, mais por preguiça, do que por falta de oportunidade). Penso que estamos vivendo tempos oportunos para fazer bom uso deste e de outros documentos que estão surgindo, como guia de implantação a Pascom.*

ENTREVISTAS

REGIONAL NORDESTE 1

Alex Ferreira

MC: Estamos falando com o Alex, coordenador da Pascom no Regional Nordeste 1, da CNBB. Ele vai nos falar um pouco de como está sendo vivida a recepção do Diretório de Comunicação pela pastoral da comunicação no Regional Nordeste 1. Alex como está sendo a recepção do Diretório de Comunicação na sua região, os trabalhos que estão sendo realizados, as perspectivas que o Regional tem, fale para nós um pouquinho a respeito:

AF: O Diretório de Comunicação está sendo implantado, desde a sua criação, dentro do nosso Regional. Essa implantação se dá através de uma formação contínua em nas dioceses e, por sua vez, nas paróquias e comunidades. Nosso desejo é que até o início de 2018, todas as nove dioceses que compõem o Regional Nordeste 1 tenham tido formação sobre o Diretório de Comunicação, para que o mesmo possa ser direcionado às pastorais de comunicação paroquiais.

Das nove dioceses, seis já fizeram estudos sistemáticos sobre o Diretório de Comunicação. O que são esses estudos sistemáticos? São estudos de finais de semana, de 3 dias, em que palestrantes oficiais da CNBB, ou da própria coordenação do Regional, vão até a diocese e oferecem esta formação contínua.

Nós temos uma experiência na Arquidiocese de Fortaleza, que, em 2016, ofereceu um período de estudos de um ano. Todos os sábados, fazíamos essa formação que era especialmente desenvolvida para uma região episcopal. O que é uma região episcopal? É uma pequena porção da Arquidiocese de Fortaleza, neste caso, a Região Episcopal Nossa Senhora dos Prazeres, composta de 15 paróquias. Lá, os agentes estudavam o Diretório, capítulo por capítulo.

Também temos uma experiência semelhante numa paróquia do interior, da Diocese de Itapipoca, a paróquia São Francisco de Assis, que também realizou esse trabalho durante o primeiro semestre de 2017. O estudo foi realizado toda quarta-feira de março até julho. Numa quarta-feira, os agentes estudavam um capítulo do Diretório de Comunicação e, na quarta seguinte, apresentavam o conteúdo a outras pastorais da paróquia, para que também conhecessem o conteúdo do Documento 99 da CNBB.

MC: No Diretório, temos uma linha condutora que é a presença da Educomunicação. Como está sendo conhecido e apresentado esse conceito, bem como assumido pela Igreja local?

AF: Nós ainda temos um processo lento com a questão da Educomunicação. Em Fortaleza nós temos conhecimento de apenas um pequeno grupo, que é coordenado por uma amiga nossa, chamada Jocasta Pimentel. Ela trabalha esse conceito de Educomunicação e é radialista da Rádio Dom Bosco. Ela é quem vem desenvolvendo alguns trabalhos nesse sentido. O que são esses trabalhos? São reuniões, encontros, formações com pessoas que queiram conhecer a Educomunicação.

Nós temos no Regional uma escola de comunicação, e um dos temas da escola será Educomunicação, percebida como processo. E ainda, em março de 2018, iremos vivenciar o nosso Mutirão de Comunicação no Regional Nordeste 1, a ser sediado na Diocese de Sobral, que trabalhará o tema da Educomunicação no seu conceito máximo, com a presença de todas as dioceses do Regional.

ENTREVISTAS

REGIONAL NORDESTE 2

Padre Jefferson Adelino

Pe. Jefferson Adelino, 30 anos, é coordenador diocesano da Pastoral da Comunicação da Diocese de Caruaru – PE, Assessor eclesiástico da Pastoral da Comunicação no Regional Nordeste 2 da CNBB. Licenciado em Filosofia pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Caruaru. Bacharel em Teologia pela mesma faculdade e pós-graduado em Comunicação Social pelo SEPAC Paulinas/PUC-SP.

MC: Pe. Jefferson, é um prazer estar com você, a gente gostaria de conversar com você sobre a presença, o acesso e a recepção do Documento 99, o Diretório de Comunicação da Igreja. Como você vê a chegada desse documento na sua Diocese de Caruaru e também no seu Regional Nordeste 2? Você pode me falar um pouco como está a chegada do documento na sua região?

JA: O Diretório de Comunicação, que é um esforço da Comissão Episcopal Pastoral para Comunicação da CNBB, tem chegado com grande alegria e se tornado um ensejo de aprender cada vez mais sobre a comunicação tanto no Regional NE2, como também na Diocese de Caruaru. Acolhemos com grande alegria a chegada do Diretório porque é uma diretriz que vai nos ajudar a unir cada vez mais as ações evangelizadoras através da comunicação, tanto na Igreja do Brasil inteiro, quanto no Regional e também na diocese.

O Regional tem procurado dar passos para implantação das diretrizes do Diretório nas dioceses. Já fizemos formações com todos os coordenadores diocesanos que chamamos de RECON, que é a rede de comunicadores do Regional Nordeste 2. E, no encontro destes, nós estudamos cada capítulo do Diretório. Fizemos um material, nos preparamos. Cada diocese apresentou um capítulo. Foi bem dinâmico. Tudo isso, para nos ajudar também nas dioceses a aprofundar o Diretório.

Na Diocese de Caruaru, nas formações que a comissão diocesana está dando nas paróquias, estamos enfocando justamente o Diretório. O material que uso, a bibliografia é o Diretório. Não fujo do Diretório, porque é ali que está a nossa identidade, agora, como Pascom da Igreja no Brasil. Então, é dali que temos de formar nossos agentes de Pascom, para que a comunicação, a Pascom, seja de tal modo unida, que evangelize com a mesma linguagem, com a mesma dinâmica, com a mesma perspectiva, com uma articulação que ajude as pessoas a conhecer o evangelho, a conhecer Jesus Cristo através dos meios, que é aonde as pessoas estão hoje, nas comunicações. Lógico que não entendendo a comunicação apenas como questão técnica e meio, mas como relação. Sabemos hoje que a comunicação é relação, e é próprio nosso, como humano, a comunicação, o ser em relação, mas também não podemos fugir do digital, da cultura digital, da cultura comunicacional que hoje existe e que é permeada pelos meios.

MC: Pe. Jefferson, você pode nos falar um pouco sobre a proposta da Educomunicação nesse processo? A comunicação, sendo principalmente dialogal e relacional, como você vê a presença da Educomunicação nesse processo, depois de a gente ter vivido esses dias aqui no 10º Mutirão Brasileiro de Comunicação?

JA: Como o senhor já disse, a Educomunicação, ou o educar para a comunicação, que é o tema deste MUTICOM, nos ajuda a perceber que a comunicação pode não só nos auxiliar a criar relações entre nós mesmos, mas também colaborar para nos formar, para que, formados, possamos anunciar. Eu não posso anunciar aquilo que não conheço. E eu não anuncio só, anuncio sempre com, por isso que é “com-municação”. Então a gente deve comunicar juntos, em relacionamentos, em relação, pois é inter-relação, é interpessoal. A Pascom é uma pastoral

de conjunto. Então a Educomunicação nos auxilia a criar processos de relações que nos ajudam a dar passos significativos na comunicação, nas paróquias, nas comunidades, no Regional, na Igreja. É um processo que, sendo relacional, nos une e nos comunica para fora, mas, também, nos comunica *ad intra*, para a Igreja, internamente, digamos assim.

MC: E você sente como uma proposta que está sendo bem acolhida, a Educomunicação?

JA: Eu acho que ainda precisa formar mais as comunidades. Nem sempre o termo é bem compreendido. Temos que formar cada vez mais para o sentido do que é Educomunicação porque senão fica só no “educação e comunicação”. E é mais que isso. Temos que formar as comunidades e as paróquias sobre o termo do que é Educomunicação, para que, entendendo o que é, colocar em prática, porque senão fica só nessa de “educação e comunicação”, é só educar para a comunicação, e não é, tem todo um sentido a mais além disso.

Eu, Marcia Marques Cavalcante, 33 anos, coordenadora da Comissão Regional para a Comunicação, Regional Nordeste 2 da CNBB, formado(a) em Comunicação Social, habilitada em jornalismo, concedo esta entrevista ao Padre Mauricio Cruz com a finalidade de colaborar na construção de sua tese de doutoramento sobre a Comunicação Católica no Brasil a ser defendida na ECA/USP.

Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E, a seu ver, que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco o que você tem percebido.

O Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil chegou como um documento norteador das atividades que já eram desenvolvidas. A meu ver, conseguiu organizar – não padronizar – a forma como a Pastoral da Comunicação e as Assessorias atuam no país. O Documento 99 apresentou uma compreensão básica sobre a comunicação, trazendo reflexões simples para que sejam compreendidas por todos os públicos, independente da formação escolar/acadêmica.

Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no País? O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?

Acredito que novidade não é bem o foco do documento. Talvez o que possamos tratar como inovação na prática pastoral / comunicativa da e na Igreja seja a relevância dada à educomunicação, como grande meio transformador da sociedade. Um termo ainda não totalmente compreendido ou totalmente definido até por estudiosos acabou sendo um véis a ser incorporado às práticas da Pascom e das Assessorias.

O Doc99 é um marco na história da Igreja no Brasil. Após estudos, cartas e campanhas da fraternidade publicadas e vividas no país e lembrando os documentos pontifícios sobre comunicação, o Diretório surgiu como um ponto de referência, que deverá ser usado por muitos e muitos anos guiando os agentes protagonistas ou não da comunicação eclesial.

Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?

Como já havia estudado sobre o tema, recebi com grata surpresa a ideia de um capítulo inteiro dedicado à educomunicação. Diga-se, aliás, que o título do capítulo é “Educar para a Comunicação”, o que já sugere que o termo “educomunicação” não é conhecido de forma massiva. O diretório apresenta a educomunicação como ferramenta de construção consciente da opinião pessoal sob olhar criterioso da informação recebida nos diversos meios. Até onde puder ler sobre o tema, é a definição básica deste campo que, como disse anteriormente na questão de número 2, ainda está em plena efervescência de estudos conceituais no mundo inteiro.

Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?

Totalmente necessária, achando, inclusive, que o tema deveria ser abordado em novos estudos.

O que significa Educomunicação? Que referências você tem desse conceito?

Compreendo que o objeto de estudo da educomunicação remonta até mesmo aos idos dos anos 1930 devido à chegada da televisão e a necessidade dos estudiosos de entenderem e propagar os anseios à respeito dos efeitos da comunicação (cinema, livros, impressos de um modo geral e rádio) na população. Paulo Freire também insere muito as palavras “educação” e “comunicação” em vários de seus escritos, deixando clara a sua posição sobre a necessidade de orientar as pessoas quanto ao consumo dos produtos midiáticos de toda natureza. Então, a meu ver, a educomunicação – tentando ser sucinta – trata de uma área que busca trabalhar a ação comunicativa formal e não formal na construção da sociedade, procurando apresentar estudos que comprovem a ação / reação de todos os fatores envolvidos no processo.

Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

Os agentes pastorais, acredito, ainda precisam passar pelo processo de absorção do que é, realmente, a educomunicação. Mas creio que pequenos passos já podem ser dados neste sentido. A propagação do termo já é de grande valia, assim como publicações – em toda e qualquer mídia – buscando despertar a consciência crítica de que toda pessoa é ser um agente decisivo no gerir comunicacional. Aliado a isso, sempre ter uma palavra daqueles que são entendidos como as lideranças da vida eclesial, como diáconos, padres, bispos ou religiosos(as) consagrados(as).

Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

Ela trará impactos reais se for realmente compreendida. Eu ainda não enxergo tais impactos justamente por acreditar que o clamor à consciência crítica ainda está distante na realidade eclesial. No máximo o assunto é tratado dentro de reuniões da Pastoral da Comunicação e tentado colocar em prática em ações ainda muito tímidas dentro da Igreja. Não vejo a educomunicação ainda permeando os Planos Pastorais. Quando isso acontecer, o impacto que espero é na mudança de comportamento das pessoas frente às mídias formais e não formais, inclusive – é bom que se lembre disso – às mídias católicas.

Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?

Há uma nova frente de grupos “católicos” que passam a questionar de forma arquitetada as informações veiculadas através dos meios. Sejam as informações sociais de um modo geral, sejam as informações católicas. Talvez esse despertar ao senso crítico, expressão tão utilizada pela educomunicação, tenha favorecido o surgimento destas novas aldeias. Porém, aliado a este novo fato, há também atrelado o novo perfil do agente comunicador que está “protegido” por um escudo invisível das mídias digitais. Agora, se a pergunta estiver vinculada apenas ao surgimento de novos grupos, creio que não seja meramente a educomunicação a responsável, mas a popularização e até banalização das ferramentas digitais.

Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educomunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ... Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existirem, quais seriam esses prognósticos?

Sinceramente não há um prognóstico. Apesar de estar coordenadora da Pascom no Regional Nordeste 2 durante o lançamento do Diretório, pouco ou nada se caminhou na direção da Educomunicação. Um dos motivos é a independência das ações em cada diocese, que são autônomas. A educomunicação continua um capítulo do diretório, a ser estudado nas bases paroquiais ou em âmbito diocesano. Talvez, a longo prazo, consigamos que a temática seja o “carro-chefe” de uma ação conjunta e orquestrada no nosso regional.

Aponte outras informações que você considere relevantes no acesso ao Documento 99 da CNBB e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil.

Quanto ao acesso, creio que o documento foi e é bastante disseminado no seio da Igreja, procurado quase que exclusivamente por agentes de comunicação de cada Igreja Particular. Quanto às contribuições do Doc99, destaco: a base teológica encontrada nos capítulos II e II, pois sem ela, a comunicação da e na Igreja estaria sujeita à secularização completa, fugindo da ação primeira que é transformar através da fé; e o chamado à ética e à legalidade, encontradas nos capítulos IV e VIII respectivamente. No conjunto, o diretório contribui positivamente para o caminhar da comunicação, fazendo com que a unidade – não a padronização, que nem se encaixa na comunicação de uma instituição que envolve tantas diferenças – prevaleça, favorecendo a catolicidade nas ações que serão realizadas aqui e adiante.

ENTREVISTAS

REGIONAL NORDESTE 3

Eu, Pe. Paulo Tadeu Lima de Melo, coordenador da pastoral da comunicação na Arquidiocese de Aracaju, formado em comunicação e mídia digital pela FANESE.

RESPOSTAS:

1. O Diretório de Comunicação deu um caminho seguro para a comunicação católica da Igreja no Brasil. Com ele encontramos diretrizes para um melhor trabalho da Pastoral da Comunicação na Arquidiocese de Aracaju.
2. O Documento deu pistas importantes no trabalho de formação e articulação das Pascom nas paróquias sobretudo no capítulo 10 que traz como a Pascom deve caminhar e se fortalecer como pastoral de Comunicação na igreja.
3. O Diretório nos propõe também uma reeducação no trabalho pastoral da Comunicação católica com pistas para desenvolver uma educomunicação a partir do que já existe na pastoral comunicação na Igreja e na sociedade.
4. Achei bastante interessante o conceito educomunicação no diretório porque nos trouxe uma visão mais ampla de que todos nós precisamos nos reeducar sobretudo no uso dos meios de comunicação a serviço da Evangelização.
5. Educar para comunicar e comunicar para educar.
6. Formando através de pequenos encontros com a Pascom, desenvolvendo e propondo uma cultura do educar para comunicar e ao mesmo tempo ajudando a fazer uma leitura crítica dos aspectos comunicativos e dos meios de comunicação em geral.
7. Acredito que o grande impacto é criar e despertar uma nova mentalidade em relação a comunicação cristã e procurar assumir essa nova mentalidade no serviço a Evangelização. Precisamos nos reeducar para comunicar.
8. Na orientação, na formação, no acompanhamento, na avaliação e triagem do que está sendo postado e que tipo de linha essas comunidades estão assumindo no serviço a Evangelização.
9. Acredito que a melhor saída seria continuar insistindo na formação dos agentes de comunicação em toda diocese, através de cursos, Encontros e até mesmo pensar capacitação de forma técnica e profissional, investindo nos agentes da PASCOM.
10. O doc.99 era o que faltava para nortear e dá uma nova cara um novo rosto ao trabalho da Pascom na Igreja. Acredito que doc.99 é hoje como a Bíblia da Comunicação para formar, orientar e formar nossos agentes. Ele é completo com uma linguagem bastante atraente e de fácil compreensão.

ENTREVISTAS

REGIONAL NORDESTE 4

Eu, padre Raimundo Nonato Cruz Duarte, 63 anos, coordenador regional da comunicação no Regional Nordeste 4, formado(a) em Filosofia e Teologia, concedo esta entrevista ao Pe Mauricio Cruz com a finalidade de colaborar na construção de sua tese de doutoramento sobre a Comunicação Católica no Brasil a ser defendida na ECA/USP.

1. Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco o que você tem percebido.

A minha impressão é que o Diretório de comunicação da Igreja no Brasil sintetiza uma longa história: - foram aproximadamente 17 anos para sua compilação - e por isso mesmo, ele procura contemplar as diversas vivências comunicacionais e mais: sintetiza a longa história das vivências e práticas da ação evangelizadora com a comunicação. Em suma: trabalha as políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil.

2. Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no país? O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?

O Diretório chega num momento em que a Igreja é interpelada pelas mudanças trazidas à sociedade contemporânea pela instantaneidade da revolução digital. Tanto os tradicionais meios de comunicação social, quanto as novidades trazidas pelo emergente mundo da internet, são contempladas no texto para que se coloquem a serviço dos valores humanos, éticos e cristãos. Além do que, projeta o presente e o futuro comunicativo da Igreja e coloca-se em diálogo com os demais segmentos sociais, tais como: a própria comunicação, a teologia, sociologia, entre outros... Ele é interdisciplinar...

3. Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Em sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?

Citando o número 213, do Documento:- “Faz-se necessário que a Igreja promova para os bispos, presbíteros, diáconos, religiosos, lideranças e comunidades uma formação que:

a) propicie o entendimento dos fundamentos que orientam as relações de comunicação na sociedade e no interior da comunidade eclesial, e b) facilite a implementação de políticas de ação no campo da comunicação” entendo que esse enunciado torna a Igreja a grande propulsora de comunicação e a partir daí, a necessidade de uma educação para a comunicação na Igreja, objetivando uma educação para a comunicação, possibilitando-lhe adquirir instrumentos de análise crítica dos meios de comunicação, educando para os processos dialógicos.

4. Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?

- Muito oportuno, pois o documento propõe e motiva a Igreja a ampliar suas relações com toda a comunidade, na perspectiva de uma “cultura do encontro”, como foi proposta pelo Papa Francisco. O Diretório propõe o envolvimento com as pessoas e a sociedade na qual se vive, condição essencial para o êxito de toda a ação evangelizadora.

5. O que significa Educomunicação? Que referências você tem desse conceito?

- Me parece um conceito novo na comunicação. Um processo em construção. Um conjunto das ações inerentes ao planejamento, no nosso caso pastoral. Entendo que esse processo amplia a nossa capacidade de expressão; melhora o nosso entendimento comunicativo; e, sobretudo, aumenta o senso crítico... Mas também aumenta a nossa responsabilidade.

6. Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

- Dado o fato de que as tecnologias digitais estão mudando não só o modo de comunicar, mas também a própria comunicação, o agente necessita estar atento e aberto a esta nova realidade tornando presente a formação permanente para a comunicação e para o convívio com o mundo digital.

7. Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

- Primeiro uma formação para o uso das ferramentas existentes; depois valorizando uma comunicação mais dialógica em detrimento de uma comunicação manipuladora. “Um agente de comunicação bem formado é fundamental para alimentar a solidariedade dos fiéis na Igreja local e provocar um ambiente de diálogo e crescimento.”

8. Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?

- Utilizando da melhor maneira possível – com responsabilidade - o novo espaço comunicacional o chamado ciberespaço. Essa nova plataforma de interação onde os atores em comunicação têm a possibilidade de ser simultaneamente emissores e receptores de mensagens, produtores e consumidores de informação.

9. Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educamunicativo na comunicação católica nesta primeira e nas próximas décadas... Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existirem, quais seriam esses prognósticos?

- Entendendo a Educomunicação como um processo educativo para e através da comunicação; e visando o aprendizado e domínio das técnicas para o aperfeiçoamento de uma comunicação mais abrangente, nosso Regional, na sua última reunião dia 10 de março, fez um diagnóstico das necessidades mais urgentes. A partir daí, foi sugerido – para este ano - um aprofundamento do Diretório. Sendo que o primeiro estudo será o capítulo V: “Protagonismo dos leigos na comunicação evangelizadora”. Certamente também estudaremos o capítulo IX, oportunamente. Penso o estudo aprofundado do Diretório tornará nossos agentes da comunicação mais atuantes, desenvolvendo-lhes um senso crítico, que com certeza muito ajudará o Regional no desenvolvimento de suas ações...

10. Aponte outras informações que você considere relevantes no acesso ao Documento 99 da CNBB e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil.

- Como nos diz o próprio documento, não tem a pretensão de ser um conjunto de normas a serem seguidas, muito menos, um manual introdutório à prática comunicativa. A contribuição que oferece à Igreja é essencialmente de caráter indicativo e motivador. Inspirado na prática e na vivência da comunicação da Igreja no Brasil, o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil destina-se, em primeiro lugar, aos responsáveis pela formulação e pela condução das práticas de comunicação nos diferentes âmbitos da vida eclesial e nas relações da Igreja com a sociedade.

ENTREVISTAS

REGIONAL NORDESTE 5

Eu, Pe. Edinaldo Rodrigues Pereira, 44 anos, coordenador diocesano da Pascom da diocese de Imperatriz – MA e coordenador da Pascom Regional Nordeste 5, formado em Filosofia, Teologia (IESMA) e cursando Jornalismo (UFMA) concedo esta entrevista ao Pe Mauricio Cruz com a finalidade de colaborar na construção de sua tese de doutoramento sobre a Comunicação Católica no Brasil a ser defendida na ECA/USP.

1. Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco o que você tem percebido.

Antes do Diretório de Comunicação para a Igreja no Brasil a Pascom trabalhava apenas em plano regional, diocesano, paroquial com o objetivo de traçar caminhos de ação pastoral. Com o nascimento do Diretório, as metas de ações pastorais da comunicação obtiveram um grande suporte para melhor contribuir na evangelização. Pra mim como agente de pastoral, e na coordenação regional, o diretório chegou em um momento oportuno para fortalecer a Pascom nas dioceses de nosso regional, bem como articular a mesma onde não tinha (ou ainda não tem).

2. Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no país? O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?

Historicamente sabemos que são poucos países que existem um diretório de comunicação. No caso do Brasil o documento veio como sinal de unidade entre todas as atividades pastorais facilitando um bom relacionamento de caminhada entre os grupos, movimentos e organismos da Igreja. Vale ressaltar que o título do documento não especifica, exclusivamente, PASCOM. O que constata positivamente que o mesmo é em prol de um melhoramento da comunicação interna da Igreja.

3. Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo? Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?

Educomunicação é processo que as lideranças da Igreja devem abraçar. Educar é um processo e é construído por valores cristãos e humanos para transformar o meio social. Comunicar bem com autenticidade é necessário. O Diretório veio como fonte complementar na formação das lideranças leigas e clérigos para uma comunicação dialógica. Importante lembrar que a contribuição do Diretório sobre a educomunicação vai além das estruturas da Igreja, pois em escolas e universidades já vem refletindo sobre estes aspectos importantes.

4. O que significa Educomunicação? Que referências você tem desse conceito?

Educomunicação é um processo que envolve EDUCAR para COMUNICAR. Aqui envolve termos teóricos e práticos de ÉTICA, VERDADE, VALORES, MORAIS....

5. Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

Como agente de pastoral e coordenação na pastoral sempre envolvo a educomunicação, pois nossa missão é EVANGELIZAR e levar a boa nova de Jesus está implícita a educomunicação.

6. Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

Um bom planejamento pastoral deve levar uma boa reflexão teórica para agir de forma missionária. A educomunicação vem contribuir na importância da formação integral do cristão. Isso requer uma compreensão que a Igreja precisa também da ajuda de algumas ciências, culturas instituições sociais para somar com os valores cristão e assim a Igreja ser uma luz profética no meio social.

7. Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"? Comunidades alternativas das chamadas "minorias" que encontram sentido de pertencimento religioso nos espaços digitais.

No mundo secular que vivemos constatamos no campo da comunicação analógicas e digitais muitas informações agregadas em ideologias de interesses próprios, políticos e religiosos. Desta forma a educomunicação tem muito a contribuir no campo religioso para que a evangelização seja de fato trinitária. Este modo de evangelizar vai ajudar muito nas mídias digitais que já existem e nas que poderão ser criadas, pois tanto real como digital a forma de agir não poderá fugir do objetivo principal: EVANGELIZAR.

8. Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educamunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ... Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existirem, quais seriam esses prognósticos?

O que se espera deste trabalho educamunicativo é maior envolvimento das lideranças da Igreja, bem como intensificar em formações em grupos, pastorais e movimentos para que todos possam entrar no PROCESSO EDUCATIVO de MUDANÇA DE HÁBITOS em prol de uma evangelização libertadora. Em nosso regional já trabalhamos explicitamente o tema EDUCOMUNICAÇÃO nos encontros de agentes da Pascom regional. De forma implícita sempre trabalhamos em nossos encontros diocesanos e regionais, pois sejam quais forem os temas, sociais ou religiosos, sempre enfocamos a importância de trabalhar na prática.

Aponte outras informações que você considere relevantes no acesso ao Documento 99 da CNBB e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil.

O documento é muito rico em temas e propostas para uma boa ação da comunicação na Igreja do Brasil. Percebo que os conteúdos não restringem apenas aos agentes da Pascom e sim a todos que evangelizam e sentem-se protagonistas no agir da missão. Abre-se um leque de unidade entre grupos, pastorais e movimentos, facilitando assim uma comunicação dialógica e libertadora.

ENTREVISTAS

REGIONAL NOROESTE

Nome: Padre Geraldo Siqueira de Almeida. Idade: 43 anos Diretor da Rádio Caiari, Porto Velho – RO.

Maurício Cruz – Qual o impacto que a publicação do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil produziu em você e, a seu ver, que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil.

Geraldo Siqueira – O primeiro ponto que eu quero salientar é que esse interesse pela comunicação é muito recente e, em razão do contexto em que vivemos, a nossa tendência é nos dedicarmos a outros aspectos da vida Igreja. Vou começar pelo macro: aqui na nossa diocese – eu creio que posso estender também ao Regional – a questão da comunicação está limitada a um grupo muito restrito. Esse documento praticamente não foi estudado em nossa diocese. Eu mesmo tive um contato muito superficial com ele, sem me aprofundar em sua temática. Eu acho, sim, interessante que a Igreja esteja se preocupando com melhorar a sua comunicação e também usar melhor os novos meios de comunicação. Isto enriquece e nos ajuda a melhorar a qualidade da educação e a tratar o assunto com maior seriedade. O documento chama a atenção para isso e provoca em nós essa inquietação.

MC – Que novidades o senhor destacaria que o documento nos traz? Qual o significado desse documento para a história da Igreja no Brasil?

GS – Primeiro, falar de comunicação na Igreja não é algo recente. Existem outros documentos. Eu penso que a ampliação do entendimento do que é comunicação é uma novidade, principalmente se levarmos em conta essa abertura para as novas plataformas digitais. Acho que é muito importante o emprego dos instrumentos que hoje estão a nossa disposição para nos comunicarmos. No meu ponto de vista, a grande novidade - e o Papa Francisco tem contribuído muito neste sentido – é a proposta à Igreja de abertura de sua forma de se comunicar, usando as novas mídias.

MC – A Rádio Caiari já tem alguma plataforma de rede social?

GS – Sim. É bom salientar que a Rádio Caiari está passando por um processo de reorganização. É uma rádio antiga, que está completando 56 anos, e é a primeira rádio de Rondônia. Nós estamos passando por um processo de decadência das rádios AM, e não é só aqui. Trata-se de um fenômeno generalizado. Por isso, a Rádio Caiari, daqui a uns dois ou três meses, estará migrando para a frequência FM. Nós temos, sim, aplicativos e procuramos usar outros meios mais comuns e, agora, com a FM, já estamos estudando a criação de uma plataforma digital. E outra coisa também que estamos tentando é aproximar a Rádio da Pastoral da Comunicação da Diocese. Hoje, parece que a Rádio da Diocese está aqui e a Pastoral da Comunicação está lá. Nossa intenção, inclusive, é que a Pastoral da comunicação venha a funcionar dentro do espaço da rádio, porque nós entendemos que a rádio é um veículo da Diocese; e, diga-se de passagem, o novo arcebispo, Dom Roque Paloschi quer que a linha editorial da diocese possa se identificar com um veículo católico.

MC – Certo. A Rádio, mesmo tendo esses mais de 50 anos de existência, operou na modulagem AM, é isto?

GS – Operou, não. Opera ainda e agora vai migrar para FM.

MC – E, com isso, pretende integrar-se à Pastoral da Comunicação, o que não é ainda uma realidade...

GS – Sim, este é o desejo e, como eu disse antes, precisamos dar uma identidade católica ao veículo, porque, mesmo que a rádio sempre tenha primado por esses valores - educação católica, ética e um jornalismo de qualidade - nós estamos aqui numa Capital que tem não sei quantas FMs e a única católica é a nossa. Então, por que não explorar a nossa identidade, até porque não temos outra concorrente? Mas não podemos deixar que ela se torne uma rádio de sacristia e, para isso, precisamos sempre priorizar a questão da educação, da cultura, a defesa da vida, a defesa dos povos, a comunicação de credibilidade. Temos que também preservar a sua independência, exatamente para que tenhamos condições de defender a vida do povo, principalmente do povo da Amazônia. Uma de nossas grandes preocupações, hoje, é manter-nos integrados tanto à Rede de Notícias da Amazônia como também à própria Rede Católica de Notícias.

MC – Que reação o senhor teve ao contato com o termo educomunicação no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil? Na sua avaliação, que tipo de apropriação o Diretório faz desse conceito, dessa perspectiva de trabalho e como o documento acolhe e tenta trabalhar esse conceito educamunicativo?

GS – Primeiro, devo dizer que se trata de um vocábulo e um conceito novo. O que ele desperta em nós é a necessidade de uma mudança de pensamento, de compreender a comunicação, e nos propõe uma maneira diferente de nos preocuparmos com a qualidade do “se comunicar”. Provoca, sim, interesse de nos aprofundarmos no seu conhecimento. Sendo muito sincero, como já falei antes, é algo muito novo para nós; os nossos seminários não trabalham a formação pela educomunicação. Eu creio que esse conceito se torna muito...

MC – Você acha importante a presença do conceito educomunicação no documento?

GS – Sim. Não só importante, mas necessário.

MC – O que significa educomunicação? Você teve contato com esse conceito antes do Diretório de Comunicação?

GS – Não. Meu contato é recente e, para mim, significa, no contexto da educação, uma maneira de se melhorar as nossas relações tanto interpessoais como também na vida da própria Igreja e da comunidade.

MC – Como o agente pastoral poderia envolver a educomunicação no trabalho da Pascom?

GS – Primeiro, procurando conhecer e, em segundo lugar, procurando aprofundar-se nesse conhecimento com a ajuda da diocese e da paróquia. A grande crítica que faço à Igreja, hoje, é que ela não consegue se manter atualizada em relação às novidades que vão surgindo e são tantas as novidades que, por preguiça ou por falta de oportunidade, a Igreja acaba lançando mão dos velhos conceitos e a gente acaba fazendo uma pastoral de manutenção.

MC – Certo. No caso, precisaria, no seu ponto de vista, estabelecer prioridades, seria isto?

GS – Creio que sim. Mas também, tornar esses conceitos mais acessíveis, sobretudo se levarmos em conta que estamos na Amazônia, onde faltam agentes de Pastoral e os poucos que existem são pessoas muito simples, principalmente no interior, nas comunidades dos rios. Esses novos conceitos não vão atingi-los. Temos, então, que simplificar nossa linguagem. Os documentos da Igreja são elaborados para a elite intelectual. Uma pessoa simples pega esses

documentos e não entende nada. Não sei quem tem que fazer isso, se esta é uma tarefa que cabe a nós, mas temos que pensar em algo que as pessoas possam entender.

MC – No seu ponto de vista os conceitos precisam ser traduzidos em uma linguagem que seja acessível aos destinatários...

GS – Exatamente. Depende de quem você quer atingir.

MC – Em que a educomunicação poderia contribuir para o atual surgimento e para a constituição de novas comunidades católicas *on line*? Essas comunidades seriam aquelas em que as pessoas, não se sentindo acolhidas na igreja física, de repente criam ambientes digitais, ambientes virtuais, nos quais elas podem se considerar católicas e, a partir daí, podem defender seus direitos, falar para o mundo o que elas pensam e se relacionarem como católicas. Você acredita que a educomunicação poderia contribuir para isso ou para o fortalecimento e esclarecimento disso?

GS – Eu acho que não só para contribuir, mas também para reforçar a sua importância. Se nós queremos agir como Igreja e como sociedade que pensa em valores, temos que nos abrimos a essa nova realidade, porque a tendência atual é a vivência da fé comunitária pelos meios de comunicação, nem tanto porque as pessoas assim o desejem, mas porque as próprias circunstâncias da vida nos impõem. Se falarmos, por exemplo, da insegurança ao sairmos de casa... Hoje, falando da Amazônia, que muitos pensam ser um mundo de paz, aqui você não pode sair de casa à noite, porque você vai ter sua casa roubada, você vai ter o seu gado roubado. Os nossos grupos de reflexão estão numa decadência tremenda porque, à noite, não se pode sair de casa. Mas, se falarmos em meios virtuais, mesmo nas regiões mais remotas, todo mundo tem lá a sua *internetzinha*. Pode não ter telefone, mas *internet* tem. E se nós não usarmos esses espaços... e, aqui da Amazônia, é mais urgente devido ao isolamento. Eu acho que nós, enquanto Igreja, estamos indo a passos de tartaruga.

MC – E falando em passo de tartaruga - podemos pensar nisso para a próxima década -, o que você acha do trabalho educutivo na nossa comunicação católica? Segundo sua percepção, existe perspectiva de futuro para o trabalho da educomunicação nas atuais políticas que estão sendo pensadas pela CNBB no Regional e na Arquidiocese de Porto Velho?

GS – Eu não tenho conhecimento da organização da comunicação na CNBB. Eu conheço as três Rádios aqui da região e uma TV ou duas. E nossa preocupação atual, como já disse anteriormente, é com a ampliação dessa realidade. Então, torna-se difícil para mim falar em perspectiva de crescimento de algo sobre o que eu não tenho nada de concreto para ser pensado. Agora, como pessoa que está começando a partilhar esse mundo da comunicação, acho que a educomunicação não somente tem futuro, mas que é importante e necessária e que é por aí que devemos caminhar.

MC – Fale, agora, um pouquinho para nós a respeito do processo formativo da comunicação aqui na Arquidiocese de Porto Velho e também da formação das pessoas envolvidas na comunicação local.

GS – Quando nós assumimos a Rádio, uma de nossas primeiras preocupações foi trazer, para nos orientar, uma pessoa com conhecimento específico da comunicação. E estive conosco, durante uma semana, a Irmã Helena Corazza. Ela nos ajudou a repensar a Rádio a partir da realidade da Amazônia e da nova perspectiva da Igreja. Inclusive, foi ela quem nos apresentou o conceito de educomunicação. Empregando toda uma metodologia – o primeiro passo foi um diagnóstico da Rádio –, ela nos auxiliou no planejamento nesta fase que estamos vivendo, o

que foi de grande valia e de grande relevância para nós; ela se encontrou com os agentes de pastorais da Arquidiocese; trabalhou a Pastoral da Comunicação nas paróquias e foi dela a sugestão de aproximar a Pastoral da Comunicação da Rádio Caiari.

MC – E quando você fala de profissionais da área da comunicação, como é que você identifica sua presença na formação desses profissionais?

GS – No mundo da Igreja, vamos dizer assim, que inclui padres, freiras e companhia, uma assessoria de imprensa é muito limitada. Porto Velho tem várias faculdades de comunicação, mas a gente vê que nós mesmos, como Igreja, estamos indo muito devagar. Para se ter uma ideia, o *site* da diocese passou muito tempo desatualizado. Agora nosso Arcebispo, com sua sensibilidade, retomou o assunto e está tentando melhorá-lo e, hoje, percebemos que existe um esforço maior para solucionar o problema. Se pegarmos, por exemplo, o plano pastoral da Arquidiocese e vários outros projetos, percebemos essa tentativa. Mas é tudo muito lento é tudo muito devagar, muito difícil. Mesmo assim, eu acho que o bonito de tudo isso é que já há uma preocupação, há uma sensibilização e isso é muito importante. E estamos caminhando nessa direção. Quando se investe na Diocese, por exemplo, trazendo um profissional de outra área para nos ajudar, como é o caso do Felipe, que é advogado, eu sinto que essa questão se tornou uma prioridade. Como eu falei, a realidade é limitada, mas a gente percebe um grande esforço de melhorar neste sentido.

MC – Quando foi que a Irmã Helena Corazza este por aqui fazendo a apresentação do conceito de educomunicação e trazendo para vocês essa formação um pouco mais estruturada sobre a comunicação?

GS – Ela esteve aqui no primeiro semestre de 2017.

MC – É recente...

GS – Nós assumimos aqui em fevereiro e já tivemos essa preocupação de trazê-la. Se Deus quiser, agora com a Rádio na frequência FM, nós queremos continuar essa formação com o convite que lhe fiz para melhorarmos a nossa forma de comunicar, usando as ferramentas que a Igreja oferece.

MC – Você gostaria de comentar mais alguma coisa a respeito da função do Diretório de Comunicação da Igreja para o trabalho, especialmente aqui na Rádio Caiari, junto com outros meios de comunicação?

GS – Eu agradeço e acho que sua entrevista é provocativa, enquanto nos incita a procurar conhecer e aprofundar no estudo do documento, porque, às vezes, ele acaba caindo nos esquecimentos. Eu acredito que, a partir desta sua provocação, outras pessoas vão se interessar por isso. Desejo que sua pesquisa alcance os objetivos desejados.

MC – Padre Geraldo, muito obrigado por sua contribuição e vamos junto trabalhando pela Igreja na comunicação.

Nome: Rita de Cássia Moura da Silva Ferreira. Idade: 31 anos. Formação: Ciências Religiosas pela PUC de Campinas. É Secretária Executiva do Regional Noroeste.

MC – Qual a sua percepção do Diretório, Documento 99 da CNBB? Que impacto a publicação do Diretório de Comunicação produziu em você e, a seu ver, que compreensão o documento

traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco sobre a sua participação na recepção desse documento aqui no Regional Noroeste e, especialmente, na Arquidiocese de Porto Velho.

RC – Há uns seis anos, mais ou menos, nós começamos um trabalho no Regional Noroeste, que atende três estados, porque sentíamos a necessidade de melhorar a nossa comunicação, em razão das grandes distâncias, uma característica muito marcante da nossa região. Nós tivemos alguns treinamentos dados pela CNBB, durante os quais estudamos a fundo o Documento 99. Mas, na hora da implantação da comunicação, tanto no Regional como na Arquidiocese, não conseguimos avançar, por vários motivos, entre os quais falta de conhecimento interno, em nossa arquidiocese, e por falta de pessoas para nos ajudar.

MC - Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no País? O que esse documento poderia significar na história da comunicação católica no Brasil?

RC – Eu acredito que, hoje, nós não podemos fugir da questão da comunicação. Ela está presente em todos os meios e locais onde nos encontramos. Para a Igreja, ela é necessária para atingir mais pessoas. O Diretório, apesar de eu não ter lido, pelo que eu tenho ouvido em reuniões da CNBB, ele dá alguns sinais, algumas orientações de como a gente pode melhorar e fazer experiências. Como nos encontramos na região amazônica, nossas experiências são um pouco diferentes. Por exemplo, o município de Lábrea, que fica ao Sul, é uma prelazia totalmente ribeirinha e o acesso local é muito difícil pelos rios. E como é que eles se comunicam? Por programas de rádio e de televisão locais que ampliam um pouco a sua comunicação. Algumas de nossas dioceses também aderiram a essas maneiras diferentes de se comunicar e é neste sentido que o Diretório pode nos ajudar, abrindo o leque de experiências que nos permitirão levar a Palavra de Deus a um número maior de pessoas.

MC – Você falou que ainda não leu o Diretório, mas talvez você já tenha ouvido falar da educomunicação, presente nesse documento. Quando você ouviu falar desse conceito, que reação você teve? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz nesse documento, ou seja, como o documento pretende trabalhar esse conceito?

RC – Pelo pouco de informação que tenho, e até pelo que o próprio termo me diz, a educomunicação, para mim, seria um processo de reeducação pela comunicação que, certamente, nos ajudará a comunicar de forma mais clara. Eu não sei dizer exatamente o que é. Acredito que seu objetivo seja nos ajudar a encontrar formas de melhor nos comunicarmos neste mundo em que tudo é virtual ou em que tudo é muito rápido. E a Igreja também precisa se adaptar a essa nova realidade porque, às vezes, em termos de comunicação, eu tenho a impressão de que ainda somos pré-históricos. Nós não estamos conseguindo evoluir na mesma velocidade da comunicação.

MC – Você achou interessante ou desnecessária a presença desse conceito no Diretório?

RC – Eu acho interessante, porque nós ainda não conseguimos despertar, em nossa Diocese e em nosso trabalho pastoral, para a questão da comunicação. Nós vivemos num mundo virtual, onde tudo é muito rápido e a Igreja não consegue se comunicar com a mesma rapidez, não consegue evoluir no seu processo de comunicação. Ela acaba se limitando a *sites*, *blogs* e jornais internos e não consegue trabalhar, de forma eficaz, os outros meios de comunicação.

MC – Você teve alguma referência fora do Diretório sobre educomunicação ou você teve contato com esse conceito fora desse documento?

RC – Não.

MC – Como o agente de Pastoral poderia desenvolver a educomunicação na Pascom? O agente, ali no seu trabalho ribeirinho e mesmo aqui na Arquidiocese de Porto Velho, poderia trabalhar a proposta da educomunicação em sua ação pastoral?

RC – Sim. O processo da educomunicação pode nos ajudar a trabalhar a comunicação de forma mais eficaz e a alcançar o nosso objetivo que é evangelizar. Acredito que, em primeiro lugar, ele ajuda o agente a despertar para a necessidade de se comunicar e de fazer a comunicação certa.

MC – Nesse sentido, você acredita que a educomunicação pode colaborar no planejamento pastoral e comunicacional da Igreja?

RC – Sim, com certeza, até porque precisamos da educomunicação. Eu sinto que os trabalhos pastorais são muito amarrados. As pastorais não se abrem para o estudo, para melhorar, para descobrir novas formas aproveitadas as mídias que se encontram a sua disposição. A febre agora é o *faceboock*, o *WhatsApp* e nós não usamos esses meios para atingir nossos objetivos e realizar o nosso trabalho pastoral.

MC – Falando exatamente desse universo das redes sociais, em que a educomunicação poderia contribuir para o atual surgimento e constituição das novas comunidades católicas *on line*? Haveria uma resposta da Teoria da Comunicação para esse fenômeno? Como a Igreja consegue trabalhar com esse fenômeno do surgimento das novas comunidades que se sentem católicas por estarem unidas virtualmente?

RC – Vou falar um pouco de minha experiência como CNBB Regional. Eu vou a algumas reuniões em Brasília. Já tivemos várias falas do Secretário, Dom Leonardo, sobre o assunto. Em algumas dessas reuniões com a própria equipe de comunicação e de assessoria de imprensa da CNBB, deu para perceber que a Igreja ainda não consegue ter muito claro qual é o seu objetivo de comunicar pelas mídias. E como essas mídias exigem rapidez de quem trabalha com elas, acabam aparecendo conteúdos não muito adequados que, às vezes, chegam, até mesmo, a manchar um pouco a imagem da CNBB. E como a gente não consegue estar presente nessas mídias de forma mais coerente, torna-se difícil para a CNBB encontrar uma forma mais correta de se fazer presente. Nós temos, sim, um documento que trabalha a questão da comunicação, mas falta uma abordagem voltada um pouco mais para a prática. Existe, na CNBB, uma mídia “quieta na dela”. E, além disso, não é um trabalho conjunto. É criado um site da CNBB, e ele fica lá. Não há um trabalho de produção de vídeos, não há um trabalho de *faceboock*, que poderiam ajudar nesse processo. E as comunidades novas que vão surgindo são, quase todas elas, de não católicos, e os católicos acabam acreditando no que essas comunidades falam sem a preocupação de ir à fonte para verificar se o conteúdo é verdadeiro.

MC – E é nesse sentido que você diz que certas redes sociais que têm o nome de católicas acabam manchando a imagem da CNBB...

RC – Isso.

MC – Aponte outras informações que você considera relevantes no processo de recepção do documento. Por exemplo, o que estaria faltando para o documento chegar até o Regional Noroeste de uma maneira mais planejada, mais conjunta, mais organizada, sob o seu ponto de vista, inclusive aqui na Diocese de Porto Velho.

RC – Uma coisa que eu venho falando há muito tempo no Regional e que eu venho conversando com nosso bispo referencial é que nós precisamos acordar para a questão da rapidez da comunicação. Nós não conseguimos nem mesmo nos aproximarmos dessa rapidez e não conseguimos também dar prioridade à eficácia da comunicação. Nós precisamos, em primeiro lugar, despertar e, em segundo lugar, estudar, tanto no âmbito regional quanto no diocesano. E aí está a nossa dificuldade porque, muitas vezes, o bispo acha que isso não é necessário e que a comunicação eficaz não é prioridade e que um *site* ou um *blog* ou um jornal de notícias pode resolver a questão da comunicação. E a Diocese acaba ficando muito aquém desse mundo imerso na cultura da comunicação. Hoje, nós temos alguns meios um pouco acanhados. Resumem-se a uma Rádio e ao *site* da Arquidiocese que, após algum tempo desativado, foi retomado. Não existe uma prática de comunicação tanto em relação às redes sociais quanto ao trabalho pastoral. A Arquidiocese e o Regional Noroeste não têm visibilidade. Se você procura no Google o que é o Regional Noroeste, só fica sabendo que é algo da CNBB, porque não existe nenhum trabalho da pastoral, nenhuma manchete, nenhum vídeo, nada no *faceboock* que fale um pouco do que é o nosso Regional; quais são as dioceses que ele atende ou que trabalhos desenvolve... Até no site da CNBB ele não é muito visível. Não temos uma equipe preocupada em dar visibilidade ao trabalho e eu acho que é aí que pecamos um pouco. Tanto a equipe quanto os próprios bispos acabam não dando prioridade à questão da comunicação.

MC – Aqui no Regional Noroeste e eu creio que em outros regionais também, a gente tem alguma coisa muito interessante que é o fato de termos o assessor numa cidade e o bispo referencial noutra. Isto também não se constitui em empecilho para o trabalho conjunto ou não tem nada a ver?

RC – Acredito que não. A distância não se constitui em empecilho. A gente tem um exemplo de coordenadores - aqui nós chamamos de articuladores - que, numa diocese muito distante, no Acre, desenvolvem um trabalho pastoral muito bem feito em nível regional. Eu acho que o que falta mesmo é vontade e priorização da comunicação. As nossas distâncias devem ser uma escada para nos ajudar a avançar; porque, se eu tenho uma diocese no Regional que é de um estado, onde a maior parte é ribeirinha, e eles conseguem se comunicar de forma melhor, utilizando, por exemplo, a rádio, por que eu não posso trazer essa experiência para outra diocese que está na cidade, que tem como se locomover e que tem a abrangência de Porto Velho? Também Porto Velho pode trabalhar com a rádio em linha. Na Arquidiocese de Porto Velho, no interior, por exemplo, em Ariquemes, existem muitas linhas. Parte é rural e as famílias contam com essa forma de comunicação. Então não é questão de empecilho. É uma desculpa que a gente dá como Igreja e que nos impede de ver as oportunidades que temos de ampliar a comunicação, jogando a culpa na distância. Se nós não podemos nos reunir mais vezes, podemos nos comunicar, promover encontros de pastorais e até reuniões dos bispos por videoconferência ou pelo *skype*; eu acho que o caminho em que estamos é marcado pela ausência de prioridade e por falta da consciência de que é necessário avançar e fazer experiências. A partir dessas experiências é que nós vamos conseguir encontrar um melhor meio de nos comunicarmos como Regional Noroeste e como Arquidiocese de Porto Velho.

MC – O seu Bispo Referencial da Comunicação aqui do Noroeste é o Dom...

RC – Joaquim, que é o bispo da Diocese de Rio Branco, Estado do Acre.

MC – E o padre coordenador referencial é o...

RC – Nós não temos um padre coordenador. Na verdade, existe um Padre Referência, o Padre Jairo, da Diocese de Dom Joaquim, mas que ainda não conseguimos articular. Podemos, então, dizer que não temos referência de assessoria. Só temos mesmo a referência do bispo.

MC – Eu procurei Dom Joaquim e ele me respondeu que não tinha condições de contribuir e que passaria para o Padre Jairo, que está para me dar uma resposta. Voltando um pouco ao que você estava falando, falta articulação e encarar o trabalho pastoral um pouco mais como prioritário. Neste sentido, como você tem visto, como você tem pensado a última gestão da CNBB, a partir de Dom Darci? Você acredita que a proposta do Diretório tem sido levada à frente?

RC – O que eu venho percebendo, principalmente em nossas reuniões de secretários, que acontecem em Brasília e também na Assembleia Geral, é que, como, já disse, o Diretório ainda não é uma prioridade, apesar de ter sido aprovado pela CNBB. Não se percebe muito empenho da CNBB em buscar novas formas de se comunicar melhor. O *site* é uma maneira de se comunicar? É, mas não é uma maneira eficaz, sobretudo porque ele fica ali, meio esquecido. Qual é a forma de nos comunicarmos hoje? Os secretários se comunicam via WhatsApp; nós não temos uma comunicação interligada de um Regional para o outro; um Regional não compartilha suas experiências com o outro. Existe uma forma de se promover esse compartilhamento? Existe, sim. Nós temos conhecimento de Regionais, como o de JI-Paraná, que tem feito pequenos vídeos no youtube, que eles sempre compartilham conosco. O que falta, realmente, é nos convenceremos de que temos que acelerar o processo de comunicação, principalmente nas redes sociais, e que precisamos de capacitações mais avançadas e mais atualizadas. Acho que falta muito ainda para conseguirmos nos comunicar como CNBB. Recentemente, tivemos uma experiência com a própria assessoria de imprensa. O Padre Rafael fez uma formação conosco, mas uma formação muito para trás, antiga, abordando o processo de comunicação que a gente aprende na escola. Não houve uma abordagem mais concreta do como fazer. Há algum tempo, surgiu um projeto latino-americano de videoconferências que a CNBB queria adotar nas dioceses, nos regionais e, até mesmo, envolvendo os próprios bispos reunidos em Assembleia Geral. Mas a ideia não foi levada para frente, até porque não era um projeto brasileiro.

MC – O empecilho teria sido a língua... De um lado, o castelhano e do outro, o português. Mas, falando de estrutura, o que é que você me diz sobre a estrutura das pastorais e da assessoria de comunicação? porque, em cada um dos Regionais, existe Assessoria de Comunicação e Pastoral da Comunicação... Existem diferenças entre uma e outra? Se existem, quais são e o que cabe a cada uma?

RC – No Regional, nós não temos Assessoria de Comunicação e nem Pastoral da Comunicação e há outros Regionais que eu acredito que também não têm. Existe Assessoria de Comunicação em uma determinada Diocese que, às vezes, ajuda o Regional a divulgar uma nota de esclarecimento, de repúdio, ou um evento... Nós ainda estamos muito aquém do satisfatório. Não conseguimos, como Regional, chegar, por exemplo, a um consenso sobre o que o Regional quer comunicar à Igreja no Brasil e a outras entidades ou pessoas não católicas. Não conseguimos nos entender, nem mesmo entre os próprios bispos. Por exemplo, tentaram realizar uma videoconferência para discutir a redução de gastos e não conseguiram. Por quê? É falta de

internet? Em algumas regiões, sim. Mas o que nos falta não é estrutura. Hoje a *internet* está em tudo que é canto. Eu fui a Manaus, a um encontro de secretários, estava no meio do Rio Amazonas e tinha *internet*. Então não é questão de estrutura. É questão de investimento na formação de pessoas e, em alguns casos, em bons equipamentos de *internet*, porque, na região amazônica, em muitos lugares, a *internet* é muito precária e falta boa vontade para resolver o problema. O resto, a gente corre atrás. Se, em algumas regiões, a situação é outra, por que nós não conseguimos? E eu, como secretária de um Regional, sou muito cobrada neste sentido: por que o Regional não tem um *site*? Por que o Regional não tem uma página no *Facebook*? Por que a secretária não comunica? Por que não manda *e-mail*? Eu não disponho de uma equipe e por que os agentes de pastoral não se reúnem para formar essa equipe de que precisamos? Falta boa vontade. Às vezes, nós jogamos a responsabilidade para a entidade, CNBB ou Diocese, e nos esquecemos de nossa parcela de responsabilidade como sujeitos da comunicação. A própria Arquidiocese não consegue se comunicar. Eu diria que falta postura de pastoral de conjunto. Acharmos muito bonito, mas não conseguimos colocar em prática. E um dos objetivos da pastoral de conjunto é exatamente o compartilhamento de experiências, tendo em vista o aperfeiçoamento da comunicação. Se uma diocese fez algo que deu certo, por que outra diocese não pode adaptá-la a sua realidade? Não quero dizer que a CNBB não esteja fazendo esforços. Sua comunicação interna, como instituição, por exemplo, já melhorou muito. Sua sede, em Brasília, não conseguia se comunicar e, hoje, ela já avançou muito nesse sentido. Se a própria CNBB enfrenta problemas na comunicação interna, imagine os Regionais. Cabe a cada Regional também fazer o seu esforço. Mas eles precisam do apoio da matriz, da equipe de assessoria de Brasília, para ajudá-los a cumprir o seu papel. E esta é uma promessa não cumprida. A gente vai a Brasília, fala, pede o Diretório e não existe uma contrapartida.

MC – Poderíamos dizer que o Regional é mais uma formação política de uma equipe de Dioceses?

RC – Não, porque há uma característica muito singular do Regional Noroeste. Apesar de serem sete igrejas - são cinco dioceses e uma prelazia -, nós adotamos um pouco o princípio da partilha de experiências. Cada diocese tem sua estrutura individual e o Regional não interfere nisso. Se eu proponho a uma diocese a implantação da Pastoral da Comunicação, eu o faço como sugestão. Eu não posso interferir na diocese. Alguns regionais, por exemplo, dão suporte às dioceses no trabalho de formação. É o caso do Regional Oeste, cuja sede fica em Cuiabá, onde o Padre Jair atende às solicitações de apoio que lhe são feitas. No Noroeste, é o contrário. Eu é que tenho que sugerir e deixar que a Diocese decida e isso atrapalha um pouco o trabalho pastoral. A gente não consegue fazer o trabalho pastoral girar, de forma a se tornar comum às dioceses. Nosso Regional abrange três estados, mas isso não pode ser considerado um empecilho. Nós temos pastorais que foram trabalhadas com certo tempo e que fluem normalmente. Com algumas outras, que são mais críticas, como as Pastorais Sociais e as Pastorais da Comunicação e da Juventude, a gente tem certa dificuldade de trabalhar, porque cada diocese responde por si e nós não podemos interferir. A CNBB é o órgão que orienta a organização do trabalho pastoral nas dioceses e não um órgão interventor. Alguns Regionais conseguem avançar porque existe um acordo entre os bispos; outros, não. No nosso, essa característica é muito forte. Nós avançamos em algumas coisas, mas, na maior parte, não.

MC – Exatamente porque faltaria um pouco mais a adesão de cada um dos bispos e de suas dioceses nesse trabalho...

RC – Tanto que, das sete igrejas particulares, apenas três têm a Pastoral da Comunicação. Ji-Paraná tinha uma equipe de comunicação e não tem mais; Guajará-Mirim também não tem; em

Porto Velho e em Lábrea, algumas pessoas executam alguns trabalhos de comunicação, mas não como Pascom; as que têm são Rio Branco, Cruzeiro do Sul e Humaitá, esta última já num estágio mais avançado. Nenhuma de nossas dioceses conta com assessoria de comunicação ou de imprensa. Porto Velho, por exemplo, por se tratar de uma diocese, deveria ter uma assessoria de imprensa, mas só conta com algumas pessoas que dão assessoria ao bispo, mas não...

MC – Você é a única funcionária do Regional ou você é voluntária?

RC – Eu sou funcionária do Regional e, além de mim, tem a Célia que trabalha no setor administrativo e financeiro. O trabalho pastoral e de comunicação com a diocese é de minha responsabilidade.

MC – E falta a Pascom no Regional que só poderá tê-la quando existirem nas dioceses...

RC – Este é um trabalho que a gente já vem fazendo há algum tempo. Nós tivemos, de 2011 a 2013, algumas formações que nos vinham da assessoria da CNBB. A Irmã Élide veio algumas vezes, falou do Diretório e nos incentivou muito; houve um empenho efetivo de cada bispo e de cada diocese para que o documento seguisse em frente na Assembleia da CNBB. A Irmã Osnilda também esteve aqui e nos ajudou muito nesse processo de formação. Nessa época, tínhamos Ji-Paraná, estávamos começando o trabalho com Guajará, havia uma pequena equipe em Porto Velho, Rio Branco; em Lábrea, que já tinha a Rádio, estávamos começando o trabalho e, de um tempo para cá, o novo coordenador de Pastoral, Orli, começou a trabalhar essa ideia de como expandir. No ano passado, a Repan (Rede Eclesial Pan Amazônica) promoveu uma formação de comunicação em todas as dioceses da Amazônia brasileira, enquanto outra equipe se dedicava aos demais países latino-americanos. No Brasil, essa formação esteve focada mais nos meios de comunicação, *blogs*, *emails* e, principalmente o rádio, porque o rádio está presente na maioria das cidades ribeirinhas. O encontro aconteceu em Manaus, em duas etapas e dele participaram representantes do Regional Noroeste, Guajará, Humaitá e Lábrea. Foi a partir dessa formação que Humaitá e Lábrea passaram a se preocupar com a expansão da comunicação. E, atualmente, nós estamos assim: não conseguimos montar uma equipe regional; já tivemos uma pequena equipe, mas não avançou. Acredito que a razão esteja no fato das dioceses não darem prioridade à comunicação em seu planejamento pastoral. A maior parte dos planos contempla somente a catequese, a liturgia e as pastorais sociais. E aí quando a gente tenta promover um encontro de formação em comunicação, o que ouvimos é: “Ah, mais uma?... mas pra quê?...”. E não se consegue avançar e volta-se novamente ao *site*. Eu acho que o *site* já está um pouco ultrapassado e que temos que trabalhar as demais mídias. Tanto que no encontro em Brasília, no ano passado, eu me lembro que o Padre Rafael, com muito esforço, muita boa vontade, preparou um material em *powerpoint* e aí o Padre Subsecretário do Paraná, formado em jornalismo e que desenvolve, em sua diocese, trabalhos com vídeos no *youtube* e com outras mídias sociais, fez uma pergunta relacionada justamente com a mídia mais atual, e ficou sem resposta.

MC – Obrigado, Rita, por sua participação em nosso trabalho e Que Deus te abençoe. E que surjam corações para se unirem a você nesse trabalho pela comunicação aqui no Noroeste.

Nome: Padre Filip Cromheeck. Idade: 59 anos. Há cinco anos é pároco da Paróquia São Cristovão, em Porto Velho, RO, e Vigário Geral da Arquidiocese, onde atua nas Pastorais Sociais, na Pastoral da Saúde, Pastoral Carcerária e junto aos moradores de rua.

Maurício Cruz – Padre, fale-me um pouco de sua experiência no contato com o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil.

Filip Cromheeck – Eu não tive contato e nem sabia que existia um Diretório, mas eu tive um bom contato com a Pastoral da Comunicação.

MC – Como se encontra o estágio de preparação da Pastoral da Comunicação na Arquidiocese de Porto Velho?

FC – Está em nossos planos o desenvolvimento dessa pastoral, tanto na diocese quanto nas paróquias. Mas ainda estamos bem no início, falta ainda muita coisa.

MC – A sede do presidente do Regional é Porto Velho, mas o Bispo Referencial e o Coordenador moram em Rio Branco. Como é que fica a conexão entre vocês e eles para a construção da Pastoral da Comunicação em cidades que estão tão distantes?

FC – Esta é uma de nossas dificuldades: as distâncias e o fato de termos poucos padres e poucos agentes de pastoral. A gente acaba tendo que fazer um pouco de tudo. Nós não temos pessoas que possam se dedicar especificamente à questão da comunicação.

MC – Que novidades o senhor acredita que o Documento 99, sendo específico da CNBB, pode trazer enquanto contribuição para a Pastoral da Comunicação?

FC – Acho que esse documento deve trazer algumas orientações gerais de como desenvolver melhor a comunicação, o que é de suma importância na sociedade de hoje, para que a Igreja saiba se comunicar de forma que atinja todas as pessoas e não só os católicos, porque queira-se ou não, as pessoas formam uma imagem da Igreja Católica. Então, é importante que saibamos transmitir em que consiste a Igreja, como funciona, quais são as atividades que desenvolve e como é que ela está fazendo o trabalho de evangelização. Aqui em Rondônia, nós temos uma presença muito forte das Igrejas Neopentecostais – Rondônia e Rio de Janeiro são os dois estados com o maior número de protestantes, no Brasil. E nós nos deparamos muito com pessoas que têm resistência à Igreja Católica porque “a Igreja Católica adora imagem, adoram um Deus morto” e muitas outras coisas que temos que ouvir o tempo todo. Para desconstruir isso e construir um novo discurso não é fácil, porque tudo isso é permanentemente colocado nas cabeças das pessoas.

MC – Padre, na publicação do Diretório de Comunicação vem uma novidade que é o conceito de educomunicação. Embora o senhor não tenha tido ainda contato com o documento, eu posso lhe perguntar se o senhor já teve contato com esse conceito em alguma outra fonte? O senhor já ouviu falar desse conceito?

FC – Não.

MC – Então, como o senhor imagina o trabalho pastoral do agente da comunicação aqui na Arquidiocese de Porto Velho. Como o agente da pastoral poderia desempenhar o seu trabalho aqui? Como a Pastoral da Comunicação está sendo construída e organizada para as paróquias e redondezas?

FC – Todos os agentes de pastoral têm que ter essa sensibilidade, esse olhar específico não só para divulgar suas atividades, mas também para, através da ação evangelizadora, atingir um

maior número possível de pessoas através dos meios de comunicação. É importante que todas as pastorais possam contar com pessoas preparadas para produzir textos, para fotografar, fazer entrevistas, gravar vídeos; e para produzir e ter conhecimento dos objetivos que se quer alcançar com essa produção.

MC – Você acredita que o Diretório pode trazer contribuições para o planejamento das pastorais?

FC – Perfeitamente.

MC – O documento traz essa visão de planejamento por meio da educomunicação e é muito importante que tenhamos contato com essa visão metodológica de trabalho. Nós estamos vivendo hoje, aqui em Rondônia, como o senhor estava dizendo, uma presença muito forte de pentecostais. Nas redes sociais, no campo virtual, existem também os católicos que, não se sentindo acolhidos na comunidade física, se encontram numa comunidade virtual, ou seja, fazem dessa experiência virtual uma forma de pertencimento à Igreja Católica. Como a Pastoral da Comunicação pode viabilizar o vínculo entre essas pessoas ou até mesmo acolhê-las para a convivência real na Igreja?

FC – Este é um verdadeiro desafio. Eu senti muito isso, quando a gente fazia missão no interior, lá nas linhas. Nas pequenas comunidades, as pessoas não têm formação. A formação delas é a que recebem da televisão – Canção nova, Rede Vida, Século 21. Uma vez eu visitei uma catequista que pegava as coisas na Canção Nova para, posteriormente, transmitir ao grupinho de crianças que estava catequizando.

MC – Você falou em linhas. Explique-me o que isso significa.

FC – Ramal, linha... o nome surgiu no processo de colonização agrária. Um território era dividido em áreas e as estradas faziam linhas e lotes e os lotes eram doados às pessoas que sabiam desmatar e cultivar a terra e que, depois, se tornavam proprietárias.

MC – Então as linhas são uma forma de distribuição da terra...

FC – E como tudo aqui é muito distante e as pessoas não têm acesso fácil à igreja do município, eles encontram na televisão o seu meio de formação e informação. E isso é mais importante do que a visita do padre duas ou três vezes por ano.

MC – Para a administração dos sacramentos, não é?

FC – E aconteceu que, durante uma visita que fizemos com seminaristas a um desses locais, os fieis pediram para interromper o que estávamos fazendo, porque ia começar o programa do Padre Reginaldo Manzotti ou a novena que eles estavam acompanhando na televisão. Eles preferiram interromper-nos para participar da novena e, depois, seguir com o encontro com os seminaristas.

MC – É um caso muito interessante e, de repente, a comunicação pode ajudar bastante essas comunidades nesse sentido. E o projeto educacional, com o qual eu espero que o senhor tenha contato muito brevemente, traz exatamente essa possibilidade de você despertar para a comunicação, a partir do ambiente local.

FC – O problema é que, em geral, esses programas são muito devocionais. Não são formativos. A formação é muito limitada. Deveriam ser programas de direção espiritual, para tirar dúvidas.

MC – Junto a essas linhas, padre, existe acesso à *Internet*?

FC – Sim, mais do que ao telefone. O sinal da *internet* funciona melhor.

MC – É uma ótima ferramenta para se trabalhar a educomunicação, porque, se você tem acesso à *internet*, você consegue trabalhar esse projeto que a educomunicação chama de pedagogia de projetos e isso pode ser feito via *internet*. Padre, fale-me um pouco sobre as perspectivas para o futuro da comunicação. O que o senhor imagina que se pode fazer, nos próximos 10 anos, em termos de comunicação aqui no Regional Noroeste, que é um Regional também novo. Ele recebeu essa classificação a partir de 2016, ou seja, está completando dois anos que foi desmembrado do Norte 1 e, uma vez criado, ele tem os seus projetos...

FC – Na Arquidiocese, nós estamos revitalizando a Rádio Caiari que agora vai migrar para FM, o que nos traz a esperança de atingir mais pessoas. Trata-se de um grande investimento.

MC – Uma rádio *web*, uma vez que se tenha toda a instrumentação para a *internet* pode também ser pensada; a própria Caiari *Web* daria possibilidade a todo esse pessoal de participar ao vivo, de qualquer lugar da linha em que eles se encontram em Rondônia, e não somente eles. Na Diocese de Santarém, que fica no Pará, existe essa iniciativa, que é bem anterior à perspectiva conceitual da Educomunicação.

FC – Sim, mas temos de nos lembrar de que, em termos de *internet*, precisamos de qualidade.

MC – Sim, a *internet* precisa de qualidade porque, sendo de qualidade, ela permite um retorno efetivo muito melhor. Na onda, a gente fala, mas não temos aquela interação que é própria da *Web*. Além da Rádio, que outras perspectivas o senhor acredita seja possível imaginar para os próximos dez anos no Regional e aqui na Arquidiocese?

FC – Agora você me pegou de surpresa e eu não saberia o que lhe dizer.

MC – O senhor gostaria de fazer mais alguma consideração no campo da comunicação e da pastoral, uma vez que o senhor é Vigário Geral da Diocese?

FC – Como eu já falei anteriormente, eu acho que fazer uma boa comunicação vai se tornar cada vez mais importante, tanto internamente entre nós - o *poly system* que adotamos em todas as paróquias, na contabilidade e no dízimo é um bom exemplo - quanto na pastoral. A gente tem o mesmo sistema de computadores interligados, o que nos permite fazer os lançamentos diariamente, dando-nos uma visão do que sai por dia. Estamos, então, falando da comunicação interna, mas também a comunicação para fora vai se tornando cada vez mais importante. Saber o que estamos comunicando e receber opiniões e sugestões.

MC – Muito obrigado, Padre Filip, por sua acolhida e desejo um futuro muito bom para a comunicação pastoral aqui no Regional Noroeste e na Arquidiocese de Porto Velho.

ENTREVISTAS

REGIONAL NORTE 1

Pe. Flávio Luiz Gonzaga dos Santos – RN 1

Pascom da Prelazia De Tefé

1. Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco o que você tem percebido.

O impacto causado em mim foi no tamanho do desafio que é a questão da comunicação. Ao mesmo tempo em que como causou-me uma grande alegria pela riqueza do texto. O documento esclarece sobre a nossa responsabilidade no processo comunicativo e o quanto ainda é preciso avançar em todos os níveis. Mas também apresenta caminhos bastante interessante para aprimorar o processo dialógico da comunicação lançando mão daquilo que já temos e que pouco ou mal aproveitamos. Percebo que ainda falta para a maioria dos membros da Igreja a percepção da importância da comunicação embora passos estejam sendo dados a algum tempo.

2. Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no país? O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?

Muitas coisas já se tinham sido ditas nos documentos da Igreja desde o Inter Mirifica até os mais recentes. Mas este traz um frescor e uma contextualização necessária à nossa realidade brasileira. Sobretudo no que tange a dar a voz aos pobres e confrontar a narrativa dominante da grade mídias dando espaço às diferentes visões. Tendo como princípio a verdade. (N. 24,28, 30...)

O diretório serve com uma bússola para orientar e nortear todo o processo de comunicação para a Igreja no Brasil que sem dúvida ajudará bastante toda a pastoral da Igreja.

3. Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?

O vocábulo "Educomunicação" não deveria se limitar apenas à formação para a mídia, mas para uma educação comunicativa em sentido amplo que não se limite apenas aos instrumentos utilizados, mas a uma postura de vida ao comunicar-se o que pensa no que acredita e ao que é. O diretório apresenta o termo como uma metodologia em que se inclui os instrumentos meios de comunicação dando enfoque não neles, mas naqueles que os utilizam. Onde se faz necessário que tais sujeitos sejam educados para a utilização correta e ética de tais meios.

4. Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?

Educomunicação seria a junção de duas palavras educação + comunicação. O que sintetizaria como uma educação para a comunicação ou para comunicar. Que inclui o uso das mídias na educação, na produção, gestão e construção de espaços comunicativos diversos, democráticos e criativos para o melhor desenvolvimento da educação dos indivíduos. Tive conhecimento dele apenas no diretório e outros textos da Pascom.

5. O que significa Educomunicação? Que referências você tem desse conceito?

(Não respondeu)

6. Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

Através da formação para o uso dos meios tendo como critérios o Evangelho e as orientações da Igreja através de seus documentos. Capacitando não só tecnicamente os diversos agentes e atores, mas também despertado orientando e educando para uma ética cristã na utilização dos meios e para uma crítica dos mesmos. Despertado nas paróquias e dioceses que se leve a sério o processo comunicativo.

7. Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

Seu impacto se dará na medida em que as dioceses e paróquias levam a sério a educação para a comunicação em suas realidades. Investindo nos agentes para uma boa e eficaz formação e aplicando esta formação nas suas comunidades e grupos. Teremos uma comunicação mais eficaz com a sociedade e saberemos transmitir melhor o Evangelho não apenas usando de qualquer forma os meios, mas todos conscientes de sua missão evangelizadora procurarão alcançar os corações dos homens e mulheres de nosso tempo e de nosso lugar.

8. Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?

Existem muitos sites, blogs, comunidades virtuais e páginas na internet que se auto denominam católicas. Entretanto nem todas estão de fato em comunhão com a Igreja. É preciso criar uma rede em que estes espaços virtuais possam comungar sem perder sua diversidade. Se faz necessário separar o joio do trigo. Aqueles que de fato querem evangelizar criar comunhão e participação fariam parte dessa rede e se poderia criar um programa específico para aqueles que administram estes espaços onde teriam uma formação adequada para o uso destes meios.

9. Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educomunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ... Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existirem, quais seriam esses prognósticos?

Acredito que agora há uma preocupação mais evidente das lideranças católicas de um modo geral sobre a necessidades de uma educomunicação para a Igreja. Passos estão sendo dados nesse sentido. Me parece que a REPAM aqui tem um papel fundamental para que haja esse desenvolvimento. Esperamos um olhar mais atento de todos os bispos para isso a voz do pastor é essencial para que a Igreja local siga essas orientações e o apoio às dioceses e Prelazia mais carentes e distantes são também fundamentais para que tenhamos uma comunicação mais eficaz e uma evangelização atualizada que alcance a todos.

10. Aponte outras informações que você considere relevantes no processo de construção do documento e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil.

O documento representa um progresso na discussão e no desenvolvimento da comunicação da Igreja. Infelizmente ainda é pouco conhecido precisamos encontrar meios para uma maior divulgação do mesmo nas dioceses prelazias paróquias e comunidades.

Ana Paula Gioia Lourenço, 36 anos, assessora de Comunicação da Arquidiocese de Manaus e coordenador(a) da Pastoral da Comunicação do Regional Norte 1 da CNBB, formado(a) em Comunicação Social com habilitação em jornalismo.

Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco o que você tem percebido.

O impacto é positivo, visto que é o primeiro documento oficial sobre comunicação no Brasil que dos apresenta breves orientações sobre as diversas vertentes do comunicar dentro da Igreja. É uma conquista que nos impõe alguns bons desafios.

Os quatros eixos das Pascom (Formação, Articulação, Produção e Espiritualidade), apresentados no diretório, nos indica sinais de como colocar em prática a comunicação, por meio de um viés educativo (educomunicação), permitindo evangelizar de forma eficiente e eficaz. Assim, a igreja se aproxima das pessoas por meio do diálogo, orientando para a responsabilidade com a própria vida e valorizando a vida do outro.

2. Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no país? O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?

A partir dele há o surgimento de novos documentos de orientação mais específica como que está sendo produzido pela Assessoria de Imprensa da CNBB visando orientar as ações de comunicação junto à imprensa tanto na nacional, como nas regionais. Além disso a Comissão Episcopal para a Comunicação, também aprovou uma iniciativa para orientações pastorais dirigidas aos operadores de todas as mídias que no Brasil se apresentam como católicas. Enfim, considero um ponto de partida para a valorização da comunicação dentro da Igreja do Brasil.

Vejo que por parte das pastorais da comunicação em nossa Arquidiocese há interesse em conhecer o documento e discuti-lo, tanto que já foi tema de encontro da Pascom arquidiocesana, de encontros promovidos pela Livraria Paulinas e tem sido solicitada formação a respeito para as Pascoms das dioceses e prelazias do Regional Norte 1, sendo todos estes encontros bem participativos. Nesse caso, muitas vezes falta um processo de convencimento dos padres e alguns bispos sobre a importância da comunicação dentro de suas dioceses e prelazias e assim apoiar e animar as iniciativas pastorais existentes, reunindo representantes das pastorais de paróquias para formar assim um grupo que com formação profissional na área da comunicação ou não faça crescer as atividades comunicacionais diocesanas.

3. Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?

Educomunicação consiste em Educar para a comunicação, nos âmbitos familiar, escolar, comunitário, política, profissional, pastoral e da alfabetização digital, tudo isso para nos orientar de que nós, envolvidos nos processos de comunicação da igreja precisamos ter uma experiência espiritual para comunicar o Deus que se deixa alcançar, a pessoa de Jesus e a igreja, sempre primando responsabilidade, ética, verdade, criando pontes entre a igreja e aqueles que podemos alcançar dentre dos âmbitos já citados acima, especialmente no meio digital.

4. Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?

Considero muito necessária pois a educomunicação nos ajuda no serviço de comunicar com ferramentas que nos permitem evangelizar, criar espaço de diálogos, de reflexões e aproximações.

5. O que significa Educomunicação? Que referências você tem desse conceito?

Minha referência inicial é o diretório e alguns textos da Irmã Helena Corazza, das Paulinas. Ainda não me aprofundi no tema, embora na prática, no dia a dia do trabalho, usamos muito do que a Educomunicação nos coloca.

6. Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

Nas pastorais, quando se trabalha os eixos Formação, Articulação, Produção e Espiritualidade, se coloca em prática a comunicação, a evangelização por meio de um viés educativo, atingindo pessoas de forma eficiente e eficaz.

Segundo Irmã Helena, a expressão Pastoral da Comunicação nasce do conjunto de duas realidades que interagem reciprocamente: comunicação e pastoral. Comunicação entendida como processo de relações entre as pessoas de forma presencial ou mediada pela técnica.

E o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, define a Pascom como “um processo dinâmico, dialógico, interativo e multidirecional” (CNBB, 2014, p. 14), que requer pessoas com conhecimento, compreensão, que assumam esta visão para as diferentes realidades da comunicação contemporânea.

7. Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

Acredito que seja o direcionamento, orientação para os processos de comunicação para um bem comum, mostrando a importância da Pascom e seu papel primordial dentro da Igreja.

8. Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?

Ao percorrer o caminho correto do uso dos meios digitais, se consegue ampliar a evangelização, chegando aos que estão distantes, ou os que se julgam não estarem preparados para um convívio eclesial, nas comunidades paroquiais. Os agentes da Pascom tornam-se capacitados para criar ambientes sadios onde se possa expressar a fé, ter acesso a documentos da igreja, à atividades eclesiais, enfim, conquistar o mundo digital para atingir maior número de pessoas, de vários lugares do planeta.

9. Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educamunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ... Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existirem, quais seriam esses prognósticos?

A Arquidiocese de Manaus tem destacado em suas Assembleias Pastorais Arquidiocesanas a importância de se trabalhar a comunicação, porém é feito ainda de forma tímida, pois é necessário chegar a todas as paróquias e áreas missionárias, formando os agentes que não possuem formação técnica, mas que trabalham com muito amor e desejam servir sempre melhor e participam dos eventos promovidos em nível arquidiocesano. Também precisa ser feito o trabalho de despertar vocacional para o e despertando o chamado para o trabalho na Pastoral da Comunicação.

No Regional ainda há uma atuação tímida, mas o bispo referencial para a Comunicação, Dom Sergio Castriani, considera importante esse movimento deve articular junto aos bispos nos próximos encontros a fim de que todos apoiem as iniciativas que surgem em suas dioceses ou prelazias.

10. Aponte outras informações que você considere relevantes no processo de construção do documento e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil.

Acredito ser este um início que tem despertado interesses de leigos em desenvolver trabalhos comunicativos. As mensagens do Papa para o dia das comunicações também tem sido um grande incentivo. Acredito que em breve os obstáculos não serão capazes de frear os voluntários que tanto querem servir a Deus na Pastoral da Comunicação.

Francilma Grana Bezerra, 43 anos, Diretora da Fundação Rio Mar (mantenedora dos veículos de comunicação da Arquidiocese de Manaus), membro da Pastoral da Comunicação da Arquidiocese de Manaus, formado(a) em Administração com pós-graduação em Docência Universitária, pós-graduanda em Comunicação “Cultura e meios de comunicação” pela PUC.

1. Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco o que você tem percebido.

O primeiro impacto é superpositivo e ao mesmo tempo provocativo, um olhar da igreja para importância da comunicação e seu crescimento em todos os âmbitos.

2. Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no país? O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?

A legalidade deste documento, ou seja, o primeiro documento oficial que rege a comunicação no Brasil, superimportante, vem como uma grande motivação neste processo de mudança do qual hoje estamos vivendo, nas relações através das mídias sociais e uma conquista que é ao mesmo tempo um grande desafio de acertos e ganhos.

O diretório dá vários sinais, dicas de como deve ou deseja ser mais atrativo, coeso, dentro da ética, espiritualidade, de dentro da igreja para fora, criando diálogo entre os leigos, padres e bispos, abrindo espaço na através das redes sociais, assim como fui citado no diretório "Não se pode esquecer que evangelização é sempre comunicação", então o diretório nos norteia em muitas dicas de ações que poderão ser desenvolvidos nas pastorais e nos serviços dentro da nossa evangelização dentro e fora da igreja, além de motivar as bases, a participação efetiva dos leigos assumido o protagonismo da fé atuante.

3. Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?

Educomunicação, educar para evangelizar, este princípio, passa pela vivência da espiritualidade, comunicar com responsabilidade, com ética, com verdade, comprometimento, criando pontes, relações, entrar no universo digital, neste processo que estamos em construção todos os dias requer uma grande espiritualidade, profundo conhecimento da pessoa de Jesus, igreja e da sociedade.

É evangelizar nos tempos e de hoje na escola da educação da fé, sendo assim não tem como não citar os quatro eixos das Pascoms: Formação, Articulação, Produção e Espiritualidade, eles nos fazem perceber que o diretório é uma organização sistêmica, e indica sinais de como colocar em prática a educomunicação com mais propriedade, mais articulado, com eficiência e eficácia na evangelização da igreja para o mundo, para as pessoas, para o processo, assim como também vai trabalhar com reflexões. É por intermédio dessa postura educativa que a igreja se aproxima das pessoas para, por meio do diálogo, propor orientações que inspirem a responsabilidade com a própria vida que busquem novos horizontes nas suas riquezas subjetivas", educar para evangelizar.

4. Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?

Super necessário, devemos ter coragem para olhar o nosso processo de mudança nesta nova face da comunicação do Brasil e do mundo, através das novas formas e ferramentas de evangelização, de espaço de diálogos, de reflexões e aproximações, criando processos de comunicação.

5. O que significa Educomunicação? Que referências você tem desse conceito?

Educomunicação é um campo teórico-prático que propõe uma intervenção a partir de algumas linhas básicas como: educação para a mídia; uso das mídias na educação; produção de conteúdos educativos; gestão democrática das mídias; e prática epistemológica e experimental do conceito.

Educomunicação – Wikipédia, a enciclopédia livre

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Educomunicação>

Educomunicação: Educar para melhor evangelizar, a evangelização passa pelo eixo da educação da fé, ou seja, da escola da fé, que dentro deste mundo globalizado é necessário.

6. Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

Dentro das pastorais o eixo da formação que parte do princípio que quando faço a reflexão a evangelização é crescente, consciente e positiva, lembrando sempre da ética, da verdade e da fé, educomunicação, educar é evangelizar, nas mídias, nas artes, cartazes, informativos, rádio, Tv, jornal impresso, mural, em todas as formas de evangelizar, facebook, Instagram, todos os meios e ferramentas podem e devem ser usado para comunicar a Boa Nova.

7. Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

O maior impacto acredito que seja dá uma direção, dá sinais de criação dos processos de comunicação, dentro destes processos a utilização de todos estes meios para um bem comum e bem maior, através das implantações das Pascoms nas igrejas.

8. Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?

O crescimento, expansão, uma nova forma de evangelizar, criar cultura de pertencimento, de espaço sadio da fé, de divulgação dos documentos da igreja, atividades etc, as comunidades digitais são espaços desta nova cultura digital.

9. Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educamunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ... Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existirem, quais seriam esses prognósticos?

No Plano de evangelização da arquidiocese de Manaus já existe sim, espaço e articulação da comunicação da igreja de dentro para fora, uma assessoria de imprensa, uma rádio com uma programação católica, um jornal impresso articulado dentro da arquidiocese de Manaus mensal, que agora passou a ser uma revista, um site, facebook, programa de Notícias da Igreja, além de uma ótima articulação entre as pastorais, movimentos e Pascoms da arquidiocese em perfeita sintonia. Uma comunicação aberta e direta, em ativa, assim como prevista no plano de Pastoral da arquidiocese, o apoio do arcebispo, do clero de uma forma geral, uma grande abertura na sociedade, com os meios de comunicação local.

10. Aponte outras informações que você considere relevantes no processo de construção do documento e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil.

Este documento é um grande começo para expansão e legalidade da comunicação no Brasil, mas vale a pena destacar os livros publicados pela editora Paulinas e irmãs Helena Corazza e Joana Puntel que muito colaboram para o aprofundamento e estudo nas bases da comunicação da igreja, além de outros autores nacionais que ajudam em prol do crescimento da comunicação, diálogo e processo. O diretório é uma grande riqueza para igreja, mas é preciso avançar para águas mais profundas, quem sabe trabalhar melhor a partir dos eixos das Pascoms nas igrejas e movimentos.

ENTREVISTAS

REGIONAL NORTE 2

Vania Sagresti

MC: Vania Sagresti, da Diocese de Castanhal, no Pará, Regional Norte 2, é um prazer a gente estar conversando um pouco sobre a recepção do Documento 99 da CNBB, chamado Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. Eu gostaria de perguntar a você como é que esse documento está chegando à Diocese de Castanhal e ao seu Regional Norte 2 da CNBB.

VS: Pois é, padre Maurício, o Diretório tem sido agora de grande valia para a Pastoral da Comunicação em nossa diocese, pois desde o seu lançamento que nós o estamos estudando. Propriamente, na diocese, com seis foranias, nós estamos fazendo este estudo com as equipes de Pascom e também com lideranças de outras pastorais. Como o senhor mesmo sabe, a Pastoral da Comunicação é uma pastoral que está presente em todas as outras pastorais. Então, nesse intercâmbio de trabalho pastoral, o Diretório de Comunicação tem sido um grande norte para o nosso trabalho.

O Diretório também foi apresentado e estudado com a presença da Ir. Helena Corazza que esteve conosco, a própria Ir. Joana Puntel, que também esteve conosco e nos recomendou muito sobre o documento. E nós, em um esforço conjunto de equipe, folheamos o documento, preparamos alguns *Power Points* e estamos levando a todas as pessoas que estão interessadas em comunicar a Boa Notícia na Igreja.

MC: Então o documento está sendo bem recebido e estudado na diocese. Agora eu gostaria de compreender também qual é a visão que a diocese tem sobre a temática da Educomunicação? O pessoal está conhecendo esse tema, já está estudando? Como está sendo a recepção da proposta a Educomunicação que se encontra na base do documento?

VS: Na diocese esse termo ainda é novo, porque, mesmo para mim que já estou um bom tempinho na caminhada, já foi uma descoberta a partir de 2016, especialmente com o lançamento do livro da Ir. Helena Corazza “Educomunicação: formação pastoral na cultura digital”, quando ela fez o lançamento da obra no SEPAC. A partir daquele dia, eu tomei mais conhecimento do termo, e agora, durante este 10º Mutirão Brasileiro de Comunicação, a gente adquire um pouco mais de discernimento a respeito da Educomunicação.

Então, para a nossa diocese, esse termo é novo. Para mim é um aprendizado neste momento, porque agora que estamos tendo mais proximidade com o termo Educomunicação. Espero, eu penso, que a partir também deste evento do 10º Mutirão Brasileiro de Comunicação, aqui em Joinville, nós vamos pegar essa temática e vamos nortear também o trabalho da comunicação na nossa diocese.

Eu acredito que o nosso bispo, dom Carlos Verzeletti, que também tem uma aproximação muito grande com a comunicação da Igreja, vai se apresentar mais sensível no sentido de promover a Educomunicação na Diocese de Castanhal em todas as pastorais. Pois, estamos vendo a importância de saber como comunicar a Boa Notícia e também ter a clareza do trabalho que a comunicação na Igreja tem nas realidades locais, principalmente na Amazônia, que vemos distante dos grandes centros, mas que, apesar disso, hoje tem as redes, que estão presentes em todos os lugares.

Eu, por exemplo, moro na periferia, na floresta da Amazônia, e tenho em casa as redes disponíveis na minha frente. Então, eu acredito que, a partir de agora, a Educomunicação vai ser uma presença de comunicação mais próxima das realidades periféricas, também na Amazônia.

Carolynne Rodrigues Franco, 31 anos, coordenadora da Pastoral da Comunicação do Regional Norte 2 da CNBB e jornalista responsável da Assessoria de Imprensa do Regional Norte 2 da CNBB, formada em Jornalismo com pós-graduação em Assessoria de Comunicação.

1. Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco o que você tem percebido.

O Diretório foi um direcionamento da Igreja para os agentes da Pascom sobre a comunicação.

O Documento 99 serviu como base para a formação em muitos Encontros, veio ajudar os agentes da Pastoral no modo de agir no setor comunicacional, mas também informar sobre muitos assuntos técnicos que são aprendidos no curso de jornalismo.

A Igreja está atenta e acompanha a evolução da internet, mídias tecnológicas e os vários processos da comunicação, e diante disso tudo surgiu o Diretório.

2. Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no país? O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?

Tópicos como Transmissão ao vivo mostram as diversas facetas da comunicação. O Diretório abre a oportunidade para os próximos documentos sobre os diversos aspectos para os comunicólogos.

Em março, houve uma reunião com os jornalistas de todo o Brasil da CNBB (da qual participei) para contribuímos e fecharmos um novo manual para os assessores de imprensa e até mesmo agentes da Pascom consultarem. Isso mostra, o quanto a abertura do Diretório proporcionou e despertou mais o interesse e a importância de termos documentos no campo da comunicação.

3. Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?

Ao me deparar com o termo pensei "Educar para comunicar? ". Poderia ser melhor explorada essa nomenclatura, mas veio como forma de instruir, pois as diversas maneiras de comunicar vivem mudando, não é estático e sim sempre em movimento.

4. Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?

É importante citar, mas a proposta do Diretório acredito que tenha sido outra.

5. O que significa Educomunicação? Que referências você tem desse conceito?

Tendo em vista que a Educomunicação é um campo que converge as áreas das ciências humanas, entendo que ela é um novo modelo de comunicação, mais adequando ao ato de comunicar e à educação.

6. Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

Como agente também de pastoral vejo que é mais um termo pra agregar funções diárias, pois já tem cursos e outras formações que possam direcionar, instruir a pessoa.

7. Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

A princípio pode parecer que haverá mudanças, mas se é um termo já utilizado, pode ser usado para melhoria do trabalho de um agente de pastoral.

8. Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?

Usando as novas mídias para comunicar, e nas comunidades católicas anunciar a boa nova, a Palavra de Deus (um dos objetivos constitutivos da Pastoral da Comunicação).

O problema de segmentar a comunicação é que pode gerar novos profissionais para as áreas criadas, mas também pode separar demais.

9. Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educ comunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ... Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existirem, quais seriam esses prognósticos?

Na CNBB Norte 2, agora como Coordenadora Regional da Pascom, tenho trabalhado a integração, utilizando as novas mídias para que mesmo em locais distantes, possamos trabalhar em conjunto. Estou fazendo um mapeamento bem trabalhoso pra identificar os locais em que tem Pascom e os meios que utilizam, para depois organizar um grande Encontro. É necessária essa reestruturação pois tem profissionais, como eu, que exercem as duas funções: a assessoria de imprensa e a de Pastoral.

10. Aponte outras informações que você considere relevantes no processo de construção do documento e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil.

A CNBB nacional tem trabalhado a integração com os Regionais, e esse cuidado em identificar as funções sem desmerecer uma ou outra. Pois, nem todo agente de Pascom é jornalista, e a maioria dos regionais não tem a presença de profissionais com formação. Como tenho as duas funções, consigo ajudar os agentes, ministrando cursos, formando as equipes nas Dioceses, Prelazias...

ENTREVISTAS

REGIONAL OESTE 1

Luciana da Silva Navarro, 31 anos, coordenador(a) diocesano(a) da comunicação na Diocese de Três Lagoas (MS), Regional Oeste 1, formado(a) em Jornalismo pela Universidade Estácio de Sá, de Campo Grande (MS)

Esta entrevista, que servirá de base argumentativa da minha tese (que deve ser depositada em abril), objetiva colher impressões e experiências vividas no contato com o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil e observar a percepção do conceito de Educomunicação presente neste documento.

1. Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E, a seu ver, que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco o que você tem percebido.

A Luz do diretório trouxe um impacto positivo. Mostrou que a Igreja se preocupa com a comunicação e que incentiva a formação e capacitação da Pastoral da Comunicação nas dioceses e nos regionais. É uma importante ferramenta que devemos adotar como material auxiliar em noções ações pastorais.

2. Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no País? O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?

Olhar o diretório e comparar aos dias atuais é possível dizer que ele precisa de uma revisão e atualização, tal como falar de forma mais aprofundada sobre a influência das redes sociais. Apesar da necessidade desses ajustes, como eu disse, a presença de um documento dedicado à comunicação na Igreja é de extrema importância, pois, mostra que a Igreja reconhece a importância da Pastoral da Comunicação para a evangelização e que também, zela e se preocupa com a formação da mesma, para que haja com seriedade e auxilie na missão evangelizadora da Igreja.

3. Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?

É importante abordar a educação na comunicação e se faz necessário, uma vez que o diretório vem trazer luz e orientações para a Pastoral da Comunicação. O documento é apenas uma introdução e motiva os leitores a buscarem mais conhecimento. Sendo assim, a forma como a “Educomunicação” é citada, ao meu ver, é satisfatória.

4. Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?

Conforme a minha resposta acima, eu reforço que faz necessário falar sobre a educação na comunicação para que os leitores possam assimilar a importância de saírem em busca de formação e assim, que possam colocar em prática ações concretas que venham ao encontro das necessidades da nossa Igreja e que a Pascom possa ajudar.

5. O que significa Educomunicação? Que referências você tem desse conceito?

Ao meu entendimento é a Educação para a Comunicação, é uma introdução sobre a forma como devemos nos comunicar. Não está ligado apenas ao diálogo “face to face”, mas sim desde a forma como eu busco e processo a informação com também, a forma adequada com que eu irei transmitir a mensagem adquirida e processada para que as pessoas compreendam a mensagem e sejam multiplicadores dela.

6. Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

Ao meu ver, o fato de buscar formação técnica por meio de bibliografias didáticas, palestras e seminários é uma forma satisfatória de adquirir conhecimento. Após essa aquisição, se faz necessário compartilhar o conhecimento para que o aprendizado possa ser melhor assimilado, proporcionando à pessoa a oportunidade de ela detectar onde há dúvidas para que possa buscar mais formação. O dia a dia da Pascom, em divulgar de diferentes formas as ações da Igreja refletem o aprendizado de forma prática.

7. Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

Ao meu ver, não há uma preocupação em formar a comunidade para assimilar o conceito de Educomunicação. As mensagens são passadas de acordo com cada cultura e realidade sem a preocupação de uma formação ou planejamento voltado para esse tema. É claro que cada comunidade prepara suas apresentações e comunicados com todo zelo e carinho, mas, talvez, se houvesse uma preparação melhor para compreensão sobre os impactos da Educomunicação na Igreja a clareza com as informações são recebidas e multiplicadas poderia ser melhor.

8. Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?

Ela ligada diretamente, principalmente porque o campo da comunicação online vem mudando muito rápido e é necessário acompanhar e se adaptar a essas mudanças para que a mensagem a ser divulgada possa chegar no receptor de forma correta, atrativa e acolhedora.

9. Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educomunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ... Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existirem, quais seriam esses prognósticos?

Aqui no nosso regional nossa Pascom está caminhando para uma base mais sólida. Nosso intuito é realizar neste ano, possivelmente em setembro, o primeiro Mutirão de Comunicação do Regional Oeste 1. Temos incentivado a capacitação e a formação dos agentes de Pascom, porém, sabemos que estamos no início e que ainda teremos um longo caminho para percorrer antes de termos algo sólido para fazer um diagnóstico neste campo. Apesar da constatação, temos a esperança de estarmos andando no caminho certo!

10. Aponte outras informações que você considere relevantes no acesso ao Documento 99 da CNBB e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil.

Conforme já colocado, somente o fato de ser um documento dedicado à comunicação na Igreja já o torna de singular importância. Agora, devido ao avanço que a comunicação teve nos últimos anos, é de extrema importância que o documento seja atualizado e se aproxime de nossas novas necessidades.

ENTREVISTAS

REGIONAL OESTE 2

Nome: Jair Fante. Idade: Formação: Filosofia e Teologia. Liturgia e Teologia dos Sacramentos pelo Instituto Católico de Paris. Depois de passar pelos Estados Unidos, Marrocos, Canadá e Itália, voltou ao Brasil para assumir a Coordenação Pastoral na Diocese de Cáceres, MT. Atualmente é Coordenador Pastoral do Regional Oeste 2.

JF – O Regional Oeste é formado por oito dioceses: Juína, Sinop, Diamantina, Cáceres, Cuiabá, Rondonópolis, Primavera do Leste e Barra do Garça. São mais de 1.220 quilômetros de estrada de chão. É um verdadeiro labirinto, mas tudo isso compõe o Estado do Mato Grosso que, eclesialmente e geograficamente, é também muito grande e com uma população muito pequena. Nós temos, no Regional, 186 paróquias, mais de 4.500 comunidades, 326 padres e 400 religiosos. A quantidade de padres é muito pequena para essa quantidade de paróquias e comunidades. Temos paróquia em que o padre tem 60 a 70 comunidades para atender. É muito diferente de outras realidades do Brasil. Nessas paróquias mais periféricas, quase tudo é estrada de chão. Só o centro da cidade é asfaltado. Temos padres que fazem 150, 160 quilômetros de chão para atender uma comunidade. O meu trabalho é quase todo ele de assessoria, o que me faz rodar todas as dioceses. Nós temos dificuldade de trazer assessores de fora, em razão própria situação econômica do Regional, e eu tenho ainda que me desdobrar em assessorias que não são próprias de minha função de secretário. Mas, quando não se pode fazer o que deve, deve-se fazer o que pode. Em relação à comunicação, o Documento 99 da CNBB é um primor pela maneira com que ele foi trabalhado, pelo tempo que durou a sua preparação e pela fineza com que rele trata a comunicação. No que diz respeito à comunicação, no mundo de hoje, com o advento dos meios virtuais, nós acabamos entrando numa comunicação deficitária, numa comunicação puramente informativa e não formativa. A nossa comunicação é apenas auditiva e visual, sem racionalidade e sem coração e isso está nos transformando em comunicadores sem coração. É preciso resgatar a dimensão formativa da comunicação que é tão importante quanto a informativa. Mesmo uma pessoa com muito conhecimento, com muita formação, sem formação pode se transformar num dano para a sociedade, o que vem acontecendo muito frequentemente nas mídias mais populares.

MC – Ao falar do ponto principal do documento, que é a preocupação com a formação, que novidades você acredita que o Diretório traz para as práticas comunicativas da Igreja no Brasil?

JF – Eu gostaria de falar mais das implicações do Diretório em nosso Regional. Nos números 250 e 251, ele fala da formação dos agentes. Veja o que ele diz: “a formação tem por objetivo a qualificação das lideranças”, porque a comunicação, como nós já dissemos, não pode ser puramente midiática. A comunicação corpo a corpo tem uma força muito maior do que a comunicação visual e auditiva, tanto que hoje, quando nós observamos a evolução do mundo evangélico, particularmente no Brasil, nós observamos que ela é marcada mais pela ausência da Igreja Católica do que por deficiência teológica, porque, hoje, o trabalho com a pessoa tem que ser um trabalho de presença. Nossa Igreja está perdendo a presença. Em qualquer esquina, você encontra uma igreja evangélica. É essa comunicação que possibilita uma presença direta na vida da pessoa, porque a pessoa te olha na cara. Comunicando na televisão ou numa música, o efeito na vida da gente é um; conversando com uma pessoa, como nós estamos fazendo agora, o efeito é outro. A gente quebra até alguns paradigmas e alguns “pré” conceitos que você tinha quando você não conversava diretamente com a pessoa. E a evangelização, particularmente na

comunicação, é de contato direto. Porque, no contato direto, você conhece a fonte, você constata e questiona na fonte e é questionado por ela. Por isso eu acho muito importante esse número 250 que fala da qualificação das lideranças e dos agentes pastorais, para que eles desenvolvam e executem projetos teoricamente embasados, tecnicamente atualizados e eticamente comprometidos. Aliás, esta é uma das maiores deficiências da comunicação hoje. A falta de ética já começa pela não constatação e não averiguação das fontes, se elas são seguras ou não. As *fake news*, por exemplo, que estão entre as grandes preocupações do Papa. A *fake new* é uma fofoca que você faz a respeito “de”. Se você checar os dados, você não encontra a raiz, a não ser na má intenção que elas carregam. O Diretório faz a seguinte observação, citando o Pontifício Conselho para as Comunicações: “a educação e a formação para a educação deve fazer parte integrante da formação dos agentes pastorais e dos sacerdotes”. E nós temos esta preocupação aqui no nosso Regional. Um de nossos trabalhos – eu atuo mais na Liturgia – aplica, permanentemente, a comunicação na Liturgia, mas, evidentemente, embutindo ali os efeitos da comunicação de massa. O número 251 fala da articulação: “Que a articulação se proponha a animar e envolver os agentes pastorais, para que conheçam e se comprometam com ações concretas e integradas com os processos e com os meios de comunicação para o anúncio da Boa Nova de Jesus Cristo”. Mesmo que o seu trabalho esteja mais voltado para a comunicação, a nossa preocupação no nosso Regional é uma preocupação em vista “de”, em vista de nosso trabalho pastoral e de nossa missão de evangelização. Por isso, o Regional, em conjunto com os senhores bispos, optou por um veículo de comunicação não mais tão comum nos dias de hoje, mas que faz parte de nossa história eclesial e que surte efeito mais prático no coração das pessoas, que é o trabalho de subsídios. Nós temos em nosso Regional, além das novenas do Advento, da Quaresma, um material muito rico que foi produzido aqui mesmo. Ele é composto por aproximadamente 45 mil subsídios. E isso vai para todas as nossas comunidades, constituindo-se num grande processo de comunicação. Pelas estatísticas levantadas pelos bispos do Regional, cada subsídio desses atinge uma média de quatro ou cinco pessoas por casa. Se você multiplica isso por 45.000, nós estamos atingindo mais de 200 mil pessoas semanalmente.

MC – São roteiros de comunicação para a reflexão de pessoas que se reúnem...

JF – Não. Não é para grupos de reflexão, é para todas as nossas comunidades. Não é para um tipo de pastoral, para um determinado grupo, como é a Catequese ou os jovens, não. é para as nossas comunidades. A catequese, a Liturgia faz, o grupo de jovens, a Renovação Carismática, todos participam. Mas é um trabalho destinado às nossas comunidades, feito nas casas, juntando-se cinco ou seis famílias. Nele contemplamos, além das características de nosso Regional, os documentos da Igreja, como “A Casa da Iniciação Cristã: Igreja em Estado Permanente de Missão Cristã”, que é uma das exigências da CNBB. A cada ano, nós vamos alguma novidade que os bispos indicam. Nós contamos com uma equipe de mais de 20 pessoas que elaboram tudo isso, inclusive já estão preparando o de 2018. Essa é uma riqueza muito grande de nosso Regional e, para nós, isso é comunicação. É uma comunicação direta com as pessoas, porque nós temos a leitura da Palavra de Deus, seguida de duas ou três questões a serem discutidas pelo grupo. Uma vez por ano, promovemos um grande encontro com todas as pessoas que coordenam, a grosso modo, esses grupos. Nesses encontros, tratamos de questões relacionadas ao modo de se coordenar uma reunião, permitindo que todos falem. Para nós, a comunicação vai muito além do mundo virtual ou da comunicação de massa. E aqui não se permitem as *fake news*. Este é um dos resultados da reflexão que fizemos sobre os números 250 e 251 do Diretório. E temos também um estatuto da Pascom de nosso Regional, que a Irmã Élide nos ajudou a elaborar. Nossa Pascom ainda se encontra em desenvolvimento, e além desse

trabalho com as comunidades, ela está voltada também para o mundo da comunicação midiática.

MC – Qual a sua reação ao encontro com o vocábulo educomunicação como proposta metodológica trazida pelo Diretório de Comunicação?

JF – Eu achei bastante importante essa nova linguagem, apesar de não ser uma linguagem comum dos pobres mortais e o documento pode absorver um pouco da riqueza que ele traz. Mas eu acho que essa junção da comunicação com a educação valoriza não só a educação do falar, mas a educação para se fazer uma experiência como tal. Ainda porque o cristianismo, e dentro dele o catolicismo, não é um conjunto de doutrinas ou de normas que, uma vez aprendidas e repetidas, faz surgir um bom cristão. O cristianismo é, na sua essência, uma experiência de Deus que a pessoa faz, inclusive sem saber falar, sem saber se comunicar bem e essa experiência é educativa. Eu só acho que, quando o documento aborda este assunto, poderia ser um pouquinho mais completo nessa reflexão teológico-pastoral, porque ele não trata muito dessa experiência de Deus. Ele fala da comunicação um pouco mais aleatória, mais visual. A comunicação para a experiência de Deus, que resulta na relação do divino e do humano, pela qual o invisível age no visível, isto sim, é uma grande comunicação que acontece na Pessoa de Jesus Cristo. E essa comunicação, nós a fazemos na liturgia através do mundo simbólico da Igreja. Teríamos que trabalhar um pouco mais em nossas comunidades não só o tomar posse dessa linguagem, mas o tornar essa linguagem compreendida de forma mais efetiva na vida das pessoas e não só de modo técnico como um pouco o Diretório trata.

MC – Você achou interessante a presença desse vocábulo técnico no Diretório?

JF – Para os estudiosos, sim (risos). Para os pesquisadores é uma boa linguagem, para a comunidade fica um pouco difícil. Ela teria que ser simplificada. Pedindo desculpas pela sinceridade, eu acho que é mais ou menos como eram os documentos do Papa Bento. São documentos ricos, mas para os teólogos, o que não os desabona. Mas são diferentes dos documentos do Papa Francisco que, sem perder a sua riqueza teológica, agregam toda uma linguagem pastoral que não precisa de tradução. É automático, vai direto ao coração. Poderíamos agora, não elaborar um outro documento, mas transformar colocar o atual numa linguagem simples, transformá-lo num subsídio, num adendo ou alguma coisa assim.

MC – O que você pensa quando você ouve a palavra educomunicação, porque para as pessoas simples deve soar como um palavrão. Para você, o que é esse conceito? Você já teve alguma referência dele fora do documento da Igreja?

JF – A maneira como nós podemos tentar traduzir isso para uma linguagem simples é explicando como a comunicação facilita a educação das pessoas no conjunto de sua vida e não só em sua maneira de falar ou de se expressar, porque mais do que uma questão técnica trata-se de uma questão metodológica. Educar, não só para comunicar, mas para que a vida, o jeito de falar, o jeito de evangelizar sejam educativos. Todo o corpo humano é comunicativo, ele sempre comunica alguma coisa e o faz tanto a partir do conceito que você tem das coisas, por exemplo, do amor, como também de sua experiência técnica de comunicar as coisas, ou seja, do seu estudo acadêmico. A comunicação mais técnica é acadêmica. Você aprende a falar, você aprende a expor aquilo que está dentro do cérebro. Hoje se sabe que quase 70 ou 80 por cento do que está dentro do cérebro entrou pelos olhos e pelos ouvidos. Mas não basta estar dentro do cérebro. O problema é fazer passar do cérebro para a boca sob a forma de verbo e de forma organizada, porque às vezes a gente expõe, mas de modo desorganizado. Fazer as coisas saírem

da boca de forma organizada implica num educar-se permanente, tanto no contexto da experiência normal da vida como também no contexto da técnica da comunicação. No contexto da experiência de vida, para todo mundo; no contexto técnico, para aqueles que a ele se dedicam.

MC – O agente da pastoral teria que passar por esse processo formativo que lhe daria condições de fazer essa abordagem comunicativa junto às pastorais nas comunidades...

JF – Este é um dos objetivos da Pascom. Além de fazer essa comunicação técnica, também - e este é o termo que hoje está em voga - empoderar o agente para fazer uma comunicação contundente.

MC – Que fatos a educomunicação pode trazer ao planejamento pastoral e de nosso Regional Oeste 2?

JF – A nossa maneira de comunicar aqui não é tanto técnica e nem do mundo midiático. Nós criamos um pacto com a vida de nosso povo e de nossos agentes pastorais, e não só com a vida deles, mas também daqueles que estão ligados a eles, e isto nós fizemos com os subsídios, que criam uma unidade na Igreja, o que também é educativo. Nós não divulgamos os documentos da Igreja nos canais de televisão ou nas rádios, embora trabalhemos também com programas de rádio. Da primeira vez que passei por aqui, eu tive 27 programas de rádio para todo o Estado e tudo era feito aqui na CNBB. Depois, por circunstâncias de tempo, não se deu sequência e agora estamos tentando retomar. O grande impacto dos documentos da Igreja, dentre eles, o Documento 99 da Comunicação, vem dos subsídios. Em cada encontro, que dura uma hora, uma hora e meia, é lido um texto bíblico curtinho, intercalando-se “leitor 1” e “leitor 2”; a seguir, passamos ao momento “A Igreja Ensina”, com a leitura de um parágrafo de um documento. Há dois anos, nós colocamos um parágrafo da Pascom. Nesse momento, discute-se em grupo esses documentos, e entre eles, o Diretório. Seu impacto é sentido nessa iniciativa. Não se trata de um impacto midiático e, sim, de um impacto relacional decorrente do corpo a corpo, do grupo, do debate. Mesmo com a linguagem não sendo acessível aos pobres mortais, eu percebo que esse conceito tem um efeito direto que podemos transformar num *modus vivendi*.

MC – Com uma metodologia que torne o conceito mais compreensível...

JF – Isto. Mais compreensível. Na teologia histórica, nós chamamos isso de inculturação das coisas, ou seja, levar para dentro de uma cultura numa linguagem acessível a ela, de forma a se poder absorver dela toda a riqueza que ela tem.

MC – Como você acredita que essa metodologia educamunicativa, uma vez assimilada pelos agentes pastorais da comunicação, poderia fazer uma ponte, uma vinculação ou mesmo um acolhimento às comunidades virtuais católicas, aquelas comunidades chamadas minorias que, por vezes, não se sentem acolhidas na comunidade física e que criam espaços virtuais para se sentirem acolhidas e se reconhecerem católicas?

JF – Também aqui vou fazer uma consideração pessoal e desconsidere se ela desabona o seu trabalho. Nós temos duas coisas: uma delas é o porquê das comunidades virtuais ou das novas comunidades, sem querer colocar todas no mesmo pacote. Muitas das novas comunidades não estão dentro da Igreja por uma questão de marginalização, porque a Igreja não as acolhe. O processo é exatamente o contrário. É porque elas não se encaixam ou, usando uma palavra mais

forte, não aceitam a proposta de Igreja. Hoje, nós temos uma Babel dentro de nossa Igreja, gente atirando em todas as direções. Basta ver no mundo virtual. Cada um se dá ao luxo de criar a sua comunidade que ofereça agregados ao seu pensar. É importante lembrar que, teologicamente, não é a Igreja que se adapta a nós, somos nós que temos que nos adaptar a um projeto de Igreja. Mas, hoje, pela facilidade que existe tanto de se criarem igrejas não católicas quanto igrejas dentro da Igreja Católica, as pessoas dizem: “não, eu não concordo com a igreja neste aspecto e, por isso, vou fundar o meu grupo, a minha nova comunidade e vou buscar gente que dê sua adesão a minha forma de pensar”. E sempre encontra. Você pode abrir uma igrejazinha onde quer que seja e você vai encontrar gente que o acompanhará. E nem sempre é porque são marginalizados ou são uma minoria dentro da igreja, mas é porque não conseguem participar da Igreja Católica e, se forem para uma igreja evangélica, também não vão conseguir e vão passar a vida inteira pulando de um lugar para o outro porque a questão não se reduz ao lugar. O problema está na pessoa que não consegue se ajustar nesta ou naquela realidade. Em segundo lugar, a questão da comunicação. Eu acho que é uma beleza a liberdade de expressão, cada um poder dizer o que acha. Mas o que a pessoa acha, se não está embasado nos princípios éticos e morais, pode criar um dano tremendo, inclusive no seio da Igreja. Pessoas que vieram para a Igreja Católica do mundo protestante e que lá não foram aceitos e, por isso saíram, pegaram o filão que acharam muito importante e provocaram um dano irreparável dentro da Igreja pela força do mundo midiático, inclusive padres que não se encaixam na Igreja. Aqui em nosso Regional, temos padres que não se encaixam, que não estão em unidade com os bispos. E aí começam a bombardear a Igreja por dentro. E nós nos perguntamos: isso é por uma questão ideológica que não aceita a Igreja Católica como ela é, que gostariam que ela fosse diferente, ou isso é uma pura maldade, com um objetivo específico, com uma direção específica? Sob este aspecto, ao mesmo tempo em que a nova comunidade é uma riqueza quando ela se deixa guiar por princípios éticos, quando não respeita mais as regras próprias da comunicação, ela se torna num dano enorme, o que pode até se caracterizar como crime. E isso precisa ser trabalhado junto às novas comunidades.

MC – Um conceito que, muitas vezes, fundamenta essa fome que as pessoas têm de comunicar não se sabe o quê é aquele conceito da pós-verdade que está em voga e que dá sentido às *fakenews* e, uma hora, a gente descobre se é verdade ou não. Em que sentido um educador ou um educador pode ajudar a desmascarar essas coisas e, ao mesmo tempo trazer voz para que, de fato, se priorize a busca da verdade?

JF – Temos aí dois aspectos. O primeiro para o comunicador, quando ele lê uma notícia, e hoje nós estamos simplesmente no tempo do copiar/colar. O cristão católico e, de forma especial, as nossas lideranças têm que ser orientadas para, antes de reproduzir a notícia, checar a fonte, porque a qualidade daquilo que está dentro de nosso cérebro depende da fonte na qual bebemos. A qualidade de vida também é assim. A qualidade da vida biológica depende da água que você bebe e do alimento que você come. Também nós devemos orientar para que, quando se lê uma notícia, cada vez mais impactante e escandalosa, deve-se checar a fonte e é bem provável que, ao ser checada, sabendo de onde ela vem ou de onde ela não vem - porque muitas notícias não tem nem raiz -, ela não será reproduzida. O outro aspecto é a produção da notícia. Quando você produz uma notícia, você precisa ter claro por que você está produzindo aquela notícia, qual o seu objetivo e quem é o seu receptor. Além disso, que fonte você buscou para produzir essa notícia? Se foi um *blog*, o resultado já poderá ser duvidoso porque o *blog* certamente tem a sua intencionalidade pessoal que pode não ser eclesial. Quando se produz uma notícia, se eu sou um cristão católico, eu produzo dentro da visão de uma igreja cristã católica. A não ser que eu queira publicar a minha notícia pessoal, mas aí eu preciso dizer: “isto é uma visão minha e não é uma visão da Igreja”; e até ter a coragem de dizer: “isto não é abonado pela Igreja.” São dois

cuidados a serem tomados: um, checar a notícia que eu recebo e outro, quando eu produzo a notícia, se eu a produzo com um objetivo eclesial ou pessoal, porque, quando você produz uma notícia, a primeira coisa que você faz é ver quantos *lights* ela gerou.

MC – E hoje nós temos muitos católicos amigos dos *lights*. Falando de prognósticos, o que nós poderíamos esperar do trabalho comunicativo da Igreja Católica nesta e nas próximas décadas no Regional Oeste 2. Existiria perspectiva para essa proposta metodológica da educomunicação, falando do fazer mais do que do domínio do conceito?

JF – Existe, mas eu não acredito que o futuro dessa comunicação vai passar por um enfrentamento no mundo verbal. Eu acredito que corrigir essa comunicação e efetivá-la passa outro tipo de trabalho, por exemplo, por este que estamos realizando aqui, produzindo informação tendo por fonte a Bíblia e os documentos da Igreja e passando a informação para a checagem de alguém capacitado para isso. O debate no mundo virtual é desonesto porque você não sabe quem está do lado de lá. Você faz um comentário com a melhor das intenções, mas quem está do outro lado não tem nenhum princípio ético e já diz que você é herege, comunista, marxista, e você vai responder a Isso? Você vai alimentar esse debate no *site* ou no *faceboock* no grupo de *WhatsApp* até quando? Você nem sabe quem está do outro lado. Quem é católico de fato, com espírito eclesial, respeita os princípios que adquiriu no seu histórico, os seus valores agregados, porque ninguém existe independente na sua história e precisa respeitar quem está do outro lado. Quem está do outro lado, na maioria das vezes, não se identifica e você não tem como localizá-lo. Ele não vai tratá-lo com nenhum desses valores com os quais você o está tratando. Neste sentido, o debate no mundo virtual não é benéfico, a não ser quando a pessoa tem os mesmos valores e os mesmos princípios que você. Nós tivemos, em fevereiro, um encontro dos bispos em que a seguinte questão entrou em pauta: Vale a pena enfrentar o bombardeio que a CNBB vem recebendo? Vale a pena enfrentar isso no mundo midiático? Não vale, porque quem está fazendo esse bombardeio não tem os princípios que o bispo e o cristão católico têm. Não vale a pena, porque, se o fizermos, nós o estaremos alimentando historicamente e vamos, cada vez mais, alimentá-lo dando-lhe espaço para ele se tornar importante.

MC – É como você alimentar o Estado Islâmico...

JF – Exatamente.

MC – Para nós concluirmos o nosso bate-papo, faça, se assim o desejar, mais alguma consideração a respeito do Documento da CNBB, sobre o acesso a ele, ou sobre o que poderíamos implementar desse documento na nossa vida pastoral.

JF – Não existe coisa mais prática para você absorver o conteúdo de um documento do que lê-lo e discuti-lo em grupo, porque nenhum documento é verdade absoluta. Ele é uma verdade propositiva. Depois de lê-lo temos que aplicá-lo na vida. É o que acontece com a Bíblia. Se ela não for lida, ela se torna um livro inútil. Ela se torna alimento quando ela é lida. É como a liturgia que se torna alimento quando a pessoa participa da liturgia. Se a pessoa não participa, ela é inútil para essa pessoa. Este documento, que eu considero uma riqueza da Igreja, deve ser cada vez mais trabalhado e discutido. Precisamos identificar as pistas de ação que cada um dos capítulos traz porque é na pista de ação que se encaixa o grande método que a Igreja propõe para a América Latina: ver, julgar e agir. Nas pistas de ação está embutido o agir da Igreja. Será cada vez mais importante promover oficinas sobre esse documento, porque falar dele é uma coisa e fazer uma oficina prática, compartilhar, debater é outra. Ainda mais porque a primeira

frase do documento é “comunicação é relação e relação é comunicação”. Não é um simples discurso. É uma via de mão dupla como o diálogo exige. Apesar de ser um documento já de três ou quatro anos, ele precisa ser trazido à tona porque é um documento pouco estudado, até porque a Pascom está pouco estruturada em nossas dioceses.

MC – Inclusive uma realidade que acontece: muitas vezes, você tem uma assessoria de comunicação na Diocese e no Regional que as vezes não se comunica com a pastoral...

EF – Exatamente. Não forma rede e a comunicação é estritamente rede.

MC – Precisamos identificar o que faria essa conexão ocorrer, onde se encontra o seu ponto de amarra...

JF – Eu espero e sonho que este trabalho que você está fazendo nos auxilie neste aspecto, porque, quando nos tornamos especialista numa área, não é só para adquirir um título. É para depois alimentar a igreja com tudo isso que a absorvemos dos documentos do mundo acadêmico e das experiências que vivemos. Eu acho que você está fazendo um primor de trabalho para a igreja, deslocando-se, esforçando-se para ter contatos visuais e relações diretas com as pessoas.

MC – Precisamos estabelecer esses pontos de rede que depois se tornam reais. É importante que a Pastoral da Comunicação se relacione com a Assessoria de Comunicação. Por incrível que pareça, elas se transformaram em duas ações de comunicação dentro do mesmo espaço eclesial.

JF – O Papa Francisco tem insistido, nos seus últimos documentos e em suas falas sobre este tema na importância de se construírem pontes, não pontes como pinguelas, mas pontes seguras, pelas quais se possa transitar sem nenhum medo, sem precisar agarrar em outras coisas, com liberdade.

MC – Uma das pontes significativas que o papa fez foi tirar a do “Brooklin” e colocar um acesso rápido para a comunicação da Igreja no Vaticano. Tínhamos antes o Pontifício Conselho para a Comunicação e Cultura, que foi reduzido a Secretaria da Comunicação, o que proporciona maior praticidade e um acesso imediato à comunicação da Igreja.

JF - Tudo isto é muito rico. Com esse conceito de ponte, você pode não só começar bem o seu trabalho, mas também concluí-lo muito bem. É muito bom para o seu trabalho de mestrado ou de doutorado que aquilo que você propõe no início você possa responder no final. E, para concluir que, futuramente, possamos desfrutar dessa riqueza que você tem, não nos livros que você venha a publicar, mas também com sua presença nos Regionais.

MC – A gente espera poder colaborar com a Igreja de uma maneira melhor porque, de fato, o estudo não é alguma coisa para a gente decorar ou para nos embelezar. O estudo é para nos tornarmos sinal de esperança para quem quer descobrir caminhos novos.

JF – A titulação é importante porque significa que a pessoa está habilitada em uma coisa específica.

MC – Muito obrigado, Padre Jair, por seu tempo precioso dedicado ao nosso trabalho.

ENTREVISTAS

REGIONAL SUL 1

Nome: Padre Marcos Vinicius. Idade: 42 anos. Coordenador estadual da Pastoral da Comunicação do Regional Sul 1 da CNBB.

MC – Que impacto a publicação do Diretório produziu em você?

MV – Sempre que eu dou um curso sobre o Diretório, eu afirmo que, para nós, foi um ganho muito grande. De modo particular para quem, como eu, está na caminhada da Pastoral da comunicação há mais de 20 anos. Esperávamos algumas diretrizes comuns para trabalharmos na Pastoral da Comunicação. Eu tive a graça de participar da edição final desse documento. Eu já era companheiro da Alba no Regional 1 e, então, participei da Comissão que debateu os últimos capítulos. Para mim, foi de muita valia poder contar com o Diretório para implantar as pastorais da comunicação, de modo particular nas dioceses, porque o documento nos traz a certeza da palavra oficial sobre o que é a Pastoral da Comunicação e sobre sua implantação nas diversas realidades do Brasil. Esse documento está sendo muito importante para a formação católica no Brasil, porque ele promove a unificação, não em termos de uniformidade, e isto é importante entender. O Diretório traz dicas importantes que devem ser adaptadas a cada realidade do Brasil e de cada diocese. E essa realidade nasce desse princípio comum que o Diretório propõe a todos nós. Mas ele ainda é muito recente nas mãos das pessoas. Sua presença é mais marcante nas mãos daqueles que coordenam a Pastoral da Comunicação pelo Brasil afora, ou seja, na Comissão Nacional e nas Comissões Regionais, mas à base, aos agentes da Pastoral da Comunicação, aos Conselhos Pastorais Paroquiais, que é uma das formas organizacionais das paróquias, ele ainda não chegou. Nos diversos cursos que eu dou para agentes da pastoral, eu pergunto: “você tem o Diretório?”, porque, para mim, é livro de cabeceira, mas a grande maioria não tem. Eu acredito que é uma responsabilidade muito grande, para quem está à frente da Pascom, implantar a Pastoral da Comunicação a partir do Diretório e fazer com que as pessoas o conheçam. Isso já vem apresentando bons resultados na organização nacional da Pascom. Com relação às novidades do Diretório, eu acredito que o que mais se destaca são os quatro eixos que ele aborda muito claramente. Trabalhando os quatro eixos, nós podemos desenvolver muitos projetos. E o que me deixou muito feliz é que o primeiro eixo não é a produção. A tendência da Pastoral da Comunicação é dar prioridade à produção e produzir muito. As equipes de Pascom querem produzir. Quando você dá início ao processo de criação de uma Pastoral da Comunicação, logo vem a pergunta: “Padre, quem nos ajudará a produzir o *site*, o jornal e o facebook?” E você responde: “Não. Primeiro nós precisamos estudar, precisamos conhecer e precisamos elaborar um projeto.” As Pascons que começam com uma alta linha de produção tendem a desaparecer logo, porque faltou-lhes base. Outro eixo fundamental, para mim, é a articulação, porque a atenção voltada à articulação ajuda, e muito, as pessoas perceberem que a Pastoral da comunicação não é uma pastoral isolada, mas que ela também depende das outras. E é claro que não podemos deixar de lado a espiritualidade e a formação. São dois eixos também fundamentais que se complementam e, aí então, deixa de existir um eixo mais importante que o outro. Mas na ordem, o documento me chamou a atenção. E isso é muito bonito.

MC – Que reação você teve no encontro com o vocábulo “educomunicação”.

MV – (Risos) No final, coletando um pouco de tudo o que eu ouvi no Mutirão, percebi que o tema não é tão fácil. A palavra traz uma sonoridade gostosa de ouvir, mas o desdobramento do assunto é complexo, e eu pude sentir que várias pessoas também não conseguiram, não compreender, mas entender como colocar a educomunicação para funcionar. Eu entendi que o tema é muito importante para todos nós, mas que ainda precisa ser mais trabalhado e o que nos foi passado em Joinville não nos foi suficiente para começarmos a trabalhar.

MC – Esses primeiros encontros são momentos de sensibilização, depois teremos que trazer o tema para a formação, quando, então, veremos como é que isso vai se desdobrar no nosso dia a dia.

MV – Exatamente. Eu notei, em outros encontros, que, quando falávamos em comunicação e liturgia, o assunto floria e quando falávamos de educomunicação, as pessoas travavam. Em termos de sensibilização, houve, sim, um despertar do interesse das pessoas em saber o que é a educomunicação. Achei muito interessante trabalhar o termo educomunicação, além de muito feliz a escolha dos temas dos palestrantes, porque todos eles foram muito esclarecedores; achei também muito pertinente, porque trata-se ainda de uma palavra um tanto desconhecida, principalmente para as bases. Sobre a educomunicação empregada para o planejamento pastoral e comunicacional da Igreja, ela favorece muito a busca da pastoral de conjunto, expressão um pouco mais conhecida em nosso ambiente organizacional. A educomunicação vai, sem dúvida, nos ajudar muito nessa articulação nas paróquias, nas dioceses e nas regionais. Eu falo por mim que hoje trabalho com oito sub-regionais e sinto que, nelas, o sentido de “pastoral de conjunto” ainda é incipiente e que precisamos educar para que ela aconteça nas oito regiões. Além do que, existem aquelas que estão sempre se reiniciando. Parece que falta também certa continuidade.

MC – Essa é uma situação complicada que talvez aconteça mais por falta de formação do próprio presbítero. Por que esse *restart* acontece? Talvez porque falte formação para o presbítero; nós promovemos formação para o agente e não promovemos para ele, o que acaba provocando certo desnível. E quando o presbítero não consegue manter o contato com a equipe, a equipe desiste, porque ela passa a não contar com o apoio de que ela tanto necessita. E, como o presbítero não se sente à vontade para enfrentar aquela situação, o grupo acaba se desfazendo.

MV - Acredito também que a educomunicação pode favorecer uma pastoral de continuidade...

MC – Sem dúvida nenhuma. Se você oferece formação ao presbítero junto com a comunidade, a ideia da pastoral evolui e isso acontece em todos os âmbitos: no nacional, no regional, no diocesano e na própria pastoral da comunicação.

MV – A grande questão está exatamente nisso: nós podemos recorrer à educomunicação para chegar a uma pastoral de continuidade e não permitir que ela se desfaça? Esse desafio existe e eu penso que a educomunicação pode nos ajudar. Essa colocação foi feita por vários palestrantes que ressaltaram que toda vez que se rompe uma equipe, parece que se está recomeçando porque se perde o histórico daquilo que já foi feito. E aí a pergunta é sempre esta: “a educomunicação pode ajudar?” Para mim, a continuidade é fundamental e ela pode, sim, ajudar.

MC - E sobretudo na elaboração do projeto. Por exemplo, digamos que uma comunidade não tem um planejamento pastoral. A educomunicação poderá contribuir com sua categoria de pedagogia de projetos, que é uma maneira de se trabalhar na metodologia comunicativa, e ajudar nesse processo.

MV – Porque ela visa exatamente não centralizar em pessoas.

MC – Ela centraliza no projeto e quando você vincula o padre e a comunidade, você tem uma continuidade no trabalho; e quando o padre sai daquela comunidade, dá-se continuidade ao processo, porque o outro também está preparado.

MV – E como a educomunicação poderia se vincular à tendência de surgimento de novas comunidades católicas *on line*? Eu fiquei em dúvida em relação a esse termo “comunidade *on line*”. Comunidades religiosas católicas a gente tem noção do que possa ser, mas “*on line*”... Essa palavrinha me intrigou. No meu universo, eu a conheço, mas não consigo me identificar com o termo.

MC – As comunidades católicas *on line* são aquelas que não podem estar *on time*, ou seja, não podem estar conosco no dia a dia; são aquelas minorias que não têm acesso à vida religiosa na comunidade local. De repente, encontram pertença e formas de pertencimento nas redes sociais.

MV – Seria, por exemplo, um grupo de oração, em que as pessoas se encontrem num determinado horário para rezar? Aquilo que alguns sacerdotes têm feito, colocando o povo *on line*, em determinado horário da noite, para uma oração em grupo virtual; e o grupo sabe que tem que acessar naquele horário, porque vai começar a oração da noite. Seria isto?

MC – Também é uma comunidade de pertencimento. E aqui você tem a possibilidade de pensar naqueles que se encontram fora do convívio comunitário e que, de repente, se sentem acolhidos na rede social. Estamos falando, por exemplo, dos homossexuais, dos desempregados, dos imigrantes... Eles teriam à sua disposição dispositivos virtuais que, juntos, acabariam criando uma identidade própria com a participação efetiva da Igreja, ou seja, “já que eu não posso ser católico na comunidade em que moro, eu posso ser católico na rede social”.

MV – Eu vejo que a educomunicação pode favorecer essa realidade. Ela pode direcionar, gerenciar da melhor forma possível esses grupos, até mesmo para que possam se sentir acolhidos.

MC - O que se poderia esperar da comunicação católica nas próximas décadas?

MV - Confesso que não pensei nisso (risos). Tratando-se de educomunicação, eu realmente não tenho uma resposta para te dar. Não participei de nenhum debate sobre o tema e não tenho nada formulado a respeito dele.

MC - O que está sendo pensado em sua regional, para 2018?

MV - O Regional Sul tem procurado favorecer o planejamento pastoral, tendo sempre em mente a pastoral de conjunto, o que representa um significativo avanço. Nós fazíamos uma reunião por ano e, agora, fazemos duas, exclusivas para os coordenadores regionais, sejam eles leigos, sacerdotes ou religiosos. Decidimos que essas reuniões não são somente para elaborar ou conferir o calendário, mas também para aprofundar nossos conhecimentos. Acabamos de ter, agora, na semana passada, um encontro com o tema “Pastoral de Conjunto” e nós constatamos que os participantes queriam saber como anda a Pastoral Familiar no Regional; e a Pastoral Familiar vem sentido a necessidade de trabalhar com a Pastoral da Catequese, para saber como ser uma melhor pastoral a partir da realidade das crianças catequéticas. E é aí que tem de entrar a Pastoral da Comunicação. A Pastoral da Comunicação precisa colocar-se a serviço da

divulgação e da articulação de tudo aquilo que está acontecendo nas diversas pastorais. E é aí também que a educomunicação poderá ajudar muito, porque ainda existe pouco contato com essa dinâmica. Em nosso Regional, já podemos identificar alguns sinais.

MC - O que você considera relevante no Documento 99 da CNBB?

MV – Para mim, são muitas informações relevantes e, como o documento ainda é uma novidade nas mãos dos agentes, sua inclusão como tema no Encontro Nacional e nos Mutirões é muito positiva. De Forma geral, todos os palestrantes estão pedindo que as pessoas adquiram o documento e que o leiam, e as citações são recorrentes em todas as palestras. Isso vai fazer com que a comunicação da Igreja no Brasil possa se tornar um pouco mais unificada no seu trabalho e em seu desenvolvimento, pelo menos é isso que eu tenho observado no Regional Sul e na Comissão Nacional.

MC - O que significa educomunicação e que referências você tem deste conceito? E você achou importante a presença desse conceito no Diretório?

MV – Fundamental. Ela funcionou como um despertador. Ela está presente no documento. É claro que se trata ainda de uma novidade. Pelo menos para aqueles com quem conversei...

MC - Você acredita que a proposta da educomunicação poderia ser observada com transversalidade nesse documento?

MV – Acredito que poderia. Mas precisa de um aprofundamento maior nas bases.

MC - E você pensa que ela deveria chegar junto com o próprio documento?

MV – Junto com o próprio documento. Porque, se vamos trabalhar o termo “educomunicação”, temos que ir a fundo, fazendo com que as pessoas percebam que a educomunicação mantém transversalidade no documento. E, se isso acontecer, o resultado poderá ser muito melhor. Não podemos nos limitar só ao documento, isoladamente, sem nos aprofundarmos no conceito da educomunicação. Agora, se você me perguntar onde é que eu encontro essa dimensão da educomunicação no Diretório, ou me pedir para lhe dizer em quais capítulos ela se faz presente, eu não vou conseguir lhe dar uma resposta, porque ainda preciso realmente trabalhar esse conceito. Nos cursos de que eu participei, até hoje, sobre o Diretório, ninguém trabalhou a educomunicação. Só no mutirão ele apareceu como um tema específico naqueles quatro dias. Por isso, para mim, ainda se configura como surpresa.

MC – A sensibilização é, de fato, recente... Por isso, temos que trabalhar nos Regionais o aprofundamento de toda a sua temática.

MV – Exatamente. Eu acredito que o apelo feito no mutirão tem que se desdobrar agora, a começar por sua inclusão nos convites e cartazes dos simpósios, seminários e mutirões regionais que acontecem por todo o Brasil.

MC – Eu acabei de voltar do Nordeste, onde aconteceu um encontro do Nordeste1, que abrange todo o Estado do Ceará, no qual trabalhamos exatamente a educomunicação ou “educar para comunicar”, tema do Capítulo IX do documento, e no qual abordamos também todo o projeto da educomunicação como base para essa educação.

MV – Trata-se de uma iniciativa excelente, porque houve um desdobramento. No nosso Regional, nós ainda não o incluímos em nossos trabalhos. Nós sempre colocamos o foco na mensagem do Papa para trabalhar nas nossas regiões. Talvez por isso, até hoje, não nos tenhamos detido em temas específicos do documento e que pertençam ao contexto da educomunicação.

MC – Talvez a educomunicação venha a nos sensibilizar para temas mais próximos de nós do que aqueles que vêm de cima para baixo, embora os temas que o Papa Francisco vem colocando, desde o início de seu pontificado, sejam hipersensíveis a nossas realidades locais. Basta, então, que promovamos a comunhão dessas duas fontes, não é?

MV – Eu acho que esta é a linha a ser seguida, mas ainda insisto que precisamos trabalhar o termo e seus desdobramentos nas bases, até que as pessoas se acostumem com ele. Você pediu que eu encaminhasse essas questões para os nossos membros. Acho que seria muito mais interessante encaminhá-las para os coordenados de nossas sub-regiões para ver se eles nos dão um retorno. Vou tentar fazer isso ainda hoje, dando um prazo para eles me retornarem.

ENTREVISTAS

REGIONAL SUL 2

JORGE TELES DOS PASSOS, 51 anos, coordenador regional da Pascom no Regional Sul 2 da CNBB, formado em jornalismo

Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E, a seu ver, que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco o que você tem percebido.

O Diretório serviu para concentrar em uma obra (livro) muitos dados sobre a comunicação na Igreja do Brasil que antes estavam dispersos e mostrar a posição da CNBB referente a esse tema.

Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no País? O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?

Significa muito principalmente porque veio a auxiliar o Leigo (a grande maioria sem experiências na área de comunicação) a ter uma visão sobre o tema. A grande novidade veio mesmo ao encontro dos anseios daquelas pessoas que atuam na Pastoral da Comunicação, serve como um guia, uma referência na área.

Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?

Na minha opinião sobre a Educomunicação o Diretório trouxe apenas breves conceitos, sem nenhum aprofundamento, mas que de certa maneira serviu para as pessoas (aqui me refiro novamente aos leigos, que não atuam especificamente na área) tivessem breves referências sobre o tema. É claro que para pessoas interessados mesmo em Educomunicação há a necessidade de recorrer a outras bibliografias.

Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?

Para um livro que trata da comunicação como um todo, na Igreja, achei interessante, apesar da abordagem ter sido “rasa”.

O que significa Educomunicação? Que referências você tem desse conceito? Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

Pessoalmente tenho poucas referências sobre Educomunicação, mas sou consciente de que (no sentido jornalístico) a mídia influencia sobremaneira na vida de cada um de nós, então é importante que se estude, se ensine, sobre essa influência, que as pessoas saibam como utilizar a mídia, como as catequistas por exemplo possam utilizar a mídia para produzir conteúdo.

Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

Os impactos serão sem dúvida positivos pois se bem utilizada (pensada – implantada – analisada – ajustada) servirá como um norte para este planejamento.

Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?

Penso que essas comunidades on line são muito dispersas, algumas isoladas, algumas com conceitos contraditórios. A educomunicação seria talvez a maneira de “ajustar” essa caminhada. Só que não imagino como isso seria possível.

Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educ comunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ... Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existirem, quais seriam esses prognósticos?

Não vejo atualmente uma preocupação com isso. Percebo que estamos atualmente centrados no aspecto técnico da comunicação, na espiritualidade do comunicador, na verdade estamos reconstruindo a Pastoral da Comunicação.

Aponte outras informações que você considere relevantes no acesso ao Documento 99 da CNBB e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil.

Vejo o Diretório, como um todo, muito bom. As noções sobre comunicação que são apresentadas são suficientes para que os Leigos (que são muitos e a maioria) tenham uma noção da comunicação na Igreja. Aqueles que se interessarem mais pelo assunto estarão sem dúvida buscando mais, se aperfeiçoando, indo atrás de outras biografias, participando de encontros etc.

ENTREVISTAS

REGIONAL SUL 3

Dorcelina do Carmo Alves Gomes, 50 anos, coordenador(a) regional(a) da Pastoral da comunicação do Regional Sul 3 - CNBB, sou jornalista na Assessoria de Comunicação da Diocese de Novo Hamburgo, formado(a) em Comunicação Social / Bacharel em Jornalismo pela Unisinos / Letras / Português pela mesma universidade. Atualmente, cursando mestrado em teologia sistemática pela PUC em Porto Alegre /RS

1. Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil? Narre um pouco o que você tem percebido.

O Diretório é um presente para a comunicação católica da Igreja no Brasil. Não se conhece no mundo, exceção, à Itália, que se tenha um documento dessa envergadura, e que privilegie tantos espaços no cenário comunicacional.

2. Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no país? O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?

Tenho percebido que existe por parte da Igreja uma preocupação maior quanto à comunicação, nos cenários que possam ser ocupados.

Também há um olhar mais apurado em relação ao uso dos meios, tanto no ponto de vista da contratação de profissionais, como à estrutura, embora ainda seja uma preocupação acanhada.

3. Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?

O conceito de Educomunicação não me era tão familiar e um maior entendimento desse conceito chegou até mim no último Encontro Nacional da Pascom.

Tive uma reação positiva e acredito que a Igreja pode e deve se apropriar dessa nova prática "de educar para a comunicação".

4. Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?

É necessária sua presença no documento.

5. O que significa Educomunicação? Que referências você tem desse conceito?

Educar para a comunicação, buscando diversos espaços de atuação.

6. Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

Através de formação para catequistas, bispos, presbíteros; no âmbito da pastoral da educação. Enfim, em encontros para lideranças.

7. Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

Trouxe um impacto forte, porque se percebe que há necessidade de ocupar espaços que nunca antes foram pensados. A Igreja não tinha e não percebia a importância de se apropriar desses cenários.

8. Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?

A Educomunicação poderia criar espaços de bate-papo e formação on-line; portal de formação para as lideranças. Todo este trabalho seria organizado pela Pastoral da Comunicação, que assumiria, de fato, seu papel formativo e de pastoral.

9. Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educamunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ... Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existirem, quais seriam esses prognósticos?

Podem-se esperar bons frutos do trabalho educamunicativo. Não tenho conhecimento no Regional Sul 3 de nenhum trabalho de relevância neste campo. Falta esse caminhar no nosso regional. A Pastoral da Comunicação tem investido em formação para seus agentes. Mas sinto que falta este aporte para as lideranças de outros setores. Nesse sentido, a Educomunicação tem papel fundamental neste processo.

A Pascom precisa se preocupar com este tipo de formação, pois não vive isolada, em si mesma. Estamos construindo pontes. Mas faltam cobrir algumas lacunas.

ENTREVISTAS

REGIONAL SUL 4

Eu, Olga Teresinha de Oliveira, 55 anos, coordenador(a) regional(a) da comunicação no Regional Sul 4 da CNBB/ SANTA CATARINA, formado(a) em Comunicação Social/ Jornalismo, concedo esta entrevista ao Pe Mauricio Cruz com a finalidade de colaborar na construção de sua tese de doutoramento sobre a Comunicação Católica no Brasil a ser defendida na ECA/USP.

1. *Que impacto a publicação do Diretório produziu em você? E, a seu ver, que compreensão o documento traz sobre a comunicação católica no Brasil?*

O diretório me ajudou a refletir em comunhão com toda a Igreja do Brasil sobre pontos que encontramos nas bases. Ele é um fio condutor para todos nós para refletirmos sobre comunicação na vida das comunidades, em suas relações, ajudou também a entender melhor os processos de evangelização no campo da comunicação e na forma como a Igreja vê o diálogo com a sociedade. Eu vejo o documento como uma referência a ser consultada quando o quesito é comunicação na Igreja. Como uma linha mestra que aponta os caminhos que devem ser aprofundados e adequados as realidades eclesiais locais.

Narre um pouco o que você tem percebido.

No período do seu lançamento houve um esforço muito grande dos responsáveis da comunicação, na CNBB, na época, em repassar para todos os regionais, o passo-a-passo do documento, o que foi muito bom. Também, um curso de EAD, que foi lançado em parceria com a TV Século 21/CNBB, ajudou a aprofundar bastante o documento. Mas o que percebo é que é um documento que não entrou na vida da Igreja num todo, ou seja, ele circula, é estudado, por pessoas que fazem parte da PASCOM ou estão em cargos de assessoria de comunicação nas dioceses e paróquias. É difícil, ainda em muitas dioceses, ampliar o estudo do documento, em escolas da fé paroquiais, ou mesmo, em encontros regionais com Bispos e coordenadores de pastorais. A impressão que tenho é que ele tem muito mais a ser explorado, mas não sai do circuito interno daqueles que trabalham com a comunicação na Igreja.

2. *Que novidades você acredita que o Diretório de Comunicação traz para as práticas comunicativas da Igreja no País? O que esse documento significa na história da comunicação católica no Brasil?*

Para as práticas comunicativas ele trouxe o pano de fundo de como fazer comunicação nas diversas instancias sociais e eclesiais. Embora, ele tenha muita coisa parecida com diretórios de outros países, eu creio que é um marco para comunicação do Brasil. Como coordenadora regional da PASCOM, o diretório ao trazer o tema atuação da PASCOM, por exemplo, ele deu credibilidade nacional, a pastoral, que ainda não é vista como prioridade na maioria das dioceses. Eu acredito que ele é o marco inicial, de muitos outros documentos eclesiais brasileiros com o tema comunicação.

3. *Que reação você teve no encontro com a presença do vocábulo “Educomunicação” e sua constituição conceitual no Diretório? Na sua opinião, que tipo de apropriação o Diretório faz deste conceito? Como o documento o acolhe e intenciona trabalhá-lo?*

O documento traz uma ampla reflexão sobre o tema. Eu penso ser importante está reflexão no diretório, porque é preciso fomentar, promover, criar espaços, capacitar, os participantes da Igreja, quanto a comunicação e o documento o fez de forma clara e pontual. Aqui também vejo que a forma que internamente estamos trabalhando talvez não esteja respondendo a amplitude do tema. Exemplifico, tivemos um Mutirão Nacional de Comunicação, no ano passado, onde o tema educomunicação foi amplamente abordado. Porém, nas avaliações com os participantes, no regional que faço parte, as pessoas quando questionadas sobre o conceito de educomunicação não sabiam fazê-lo. Isto me preocupou, porque se não entendo um conceito, não tenho como colocá-lo em prática. Me parece que ao ler o diretório se entende o conceito e sua aplicabilidade nas instancias eclesiais, mas quando se fala do tema, me parece ainda encontramos uma certa dificuldade para conversar sobre o mesmo e sua amplitude eclesial, talvez porque temos a tendência de complicar o simples, ou seja, ao falar do tema temos que abordar como na Igreja podemos trabalhar a educação para comunicação.

4. *Você achou interessante ou desnecessária a presença do conceito de Educomunicação no documento?*

Eu achei essencial, pois se não há educação, ou seja, se não buscamos o aprendizado, a capacitação, não se cresce, então, educar para comunicação é prioridade, antes de qualquer ação comunicativa, é preciso que se tenha conhecimento do tema e também das ações possíveis para que seja realizado. Ouso dizer que o tema é um dos mais necessários dentro do diretório, porque ele começa se dirigindo a todas as instancias eclesiais e depois vai traçando os vários ambientes onde é necessário e urgente ter uma comunicação clara e eficiente. Acredito que se em primeiro lugar os Bispos, depois os coordenadores de pastorais, entendessem este capítulo do diretório, todos os outros, serviriam como uma fonte de conteúdo para se falar e praticar a comunicação na Igreja do Brasil. Este capítulo que fala da educação para comunicação, ao meu ver é uma chave de leitura importantíssima para a leitura do próprio diretório.

5. *O que significa Educomunicação? Que referências você tem desse conceito?*

Pelo que venho acompanhando Educomunicação é um conceito em construção, mas pelo que pude entender é um conjunto de ações que são realizadas mediante um planejamento e a aplicação de uma série de processos, como, por exemplo, ampliar a capacidade de comunicação nas comunidades eclesiais, melhorar a forma de comunicar, desenvolver a capacidade dos agentes de comunicação para ter espírito crítico dos meios de comunicação. Também ajuda no cuidado das relações entre as pessoas. Minhas referências são o próprio diretório, alguns textos que li do Prof. Ismar de Oliveira Soares e também, palestras que participei com a Ir. Helena Corazza, autora do livro Educomunicação.

6. *Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?*

É fundamental que os agentes da pastoral entendam o conceito e que repassem as suas bases.

- Ele pode desenvolver educomunicação promovendo práticas de comunicação para as comunidades paróquias, diocesanas que fomentem o entendimento, por exemplo, das relações sociais.

- Tem papel fundamental na comunicação interna e externa da Igreja, exercendo a pratica pedagógica de Jesus, conforme diz o diretório, motivando e reforçando o diálogo.

-Promovendo cursos, debates, palestras, ações que levem aos agentes de pastoral, temas sobre educação para comunicação (estudo do diretório, análise crítica da comunicação, criatividade na comunicação, uso de tecnologias, boas práticas de comunicação nas redes sociais, planejamento em comunicação, gestão interna e externa da comunicação, entre outros.

Creio que o tema é fundamental para pautar a PASCOM em todos os seus âmbitos, regional, diocesano e paroquial.

7. *Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?*

Eu acredito que a educomunicação sempre foi presente no planejamento pastoral e comunicacional da Igreja, creio que com o destaque no diretório, e no aprofundamento do tema, o impacto é transformador, ou seja, quanto mais os agentes tiverem a compreensão da importância da educomunicação, maior será o crescimento comunicacional nas pastorais e na Igreja.

8. *Em que a Educomunicação poderia se vincular com o atual surgimento e constituição de novas "comunidades religiosas católicas online"?*

Eu creio que entre os tantos vínculos possíveis a Educomunicação é essencial a “alfabetização” para que estas novas comunidades no que se refere a uma presença sadia e em comunhão com o que diz o diretório. É preciso ampliar a educação desta presença. O Papa Francisco nos fala sempre da cultura do encontro, este encontro acontece nas redes, mas creio que precisamos educar os agentes católicos, que ele é ponte para o encontro pessoal, que é essencial, na construção das relações. É preciso educar para o sagrado no meio online, ou melhor, é urgente. Quando a comunicação eclesial é omissa, grandes estragos podem ocorrer. Vimos recentemente o caso do Fundo Nacional de Solidariedade que ajuda milhares de projetos sociais, por dois casos, específicos, caiu no descrédito nacional, pela força da repercussão midiática. Sendo que os Bispos responderam, mas o Fundo não soube repercutir de forma eficaz a resposta. Ao meu ver neste caso, os dois, não souberam conduzir, tanto o site “católico” que fez a denúncia, como a CNBB que não soube repercutir através de seus agentes a resposta. O que demonstra a importância de uma ampla educação para comunicação para as comunidades religiosas online e também, sites que se denominam católicos.

9. *Prognósticos: o que se poderia esperar do trabalho educamunicativo na comunicação católica nesta primeira e na próxima décadas ... Existe perspectiva de futuro para o conceito nas atuais políticas comunicacionais que estão sendo pensadas pelo seu Regional em 2018? Se existirem, quais seriam esses prognósticos?*

Sim. Nós temos um planejamento para 2018. Algumas ações já foram realizadas, como seminários, onde foram abordados o tema educomunicação, diretamente, e outros que trabalharam os temas que compõe o conceito, como leitura crítica da comunicação, boas práticas no universo online. Destaco uma formação solicitada pelos Bispos do Regional, sobre o tema Fake News que foi muito importante.

Outra prática que estamos adotando, é o fomento para leitura dos documentos da Igreja, através de “Cards” publicados nos sites, redes sociais do regional e das dioceses, com frases extraídas do documento e um convite para que as pessoas leiam o mesmo. O retorno tem sido muito bom. As pessoas estão se motivando a ler os documentos. Vamos realizar uma Jornada da Comunicação em dezembro, abordando temas como ética nas comunicações, e também, uma

imersão no tema Iniciação a vida Cristã, com o olhar comunicacional, ou seja, realizar nossa missão utilizando da transversalidade, nos temas, para atingir mais pessoas e educa-las para comunicação. Também, temos três dioceses que tem Escolas de Comunicação pastoral, o que tem ajudado muito na aplicação da educomunicação. Então, os prognósticos são muito bons.

10. Aponte outras informações que você considere relevantes no acesso ao Documento 99 da CNBB e da contribuição que esse documento traz para a comunicação da Igreja no Brasil.

Para a Pastoral da Comunicação o diretório trouxe dois temas essenciais. O primeiro foi a abordagem sobre a teologia da comunicação, os agentes de pastoral, estavam muito voltados para o fazer e com o documento se resgatou o ser, a importância da espiritualidade do comunicador e a o capítulo sobre a atuação da Pascom. Isto deu força a pastoral e creio gera crescimento para toda Igreja.

APÊNDICE D - DINÂMICAS EM GRUPO

DINÂMICA EM GRUPO - MUTICOM

Esta pesquisa foi desenvolvida em uma dinâmica na manhã do dia 3 de março de 2018, na administração da palestra “Educar para comunicar”, durante o 3º Muticom do Regional NE1 da CNBB, em Sobral-CE. Esse congresso regional reuniu coordenadores e membros da Pastoral da Comunicação de todo o Estado do Ceará. Também se fizeram presentes representantes do Estado do Piauí.

A dinâmica da pesquisa consistiu em realizar as perguntas em duas etapas. Na primeira etapa foram administradas à assembleia geral de 150 participantes, coordenadores e membros da Pascom representantes de oito dioceses do Regional, as perguntas anteriores à palestra. Na segunda etapa, foram administradas as perguntas posteriores à palestra. As perguntas foram administradas segundo o modelo educ comunicativo cognitivo-emocional, no qual tanto o conteúdo das demandas quanto o número de sujeitos e o tempo aplicado são levados em conta.

Assim, as questões anteriores foram apresentadas para a ampla assembleia uniformemente sentada e cada um destacou um papel do seu bloco de notas, observou no telão a questão proposta, assinalou o número da questão no papel e, individualmente, respondeu, variando de dois a três minutos para cada uma das seis questões observadas.

As questões posteriores à palestra tiveram uma dinâmica mais dialógica. A assembleia foi organizada em pequenos grupos de oito pessoas, geralmente membros de uma mesma diocese. Cada questão foi apresentada no telão e os grupos puderam trocar impressões sobre as questões num tempo de três a quatro minutos e tiveram esse mesmo tempo para responder, também individualmente, às três demandas nos papéis devidamente identificados com o número da questão.

Questões anteriores

1. Que impacto o Diretório produziu em você?
2. Que novidades o Diretório de Comunicação traz?
3. Que reação você teve no encontro com a palavra “Educomunicação” no Diretório?
4. Você achou interessante ou desnecessário o uso dessa expressão?
5. O que significa Educomunicação?
6. Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

Questões posteriores:

1. Impressões coletivas sobre o contato com o conceito e sua metodologia: descrever as impressões dos participantes (propor palavras-chave).
2. Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?
3. Prognósticos: o que se espera do trabalho educ comunicativo na comunicação católica para daqui a 1, 2, 3 anos, e próximas décadas ...

Transcrição das respostas

A transcrição das respostas seguiu a dinâmica adotada na coleta, dividindo os respondentes em dois grupos, de acordo a etapa em que as perguntas foram administradas: “anteriores” e “posteriores” à palestra.

Para as respostas a cada pergunta, uma vez que não foi solicitada aos respondentes qualquer identificação, foi atribuída aleatoriamente, de forma sequencial, uma letra do alfabeto, com o único objetivo de marcar onde termina uma resposta e começa outra,

Respostas às questões anteriores

Questão 1: Que impacto o Diretório produziu em você?

A – Não li.

B – Não li.

C – Não li, mas pretendo ler.

D – Crescimento em informações e conhecimento.

E – Curiosidade, alto nível de aprendizado.

F – Reflexão sobre a forma como estamos nos comunicando e a possibilidade de ampliá-la de maneira mais eficaz.

G – Renovou minha ideia sobre o que é comunicar. Comunicar de verdade e com verdade.

H – Mesmo sendo jornalista, eu não conhecia a riqueza que a Igreja possui no âmbito da comunicação, bem como a atualidade do conteúdo.

I – Aprimoramento de minha atuação como agente da Pascom.

J – A importância de conhecer o documento sobre a Pascom.

K – Boa vontade em servir.

L – Algo valioso porque mostra a seriedade e a fundamentação do material que está à disposição da Pastoral da Comunicação.

M – Que, ao contrário do que se pensa, a Igreja está mais conectada do que nunca. De fato, temos um “continente digital” a ser evangelizado e educado.

N – Que o comunicado vai muito além do informado. Que podemos anunciar a Palavra em diversos ambientes e momentos.

O – Que a Pastoral da Comunicação não é só para informar e veicular notícias, fotos, vídeos etc, mas que a Pascom tem o papel de promover a formação humana e espiritual.

P – Impacto total na mudança de vida, no comportamento, no agir, em tudo. Uma mudança bem radical.

Q – Grandes conhecimentos. Desafios: estudar bastante para conhecer melhor.

R – Não tive contato com o Diretório.

S – Senti a riqueza da reflexão ali acumulada. São orientações muito boas e oportunas, sobre as quais a Pascom pode refletir e, a partir das quais, decidir.

T – Muitas dúvidas sobre o que abordar e como comunicar.

U – Ainda não li o Diretório. Por isso, não posso falar de impactos.

V – Uma boa comunicação para o outro.

X – Não li o Diretório ainda.

Y – Transformação, conhecimento mais profundo e organização da estrutura paroquial.

W – Transformação, capacitação, conhecimento, instrução e orientação.

Z – Essencialmente, alegria contagiante, mesmo diante do desafio e do medo do novo.

A1 – Ainda não tive contato com o documento, só informações sobre ele.

B1 – Anima e fortalece o trabalho da Pascom. Percebemos que, hoje, temos pistas para melhor trabalhar a comunicação na Igreja.

C1 – Fortaleceu minhas ideias e pensamentos para melhor comunicar o Evangelho.

D1 – Abriu uma nova visão em relação à comunicação, à evangelização e à forma de nós, agentes da Pastoral da Comunicação, nos dedicarmos a evangelizar.

E1 – A Igreja Católica inovando e avançando para águas mais profundas. Considero muito desafiadoras essas novas propostas de evangelização.

F1 – Passei a ver a comunicação na Igreja como algo que vai além da divulgação e do registro de eventos,

G1 – Formação e aprendizagem com base nas leis e nos estudos na CNBB.

H1 – O uso da Comunicação como forma de evangelizar, como manda a Igreja. Usar a comunicação como forma de nos unirmos a Deus.

I1 – Vi a Igreja Unida para se comunicar.

J1 – Despertar a curiosidade para aprender mais.

K1 – Conhecimento maior sobre os fundamentos da CNBB com relação ao documento preparado para nós da Pascom.

L1 – Alegria por ver o quanto podemos evangelizar por meio da comunicação.

M1 – Despertar para conhecer melhor a comunicação.

N1 – Ainda não li.

O1 – A certeza de que se pode pensar e viver a comunicação de maneira organizada e articulada, mas, sobretudo, de maneira pastoral. O Diretório, como o nome já diz, é a forma de direcionar as atividades da comunicação e pô-la a serviço da Igreja.

P1 – Que a comunicação com as pastorais na paróquia, aos domingos, seja utilizada como um instrumento importante para a divulgação dos projetos da Igreja.

Q1 – O uso consciente das redes sociais na comunicação.

R1 – Ainda não li o Diretório.

S1 – Esclareceu dúvidas, lançando luz sobre algo que antes era feito no improviso.

T1 – Ainda não tive acesso ao Diretório e, por isso, ainda não posso falar de impacto.

U1 - Que a comunicação é importante em termos sociais, culturais e de vivência.

V1 – Tive uma leve sensação de que se trata de um documento iluminado que chega para proporcionar novos horizontes à comunicação na Igreja.

X1 – Um melhor aprendizado e um contato mais estreito com as outras pastorais para servir a Santa Mãe Igreja.

Y1 – É preciso evangelizar com sabedoria e cautela. Educar com lealdade e fé.

W1 – A comunicação na Igreja é muito abrangente e desafiadora.

Z1 – Conhecimento.

A2 – Conhecimento.

B2 – Felicidade por ter sido aprovado pela CNBB um documento para a comunicação.

C2 – Impacto de encantamento.

D2 – Uma grande alegria por sentir que agora temos um instrumento que nos ajudará na conscientização de que somos, de fato, comunicadores.

E2 – Infelizmente ainda não tive contato com o Diretório, mas quero muito conhecê-lo para utilizá-lo como base.

F2 – O desejo de conhecer a nova visão que a Igreja, no Brasil, tem da comunicação.

G2 – Comunicar com mais clareza.

H2 – Despertou em mim a responsabilidade pela minha missão e pelo compromisso com a evangelização. Visão de pastoral de conjunto.

I2 – Aprendizagem voltada para o aperfeiçoamento das ações pastorais e para o anúncio do Reino de Deus.

J2 – O Diretório de Comunicação nos transmite segurança e a possibilidade de realizar nosso trabalho em conjunto com toda a igreja.

K2 – O Diretório de Comunicação é uma ferramenta que a Pastoral da Comunicação poderá utilizar para se orientar, tendo por base as orientações da Igreja.

L2. Infelizmente não tive a oportunidade de ler.

M2 – Visão de novos horizontes para o sentido de se comunicar.

N2 – É preciso educar para comunicar.

O2 – Um meio de encontrar mecanismos para anunciar a Boa Nova.

P2 – Grande impacto, ao constatar que a Igreja tem uma visão tão ampla da comunicação.

Q2 – Aprofundar para ensinar os que não são pasconeiros.

R2 – Senti que a Pastoral é vista pela Igreja e me senti valorizado.

S2 – Mudou minha visão sobre o que é a Pascom e como se faz a comunicação na Igreja. Abriu minha mente para comunicar melhor.

T2 – Novos conhecimentos e novas ideias para se trabalhar com a equipe.

U2 – O Diretório de Comunicação me alegrou muito porque tomei conhecimento de um instrumento que dá direcionamento específico para a Pastoral da Comunicação na Igreja. Ele não só fundamenta, mas também direciona nossas ações.

V2 – Uma oportunidade de conhecer mais sobre a Igreja e sobre as funções que cada um tem na comunidade.

X2 – Não tive contato.

Y2 – Não li.

W2 – Ainda não tive contato.

Z2 – Não tive contato.

A3 – Não estudei o Diretório.

B3 – Não estudei o Diretório.

C3 – Que a comunicação e a evangelização são fundamentais na Igreja. As duas coisas precisam andar junto para melhor evangelizar.

D3 – Ouvir boas palestras.

E3 – Despertou novas ideias e para uma nova maneira de entender o verdadeiro papel e significado da comunicação, abordando formas de trabalho e de atuação na sociedade.

F3 – Ouvir boas palestras.

G3 – Necessidade de atenção para o que pode e o que não pode na comunicação eclesial.

H3 – Necessidade de aperfeiçoar as formas de comunicação para melhor evangelizar nos tempos atuais.

I3 - A missão de comunicar o Evangelho exige muita responsabilidade e temos que ter certeza do que vamos anunciar.

J3 – Abriu minha mente para a comunicação na Igreja.

K3 – Deu-me um novo gás para o meu trabalho. Incentivou-me e ensinou-me a ser Pascom, e que isso é muito importante para o anúncio do Evangelho.

L3 – Saber como comunicar de forma atrativa e rápida para evangelizar aqueles que fazem parte de nosso convívio e para os que não têm nenhum conhecimento.

M3 – No começo não entendi muito bem, mas, com o tempo, fui começando a entender.

N3 – Ainda não li, mas estou ansioso para começar a ler.

O3 – As várias formas de comunicar e as melhores formas de comunicar.

P3 – Me causou um grande desejo de descobrir e conhecer algo novo.

Q3 – Organizar-se e preparar-se para a comunicação.

R3 – Perceber a preocupação da Igreja com uma comunicação de qualidade, com uma comunicação que promova a dignidade humana.

S3 – Abriu novos horizontes. A partir daí, passei a entender a importância de uma boa comunicação na Igreja, no mundo de hoje.

T3 – O Diretório me surpreendeu, pois eu pensava que podia me comunicar como fazia as outras coisas, mas descobri que existe um direcionamento de como se comunicar pela Pascom.

U3 – Ensina-nos a nos comunicarmos de maneira certa.

V3 – Uma excelente ferramenta para nos auxiliar em nossa formação e na atuação na área da comunicação.

X3 – Apresentou uma maneira eficaz do ato de se comunicar, de acordo com as necessidades de dia a dia.

Y3 – Emoção por receber um documento tão importante para a Igreja. Afinal, a Igreja é isto: comunicar a Boa Nova de Jesus Cristo.

W3 – Produziu um pensar diferente e ensinou-nos como é que podemos comunicar pelos meios sociais.

Z3 – Aprendizagem.

A4 – Aprendizagem sobre comunicação.

B4 – Esclarece os fundamentos essenciais e a importância da comunicação. Aprendi bastante.

Questão 2: Que novidades o Diretório de Comunicação traz?

A – Ainda não li o Diretório.

B – O compromisso que temos com as pessoas. Isso, para mim, é novidade, porque às vezes pensamos que é só tirar fotos e mais algumas coisinhas. Vai muito além disso.

C – Tudo é novidade no diretório para mim.

D – Esclarece mais e com clareza os objetivos e o que a comunicação pode fazer para os grupos e para a sociedade como um todo.

E – O Diretório traz novidades como a relação entre a comunicação e as outras áreas, como educação, liturgia e catequese.

F – As mais diferentes formas de se usar as mídias.

G – Informação sobre a implementação do espírito de comunicação na Igreja.

H – A interação da Palavra com os seguidores. Fazer com que, mesmo as pessoas não estando presentes à missa ou em qualquer outro evento, elas se sintam informadas da mesma forma que estando presente.

I – Embora não tenha tido contato com o Diretório, pelas informações que nos foram passadas, ele nos traz uma nova forma de se comunicar com a Igreja, nos dias atuais.

J – Não li.

K – Não sei. Mande o Diretório em PDF para mim.

L – Não conheço as novidades porque não li o Diretório.

M – Não li o Diretório, mas tenho que ler.

N – Não conheço ainda o Diretório.

O – Não li o Diretório.

P – Mais comunicação com o mundo e as pessoas.

Q – Entretenimento, novo modelo de comunicação, expectativa de aprender mais.

R – Comunicação não é só fotografar missas ou transmiti-las pelo *facebook*. É, antes, uma ponte entre as pastorais.

S – A importância de nos transformar em novos discípulos e podermos ser mais eficientes na evangelização.

T – A interação que a comunicação proporciona com o uso das mídias, que pode resultar na transformação da paróquia (Igreja).

U – A própria comunicação. Só o fato de ter sido aprovado já foi uma novidade. Afinal, todos os dias, temos informações novas a serem comunicadas.

V – A interação da comunicação com a Igreja.

X – As formações para trabalhar com as mídias na evangelização.

Y – Eu não sabia que existe na Igreja Católica um estudo que privilegia a comunicação.

W – Direcionamento e sua linguagem fácil.

Z – As formas dinâmicas de se trabalhar a comunicação.

A1 – Mais conhecimento.

B1 – As informações sobre a comunicação e as novas tecnologias e uma visão mais clara de como disseminar a Boa Nova para a nova geração.

C1 – Orientações sobre como devemos trabalhar a comunicação nas nossas dioceses e paróquias. Uma forma nova de evangelizar.

D1 – A nova proposta de que a Igreja necessita de pessoas para divulgar a Palavra de uma maneira diferenciada, com o apoio dos leigos e mobilizando as pastorais com alegria e confiança.

E1 – Ainda não li o Diretório, mas tenho certeza de que ele traz muitas novidades e ajudará muito na área da comunicação.

F1 – A metodologia (a maneira de bem comunicar), fazendo ecoar a Boa Nova.

G1 – A comunicação, de maneira sistemática e gradual; uma melhor comunicação nas bases (comunidades e paróquias), para se manter em sintonia com a Igreja, no Brasil (CNBB e dioceses).

H1 – A maior novidade é a seriedade como a comunicação é nele tratada. A comunicação não é algo a ser feito de qualquer jeito.

I1 – Saber que as redes sociais e a mídia são legítimas sob o ponto de vista da Igreja e que, de certa forma, estão se constituindo no meio mais importante para o anúncio.

J1 – A maior novidade é que agora existe um direcionamento para o comunicar da Pascom.

K1 – A Educomunicação.

L1 – Trabalhar culturalmente.

M1 – Aprofundamento e esclarecimento das cláusulas.

N1 – Orientação para se comunicar corretamente.

P1 – Traz orientações para a utilização das novas técnicas.

Q1 – Novas maneiras de abordar a comunicação, a partir da visão da Igreja. Inova também ao propor o fazer comunicação em união com todas as pastorais.

R1 – Para mim é a comunicação trabalhando com a liturgia e a catequese, entre outras. E a educomunicação.

S1 – O papel da comunicação na Igreja. O que o comunicador precisa fazer.

T1 – O trabalho feito em celebrações.

U1 – A especialização, a fim de que a comunicação seja segura e, principalmente, possa tocar os corações dos fiéis e que seja uma forma de educação por meio da comunicação.

V1 – A abertura para as novas formas de comunicação.

X1 – Muitas novidades, pois antes não tínhamos subsídios tão orientadores na área da comunicação.

Y1 – A unificação da Pastoral na igreja do Brasil e a introdução de novos processos.

W1 – O Diretório nos traz um estudo mais aprofundado e abrangente, com pistas para a reflexão e a serem usadas no dia a dia de nossa realidade.

Z1 – Pistas pastorais mais concretas: nos ambientes familiar, escolar, comunitário, político, profissional, pastoral, midiático e de alfabetização digital.

A2 – A vivência da comunicação, a ética, a forma correta de trabalhar a comunicação, a educomunicação nas escolas e a essência da comunicação: na família.

B2 – Formas e métodos segundo o Evangelho, ambos bastante ricos em conteúdo.

C2 – Como devemos trabalhar.

D2 – A comunicação atualizada conforme as mudanças e as realidades da época.

E2 – Que devemos nos comunicar com o mundo, ou seja, de dentro para fora, ir ao encontro do irmão.

F2 – O próprio diretório é uma novidade. Ele nos ajuda a chegar a uma comunicação mais autêntica, verdadeira e comprometida com o todo.

G2 – Utilização das mídias sociais na evangelização; um vislumbrar de novos horizontes, um mundo de muitas possibilidades para anunciar o Evangelho; um aprofundamento da comunicação, com diretrizes que nos orientam e norteiam a ação comunicacional.

H2 - Inovação na área da comunicação, Dicas para a ação, para a reflexão e para a postura do comunicador.

I2 – Como sou iniciante na comunicação, o Diretório me apresenta como novidade esclarecimentos sobre seu real papel. Aborda o conceito de missão evangelizadora e conclama as comunidades a também serem Pascom, ou seja, comunidades da Palavra.

J2 – A possibilidade de ampliar a comunicação para as pessoas da comunidade.

K2 – Uma delas é que precisamos nos organizar para melhor comunicar. Organizar implica em conhecimento, técnica e diálogo e não somente o desejo de evangelizar.

L2 – Não sei, pois não li ainda.

M2 – Não sei, pois não li.

N2 – Fez com que eu refletisse sobre a forma de como estamos comunicando e chamando aqueles que estão distantes da Igreja; talvez nos tenhamos acomodado e não tenhamos sido comunicadores cristãos de verdade, para enxergar os excluídos.

O2 – Querer aprender, buscar compreender melhor o relacionamento entre as pessoas e fazer isso bem feito.

P2. A unidade dos vários documentos que tratam na comunicação e a formação na Igreja.

Q2 – A forma de evangelizar comunicando por meio das redes. A forma correta de formar bons comunicadores.

R2 – A retomada dos três pilares que deveriam ser seguidos por todos aqueles que atuam na comunicação: formação, espiritualidade e evangelização.

S2 – Formação para nós, comunicadores, abordando o tema e ensinando para a vida e para a evangelização.

T2 – Estar sempre em comunhão com a Igreja e falar sempre a verdade.

U2 – A comunicação é uma dádiva de Deus e levar a Boa nova é nossa obrigação.

V2 – A preocupação da Igreja com a utilização dos meios de comunicação.

X2 – Ainda não sei, pois só ouvi falar sobre a educomunicação no uso da mídia e na evangelização.

Y2 – Uma proposta de comunicação mais contundente, mais especializada, que, ao mesmo tempo em que anuncia, também convida para a reflexão. Para quem? Onde? Quando?

W2 – Ampliar a forma de comunicar, de acordo com a mentalidade cristã católica, em sintonia com a Santa Mãe Igreja, para melhor evangelizar.

Z2 – As novas ferramentas de evangelização: os meios sociais.

A3 – As novas tecnologias para ajudar na evangelização.

B3 – Que é preciso ter conhecimento do que comunicar e como comunicar.

C3 – Uma novidade: a pastoral de conjunto e a integração entre a Boa Nova de Jesus e a missão da Igreja; Outra novidade: a preparação e a comunhão por parte daqueles que atuam na comunicação.

D3 – O trabalho da Pascom como uma pastoral de conjunto e uma melhor utilização das diversas plataformas.

E3 – A forma correta de comunicar. Comunicar não porque eu gostei do assunto, mas comunicar porque a pessoa a ser atingida precisa.

F3 – O uso das redes sociais (mídia digital) junto com a comunicação.

G3 – A Igreja não repudia, mas se adapta às necessidades dos tempos, a fim de aperfeiçoar sua forma de evangelizar; as mídias sociais são vistas como formas de levar Jesus aonde não conseguimos estar fisicamente; todos, à luz de Jesus, somos comunicadores.

H3 – O contato com as novas mídias, o manuseio do conteúdo, como construção e vinculação; a adaptação do conteúdo ao novo cenário sociocomunicativo; e a inserção da Igreja nessa realidade midiática.

I3 – Grandes inovações, novas ideias, motivação e direcionamento.

J3 – Que a comunicação da Palavra de Deus possa ser conhecida, estudada e vivida em nossas pastorais e movimentos.

K3 – Conteúdo inovador, orientações primordiais para se organizar a Pascom na diocese, na paróquia e na comunidade. Não se começa a Pascom de qualquer jeito.

L3 – A metodologia cristã de comunicar com os pés no chão bem diante de nossa realidade.

M3 – A forma e os meios que podemos utilizar para a evangelização.

N3 – O Diretório nos apresenta um novo caminho, um novo meio do jovem ser Igreja e atrair outros.

O3 – Espiritualidade e comunicação.

P3 – Visão da Bíblia sob o foco da comunicação; propostas e sugestões de ação no fim de cada capítulo; tudo é comunicação na ação da Igreja (evangelização); a ação deve ser planejada e avaliada pela equipe após sua realização.

Q3 – A Igreja como centro de tudo, utilizando a comunicação nos mais variados meios e aproximando as pessoas.

R3 – Novas ferramentas de comunicação fazendo os grupos, movimentos e pastorais interagir.

S3 – O caminhar e como organizar a Pastoral.

T3 – Conhecimentos raízes atualizados para melhor compreendermos os pontos essenciais da comunicação ideal.

U3 – A boa forma de evangelizar por meio das mídias digitais.

V3 – A possibilidade de uma comunicação mais abrangente, que chegue às pessoas que não podem vir à Igreja.

Questão 3: Que reação você teve no encontro com a palavra “Educomunicação” no Diretório?

A – A minha reação foi “uau!”, porque percebi que se tratava de uma nova metodologia de ensino da comunicação, que destaca a relevância do comportamento do comunicador.

B – A forma de partilhar o conhecimento de uma maneira que eu não imaginava.

C – Não o li.

D – Não o li.

E – Não li o Diretório ainda.

F- Expectativa do novo.

G – Não sabia o que significava.

H – Trata-se de um desafio: fazer com que o anúncio do Evangelho tenha por objetivo atingir o maior número de pessoas possível.

I – Constatação de que a educação está presente, principalmente na comunicação, nas várias formas de comunicar.

J – No início, achei estranho. Mas, depois, vi que toda comunicação educa.

K – Educar para comunicar, apontando várias formas de evangelizar.

L – Que comunicar é a melhor forma de evangelizar; trazer a juventude para a Igreja por meio de algo tão utilizado pelos jovens.

M – No início, estranheza, mas, com o passar da palestra, tudo foi ficando mais claro, principalmente com relação a sua importância.

N – Soou, inicialmente como algo que, eu diria, “forçado/manjado”. No entanto, vimos que se faz necessário e imprescindível conhecer e dominar a mídia para comunicar a verdade (a Boa Nova).

O – Novidades e muita curiosidade; precisamos conhecer melhor e, para isso, estudar mais o Diretório.

P – Que comunicação é também educação. Educação da forma de falar, de se expressar, de transmitir e anunciar.

Q – Um novo aprendizado.

R – Mesmo sem entender, fiquei com vontade de participar para poder me envolver.

S – Um sentimento da necessidade de uma transformação diante daquilo que nos propomos a comunicar.

T – Uma motivação maior em face do conhecimento do documento que tem total relevância para nossa pastoral.

U – Discernir a importância de saber para comunicar em primeiro lugar e, posteriormente, educar para comunicar.

V – De imediato, achei meio estranho, mas, aos poucos, fui me encontrando e percebendo a importância que ela tem para nós, comunicadores.

X – Fiquei surpreso porque, afinal, é algo muito novo. Sempre tive a sensação de que a comunicação cristã andava atrás da comunicação social, profissionalmente falando.

Y – Estranheza: o que é isso? O que significa? Como empregar esse termo no dia a dia da paróquia?

W – A minha reação é de constatar que a maneira de comunicar está ligada à educação.

Z – Gratificante por saber que podemos educar pela comunicação.

A1 – O uso das mídias já me era natural, mas o uso do termo “educomunicação” ...

B1 – Para comunicar bem é preciso desenvolver a escrita e a oratória.

C1 – Impactador, pois se trata de um termo novo.

D1 – Curiosidade por saber que podemos educar a partir da comunicação e, quando ela é bem feita e estruturada, tem efeitos bem eficazes na Igreja e na sociedade.

E1 – Uma reação muito positiva, cada vez mais me conscientizando de que realmente sou corresponsável pela disseminação da Boa Nova.

F1 – Que é necessário usar a comunicação para educar para a nova cultura midiática.

G1 – Uma nova realidade no contato direto com a Igreja.

H1 – Educar para comunicar.

I1 – Não li.

J1 – Não sei como aplicá-la na missão da Pascom.

K1 – Educar e comunicar coisas boas às pessoas.

L1 – Surpresa e motivação. O termo, ainda novo, sugere que temos muito a ser estudado e superado no quesito “comunicar”.

M1 – Educar para comunicar.

N1 – Que precisamos nos educar para comunicar.

O1 – Inovação ao comunicar, visto que a comunicação na Igreja também é educativa, diferenciando-se da mídia em geral.

P1 – Na verdade, só tive conhecimento desse termo neste III Muticom. Minha reação foi de curiosidade. Vou me informar mais sobre o Diretório e sobre esse tema.

Q1 – Ainda não estudei o diretório.

R1 – Ainda não estudei o Diretório.

S1 – Abriu-me os horizontes: preciso usar os meios que tiver à mão para melhor evangelizar.

T1 – Uma reação diante do novo, de algo que chega para enfrentarmos, em nossa realidade, as propostas sedutoras da sociedade, na qual somos chamados a ser pessoas educadas no diálogo e na comunicação com nosso semelhante.

U1 – Reação ligada à motivação, à sensibilização e à fé, ao tomar conhecimento da importância da educomunicação (educar-se para comunicar pelas redes sociais).

V1 – Eu sou parte dessa pastoral que comunica para educar, seja na família, na escola ou na sociedade.

X1 – Curiosidade. Falar de educação e enfatizar a comunicação no âmbito da Igreja pode parecer algo lógico, mas ainda encontra muita resistência, principalmente se essa comunicação demanda novas linguagens.

Y1 – Que se trata de uma verdade sempre mais destacada na vida do cristão católico.

W1 – Que é preciso aprender a comunicar.

Z1 – O termo, apesar de não ser muito do meu conhecimento, chama a atenção para o fato de que, antes de comunicar, precisamos aprender a comunicar.

A2 – Curiosidade, pois, até então, não conhecia.

B2 – Um termo novo que nos chama a atenção e nos desperta o interesse de conhecê-lo e de aprofundar-nos no conhecimento sobre o dinamismo da comunicação na Igreja.

C2 – Boa para melhorar a comunicação.

D2 – A princípio eu pensava que se tratava apenas de comunicação nas escolas e depois verifiquei que o campo é muito mais abrangente.

E2 – Curiosidade de saber o sentido de educomunicação.

F2 – Uma palavra bastante necessária ao nosso dia a dia, pois educomunicação é educar e comunicar e, por isso, precisamos ter uma boa educação para comunicar.

G2 – A consciência de que a comunicação começa comigo e está presente, permanentemente, em nosso dia a dia. Por isso, precisamos saber o que comunicar e como comunicar.

H2 – Senti-me tranquilo, pois antes não sabia por onde começar.

I2 – Um impacto inesperado, surpreendente, uma novidade, pois não esperava que a comunicação se expandisse tanto. Vai além dos limites que conhecemos.

J2 – O entendimento da função de duas coisas: educação e comunicação que, juntas, podem ser úteis e fundamentar nosso trabalho.

K2 – Quando ler o Diretório, respondo, tá?

L2 – Abriu novos horizontes para trabalhar a comunicação de forma mais abrangente; pensar a comunicação em todas as mídias e perceber que podemos fazer diversas parcerias.

M2 – Uma possibilidade de aprender diversas formas de transmitir.

N2 – Curiosidade de saber o que significaria esse termo e de que maneira poderia aplicá-lo, no processo de evangelização.

O2 – Feliz com a função contida nessas duas palavras que vão me ajudar a comunicar e agir de forma correta.

P2 – A princípio me causou estranheza por não entender essa relação com mais profundidade. Hoje percebo que é uma tendência na comunicação no mundo e a Igreja acompanha essa realidade, com o olhar pastoral.

Q2 – Reação de aprendizado, pois não conhecia essa palavra.

R2 – Não conheço o Diretório.

S2 – De espanto, alegria e surpresa, até porque ainda não tinha um contato mais próximo com a comunicação. Foi uma mistura de sensações.

T2 – A fundamentação teológica e pedagógica do educar.

U2 – Educar a forma de comunicar (eu); educar o jeito de comunicar (o meio); educar o como comunicar (o método); perceber como estou comunicando (*feedback* – o outro).

V2 – Interesse em saber quais as melhores formas de transmitir o conhecimento para os diferentes públicos com os quais trabalhamos, já que cada um tem sua realidade.

X2 – A importância da educação para a comunicação, pois, para comunicar, temos que conhecer a fonte.

Y2 – Algo novo a conhecer.

W2 – Vimos que, para evangelizar, precisamos de aprofundamento da Palavra.

Z2 – Educomunicação. A reação que tive está ligada à necessidade que tenho de querer, cada vez mais, me educar e ser educado para comunicar.

A3 – Processo de formação de novos educadores para a comunicação.

B3 – Uma palavra nova e provocadora. Uma tomada de consciência do quanto é necessário pensar e refletir a comunicação; o desejo e a necessidade de gerar uma comunicação verdadeira, não somente para transmitir informação, mas também para incentivar a reflexão dialógica e dialética.

C3 – Surpresa.

D3 – Impactante, pois Educação é fundamental para aprender a se expressar e comunicar.

E3 – Atenção e cuidado ao planejar.

F3 – Alegrei-me com esse termo, pois constitui uma necessidade trabalhar a educação a partir da comunicação.

G3 – Que a educação pode ser transmitida não só com palavras.

H3 – Curiosidade, pois foi a primeira vez eu que ouvi esse termo.

I3 – O propósito de comunicar e passar informação com educação.

J3 – Surpresa, pois muitas vezes idealizamos uma coisa e é outra.

K3 – Minha reação foi de curiosidade em relação à teoria e à prática da educomunicação, como também em relação ao desejo de saber como aplicá-la na mídia.

L3 – Fui logo abrir o Diretório para ver e entender melhor a educomunicação.

M3 – Reação de alegria, por perceber que a Igreja se mostra aberta a novas possibilidades, em que a educação se apresenta como o pontapé inicial da ação comunicativa.

Questão 4: Você achou interessante ou desnecessário o uso dessa expressão?

A – Interessante.

B – Poderia ter sido mais explicado.

C – Extremamente importante e interessante. Vemos a comunicação ainda de forma embrionária. Nós, comunicadores, devemos nos dedicar à reflexão, sobretudo neste mundo tão marcado por crimes e conflitos e pela falta de senso crítico e construtivo. É preciso educar para comunicar.

D – Interessante.

E – Interessante.

F – Uma gama de conceitos e significados acompanha este termo.

G – É importante, pois esse termo chama muito a atenção e é uma palavra que reflete bastante a atualidade, pois ela ajuda a refletir sobre o comunicar e, ao mesmo tempo, sobre o educar.

H – Bastante importante, pois leva-nos a compreender que só pode comunicar a Palavra aquele que recebe a educação familiar na Igreja.

I – Que é preciso direcionamento na comunicação.

J – Necessário e interessante.

K – Importante porque aborda a importância da educação com a comunicação, para comunicar aquilo que a Igreja pede.

L – Importante, pois mostra que podemos educar por meio da comunicação.

M – Superinteressante: educar com a comunicação, usando as palavras certas para evangelizar.

N – Interessante e necessário, pois tudo parte da educação – educar para transmitir e formar para informar.

O – Achei bastante interessante para a evangelização católica.

P – Interessante, pois os termos “educar” e “comunicar” nos convidam a uma experiência mais correta na missão de evangelizar.

Q – Achei hiperinteressante. Confesso que nunca havia lido ou ouvido a respeito. Estimula-nos a buscar eficiência e eficácia naquilo que fazemos.

R – Extremamente interessante: educar para comunicar.

S – Interessante, pois toda forma de educação é válida para aprender, ou seja, estamos nos educando até mesmo fazendo nosso trabalho.

T – Muito importante porque, quando se fala em comunicar, nem sempre se atenta para o fato de que a comunicação é necessária para educar.

U – Interessante.

V – Interessante.

X – Muito interessante: orientador, inovador, superlegal.

Y – Interessante porque ela nos chama a atenção para o cuidado com a forma de nos comunicarmos e para os meios que utilizamos.

W – Qualquer orientação que a Igreja nos dê nunca é desnecessária. Ela está atenta aos novos desafios da comunicação.

Z – Interessante. Não conhecia esse termo.

A1 – Interessante e esclarecedora.

B1 – Interessante por sua importância.

C1 – Interessante. A palavra educomunicação tem o seu “poder.

D1 – Interessante.

E1 – Interessante.

F1 – Eu achei interessante.

G1 – Interessante.

H1 – Interessante, tanto pelo nome que chama a atenção, quanto pelo que ela significa para a educação religiosa.

I1 – Interessante por criar uma nova forma de comunicar.

J1 – Necessária, com certeza, pois aprofunda uma série de coisas que precisamos saber. Muito bem pensado, com certeza.

K1 – Bastante motivador e interessante, pois nos leva a reavaliar a prática de comunicar.

L1 – Interessante, pois relaciona a educação com a comunicação, como um conjunto que põe uma em comunhão com a outra.

M1 – Interessante.

N1 – Importante e necessário.

O1 – Importante e necessário.

P1 – Interessante, pois a educação é necessária e indispensável à comunicação.

Q1 – Desnecessária. Tudo podia ser dito sem ela. Criar um novo termo para realidades já sedimentadas desvia o foco. A rigor, tudo poderia ser dito com o termo “evangelização” (educar, portanto mudar atitudes).

R1 – Muito interessante. Educar para comunicar, passar conteúdo ao outro e poder compreender o que você quer comunicar.

S1 – Interessante, pois, antes de comunicar, precisamos ter plena convicção da informação que estamos passando.

T1 – Interessante, pois é importante primeiramente sermos educados e capacitados para, em seguida, comunicar.

U1 – Interessante.

V1 – Interessante, pois, até então, não conhecia o seu sentido.

X1 – Interessante, pois trata de um assunto fundamental para o desenvolvimento humano.

Y1 – Interessante e necessária. Educação é fundamental para o desenvolvimento do ser humano e educar para comunicar é indispensável para todos.

W1 – Achei de extrema importância e muito útil para aprendermos mais, e nada que nos ajude na evangelização é desnecessário.

Z1 – Superinteressante, já que precisamos nos educar para comunicar com eficácia. Mas precisamos recebê-la com olhar crítico.

A2 – Interessante, dadas as novas formas de comunicação.

B2 – Interessante, pois foi uma grande novidade e me encheu de alegria.

C2 – Interessante, por precisamos desse trabalho evangelizador da Igreja.

D2 – Interessante, pois a própria palavra explica o seu sentido.

E2 – Interessante, porque, primeiro eu não conhecia e também porque é importante para a educação.

F2 – Muito interessante para nós que trabalhamos com a comunicação. Com ela, podemos educar com a comunicação, que é o papel da Pascom.

G2 – Muito interessante, porque apresenta uma metodologia para pregar a Palavra de Deus.

H2 – Interessante e muito boa ideia. Chama muito a atenção.

I2 – muito bom mesmo! Porque se trata de uma inovação na Igreja.

J2 – Eu achei superinteressante, porque deixa claro que nós, comunicadores, não somos somente tiradores de fotos na igreja...

K2 – Muito interessante. Ajuda-nos a ver, mais claramente, que podemos ser construtores da comunicação em todos os ambientes.

L2 – Achei interessante, pois nos deixa curiosos em aprender mais sobre o assunto.

M2 – Não é questão de ser interessante, mas sim, de ser objetivo e ideal.

N2 – Interessante.

O2 – Interessante.

P2 – Interessante.

Q2 – Interessante.

R2 – Interessante.

S2 – Interessante.

T2 – Interessante.

U2 – Muito interessante.

V2 – Interessante, pois expressa muito bem o significado e o que representa.

X2 – Não li o Diretório.

Y2 – Sim, interessante, porque podemos transmitir isso para as pastorais e movimentos em nossa paróquia.

W2 – Tenho que ler. Acabo de comprar. Tudo o que aprender vem para o bem.

Z2 – Não li.

A3 – Justa e necessária, mas é preciso contextualizar com exemplos mais claros.

B3 – Interessante. Comunicação começando em casa.

C3 – Interessante.

D3 – Bem interessante. São duas palavras interligadas que permitem compreender melhor que comunicar vem de educar.

E3 – Neologismo interessante que nos remete à ideia de que é necessário formar-se para educar.

F3 – Interessante. Abre um leque de aspectos positivos.

G3 – O termo traz consigo todo o seu significado. Ao unir educação e comunicação, torna-se uma palavra autoexplicativa.

H3 – Peculiar e curioso, porque é uma nova forma de se fazer comunicação, ainda pouco conhecida pela mídia.

I3 – Interessante: uma palavra composta com dois fortes significados, um dependendo do outro.

J3 – Pertinente.

K3 – Interessante, pois a comunicação passa por um processo de aprendizagem (educação); às vezes limitamos a educação apenas a seu aspecto pedagógico.

L3 – Interessante. Ela expressa quase uma necessidade básica da sociedade moderna, em que até a educação precisa ser aprendida e reaprendida.

M3 – Uma necessidade paroquial.

N3 – Um termo que nos chama à reflexão, uma vez que o universo digital vem se ampliando.

O3 – Interessante, pois todos estamos a serviço da comunicação.

P3 – Interessante, porque nós vamos além do que se pode imaginar.

Q3 – Interessante.

R3 – Interessante, pois, o termo “educomunicação” nos traz a ideia de que não se trata de educar apenas na mídia, mas que também envolve ética e didática e também segurança no que levamos ao receptor.

S3 – Interessante e muito oportuno.

T3 – Achei interessante, pois despertou em mim a curiosidade de saber como a igreja vai lidar com esses dois temas que apresentam características tão singulares.

U3 – não posso emitir juízo crítico a respeito deste tema porque ainda não tive contato com o Diretório.

Questão 5: O que significa Educomunicação?

A – Educomunicação é um processo, segundo o qual os agentes são educados para a comunicação no campo da fé.

B – Educomunicação: educar para comunicar.

C – Educação através das redes sociais.

D – Educar e comunicar.

E – Significa educar para comunicar. É capacitar as pessoas para uma boa comunicação.

F – Educar através da comunicação: mostrar a realidade por meio de fotos e audiovisuais.

G – Educar para comunicar.

H – Educomunicação: educar e comunicar. Estudar as melhores e novas maneiras de se levar o Evangelho.

I – Educar para que o anúncio do Evangelho chegue de forma clara e objetiva aos fiéis e agregue informação ao dia a dia de nossa Igreja.

J – Comunicar de forma educativa e cultural, usando campos diversos de arte e tecnologia e buscando sempre educar pela comunicação, de forma inovadora.

K – Educar e comunicar em nossa paróquia e na comunidade. Aproximar pelos meios de comunicação.

L – Conscientização em relação às novas tecnologias, sempre pautados na verdade e autenticidade do Evangelho. Preparar-se para a utilização dos novos meios de comunicação, com responsabilidade.

M – Uso da comunicação para esclarecimento de nossas ideias. Educar com os meios tecnológicos ou com quaisquer outros meios, desde que sejam usados efetivamente para educar e comunicar.

N – Organização no que diz respeito àquilo que queremos comunicar. Alguns critérios para trabalharmos com a comunicação.

O – Educar para comunicar. O estudo é sempre importante para que a comunicação aconteça sempre de forma correta.

P – Devemos nos auto-educar para comunicar e, assim, evangelizar.

Q – Significa educar para comunicar, para melhor expressar-se no dia e deixar claro aquilo que é de difícil compreensão.

R – Educomunicação: junção das palavras educação e comunicação. A comunicação posta em prática de forma ética e responsável, mas que também seja promotora de um pensar reflexivo e bem mais abrangente. Comunicar sem se limitar apenas à transmissão de informação. Pensar, refletir e dialogar precisam andar de mãos dadas.

S – É a maneira de evangelizar levando a Palavra de Deus aos necessitados.

T – É uma forma nova de comunicação na Igreja, para a Igreja e também para a sociedade.

U – É uma ação comunicativa com amor, que faz parte da realidade enquanto promove a comunhão. É educar para comunicar, promover o diálogo e evangelizar por meio das redes. Não se limitar apenas à transmissão de conteúdo.

V – É uma ação de comunicação para os cristãos.

X – Educomunicação é um conjunto de técnicas sistematizadas segundo um planejamento eficaz para estabelecer uma comunicação concreta e correta e que vá ao encontro do outro.

Y – Um sistema que ensina a comunicação religiosa pela construção do diálogo, com processos sistêmicos e mediações na prática da comunicação.

W – Educomunicação significa que precisamos aprender a comunicar; que são necessárias gestão, metodologia e técnica, para comunicar, de forma que possamos interagir e transformar a realidade em que nos encontramos.

Z – Educação e comunicação.

A1 – É uma forma de didática que nos ensina a comunicar. Deve ser encarada como uma forma de catequese.

B1 – É o ato de comunicar-se através da escrita e de imagens.

C1 – A transformação do conhecimento na arte de educar. É a junção/união dos dois termos, com o objetivo de despertar para a educação e a evangelização.

D1 - Uma comunicação evangelizadora, pela qual sou chamada para uma educação gratuita.

E1 – Educar para a comunicação. Comprometer-se com o receber e o comunicar, com o comunicar, o criar e o suscitar o olhar crítico para a comunicação.

F1 – Geração de informação por meio das mídias digitais.

G1 – É uma forma de educar por meio da comunicação e com a utilização das mídias.

H1 – A junção das palavras educar e comunicar.

I1 – Forma responsável de transmitir um conteúdo, seja ele imagem, áudio, vídeo impresso etc.

J1 – Qualificar-se para comunicar com qualidade e preparar-nos para este novo momento da Igreja. Servir com transparência e verdade.

K1 – É um campo teórico-prático que propõe uma intervenção a partir de algumas linhas básicas, como educação pela mídia.

L1 – Não sei o que significa, mas penso que seja educar e comunicar.

M1 – A educação ultrapassa os muros da pedagogia. Ela perpassa todas as áreas, inclusive a comunicação. Não podemos comunicar de qualquer jeito; é necessária uma metodologia eficaz para termos uma boa comunicação.

N1 - Educar para comunicar. Orientar o uso dos recursos disponíveis, de forma que a comunicação seja educada e educadora.

O1 - É uma palavra que veio para aperfeiçoar a comunicação e suas formas de transmitir ao outro, com mais clareza e com uma linguagem acessível a todos.

P1 – É a comunicação mais participativa, pela qual o conhecimento é adquirido e produzido de forma conjunta e partilhada, a partir da realidade de cada grupo ou comunidade. É uma via de mão dupla.

Q1 – Formação técnica para comunicar adequadamente. Exigência: humildade no aprendizado.

R1 – Significa primeiro educar para, depois, comunicar para que o povo de Deus possa entender e colocar em prática.

S1 – Aprender o que, porque, onde, como e quando comunicar corretamente.

T1 – Como o próprio termo diz, é a arte de educar a partir da Palavra, vista ou ouvida. É a comunicação gerando conhecimento. É utilizar a comunicação em proveito de nosso próximo.

U1 – Educomunicação é, na minha opinião, uma forma de gerenciar a comunicação, desde seu início no planejamento até sua veiculação em algum meio de comunicação.

V1 – É um campo teórico-prático que propõe uma intervenção a partir de alguns pontos da comunicação.

X1 – é uma forma cristã e católica de comunicar o Evangelho e o Reino dos Céus, sem nos deixarmos engolir pelo secularismo da comunicação e sem nos esquecer de que somos, acima de tudo, evangelizadores.

Y1 - Educomunicação é educar para comunicar o Evangelho, ou seja, levar o Evangelho do dia à reflexão sobre a vida do dia a dia do cristão. Comunicar a Palavra com sabedoria, lealdade e fé.

W1 – Educar para comunicar. É uma comunicação que nos leva a uma superação à luz da Palavra do Mestre.

Z1 – Organizar-se de modo a usar os meios com direcionamento, para comunicar de forma abrangente.

A2 – Significa educar para comunicar, ou seja, precisamos de comunicadores experientes para esclarecer as nossas dúvidas.

B2 – É educar por meio da comunicação.

C2 – É educar no viés da comunicação: comunicar, integrar e interagir.

D2 – Significa estudar, refletir sobre determinado assunto para melhor responder às necessidades da própria educomunicação. É educar para comunicar.

E2 – Educar para comunicar.

F2 – É falar do meu jeito, com minha prática de comunicador. É comunicar de forma clara e objetiva o que se propõe repassar.

G2 – Educação a serviço da comunicação significa educar para comunicar. E que a educação está a serviço da comunicação.

H2 – Não sei dizer.

I2 – Educar minha comunicação.

J2 – Comunicar de forma diferente, com conhecimento do que fazemos.

K2 – Educomunicação é uma forma de nos educarmos, um estudo básico antes da exposição na mídia. Temos que ter noção do que pretendemos colocar nas redes sociais.

L2 – Em uma única palavra, trata-se de uma síntese para uma boa comunicação. Não se comunica sem educação e educação significa saber ouvir, saber falar e respeitar as diferenças.

M2 – Como sugere o próprio termo, significa a educação proporcionada pela comunicação. Mas que seja uma comunicação abrangente, clara, simples e direcionada aos mais diversos públicos sociais.

N2 – Levar o outro a compreender o que você quer transmitir.

O2 – A primeira vez que ouvi este termo foi quando me preparava para o Muticom. Acredito que seja a reflexão por meio da investigação sobre a necessidade de adequarmos nossa comunicação aos diferentes ambientes, às diferentes necessidades.

P2 – Definição para ações articuladas entre educação e comunicação no ambiente cristão.

Q2 – Fazer as pessoas compreenderem que, sem o conhecimento do processo comunicativo, é impossível construir uma comunicação eficaz. Precisamos aprender a comunicar.

R2 – Através da comunicação pode-se ir mais além, em todos os sentidos. Educar e comunicar o que há de melhor.

S2 – É a construção da comunicação. A forma de como se deve comunicar. Mas percebe-se que a verdadeira educomunicação vem do coração, o que exige que a comunicação seja preparada.

T2 – Como ouvimos há pouco, “Edu – of; comunicar – on”. Interiorizar o que colhemos de Cristo, a Boa Nova do Pai, e levar aos homens.

U2 – Educar para comunicar bem. Preparar-se para levar a Boa Nova. Estudar e se preparar para comunicar bem.

V2 – Educar para a comunicação. Quem se educa se transforma. Quem encontra a mensagem que transforma sua vida vai vivê-la e, assim, comunicá-la a outras pessoas. É o caso da mulher que encontra Jesus no poço de Jacó.

X2 – A educomunicação, no meu ponto de vista, significa educação e comunicação, ou seja, algo que ensina e comunica. A educomunicação pode se traduzir por diversas atividades que ajudam a comunicar e atuar na sociedade.

Y2 – Significa educar para bem comunicar. Comunicar com qualidade, com ética, com precisão e com amor.

W2 – Significa usar as diversas formas de comunicar para educar.

Z2 – Significa uma ampla aprendizagem por meio da educação utilizando os meios tecnológicos para uma educação melhor e mais eficaz.

A3 – Educar para comunicar.

B3 – Educomunicação é a vivência da ética, da educação e do convencimento dos fatos nas mídias sociais.

C3 – Técnicas para desenvolver a ação comunicadora a partir da gestão e do diálogo.

D3 – Educar para comunicar. Conjunto de técnicas para desenvolver a ação comunicadora.

E3 – Educar para comunicar e comunicar para educar, uma técnica bem interessante,

F3 – Educar para comunicar o Evangelho pelos meios de comunicação.

G3 – Educar comunicando, fazendo com que comuniquemos melhor a Educom e usando nossa missão de comunicar para evangelizar.

H3 – A educação na oratória, a educação na maneira de evangelizar e a educação na maneira de elaborar um texto.

I3 – Educar e comunicar com paciência, levando-se em conta a realidade da comunidade em que vivemos. Passar informações corretas e sem ferir ninguém.

J3 – A educomunicação é um campo que propõe intervenções a partir de linhas básicas, como o uso dos meios de comunicação na educação e na produção de conteúdos educativos.

K3 – Mostra equilíbrio e organização no tempo certo, dependendo do que você faz; programa e apresenta caminhos para organizar ações na TV e em eventos relacionados com a paróquia que você representa.

L3 – Educomunicação é a forma como a comunicação pode educar para comunicar.

M3 – Significa que precisamos estudar e educar-nos não somente para sermos meros comunicadores, mas evangelizadores.

N3 – Educar para comunicar.

O3 – É um campo que propõe a intervenção a partir de algumas linhas básicas, como o uso das mídias, a produção de conteúdo etc.

Questão 6: Como o agente pastoral poderia estar desenvolvendo a Educomunicação em seu trabalho na Pastoral da Comunicação?

A – Tendo uma vida de oração e um aprendizado constante, para levar o Evangelho de Nosso Senhor Jesus Cristo a todas as pessoas, utilizando-se dos meios de comunicação.

B – Saber educar para comunicar e comunicar para educar.

C – Através de uma comunicação simples e interativa, para atingir todos os públicos.

D – Contextualizar para aprender e aplicar. Falta mais informação.

E – Criando imagens que contenham as informações necessárias e que possam contribuir com a evangelização.

F – Com imagens e frases educativas.

G – De forma mais expressiva e coerente, demonstrando que eu estou ciente de meu papel.

H – Utilizar as mídias digitais de forma crítica.

I – Seguindo o exemplo de Jesus Cristo, o Comunicador por excelência.

J – Saindo do “eu” e partindo para o “outro”.

K – Promovendo palestras para ensinar outros agentes que não sabem manusear os equipamentos.

L – Inicialmente educando-se. O aprofundamento nesse processo facilitaria a tomada de decisões criativas e assertivas.

M – Com irmãos comprometidos com o trabalho evangelizador e com trabalhos (ações sociais) que não estejam limitados à Igreja.

N – Baseando-se no conhecimento das técnicas de divulgação e evangelização, de forma a poder contribuir com toda a comunidade. O estudo é fundamental para o desenvolvimento pastoral.

O – Com o estudo em grupo, para adquirir conhecimento e, depois, colocar em prática.

P – Posso aplicar a educomunicação por meio de trabalhos em grupo, por exemplo, produção de vídeos e outros de iniciação cristã, para as crianças.

Q – Procurando seguir o Diretório.

R – A partir do momento em que o doador se doa à pastoral, com muito amor ao outro.

S – Esse desenvolvimento deve se dar em consonância com as necessidades e com a realidade, ajudando o comunicador a solucionar os problemas.

T – Tendo mais conhecimento.

U – Procurando levar à pastoral o conhecimento do Diretório para juntos, construir uma pastoral transformadora, por meio da comunicação e da educação.

V – Através de registros e comunicados.

X – Através de palestras educativas que acrescente algo de novo e que possibilitem a realização de bons projetos para a comunidade e a paróquia.

Y – Tornando-se uma pessoa ativa em sua Pascom.

W – Através de encontros, da mídia e do velho “boca a boca”, podemos ser portadores do testemunho de Cristo em nossas vidas.

Z – Em grupo e com diálogo, de forma a melhorar o aproveitamento das ideias.

A1 – Através das redes sociais e outros meios de comunicação.

B1 – Sabendo planejar e organizar, com atenção nos atributos de cada um e trabalhando para solucionar os problemas.

C1 – Ainda não descobri.

D1 – Buscando levar a Boa Nova aos irmãos, sem ruídos e colocando sempre a verdade, livre de ideologias.

E1 – Repassando o conhecimento, estudando com a pastoral, atraindo mais pessoas que entendem do assunto e promovendo seminários na Pascom.

F1 - Agir como o próprio Jesus; atrair as pessoas para a vivência da fé, de maneira sensível e libertadora. Olhar à frente, sem deixar de olhar para os lados; manter um olhar crítico do mundo. A educomunicação almeja um trabalho de evangelização de forma didática, dinâmica e metodológica.

G1 – Buscando “conectar-se” a uma vida de conhecimento técnico e a uma vida de amizade com Deus.

H1 – Desenvolvendo a criatividade e a espiritualidade e sempre invocando a ação do Espírito Santo.

I1 – Como agentes da Pascom, podemos desenvolver estratégias que sejam capazes de transformar o cenário de nossa paróquia, utilizando os meios ideais para cada realidade.

J1 – Buscando comunicar-se com as outras pastorais.

K1 – Seguindo os pilares que ela indica e utilizando as novas tecnologias na evangelização.

L1 – Revelando o lado positivo da paróquia por meio da comunicação como forma de resgate das pessoas que estão afastadas da Igreja.

M1 – Promovendo a evangelização através das mídias sociais, abrindo os horizontes, de forma a chegar o mais longe que pudermos.

N1 – Cumprir a sua missão na comunidade, levando a Palavra de Deus em vídeos e imagens.

O1 – Buscando me capacitar, ou seja, educar-me para bem comunicar a verdade e ajudando os irmãos a se tornarem bons comunicadores.

P1 – Ensinando como utilizar os meios de comunicação na evangelização.

Q1 – Começaria esclarecendo o significado de educomunicação na minha pastoral, para depois planejar e colocar os projetos em prática.

R1 – Atualizando-nos pelo estudo do tema, pondo em prática o que estudamos e convidando outras pessoas a compartilharem de nosso trabalho.

S1 – Planejando e colocando em prática de acordo com a realidade de cada um.

T1 – Promovendo palestras e oficinas sobre o tema, de forma a torná-lo acessível a todos os envolvidos.

U1 – Compartilhando conhecimentos enriquecidos com as propostas da educomunicação.

V1 – Fazendo um trabalho que vá além da divulgação, não apenas com a utilização das mídias, mas também com ações voltadas para as pessoas.

X1 – Explicando o termo educomunicação aos outros membros da pastoral antes de iniciarmos a jornada dos projetos.

Y1 – Voltando minha atenção para o método, a estratégia, a coerência e a eficácia de minha comunicação para, em seguida, me preocupar com a formação dos vários grupos da comunidade eclesial.

W1 – Fazendo um trabalho de informação, na Igreja, sobre o uso das mídias.

Z1 – Levando em consideração a realidade da comunidade, sempre abertos à aprendizagem e à compreensão das dificuldades do povo como sinal de compreensão e partilha.

A2 – Na Pascom, somos chamados a comunicar para promover a conscientização cristã no mundo, com uma espiritualidade que nos leve a olhar todos como irmãos e a contribuir com a construção de um reino de paz e de amor.

B2 – Evangelizando juntamente com as outras pastorais, de forma a levar a Boa Nova e a esperança a todos, utilizando uma comunicação séria e fiel à Palavra de Deus e ajudando o próximo a participar dessa comunicação.

C2 – Com base no Capítulo IX do Diretório, podemos organizar debates sobre a educomunicação e desenvolvê-la pela conscientização das pessoas, de forma que fiquem atentas às *fakenews* e às distorções da mídia de massa.

D2 – Com vídeos explicativos, com a transmissão da Santa Missa e com o envolvimento do povo nas mídias sociais.

E2 – Primeiro passo: estruturar bem a Pastoral da Comunicação na Paróquia.

F2 – Divulgando o termo para outras pastorais, para que, assim, possamos trabalhar em conjunto na educação para a comunicação.

G2 – Pelo nosso exemplo. A Pascom é a pastoral que congrega todas as outras. Nosso papel, na educação, é “levar o professor ao aluno”, por meio da tecnologia. O nosso mestre é Jesus.

H2 – Conhecendo cada membro de sua pastoral. Orientando e dando oportunidade para que cada um diga de que forma pode colaborar.

I2 – Passando do simples informar para o agir junto à comunidade. Atrair diferentes grupos e pastorais, com atenção para as necessidades específicas de cada um, para, assim, promover a cultura do encontro e o diálogo pastoral.

J2 – Através do registro do que acontece na comunidade paroquial.

K2 – Colocando em prática todas as diretrizes da Igreja sobre a comunicação e promovendo a formação dos agentes para o diálogo interno e externo.

L2 – Através do gerenciamento das informações, mostrando a realidade à comunidade pelo repasse competente do conteúdo.

M2 – Repassando meu conhecimento para as pessoas e não só comunicando, mas também, ensinando.

N2 – Organizando o grupo e estimulando o uso dos meios à disposição.

O2 – Procurando conhecer o que o Diretório propõe para a comunicação e promovendo uma comunicação evangelizadora.

P2 – Eu deveria ter lido o Diretório antes de receber as perguntas.

Q2 – Estudando e buscando maneiras de repassar informações de forma clara e objetiva, levando a comunidade a refletir sobre o que lhe é repassado e buscando novas ideias que promovam o crescimento da própria pastoral.

R2 – Primeiro fazer com que todos possam compreender o significado dessa palavra, para que assim possamos agir com consciência e maturidade.

S2 – Promovendo reuniões e planejando melhor com o meu grupo, procurando manter a organização de acordo com as orientações da educomunicação.

T2 – Formando-nos e aprofundando-nos na temática da educomunicação e utilizando os meios de comunicação disponíveis com amor e a serviço da Boa Nova.

U2 – Em razão da nossa missão de levar a Boa Nova, é preciso comunicar com precisão e adotar um olhar mais apurado para o público alvo, de forma a gerar um espírito de evangelização, por meio dos instrumentos que estão à disposição da pastoral.

V2 – Promover cursos, encontros e debates para os paroquianos.

X2 – Realizando projetos de inclusão de todo o povo de Deus presente na Igreja, procurando novas maneiras de resgatar as pessoas que se encontram afastadas.

Y2 – A Pastoral da Comunicação tem que adotar a educomunicação. Parto do princípio de que ou a educação transforma ou a pessoa não foi educada. Se não transforma, fica como a música que diz que “a lição sabemos de cor, só nos resta aprender”. Quem aprende vive e quem vive comunica, primeiro com a vida e, depois, com a palavra.

W2 – Informando-me para poder informar. Levando ao outro tudo aquilo que o Evangelho nos ensina: viver bem e levar o outro também a viver bem.

Z2 - Procurando conhecer os principais anseios e preocupações de minha pastoral.

A3 – Primeiro, o agente pastoral deve buscar cursos que ensinem a forma correta de se transmitir conteúdo.

B3 – Partindo do pressuposto que a as pastorais fazem parte de um sistema maior de comunicação, podemos dizer que é indispensável que elas estejam interligadas e reconhecer-se como protagonistas do sistema.

C3 - Buscando novos conhecimentos e repassando esses novos conhecimentos.

D3 – Unindo a comunicação com o projeto de evangelização; Usando os mecanismos adequados, aprendidos na educomunicação, para propagar a Palavra de Deus, de forma a atingir os corações; e salientando a importância dos efeitos dessa comunicação que, bem projetada, produz excelentes efeitos sobre a comunidade.

E3 – Através de formações, reuniões, oficinas, palestras e mesas redondas. Convidar aqueles que demonstram interesse pela educomunicação, não se limitando à Pascom.

F3 – Sem a educomunicação, o trabalho da Pascom não seria bem feito. O agente deve sempre visar à educação em suas publicações, sejam elas no jornal, na rádio, na TV ou no *facebbok*.

G3 – Promovendo formações e encontros *e incentivando as outras pastorais*.

H3 – Sendo testemunhas fieis do ressuscitado e acreditando firmemente no que fazemos.

I3 – Primeiramente buscando conscientizar toda a equipe sobre a necessidade de evangelizar de forma diferente da convencional. Inovar e usar a criatividade para levar o Evangelho à comunidade, integrando-a com a igreja.

J3 – Com métodos práticos de convivência, sempre de acordo com seu pároco.

K3 – Antes de tudo, é necessário estudar a temática e entender todos os aspectos que envolvem o tema para, depois, passar a informação de forma compreensível.

L3 – Através do Muticom e do Diretório, levar formação às pastorais.

M3 - Promovendo formações, com a intenção de dar suporte aos agentes da pastoral na missão de comunicar de forma educativa e prática.

Respostas às questões posteriores

Questão 1 - Impressões coletivas sobre o contato com o conceito e sua metodologia: descrever as impressões dos participantes (propor palavras-chave).

A – Gestão e divisão das tarefas na Pastoral. Formação e integração dos membros. Comunicação com outras Pascom(s).

B – Educação é educar-se para comunicar. O termo se traduz também num comportamento diferente do usual para produzir e transmitir conhecimentos e conteúdo.

C – A base educomunicativa é fundamental para qualquer profissional da comunicação, indistintamente da área em que ele atue.

D – Educomunicação é a comunicação feita a partir da construção coletiva de conhecimento. A metodologia deve passar pela formação, troca de conhecimento e construção, buscando novas formas de divulgar, fugindo da mídia tradicional para as mídias alternativas.

E – Percebemos a ainda ineficaz comunicação, apresentando-se apenas como um meio de facilitação do encontro.

F – É necessário primeiro ter conhecimento da causa para, depois, repassar e compartilhar com os outros, com toda clareza e segurança.

G – Ótima impressão. Irá facilitar a forma de se comunicar na Igreja.

H – Educomunicação é, primeiro, você conhecer a realidade da pastoral para assim aprender e ensinar a se comunicar consigo mesmo e com a Igreja. Ouvir e depois ser ouvido.

I – Reunir dados para a minha formação, que me dê oportunidade na comunicação e me proporcione uma compreensão que resulte em benefícios e novas oportunidades.

J – Precisamos nos educar através de formações, leitura crítica, procurando fontes seguras, para assim nos comunicarmos corretamente.

K – É importante, antes de comunicar, estudar o conteúdo e o método para, depois, colocá-lo em prática. E também buscar a veracidade dos fatos, para não informar com falsas notícias.

L – Educomunicação é o ato de instruir ou estudar a melhor forma para comunicar. A metodologia sempre estará ligada às melhores estratégias que nos auxiliem a atingir os objetivos traçados.

M – A Educomunicação adota como metodologia o trabalho e o estudo sério.

N – Educação é algo que trabalha junto com a comunicação, pois um comunicador nunca para de estudar.

O – A metodologia expressa a forma de se iniciar o processo comunicativo.

P – Necessidade de educação antes e durante a comunicação: aprender, saber o que fazer, ter domínio dos meios a serem utilizados, dominar a estrutura de texto, para que se possa, realmente, dar uma contribuição positiva.

Q – Um trabalho desafiador, mas se tivermos um bom material e uma pastoral unida, o resultado será positivo.

R – Educar para comunicar e educar comunicando. É necessário o uso das mídias que cada vez mais contribuem com o nosso trabalho, enquanto agentes de pastoral.

S – A impressão de que a Educomunicação passa por um processo de gestão na pastoral, planeja o que vai ser veiculado, organiza as ideias e controla a repercussão.

T – É um conceito muito rico, em que a busca do conhecimento é muito importante, para que a sua transmissão seja feita corretamente.

U – Saber o que está postando, afinal há muitas informações que não são corretas.

V – Educar para que a comunicação seja eficaz, correta, inclusiva e, principalmente, que o Evangelho seja comunicado. Assim, a educação individual e coletiva pode ser abençoada.

X – Impressões coletivas sobre o contato com o conceito e sua metodologia? É despertar a criatividade e, sobretudo, estar inserido no processo de comunicar e não comunicar apenas de forma abstrata.

Y – Ainda existem sinais de esperança de uma comunicação verdadeira e autêntica com pessoas livres e responsáveis.

W – A educomunicação é a preocupação e atenção especial com aquilo que estou transmitindo e recebendo. A verdadeira educação se faz na comunicação.

Z – Exercer a crítica naquilo que comunico. O amadurecimento daquilo que informo também forma.

A1 – Nós, enquanto pastoral, temos que trabalhar em equipe, em conjunto, valorizando cada pessoa e buscando conhecer o objeto a ser trabalhado, sempre com planejamento, com começo, meio e fim.

B1 – Educomunicação é educar, conhecer, planejar trabalhar com sabedoria a evangelização, a comunhão e a espiritualidade e tocar o coração do cristão com a palavra.

C1 – Fazer a comunicação do seu jeito próprio, sem seguir um padrão estabelecido, comunicar sem artificialidade; primeiramente formar-se, aprofundar-se no estudo, para depois produzir a comunicação com amor e por amor ao Evangelho.

D1 – Organização, planejamento, direcionamento.

E1 - Entendi que a educomunicação consiste, primeiro, em aprender sobre o objeto e, depois, aprender o que deve ser comunicado. Não podemos publicar qualquer coisa, mas sim, devemos, antes, ter o domínio da ciência da comunicação presente no diretório. E o que deve ser comunicado é a palavra de Jesus Cristo, a Boa Nova, o Evangelho, a toda criatura.

F1 – Educomunicar é fazer comunicação do nosso jeito próprio de ser, valorizando o seu conhecimento, organizando-nos, planejando e produzindo tudo em comunhão com a Boa Nova. Fazendo tudo com precisão e clareza.

G1 – Dar conteúdo ao outro para que ele possa comunicar; comunicar de forma que o outro possa entender e receber a mensagem no sentido que você quer comunicar.

H1 – Sinto necessidade de mais material para formação e para a comunicação em nossas paróquias, mais transparência e uma comunicação de qualidade e de fácil entendimento.

I1 – Atuar dentro e fora da Igreja, com participação nos projetos. Todo comunicar consiste em levar a Boa Nova aos leigos, independentemente da cor, raça... Para tanto, é necessária a capacitação (formação) e que o membro da Pascom seja protagonista e não só aquele que divulga. A Pascom também precisa de mais material de apoio.

J1 – Temos que ser transmissores da comunicação e capazes de educar e comunicar para a vida e para as necessidades dos outros.

K1 – Que sejamos disseminadores de informações, mas também que tenhamos senso crítico do que queremos e vamos fazer.

L1 –Educomunicação não consiste apenas em repetir informações de forma técnica e, muitas vezes, vazias de sentido, mas, de forma concreta, inserindo a sociedade na comunicação.

M1 – Tornar-nos conscientes de que não somos apenas transmissores de uma notícia, mas de que devemos viver o que se comunicamos, com o pensamento voltado para quem vai receber.

N1 – Trabalhar a realidade do jeito que ela se apresenta, não procurando copiar nenhum modelo, procurando sempre fazer uma leitura crítica do que queremos apresentar.

O1 – Positivos e esclarecedores. Algo que nos ensine a não deturpar a notícia real, a comunicação verdadeira, seja qual for a sua realidade.

P1 – Comunicação é mais do que simplesmente relatar um fato, uma notícia. É também gerar um senso crítico e um pensamento coletivo naquele que recebe a mensagem.

Q1 – Focar para comunicar, tornando simples e transparente qualquer informação.

R1 – Educomunicar é gerar senso crítico nas pessoas, não apenas passar informações com padrões alienados.

S1 – Difícil é competir com a realidade... se não segue modelos, não tem seguidores... e aí?

T1 – Antes de nos tornarmos repetidores de notícias e fatos, precisamos ser formadores de opinião.

U1 – A impressão que eu tive do novo conceito que nos foi apresentado foi que a nossa comunicação deve ser feita em comunhão, em conjunto, partindo do pressuposto de que somos vários em um só. E a metodologia é o “através de”, por meio da pedagogia de projetos, mediações culturais e tecnológicas.

V1 – A impressão foi para mim de grande valia, pois, a partir da metodologia da pedagogia dos projetos, mediações coletivas e métodos tecnológicos, a comunicação se torna mais eficaz.

X1 – A Educomunicação é, atualmente, de suma importância e fundamental para todos, não somente em termos conceituais, mas também com relação à prática. Ou seja, como abordar para que seja comunicado.

W1 – A função da Educomunicação implica em dois fatores diferentes, mas que chegam a um método.

Y1 – Os meios como nos comportarmos em determinadas situações é mostrado, passo a passo, na metodologia da Educomunicação.

Z1 – O conceito trata de maneira mais detalhada a Educomunicação; o mesmo acontece com a metodologia que nos propõe um outro olhar sobre nossas práticas pastorais que, na maioria das vezes, tratam essa questão com o foco apenas no aspecto jornalístico.

A2 – Mostrou-me que tenho de saber me posicionar diante de situações, saber como abordar e o que falar. E saber também a melhor forma de repassar a informação e o conhecimento.

B2 – Educar para comunicar. Precisamos nos convencer de que a educação é a base de tudo.

C2 – A Educomunicação trabalha com dois elos diferentes e nós temos que juntá-los.

D2 – Ir na contramão da mídia manipuladora e comunicar a verdade da Igreja.

E2 – A impressão foi de que é necessária uma maior sensibilização e orações para melhor evangelizar e chegar aos corações das pessoas.

F2 – Torna-se imprescindível promover a educomunicação porque ela faz com que percebamos que não devemos ser meros propagadores ou transmissores de informação. É preciso promover a reflexão em torno dos fatos, ler as entrelinhas presentes na informação. Educar para a comunicação é fazer com que todos sejam protagonistas da verdadeira comunicação.

G2 – Interessante.

H2 – É legal.

I2 – O conceito é desafiador, visto que não temos os direcionamentos básicos necessários para essa nova realidade. Educar requer tempo, disciplina e disposição. Será que, na Igreja, estamos buscando e desejamos este saber comunitário?

J2 – Começar a compartilhar o conhecimento entre os membros, pois como poderemos ser comunicadores sem conhecer as formas de nos comunicarmos?

K2 – A necessidade de integração, unificação entre a comunicação dentro da paróquia como um todo.

L2 – Me parece um conceito adormecido de comunicação, que a sociedade encontra grande dificuldade de compreender. Talvez a maior dificuldade se encontre em assumir essa postura de educador.

M2 – Positiva, pois essa nova metodologia nos ajuda a conquistar o controle e a eficácia no trabalho da comunicação.

N2 – Importante, pois ajuda bastante.

O2 – Muito legal.

P2 – É de suma importância conhecer os conceitos juntamente com a metodologia da educomunicação, pois muitas vezes, somos tão práticos (no sentido de ações) que a teoria não é abordada tão a fundo como deveria ser. A comunhão entre a prática e a teoria é fundamental para um bom trabalho.

Q2 – A educomunicação nos traz a ideia de informar com educação; além de levar informações da paróquia, temos um dever catequético e missionário. E ela favorece o diálogo entre a Igreja e a comunidade.

R2 – A educomunicação tem uma abrangência global, a ponto de resgatar “homens” para sentir a espiritualidade de Deus e de nos tornar ferramentas que transformam e tocam a vida dos paroquianos.

S2 – Comunicação com a Igreja e as pessoas é uma espiritualidade a ser vivida dentro e fora da igreja, por exemplo, com nossos familiares que residem em outras localidades.

T2 – Abrangência geral, não apenas pastoral, mas também social. Uma ferramenta que pode ser usada por todos e que sempre deveremos usar para o melhor.

U2 – Transmitir mensagens para atrair mais pessoas para a paróquia e para as atividades da Igreja, convidar para as missas, para participar dos grupos e para visitar o Santíssimo.

V2 – As impressões foram positivas; é importante que a educomunicação seja aplicada na pastoral para repassar conhecimento para os outros.

X2 – É visão de um novo horizonte no que diz respeito à comunicação na Igreja. Em sua proposta faz com que nos sintamos orientados naquilo que fazemos.

W2 – Diante de todas as abordagens, acho que tenho de me aperfeiçoar nos meios e métodos comunicativos, do cotidiano comunicativo, no como transmitir algo a alguém. Não há como estabelecer comunicação favorável se ela não for pensada com maestria. Pode acabar se transformando num grande espetáculo, com aplausos, com custos e de difícil preparação.

Y2 – A Educomunicação organiza o nosso entendimento, divide as tarefas para a questão do educar e multiplica o conhecimento.

Z2 – Melhoria para uma nova comunicação, em termos de organização e de formação.

A3 – A impressão é que podemos fazer ainda mais para resgatar o homem para a vida religiosa, fazendo o papel de formiguinha, sempre convidando mais um.

B3 – Momentos novos e criatividade. Poder de resgatar pessoas. A importância do planejamento, metas e objetivos. Compartilhar comunicação através de oficinas, sem esquecer a espiritualidade.

C3 – Transmitir de forma positiva, resgatar pessoas pelos meios de comunicação, evangelizar através da comunicação. Educar para comunicar implica no conceito de “resgate” de pessoas através da comunicação evangelizadora, de forma que sua metodologia priorize o convite à Igreja.

D3 – Cuidado com o que vamos escrever, cuidado com as mídias que nos expõem, respeito à liturgia.

E3 - Educar e comunicar. Saber ouvir, saber falar e tomar o máximo cuidado com o que falamos para não expor a igreja. Educar para saber comunicar. Ouvir e fazer chegar a notícia para os demais.

F3 – Destaca os pontos negativos e positivos das nossas pastorais. É necessária mais seriedade em tudo o que fazemos.

G3 – Educar-se primeiro para depois passar o conhecimento e a transmissão de informação não pode ser longa e cansativa.

H3 – Preciso me educar, me formar, para comunicar. A minha comunicação necessita ser algo diferente, ter um diferencial que, além de tudo, transforme.

I3 – Entende-se que a base da comunicação é a educação.

J3 – Saber passar a mensagem de evangelização de maneira clara e objetiva irá fazer toda a diferença na maneira de catequizar.

K3 – Temos que comunicar como Igreja, não usando somente nossa forma de pensar. Precisamos comunicar com educação e sempre como um todo, ou seja, temos que estar sempre em comunhão com a Igreja e, aí, planejamento se torna fundamental.

L3 – O conceito da Educomunicação está na unidade eclesial e a forma de expressá-la é o uso correto da tecnologia, do estudo e da escrita.

M3 – Usar a metodologia para criar uma consciência crítica nos leigos e, assim, formar uma nova comunidade.

N3 – Havia uma grande necessidade e o que foi apresentado nos ajudou bastante.

O3 – Um termo relevante para nós, pasconianos, usarmos no processo de divulgação pastoral.

P3 – Oportunidade de se promover a unidade, já que a educomunicação traduz-se pelo trabalho em comunhão. Hoje a informação foi unificada.

Q3 – Momento diferenciado de conhecimento que nos possibilitou conhecer o documento e suas diretrizes para reger nosso trabalho na pastoral.

R3 – Vem favorecer o contato do membro da Pascom, dentro e fora da Igreja, participando de projetos; o comunicar torna-se um jeito diferente de levar a Boa Nova a pessoas leigas, independente de cor, raça e religião. Não podemos esquecer a necessidade de planos de trabalho.

S3 – A impressão é a real necessidade de aprofundamento sobre o assunto.

T3 – Muito atraente, com formas novas de atuar em nossa comunidade, junto com os demais membros.

U3 – Uma experiência nova, um conhecimento novo, que causa impacto quando aprofundado.

V3 – O conceito sobre educomunicação soa como novidade e sua metodologia é bem eficaz em termos de chamar a atenção para o assunto.

X3 – Uma forma atrativa de comunicar e que nos traz o lado crítico dos meios de comunicação.

W3 – Boa dinâmica que possibilitou a cada um apresentar sua forma de ver a comunicação.

Y3 – A impressão é que essa nova metodologia traz uma forma prática de evangelização, em linguagem sucinta.

Z3 – Estamos num processo de aprendizagem de boas maneiras de comunicar; comunicar para o bem.

A4 - Para se ter uma boa comunicação, é preciso um bom planejamento. Com a comunicação pode-se resgatar muitas pessoas, sem se esquecer também da dimensão da sociedade.

B4 – Já tinha ouvido o termo anteriormente. A educomunicação é a comunicação para educar, saber que temos que nos adaptarmos às mídias para melhor comunicar.

C4 – É fundamental para ampliar o conceito da comunicação e para nos conscientizarmos do impacto dos *nudes* na comunicação.

D4 – É preciso educar-se e ajudar na educação do outro. É preciso perceber o que estamos fazendo e passar a agir de forma coletiva.

E4 – É preciso ampliar o conceito de comunicação, pois a comunicação tem que ser dialógica.

F4 – Faz-se necessário, primeiro, o conhecimento e o aprendizado do conteúdo e, depois repassar, para que a informação seja bem compreendida.

G4 – A metodologia da educomunicação torna-se mais didática com termos e assuntos técnicos. Com o conceito de educomunicação aprendi formas e meios de abordagem que me auxiliarão a ensinar aos demais agentes.

H4 – Entendi que devemos entender cada coisa que fazemos para comunicar E sempre estar certos de que tudo está claro, para que possamos atingir de forma mais satisfatória nosso público alvo.

I4 – Pelo que discutimos em nosso grupo, senti que existe muita confusão entre os conceitos de comunicação, mídias e técnicas para usar as mídias. Também senti que a mensagem a ser comunicada (o Evangelho) ficou em segundo plano.

J4 – Educar-se para educar o outro. É preciso saber o que postar e definir que público alvo queremos atingir com a notícia.

K4 – Educomunicação representa as formas e maneiras de comunicar algo, de forma que se possa tocar o coração, respeitando as diferenças, promovendo mudanças, dialogando com as pessoas e propondo novas ideias e pensamentos.

L4 – A impressão de que temos muito a aprender no sentido da educomunicação. É preciso deixar velhos hábitos.

M4 – Aprender a educar por meio dos meios de comunicação impressos e das redes sociais.

N4 – Todos nós da Pascom temos um desafio: comunicar e fortalecer a fé do povo, fazendo com que ele se engaje e se faça mais presente na igreja, pois conhecendo-a, sente-se mais vontade de se aproximar dela.

O4 – A impressão de que, tratando-se de algo novo, a ser desbravado, um “continente” pouco conhecido, preciso conhecê-lo e dominá-lo bem, para não ser engolido pela máquina que apregoa valores falsos.

P4 – A metodologia é muito boa e, pois, nos ensina a nos organizarmos, pois, a pastoral não é feita de uma só pessoa, mas de muitas.

Q4 – Que os padres encarem a Pascom com mais seriedade, e se preparem para investimentos em equipamentos e estratégias, para melhorar a imagem da Igreja.

04. É uma forma de conhecer o que estamos vivendo para comunicar melhor, principalmente por meio do diálogo, de maneira simples e prática, e com uma gestão adequada dos meios e um bom planejamento.

P4 – É preciso aprender a educar-se na comunicação e na elaboração de comunicados, para ajudar na recepção das visualizações.

Questão 2: Que impactos a Educomunicação traz ao Planejamento Pastoral e Comunicacional da Igreja?

A – Comportamento diferenciado do padrão vigente (comercial) na produção de conteúdo; produção contextualizada, levando em conta a realidade local,

B – A verdade como ela é fazendo a diferença, com práticas que transformem vidas e sejam fieis ao Evangelho.

C – Melhoria no anúncio da palavra.

D – Impacto na forma de comunicar responsabilmente determinado conteúdo.

E – Se não há planejamento da comunicação, a pergunta fica prejudicada.

F – Impactos diversos no sentido de se preparar melhor o material a ser exposto (mídias), de forma que se chegue ao produto final, a Boa Nova anunciada.

G – Proporcionará o aprimoramento das ferramentas comunitárias bem como o preparo para o uso dessas ferramentas aos agentes da pastoral.

H – O planejamento pastoral é impactado, porque dá vez e voz para que todos possam colocar seus pontos de vista.

I – Na teoria o discurso é bonito. Na prática...

J – Mudanças na forma de pensar dos agentes da pastoral; mudanças nos métodos de conhecimento com mais informação.

K – Levar a evangelização a quem não pode estar presente fisicamente na igreja.

L – Na organização e planejamento de todas as pastorais.

M – Pode ajudar no planejamento da pastoral, de forma a incluir os projetos criados de acordo com a educomunicação.

N – Proporciona uma visão comunitária, fazendo com que vejamos a realidade na nossa região, de forma que possamos levar informações positivas ao receptor, que poderá ver e ouvir para se identificar com a mensagem.

O – Impacto na preocupação com o que vivemos. A educomunicação exige mudanças no nosso modo de ser e melhora a vida na pastoral, tornando-a verdadeira.

P – Não sejamos meros repetidores. Prestemos atenção aos impactos por meio da comunicação.

Q – Que voltemos o olhar para nossa realidade local. Que a nossa comunicação tenha por alvo o nosso povo, a nossa gente.

R – Ao planejamento possibilita a criação de um roteiro crítico para o autoconhecimento dos agentes. Para a comunicação na Igreja, possibilita a formação para a transmissão, nos limites dos recursos.

S – Favorece o senso crítico, organiza os planos e torna mais ampla a área de atuação, não se restringindo aos limites da igreja.

T – Sendo a Pascom uma pastoral que perpassa todas as outras pastorais, penso que ela se constitui no grande impacto a ser causado por um projeto de educomunicação bem planejado.

U – Sensibilizar os agentes da Pascom e todo o povo em geral, sobre a real importância de um trabalho pastoral alicerçados nas verdades da fé.

V – Impacta na conscientização para uma comunicação dentro das realidades pastorais de cada região.

X – Cada realidade é uma realidade. Porém, cada paróquia deve ter seu plano postural próprio para atender as necessidades locais.

W – Impacta o saber pensar a realidade pastoral e o planejamento comunicacional na igreja.

Y – Faz com que não sejamos meros repetidores e que possamos viver a nossa realidade em cada diocese e paróquia.

Z – Nova consciência, tanto em relação a nós que fazemos a comunicação como em relação aos fiéis que são a razão da comunicação que fazemos (conscientização no jeito de ser sociedade).

A1 – Mudanças no agir.

B1 – Uma Igreja comunicativa, compreensiva, aberta, viva, ousada, preparada para evangelizar.

C1 – Que não copiemos os outros em termos de comunicação, mas que sejamos capazes de criar e inovar.

D1 – Muitos impactos, mas o principal deles, com certeza, é na educação da equipe que, mesmo com opiniões divergentes, saibam identificar o que é melhor para a Pascom e para a paróquia.

E1 – Impactos positivos e negativos que podem tanto unificar como dividir.

F1 – Impactos positivos e negativos. A notícia precisa ser exata para que não seja prejudicial à Igreja; positiva, trabalhará com a Igreja em saída.

G1 – Podem ser impactos no crescimento e na responsabilidade: construção do novo.

H1 – Para alguns, sustos e admiração diante do novo; para outros, a alegria de novos conhecimentos.

I1 – Faz com que possamos reconhecer a dimensão macro do serviço pastoral da comunicação (CNBB e Santa Sé), que consigamos enxergá-la a partir da nossa realidade, e fomentá-la a partir do chão que pisamos. Ensina-nos a não sermos meros repetidores da notícia e da informação e ajuda-nos a perceber o impacto que poderá ocorrer a partir da nossa realidade e a repercutir como sujeitos da informação.

J1 – Desenvolver formas diferenciadas de planejamento para fazer com que a pastoral desenvolva suas atividades, por meio de uma boa comunicação, para toda a comunidade.

K1 – A partir do conhecimento da educomunicação, passamos a sentir a necessidade de um plano mais abrangente.

L1 – A comunicação não deve ser feita somente dentro da igreja-templo, mas nos chama para uma Igreja em saída, voltada para a sociedade, trabalhando com projetos que questionam e buscam soluções para a comunidade.

M1- Favorável.

N1 – Ter consciência da importância que a comunicação terá enquanto ela estiver voltada para a Igreja.

O1 – Muito impactante, pois temos que buscar além do que vivemos.

P1 – Excelente iniciativa, porém é necessário promover a busca do conhecimento ou dar sentido àquilo que se vive na Igreja. Educomunicação primeiro dentro de nós mesmos, na iniciação da vida cristã, por exemplo.

R1 – Fortalece vínculos, promove a unidade, minimiza os riscos e a necessidade de regredir em diversos aspectos. Penso que o principal impacto seja a ampliação da rede de evangelização, que pode se tornar mais consciente e empoderada.

S1 – O maior impacto é que agora podemos perceber que o nosso trabalho ainda não responde às atuais exigências sociais.

T1 – Necessidade de renovação e partilha.

U1 – O maior impacto está em podermos perceber que, como Pastoral da Comunicação, temos tentado nos comunicar muito mais com os leigos, esquecendo-nos de nossos irmãos de pastoral.

V1 – O impacto de saber que estamos atrasados na forma como usamos a comunicação na igreja.

X1 – Temos que crescer bastante no conhecimento da educomunicação. Estamos com todo gás na comunicação, mas esquecemos da educação.

Y1 – Falta comunicação na própria Pastoral da Comunicação, entre os membros da paróquia e os membros de outras comunidades. Percebemos que estamos atrasados em vários aspectos.

W1 – Coloca essa novidade ao alcance de todos. É a Igreja tentando recuperar o tempo perdido no quesito comunicação.

Z1 – Apresenta a informação de forma “correta” e coloca a comunicação em um só caminho.

A2 – Foi um impacto muito positivo, pois nos ensinou como devemos entender e dividir o nosso trabalho, além de mostrar como devemos compartilhar o conhecimento.

B2 – Organização, padronização da comunicação, ação evangelizadora, inserção social e cultural.

C2 – O maior impacto é o organizacional, pois, com organização, poderemos tornar mais rápida a execução das tarefas.

D2 – Impacto positivo, pois aprendemos a planejar um calendário anual, para que possamos resgatar mais pessoas e estender as nossas transmissões às pessoas que se encontram mais longe.

F2 – São vários os impactos, mas o principal foi sobre a importância de se levar o conhecimento à comunidade.

G2 – Na organização dos projetos, eventos e movimentos da Igreja: que devemos trabalhar os pontos positivos nos acontecimentos negativos, por exemplo, na violência, trabalhar as causas e não somente as circunstâncias.

H2 – Um melhor planejamento, tendo por base que a educação se faz com a comunicação e senso crítico.

I2 – Vários impactos positivos, entre eles de que é necessário mais senso crítico, para que possamos filtrar o que vemos e ouvimos.

J2 – Se no âmbito da educomunicação os agentes estivessem bem preparados, os impactos que observamos sobre a necessidade do planejamento poderiam repercutir nas diversas pastorais. Outro do impacto é sobre a visão crítica da mídia secular.

K2 – Positivo quando se trata de utilizar os meios para se alcançar os objetivos. Realização de projetos, atividades, encontros que têm por alvo a melhoria e a evolução da comunicação, como encontros de formação, de estudo etc.

L2 – Realizar encontros nas comunidades voltados para a realidade de cada uma, procurando meios facilitadores para a solução de seus problemas.

M2 – Apresenta, de maneira positiva, formas de organização, para que possamos por em prática, de maneira crítica, aquilo que pretendemos comunicar.

N2 – Muitos!!! Afinal mostra-nos uma realidade diferente daquela que é mostrada nos programas de televisão.

O2 – Trata-se de um direcionamento muito sólido, que leva em conta a nossa formação e educação.

P2 – Impacto grandioso, sobretudo no que diz respeito à leitura crítica da comunicação: a comunicação interna nas pastorais e a comunicação com a comunidade.

Q2 – Diversos impactos, uma vez que devemos ter em vista todo o planejamento.

R2 – Por meio do planejamento da educação, podemos gerir ações que a Pastoral e a Igreja se propõem a realizar no contexto religioso e social.

S2 – No conhecimento do valor do planejamento para a pastoral e dos benefícios que o plano trará para a Igreja como um todo.

T2 – Sobre o planejamento: o que queremos e por que queremos?

U2 – O primeiro impacto é a consciência da necessidade de um plano de comunicação para a caminhada da Igreja; saber quais as necessidades e que caminhos seguir. Só a partir daí será possível colocar em prática a metodologia da educomunicação.

V2 – Uma mudança na maneira de trabalhar a Pascom: planejar para envolver todas as pastorais, com o objetivo de formar uma unidade.

X2 – Deve ser conversado entre pastoral e a paróquia, para que a união resulte em benefício para ambas.

Y2 – Uma nova forma de ver o outro com suas diferenças, mas especialmente como ser humano. Consciência e valorização daquilo que temos de importante em nossa Igreja.

W2 – Uma nova forma de evangelizar.

Z2 – Um zelo maior ao usar os serviços de comunicação a favor da Igreja, tomando o cuidado de se ver como Igreja e trabalhar para a Igreja.

A3 – A necessidade de melhor se organizar para comunicar.

B3 – Impacto sobre a forma de trabalhar as necessidades da paróquia em relação à comunicação, tendo-se em vista a educomunicação.

C3 – Ajuda a reconhecer as necessidades não apenas sob o ponto de vista religioso, mas de uma forma social mais ampla e sempre aceitando os outros com suas potencialidades.

D3 – O que traz de impacto é que não devemos ficar somente com os momentos de sensibilização, mas que devemos partir para a prática do dia a dia, utilizando todos os meios tecnológicos, e não nos deixando vencer pelo individualismo.

E3 – A necessidade de formação, em especial para os leigos, para que possamos vivenciar e mostrar a nossa realidade.

F3 – A Comunicação na Igreja torna-se necessária ao anúncio do Evangelho às massas: ser profeta em meio à violência e às mazelas sociais; comunicar com responsabilidade.

G3 – Ela, muitas vezes, nos ajuda a divulgar o que a Igreja quer propor para os leigos, por meio de imagens e vídeos.

H3 – A educomunicação promove uma grande reflexão sobre a visão da Pastoral da Comunicação e sobre sua importância na Igreja.

I3 – Reconhecimento de que se trata de um trabalho sério a tarefa de levar a comunicação para dentro e para fora da Igreja.

J3 – O impacto é a importância do planejamento para a Pastoral da Comunicação.

K3 – Impactos positivos para a ação da Pastoral da Comunicação, pois temos de comunicar a mensagem da igreja para fazê-la crescer, tornando-nos assim evangelizadores.

L3 – Impacto positivo, regando conhecimento interno para formação externa, conforme convite do Papa Francisco para uma Igreja em saída.

M3 – Comunicar de forma que posamos atrair novos membros para a Igreja.

N3 – O papel dos textos rápidos e sucintos dos meios virtuais na evangelização.

O3 – Trabalhar melhor na paróquia e na diocese.

P3 – Muitos. Primeiro, comunicar sabendo da importância da comunicação e ter responsabilidade em relação àquilo que estamos comunicando.

Q3 – Uma visão mais ampla e mais aproximada das pessoas e uma evangelização de encontro e de acolhimento.

R3 – A promoção da comunicação tendo-se em vista a realidade local e o resgate das pessoas mais distantes da igreja. É preciso antes planejar para depois comunicar.

S3 – Comunicar bem é preciso, mas com educação; também o planejamento é importante para que se alcance o objetivo de evangelizar.

T3 – Com a educomunicação, podemos educar com a comunicação, respeitando cada um como membro. A partir daí as coisas vão fluindo, mas não devemos nos esquecer de que o planejamento é muito importante.

U3 – Resgata a base do diálogo entre a Igreja e o clero.

V3 – A educomunicação traz impactos positivos para o planejamento da equipe. Destaca que, na etapa do planejamento, podemos tanto ensinar quanto aprender.

X3 – Traz o impacto sobre o crescimento, tanto para mim que comunico quanto para quem eu repasso, pois estabelece as estratégias de bem se comunicar por meio das mídias.

Y3 – A educomunicação auxilia no trabalho pastoral, pois, com o conceito de planejamento proposto, as pastorais, em especial da comunicação, aprimoram seu trabalho, conseguindo atingir os objetivos propostos e utilizando os meios ideais.

W3 – Parte dos princípios PECA: planejar, executar, corrigir, agir.

Z3 – Educar para comunicar resulta na maneira certa de agir.

A4 – De certa forma, aprimora o método de planejamento: planejar e como comunicar da melhor forma.

B4 – A descoberta de que não somos apenas comunicadores, mas também evangelizadores em busca do crescimento técnico e espiritual.

C4 – Impacto sobre o crescimento e o aprendizado. O crescimento se tem a partir do momento em que se faz o planejamento; e o aprendizado, no momento em que vou ensinar o próximo.

D4 – Possibilita uma melhor organização para levar informações às pessoas, de maneira que todos consigam compreender e tenham interesse de participar de encontros e formações.

E4 – A união de todas as pastorais, tendo em vista a busca de novas ideias e métodos para resgatar novos cristãos.

F4 – Atingir aqueles que estão longe da Igreja, ou seja, ser pescadores de homens.

G4 – Positivo: diferentes formas de apresentar ideias e organizar antecipadamente eventos.

H4 – Positivo: organização dos eventos das pastorais.

I4 – Direcionar o planejamento das atividades para o apostolado. Isto acaba causando impacto nas pessoas distantes que precisam da Palavra.

J4 – A educomunicação pode favorecer o planejamento das ações da Igreja na medida em que favorece a compreensão da visão das pessoas, além de incorporar as novas tecnologias e as mídias digitais.

K4 – Impactos educacionais: no planejamento pastoral e na comunicação da Igreja; organização, a longo prazo, do calendário não só da Pascom, mas de toda a paróquia.

L4 – Impacto na forma de se apresentar um trabalho. Não podemos postar qualquer coisa, temos que pensar como leitor e como editor

M4 – Impacto na abrangência de espaço e tempo: a mensagem que atinge muitas pessoas no mundo e a rapidez da informação.

N4 – Tem um impacto diferenciado de pessoa para pessoa. Por isso, temos que saber como elaborar uma notícia e como publicá-la. A educomunicação vem para nos mostrar que não

podemos postar qualquer coisa de qualquer forma. Temos que fazer bem feito para que o receptor tenha uma boa impressão.

O4 – Impactos significativos, pois a educomunicação nos convida a uma reflexão mais profunda sobre o que vamos publicar e para que publicar. Isso nos deixa cientes de que não devemos fazer as coisas de qualquer jeito.

P4 – Uma nova Igreja que se atualiza por meio da tecnologia de imagens e sons.

Q4 – Impacto positivo na forma mais detalhada de trabalhar e na formação mais crítica da igreja.

R4 - Um impacto enorme na organização de eventos, no planejamento mensal e semestral das paróquias e na valorização da pastoral. A Pascom, além de comunicar, anuncia o Evangelho pelos meios de comunicação, tornando-se assim uma estratégia de pastoral dentro das outras pastorais.

S4 – Impacto na organização dos eventos, no planejamento mensal e semestral das paróquias e, conseqüentemente, na valorização da Pascom.

T4 – Impacto na concorrência, que é uma realidade presente nos vários veículos de comunicação que só transmitem maldades.

Questão 3: Prognósticos: o que se espera do trabalho educomunicativo na comunicação católica para daqui a 1, 2, 3 anos, e próximas décadas?

A – A prática educomunicativa atrairá novos meios de comunicação, de maneira alinhada entre as paróquias e dioceses. O trabalho pastoral poderá alcançar melhores resultados na evangelização por meio da estratégia que está sendo proposta.

B – Melhor planejamento, comunicação clara e atualizada, utilizando-se de meios de comunicação modernos para levar o Evangelho ainda mais longe.

C – Acompanhará a evolução dos novos meios de comunicação.

D – A comunicação evoluirá junto com a evangelização, de forma a levar a Palavra de Deus aos mais jovens.

E – Esperamos que estejamos mais evoluídos, não somente em relação aos meios de comunicação, mas também em relação ao resgate das pessoas.

F – Com o avanço tecnológico, espera-se também um avanço da evangelização, de forma que possamos atingir as pessoas mais afastadas e que não têm condições de ir à igreja.

G – Atrair mais público para a Igreja por meio da comunicação, principalmente o público mais jovem e levar o Evangelho por meio da comunicação.

H – Espero com a educomunicação um maior profissionalismo, unidade e comunhão em nossa Igreja.

I – Acredito que podemos esperar o fortalecimento da mensagem de Deus, agentes e cristãos mais conscientes de seu papel, católicos mais atuantes e comunidades mais articuladas.

J – O fortalecimento da rede evangelizadora da Igreja Católica em todos os seus segmentos, espiritual e estruturalmente, de forma a contribuir com a construção da sociedade que buscamos.

K – Unidade.

L – Que as pessoas saiam do comodismo e tenham convicção do que estão falando.

M – Adaptação do fazer atual e dos conceitos que, aqui, nos foram apresentados.

N – Unidade, comunhão, troca de experiência entre as paróquias.

O – Tornar a espiritualidade mais presente, de forma a agregar valores às pastorais e ajudar a Pascom a transmitir o Evangelho.

P – Com o trabalho educ comunicativo espera-se que a Pascom funcione como construtora do diálogo entre a Igreja e a comunidade. Que a comunicação não se limite à transmissão de informações e que se consiga unir a tecnologia à espiritualidade.

Q – Tornar cada vez mais fácil e convidativa a participação do público na vida da Igreja. A conciliação da tecnologia com o Evangelho deve ser o principal foco da Pascom, não deixando que a tecnologia fale mais alto.

R – Atrair mais jovens para a missa, evangelizar, promover mais eventos e ajudar a angariar recursos financeiros para manter a pastoral, para a capacitação de seus membros e aquisição de equipamentos.

S – Que a espiritualidade dos agentes contamine o grupo, para que a Palavra de Deus chegue mais longe, de forma simples e bela.

T – Atingir o público mais jovem, sem se esquecer dos outros públicos. Intensificar a espiritualidade e focar mais nas pessoas que servimos.

U – Atuar não só junto aos jovens, mas junto a toda a comunidade, não nos esquecendo da espiritualidade.

V – Transparência no conteúdo e disseminação compreensível.

X – Resgatar pessoas trazendo-as para uma Igreja que seja viva e participativa.

Y – Que a Igreja se utilize dos meios, cada vez mais avançados, para chegar a todas as pessoas, principalmente as que vivem em áreas isoladas.

W – Prática organizada e produtiva. Catequese e evangelização de fato.

Z – Uma comunicação séria, verdadeira, reflexiva, com espiritualidade e doação, que atinja o coração humano. Evangelizar com sabedoria e fé.

A1 – Esperamos uma atuação da pastoral mais integrada, com mais recursos humanos, encontros de formação e, principalmente, encontros de oração, para o nosso fortalecimento.

B1 – Que seja mais planejada e organizada, levando-se em conta a realidade de cada comunidade, para tornar mais frutífero o trabalho de evangelização.

C1 – Que a educomunicação se espalhe na paróquia e atinja as demais pastorais.

D1 – Colher resultados juntos às pastorais e à comunidade e que todos compreendam melhor o trabalho realizado.

E1 – Tornar a comunicação algo real para que o povo tenha voz e vez e que todos sejam valorizados como criaturas de Deus; uma comunicação planejada, levando-se em consideração a realidade de cada comunidade.

F1 – Que a comunicação católica atraia mais pessoas para o trabalho pastoral.

G1 – Atingir um nível melhor de organização, para que a comunicação seja, efetivamente, transformadora; que ela transponha as fronteiras teóricas e se concretize na construção de uma sociedade mais justa.

I1 – Formar uma sociedade mais crítica e consciente de seu papel na melhoria do convívio uns com os outros e de uma comunidade pautada nos valores cristãos.

J1 – Esperamos que sejamos práticos na produção de conteúdo, a partir da contribuição da educomunicação.

K1 – Gerar comunhão, ser ágeis com os meios de comunicação, de forma a promover um diálogo atraente para as pessoas que nos acompanham *on line*.

L1 – Espera-se um resultado profissional, com um conteúdo aberto, no sentido de proporcionar o acesso a todos, com uma abordagem do ser humano em sua totalidade e não fragmentado.

M1 – Esperamos que as dioceses se movimentem para estimular a comunidade. A Igreja terá, então, um grande avanço.

N1 – Espera-se que todos entendam que o próximo também é Igreja. Para tanto, precisamos educar para evangelizar.

O1 – Poder levar a Boa Nova a todos de forma simples e evangelizadora, tanto internamente na Igreja como fora.

P1 – Expandir cada vez mais a comunicação, de forma que ela não tenha mais fronteiras; levar a Palavra o mais longe que pudermos, para que, então, possamos respeitar mais nossos irmãos.

Q1 – Espera-se um avanço significativo a partir de sua divulgação e da consequente renovação dos agentes da pastoral, com o propósito de se fazer uma comunicação mais dinâmica e que conte com a participação de todos.

R1 – Uma evangelização mais intensa dos cristãos, para que se multipliquem as luzes nas pastorais e na igreja.

S1 – Que sejamos reconhecidos e valorizados enquanto disseminadores de informações e evangelizadores pelos meios de comunicação.

T1 – Que tenhamos consciência da verdadeira missão das pastorais: Educar e evangelizar.

U1 – Que sejamos protagonistas da verdade, que tenhamos senso crítico e que estejamos sempre atentos a tudo a nossa volta.

V1 – Espera-se uma melhoria na maneira de comunicar os valores evangélicos, uma comunicação realmente comprometida com a verdade e uma educação para a fé.

X1 – Que tenhamos senso crítico, para que possamos comunicar e nos relacionarmos bem com o povo.

Y1 – Que, com o decorrer dos anos a comunicação evolua com a tecnologia, sempre de forma positiva.

W1 – Que possamos assumir o papel de protagonistas. Que os padres e bispos demonstrem maior interesse pela Pascom.

Z1 – Fazer com que as pessoas saiam de seu comodismo e percebam que são os verdadeiros veículos de comunicação.

A2 – Expandir os horizontes para o público, para atingir não só os católicos, mas todos. Sair da mesmice.

B2 – Que o foco seja a própria realidade da comunidade, partilhada e solidária; que tenhamos senso crítico, para que possamos ser sujeitos e não simplesmente consumidores da comunicação.

C2 – Esperamos uma ampliação das mídias e uma descentralização das mãos das grandes emissoras, para nos tornarmos multiplicadores da Palavra e para que possamos levar o Evangelho a todas as partes.

D2 – Esperamos uma comunicação mais firme e pautada na consciência do que se deve compartilhar, do que se deve fomentar.

E2 – Que as pessoas saiam do comodismo, adotem um senso crítico, que as ideias, nas paróquias, sejam compartilhadas e que a comunicação seja contínua e organizada.

F2 – A evolução na forma de pensar dos leigos, muito influenciados pela TV.

G2 – Esperamos que seja um trabalho que leve as pessoas a adotarem um senso crítico e a ter suas próprias opiniões e que todos trabalhemos para difundir a educomunicação.

H2 – A interação das paróquias utilizando as diversas plataformas para alcançar o máximo de pessoas.

I2 – Preciso compreender o que digo agora para servir aos planos de ação da nova Igreja.

J2 – Unir as pessoas o mais próximo possível de Deus. Não podemos deixar a comunicação adormecer, esperando o amanhã, pois o mundo lá fora não espera. Comunicar é evangelizar.

K2 – Que haja comunhão e que verdadeiramente exista uma cultura do diálogo.

L2 – Uma real conscientização da necessidade da comunicação, em especial da Pastoral da Comunicação, para as outras pastorais. Uma difusão real do conceito e uma prática construtiva.

M2 – Esperamos formar conceito sobre a Igreja e sobre a própria pastoral e inovar nos meios de comunicação. Não podemos ficar parados na pastoral, mas partir para a formação e ser comunicadores de fato.

N2 – Criar um novo método que leve aos corações dos fiéis que Jesus é o verdadeiro sentido que buscamos para nossa salvação.

O2 – A educomunicação é dinâmica e vai nos ajudar a melhorar cada vez mais.

P2 – Na conquista de uma identidade positiva, sem o rótulo de que a Pascom só faz evento ou só serve para montar telão.

Q2 – Esperamos ter uma boa aceitação, o que é indispensável para alcançarmos êxito em nossas iniciativas. Deixar um pouco as formações e partir para a prática e fazer valer as formações para melhorar a comunicação.

R2 – Unificação da linguagem e aprofundamento do conhecimento.

S2 – Uma nova mentalidade para as pastorais para que a comunicação aconteça dentro das próprias pastorais e que participem efetivamente do planejamento anual da paróquia.

T2 – Unidade e comunhão.

U2 – Tirar os planos do papel e colocá-los em prática, deixando claras as necessidades, dos grupos e da própria Igreja.

V2 – Visibilidade e transparência na forma de se comunicar e que se promova uma comunicação unificada.

X2 – Que os trabalhos sejam feitos com a participação do maior número de pessoas possível e que possamos compartilhar o conhecimento com os outros.

Y2 – Inovação permanente das tendências midiáticas, para que a comunicação seja sempre feita de forma atual.

W2 – Apropriação dos meios em favor da evangelização. Evangelização de massa, para alcançar as camadas mais periféricas do nicho religioso.

Z2 – Trabalhos organizados entre as comunidades e as pastorais.

A3 – Espera-se muita coisa, mas o principal é que o agente da pastoral faça comunicação e não apenas reproduza comunicação.

B3 – Esperamos mudanças para melhorar o relacionamento entre as pessoas.

C3 – Que consigamos acompanhar a rapidez das informações dos meios tecnológicos de comunicação. Que a comunicação seja uma realidade positiva em todas as pastorais.

D3 – Adotar aquilo que nos possa ajudar a levar a palavra de Deus aonde nós pudermos, e sempre nos renovarmos em termos de tecnologia.

E3 – Transformar vidas, educas as pessoas para conhecerem a Palavra de Deus e o poder da fé. Esperamos também que resulte no crescimento do número de fiéis alcançados pela evangelização nas redes sociais – jornais, rádio e televisão. Que o trabalho da educomunicação na Igreja possa ser luz na vida das pessoas.

F3 – Levar a Palavra de Deus e evangelizar os irmãos que vivem afastados da vida da Igreja. Que possamos levar a Palavra de Deus e a oração por meio das redes sociais.

G3 – Atrair a juventude e outros que não estejam presentes na Igreja, adotar novas maneiras de evangelizar, levar a fé mais longe e, claro, mostrar a Igreja com um novo olhar.

H3 – Espera-se uma verdadeira organicidade, ou seja, que a Igreja seja um organismo vivo por meio da comunhão de todos, com suas pastorais e movimentos comunicando ao mundo a pessoa de Jesus Cristo.

I3 – Espero que a Igreja consiga encontrar novas formas de evangelizar e levar a mensagem de Jesus para um número maior de pessoas, por meio dos veículos atuais e dos meios alternativos, adaptando-se a cada tempo e a cada realidade que se apresenta.

J3 – Que todos sejam acolhidos, de forma a poderem contribuir para o crescimento espiritual e a participarem da vida da comunidade e da Igreja por meio de novas mídias.

K3 – Vejo a Pascom como uma pastoral muito desvalorizada e, com essa ideia de comunicar e educar, espero que ela recupere seu valor, pois fazemos o trabalho de transmitir a Santa Missa pelo rádio e pela televisão para alcançar as pessoas que não podem ir à igreja. Espero que a igreja cresça muito nos próximos 10 anos.

L3 – Atuação mais ativa das Pascom(s) no âmbito interno das paróquias, com trabalhos que as tornem um elo entre as demais pastorais. Que, a partir da educomunicação, sejam traçados mecanismos para formação de cristãos mais conscientes do sentido de ser cristãos de verdade.

M3 – Crescimento, valorização e maior união dos meios de comunicação na Igreja. Com a ajuda mútua, colocar mais qualidade nos serviços de comunicação.

N3 – Esperamos uma interação do povo de Deus para uma evangelização completa.

O3 – Que a comunicação na Igreja aproxime mais as pessoas e aproxime os mais distantes. Que seja levada a todos uma nova forma de ver a Igreja.

P3 – Que o trabalho seja muito mais aprimorado, de forma a fazer crescer a evangelização na Igreja.

Q3 – Uma Pascom mais atuante e conhecedora do seu real papel na Igreja.

R3 – Agentes capacitados que possam construir uma comunicação limpa e verdadeira.

S3 – Uma evolução na comunicação, com mais projetos e trabalhos educativos para a comunidade.

T3 – Espero uma comunicação produtiva e bem feita. Comunicação educadora.

U3 – Uma nova forma de evangelização, seja por meio da mídia ou de ações práticas; um alcance maior da fé e propagação da vida pastoral da Igreja a cada cristão no mundo.

V3 – A Internet e programas de TV acompanhando os eventos, o que resultará na valorização da Pastoral.

Y3 – Espero que surjam pessoas mais capacitadas a protagonizar com a humildade conveniente ao Evangelho.

W3 – Que tenhamos pessoas com senso crítico, que saibam refletir sobre a nossa realidade e que tenham responsabilidade no repasse das informações.

Z3 – Trabalho mais elaborado, com inovações. Algo concreto.

A4 – Que sejamos protagonistas com senso crítico e voltados ao crescimento da evangelização.

B4 – Inovação dos meios de comunicação, partilha de ideias, planejamento eficaz, emprego dos meios que atinjam o maior número de pessoas possível, tanto interna quanto externamente. “Comunicar é uma arte assim como administrar”.

C4 – Que possamos ser protagonistas; conhecedores e não mais repetidores da informação. Que tenhamos conhecimento autêntico sobre as exigências do Evangelho nos tempos atuais. Que coloquemos o senso crítico a serviço da evangelização. Que tenhamos o conhecimento necessário para verificar a autenticidade da notícia, isto é, colocar a comunicação a serviço da pastoral.

D4 – Que possamos estar mais educados para educar com mais ciência e que saibamos onde queremos chegar.

E4 – Que haja uma amplitude maior do trabalho evangelizador e que a mensagem de Deus chegue aos lugares mais distantes deste país e também do mundo.

RODA DE CONVERSA – DIOCESE DE SANTO AMARO (SP)

As rodas de conversa aqui transcritas aconteceram de 03 a 27 de novembro de 2015, em sete paróquias dos setores pastorais Grajaú, Interlagos, Jordanópolis, Pedreira, Santa Catarina e Varginha, da Diocese de Santo Amaro, periferia da Zona Sul de São Paulo – SP.

O objetivo de realizar esses encontros nas paróquias foi fazer uma sondagem de como o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil e sua proposta estão sendo recebidos nas comunidades locais. Eu mesmo, o próprio pesquisador, Padre Mauricio, fiz a gravação dos encontros com os padres e seus respectivos paroquianos. Utilizei meu aparelho celular e também o celular de participantes para fazer o registro em vídeo de todas as rodas de conversa que ocorreram, conforme o programa abaixo:

Dia 03/11/2015 – Paróquia Bom Pastor – Setor Jordanópolis;

Dia 04/11/2015 – Paróquia Cristo Ressuscitado – Setor Grajaú;

Dia 18/11/2015 – Paróquia São Francisco – Setor Varginha;

Dia 19/11/2015 – Paróquia Nossa Senhora das Graças – Setor Grajaú;

Dia 23/11/2015 – Paróquia N^a. S^a. da Salete e São João Batista – Setor Pedreira;

Dia 24/11/2015 – Paróquia Nossa Senhora da Anunciação – Setor Interlagos;

Dia 27/11/2015 – Paróquia São João Batista – Setor Santa Catarina.

Nesta última paróquia, existe já estruturada a Pastoral da Comunicação, o que possibilitou que o encontro fosse também registrado por outros meios além do celular. Os jovens membros da PASCOM local gravaram com filmadora, máquina fotográfica e utilizaram projetor na roda de conversa.

Para início dos encontros, foram propostas algumas pistas norteadoras de diálogo em forma de questões. A partir delas, o diálogo foi-se delineando conforme as condições culturais e sociais de cada local. Seguem algumas das pistas utilizadas para fomentar a discussão entre as percepções dos presentes:

1. Você acredita que a comunicação pode ajudar na vida pastoral de sua comunidade? Como?
2. Você conhece ou já ouviu falar do Documento 99 da CNBB, chamado Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil?
3. Se você conhece o documento, do que você mais gostou? Do que não gostou? O que modificaria? O que sugeriria que fosse introduzido no documento? O que você aplicaria na sua pastoral?

4. Se você não conhece o documento, por qual motivo você acredita que ainda não o conhece?
5. Você acredita numa comunicação pastoral que seja capaz de construir conhecimento com participação coletiva e colaborativa?
6. Existe na vida pastoral da comunidade uso de aplicativos em celulares para trabalho pastoral, estudo catequético, acesso a notícias da Igreja, formação e oração?

As rodas de conversa estavam inicialmente previstas para 11 paróquias, mas, devido a contratempos, apenas 7 se efetivaram. Esses encontros trouxeram muita discussão e expuseram muitos sentimentos dos membros das pastorais que estão no serviço direto às suas comunidades, como se verá adiante. Sentimos a carência de um diálogo vivo e de contato físico entre pais e filhos, e pensamos em como a vida pastoral da Igreja pode contribuir com isso a partir de uma perspectiva comunicacional, ajudando as famílias na superação do vício digital, por exemplo. Pensamos também num projeto piloto, tomando uma paróquia como modelo, onde se pudesse implementar a metodologia da Educomunicação, a partir da qual se teria uma visão mais integrada das pastorais, permitindo um relacionamento melhor entre todos os membros da comunidade, jovens e idosos. Nessa mesma perspectiva, os grupos citaram a possibilidade de uma evangelização cujas ações sejam para fora da Igreja. Essas ideias surgiram das reflexões dos próprios membros das rodas de conversa, no seu contato inicial com a proposta educamunicativa que transversaliza todo o discurso do Diretório. Publicado em 2014, a maioria dos grupos nunca tinha ouvido falar desse documento da CNBB. A seguir, a transcrição, na íntegra, dos diálogos, seguindo a ordem cronológica em que foram feitos.

PARÓQUIA BOM PASTOR

No dia 3 de novembro de 2015, às 20h30, realizamos o encontro com 28 agentes de pastorais da Paróquia Bom Pastor, localizada no setor Jordanópolis da Diocese de Santo Amaro. Eles se reúnem periodicamente com o Padre Wesley Ferraz, pároco local, para formação pastoral.

Iniciei o bate-papo cumprimentando os presentes e dizendo-lhes:

- Hoje estamos conversando com vocês sobre o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. Quem já ouviu falar do diretório de comunicação da Igreja no Brasil, levante a mão.

Apenas uma integrante, ao levantar a mão, citou a Canção Nova. Em seguida, expliquei que o documento trabalha vários aspectos sobre a comunicação nas Pastorais e que a ideia seria fazer um levantamento daquilo que nos poderia ajudar na nossa Pastoral, em termos de comunicação, ou seja, para que serviria a comunicação no trabalho pastoral? Em seguida, pedi que levantasse a mão quem participava da Catequese, da Liturgia ou de alguma outra pastoral. E continuei a conversa, perguntando:

- No que a comunicação pode nos ajudar na liturgia? No que a Comunicação pode nos ajudar na Catequese? E no que a comunicação pode nos ajudar nas outras pastorais aqui presentes?

Em seguida, perguntei a uma paroquiana qual era a sua pastoral e ela respondeu que fazia parte da Acolhida. Disse-lhe que a Acolhida está ligada à Liturgia. Estavam presentes as Pastorais do Dízimo, Legião de Maria e Mãe Peregrina.

Perguntei-lhes, então, como a comunicação pode nos ajudar no trabalho Pastoral e se existe alguma coisa com que ela possa colaborar; no tocante à Liturgia, na acolhida das pessoas, como poderia melhorar a comunicação enquanto Igreja e se, enquanto Igreja, a comunicação está boa.

Uma paroquiana, perguntou se eu estava me referindo à comunicação interna da paróquia ou à comunicação de um modo geral, de todas as igrejas. Citou, como exemplo, a Canção Nova que abrange uma maior quantidade de pessoas.

Respondi-lhe que era muito importante a distinção que ela estava fazendo, porque nós temos a comunicação interpessoal, local, em grupo, entre as pessoas, na nossa comunidade e a comunicação pelos meios eletrônicos e impressos.

Ela perguntou se o questionamento mais especificamente se referia à comunicação interna da paróquia ou se eu estava falando de um modo mais abrangente.

Eu expliquei que todos estavam livres para responder levando em conta as duas dimensões, local, comunitária e da Igreja em geral e que ficassem à vontade para dar sugestões e ideias.

Uma paroquiana, disse que, no seu modo de pensar, precisa haver mais entrosamento e união entre as pastorais.

Perguntei se ela achava que os meios de comunicação poderiam ajudar em alguma coisa, para que as pastorais pudessem se unir mais.

Ela afirmou que tudo é muito individual, um grupo de cada lado; que é tudo muito fechado, chegando a cercear a liberdade até de fazer uma pergunta.

Perguntei-lhe se ela achava que a comunicação poderia ajudar a comunidade a conquistar este espaço de liberdade e se os grupos pastorais encontram alguma resistência em termos de comunicação.

- Umas sim, outras não, respondeu ela, cada um na sua, porque é muito fechado.

Reforcei a pergunta:

- Os grupos pastorais encontram alguma resistência em termos de comunicação? A comunicação midiática poderia ajudar a comunidade Bom Pastor? Os meios de comunicação poderiam contribuir para uma melhor participação dos membros das pastorais e para a comunhão entre as Pastorais? Qual a opinião de vocês? A Resposta foi que “sim”.

Perguntei-lhes, então:

- Quem ouve rádio e assiste à televisão católica? Os membros de Pastoral acham que os meios de comunicação nos ajudam a construir comunidade?

- Sim, com certeza, foi a resposta dos paroquianos.

- Então, continuei, que os meios de comunicação nos ajudam a estar mais em comunhão, dentro da nossa comunidade? Eles despertam maior fraternidade entre as pessoas? Os programas de TV e rádio movem-nos para alguma ação concreta na vida comunitária?

- Nós ouvimos os padres, respondeu uma paroquiana.

E eu expliquei que ela estava se referindo à formação catequética e litúrgica; que ela estaria mais no âmbito de formação do que no âmbito de uma ação concreta. Insisti na pergunta: Quais são os aspectos desses meios de comunicação que nos ajudam a nos sentirmos mais comunidade? Despertam maior fraternidade entre as pessoas? Os programas de rádio nos movem para alguma ação concreta? O que poderíamos fazer para que isso acontecesse?

Uma paroquiana citou um trabalho local – “Escola da Fé” - que consegue atingir as pastorais e que, quando vem de fora, auxilia, mas que depende também do interesse e vontade de cada um.

Perguntei-lhes então:

- Vocês usam os meios de comunicação para se formar? *YouTube*? *site* Católico Orante? *Site* do Vaticano? Vocês pesquisam algum *site* específico voltado para a formação? Quem já acessou algum tipo de site por própria conta?

- No *Facebook*, acesso os links, afirmou uma paroquiana e um outro citou o *site* da Paulus e das Paulinas.

Perguntei se alguém já acessou o site da CNBB e o *site* da Diocese. Um paroquiano levantou a mão e disse que, quando ele faz pesquisa, ele abre vários *sites* que trazem muitas informações, nada muito específico. Uma disse que já havia acessado o *site* da Diocese.

Voltei à comunicação interna. O que poderíamos fazer para que a comunicação interna da comunidade Bom Pastor tenha uma expressão maior do que ela tem hoje? Por exemplo, se utilizássemos os meios de comunicação, será que teríamos um grupo formativo maior aqui?

Uma paroquiana explicou que a comunicação que estão fazendo desde o início, com o padre Wesley, consta de bilhetes, convites, visitas às casas e reuniões com famílias e, por isso, ela entende que estão fazendo comunicação. Quando acontece uma missa específica, muitas famílias que tinham se afastado voltam para a paróquia Bom Pastor.

Pe.Wesley disse que uma das tentativas é em relação à comunicação nas mídias, principalmente no *Facebook*. A ideia, segundo ele, é pegar algumas missas e postá-las logo no *Facebook* junto com informações sobre a paróquia, como fatos antigos de padres, que passaram pela paróquia, o tempo da construção da igreja. A intenção é levar as pessoas a compreenderem como elas podem crescer através da mídia.

Perguntei-lhe qual seria a proposta para melhorar a comunicação na paróquia e ele se referiu ao Documento da CNBB para a Pascom, explicando que ainda não conseguiu desenvolver um trabalho sobre ele porque as pessoas não querem compromissos. E afirmou que propôs a criação de uma nova pastoral, mais engajada, mas a maioria de seus membros não é

mais jovem, e isso dificulta muito. Não existe um contato efetivo com a mídia, para se criar um ambiente de formação e informação. A juventude deveria abraçar esse desafio, mas é um grupo que se fecha e não se engaja nos trabalhos pastorais como deveria e como nós esperávamos que fosse.

Perguntei-lhe se existe algum jovem que trabalha na evangelização, fazendo visitas, indo ao encontro e convidando as pessoas para vir à missa.

Padre Wesley disse que o grupo de jovens da paróquia ainda se mantém fechado e não tem perspectiva de que precisa sair, se lançar e tomar atitude. A Igreja em saída do Papa Francisco ainda não é vivida pelo Grupo de Jovens. Mas, ao mesmo tempo, fica feliz porque promove algumas coisas nas redes sociais. Com apenas onze meses de sacerdócio, o Padre Wesley sente que a mídia ainda não conseguiu atingir o coração das pessoas. Ele disse que ainda não sabe como levar isso para a prática. E citou a seguinte situação: “Você pesquisa algum assunto no Google e aparecem muitas informações. Aquelas que nos elevam na vida de fé e, ao mesmo tempo, aquelas que não nos elevam para Deus, pelo contrário, destroem.”

Aproveitando essa reflexão do Pe. Wesley, eu disse ao grupo que devemos pensar na comunicação enquanto comunidade que é o que estamos fazendo reunidos aqui. É um encontro pastoral, onde estamos pensando a comunicação. A maneira como estamos reunidos é um modo de se comunicar, estar juntos, num círculo, ideias, pensamentos, sentimentos; estamos refletindo sobre como nós poderíamos pensar a utilização dos meios; que meios e por que esses meios dentro da nossa comunidade; e quais são os meios de comunicação acessíveis à nossa comunidade local. Vocês já citaram alguns: temos as redes sociais, os *sites*, reuniões, encontros de grupos, *data show* para a escola da fé, *internet*, celular; o *WhatsApp* é uma ferramenta que daria para juntar todo mundo e fazer o grupo da escola da fé.

Neste momento, uma professora da rede municipal citou sua experiência na escola em que leciona, que já informatizou a presença do aluno. E, nesse momento, surgiu a ideia da criação da “escola da fé”, no *WhatsApp*. E o Padre Wesley solicitou a todos que baixassem esse aplicativo.

Concluí, então, o encontro, dizendo que sentimos a necessidade de criar em nossa comunidade uma coisa que toque o coração, que vá ao encontro das pessoas, que traga essas pessoas para a vida comunitária; que o celular deve, sim, ser usado na catequese, ao invés de mandar que eles sejam desligados.

Uma catequista disse que tem uma catequizanda que vai, presencialmente, a cada quinze dias, aos encontros e o conteúdo dos demais encontros lhe é enviado via *WhatsApp* e que muitos paroquianos, membros de pastorais, acessam o aplicativo “Católico Orante” para a oração.

PARÓQUIA CRISTO RESSUSCITADO

No dia 04 de novembro de 2015, às 19h, realizou-se o encontro com agentes de pastorais da Paróquia Cristo Ressuscitado, localizada no setor Grajaú da Diocese de Santo Amaro. São 20 pessoas que se reúnem periodicamente para formação com o Pe. Claudinei Pereira Barbosa, pároco local.

Fiz uma abertura, dizendo que o tema de nosso encontro é o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, que eu desejava saber quem já teve acesso a esse documento e que levantasse a mão quem já tinha ouvido falar dele. Quatro pessoas ouviram falar, mas somente o padre já leu.

Comentei que a Canção Nova tem falado a respeito do documento e que nós vamos discutir um pouco sobre alguns de seus temas e sobre o que ele pode trazer para nos ajudar na vida pastoral. Perguntei se eles acreditam que a comunicação pode nos ajudar na nossa pastoral e se a Rede Católica, a Rede Vida, a Século 21, além da Santa Missa e das orações, podem nos dar mais alguma ajuda; se existe alguma coisa de formação na TV; e a que programas eles mais assistem; se reportagens, filmes de vidas de Santos.

Uma paroquiana citou um trabalho missionário feito lá na Ilha de Marajó e questionou sobre o que poderia ser feito de semelhante aqui na comunidade Cristo Ressuscitado, e em que os meios de comunicação podem ajudar a Igreja no trabalho missionário, no trabalho pastoral, catequético, e litúrgico e questionou, mais ainda, se os meios de comunicação podem nos ajudar a comunicar e a nos organizarmos e de que modo eu imagino que isso possa ser feito.

E eu lhe disse que, se nós conseguíssemos criar uma estação de rádio comunitária na Diocese, ajudaria bastante as pastorais a desenvolver seus trabalhos. E perguntei se uma rádio comunitária poderia nos ajudar em nosso serviço pastoral e como poderíamos fazer esse trabalho

Eles responderam que poderiam trabalhar na divulgação do trabalho pastoral e na busca de experiências de outras pastorais.

Tentei provocar um pouco mais, perguntando como isso poderia ser feito e uma senhora citou a Rádio Imaculada e a 9 de julho, em que, aos domingos, a Pastoral da Pessoa Idosa apresenta programações que falam de Maria.

Voltei a perguntar se eles achavam que, se tivéssemos uma emissora de rádio na diocese, teríamos mais facilidade de unir mais as pastorais e de desenvolver um trabalho de comunhão.

- Com certeza, disseram.

Uma senhora citou a experiência da cidade dela, em Pernambuco, onde o padre criou a estação de rádio.

Perguntei-lhes, então, se eles gostariam de saber como se monta a programação de uma rádio comunitária pertencente à diocese e se eles imaginam como isso pode ser feito.

Uma senhora disse que é preciso união e um senhor disse que uma rádio demanda altos recursos e que a manutenção é muito cara. Além disso, existe toda uma regulamentação a ser estudada, por exemplo, a rádio comunitária não pode ultrapassar 1km em seu raio de alcance.

Voltei, então, ao assunto “Diretório” e expliquei-lhes que o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, aprovado pela CNBB, prevê que a comunicação seja feita comunitariamente. E o termo utilizado para traduzir essa ideia é “Educomunicação”. Perguntei quem já havia ouvido falar do termo.

Como todos permaneceram em silêncio, expliquei-lhes que é um processo de construção da comunicação, em que as pessoas envolvidas nesse processo se educam para comunicar, sejam crianças, jovens ou adultos. Elas se educam, aprendem, e se comunicam. É uma realidade possível na catequese e na vida pastoral e evangelizadora da Igreja. Perguntei-lhes se eles tinham ideia de como a gente poderia fazer isso e uma paroquiana respondeu:

- O primeiro passo é a oração e, depois, buscar capacitação técnica.

Comentei, então, com eles sobre os dispositivos de comunicação que são os meios que poderemos utilizar: rádio, TV, jornal, *sites*, redes sociais... A internet, em si, não é um dispositivo, mas um emaranhado de tecidos de dispositivos, os aplicativos. Nós vamos trabalhar com esses instrumentos? Temos condição de trabalhar com TV, com rádio ou com jornal? Temos condição de trabalhar com redes sociais? Quais são os meios de comunicação em que dá para investir melhor e fazer uma boa comunicação na nossa paróquia? E temos que nos lembrar de que o boca a boca, entre fieis, é uma comunicação direta. *WhatsApp* é uma rede social. Quase todo mundo está conectado no celular!

Perguntei a uma catequista o que ela faz quando um catequizando usa o celular e ela respondeu que manda o catequizando guardá-lo.

Perguntei se os outros teriam alguma sugestão para a colega catequista.

Responderam que tanto o catequista quanto o professor podem fazer uso de aplicativos disponíveis para celular, para transmitir conhecimento a seus alunos. Um paroquiano ressaltou que as crianças dominam muito mais esses recursos do que nós. E a questão, disse ele, é como você pensa em trabalhar os conteúdos com uma criança que domina a tecnologia melhor do que você.

Fiz, então, outra pergunta: será que nós conseguimos construir outra maneira de nos comunicarmos a partir dos dispositivos que temos? Porque, enquanto pensamos que podemos fazer a comunicação tradicional, através desses dispositivos, eles estão falando sozinhos. Por exemplo, o aluno na sala de aula: o professor falando de um lado, e ele fazendo de outro. A criança em casa brincando no celular, o que vocês acham que poderia haver de cultura? Será que não há uma resistência por parte dos pais? “Já estou velho, não estou nem aí pra isso”, “fecha isso, aí moleque, me ouve porque estou falando”.

Um senhor comentou que o pai dá o celular para o filho para que ele – pai – possa ter mais sossego.

Deixei no ar a pergunta “qual seria o caminho?” e, em seguida, lhes disse que a tecnologia veio nos ajudar, mas veio ao mesmo tempo atrapalhar, e temos que colocá-la na situação certa.

E concluí, fazendo uma última pergunta e apontando-lhes uma solução: como nós podemos nos aproximar das novas gerações que dominam a linguagem tecnológica, para construir comunicação, para fazer a comunicação acontecer? Lembremo-nos de que, se as gerações mais antigas, as gerações primeiras não têm o domínio da tecnologia, elas têm a sabedoria. As crianças não têm sabedoria, mas têm o domínio da tecnologia. Precisamos de um meio termo, precisamos do diálogo.

PARÓQUIA SÃO FRANCISCO DE ASSIS

No dia 18 de novembro de 2015, às 20h30, realizou-se o encontro com 13 agentes de pastorais da Paróquia São Francisco de Assis, localizada no setor Varginha, da Diocese de Santo Amaro. Eles se reúnem periodicamente para formação pastoral com o Padre Rubens Alonge Ramos, pároco local.

Abri o encontro dizendo que era um prazer estar com eles e que iríamos conversar um pouquinho sobre o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil e, em seguida, perguntei se alguém já ouvira falar dele.

Como ninguém ainda ouvira falar, expliquei-lhes que ele é resultado de um longo trabalho que a igreja vem fazendo, no sentido de despertar nas comunidades católicas o interesse pela comunicação; que ele não nasceu do dia para a noite, mas que é resultado de todo um processo, iniciado na década de 1970, quando a igreja começou a trabalhar com os meios de comunicação. E perguntei: entre os meios de comunicação, no que se refere à vida na Igreja, qual é o que vocês mais utilizam?

Responderam que é o celular.

Continuei fazendo-lhes perguntas.

- Qual é o meio de comunicação da Igreja que vocês mais usam e que, para vocês, está mais à mão?

- A TV, responderam.

- E quais são os canais que vocês gostam de assistir na TV?

- Canção Nova e TV Aparecida.

- Dentre esses canais, quais são as programações que vocês mais buscam?

- Depende do horário e da ocasião; de maneira geral, Canção Nova e TV Aparecida.

- Dentre os veículos de comunicação, quais são os que estão com a linguagem mais atualizada?

- Canção Nova.

- Que outros meios de comunicação temos a nosso dispor?

- *Internet* e celular.

- Quais são os dispositivos de comunicação presentes na internet que vocês mais usam?

- Liturgia Diária.

Informei-lhes, a seguir, que a Igreja introduziu no Diretório de Comunicação o termo “Educomunicação” e perguntei-lhes se alguém já ouvira falar dele.

Ninguém ouviu falar.

Perguntei-lhes, então, se eles tinham ideia do que esse termo poderia significar.

- Educar através da comunicação? Perguntou uma paroquiana.

Diante dessa resposta, expliquei-lhes que a proposta educomunicativa, presente no texto, é aplicada também à liturgia e à catequese e perguntei como nós poderíamos educar, na liturgia e na catequese, através da comunicação e como poderíamos melhorar a educação católica, usando os meios de comunicação na liturgia; e que meios de comunicação poderiam ajudar-nos a educar as pessoas na fé, a partir da liturgia.

- Na forma de meditar a palavra, disse um paroquiano, melhorando a forma de rezar, pensando a prática, orando e meditando a Palavra.

Segui com essa provocação, perguntando-lhes se eles achavam que os meios de comunicação podem ajudar-nos a ter uma melhor qualidade de participação na vida litúrgica da igreja e de que modo isso seria viável. Citei a Globo, o “plim” “plim” e o logo dessa emissora. Citei os gestos e pequenos textos bíblicos.

- A pessoa grava, disse um paroquiano; e outra paroquiana comentou sobre uma reunião de pastoral, durante a qual um paroquiano fez perguntas e as pessoas aprenderam com as perguntas.

Fiz, então, o seguinte comentário: “A educomunicação acredita que você pode criar comunicação e que você não precisa simplesmente reproduzir. A educomunicação parte do pressuposto de que, aqui na paróquia, você pode criar comunicação. E, ao criar comunicação, você educa não somente os catequizandos, como a comunidade como um todo, especialmente quem está envolvido no processo de comunicação, seja na produção de um jornal, de um aplicativo de celular, de um vídeo que se vai colocar no *YouTube* ou no *Facebook*; na produção de uma página que se vai colocar no *blog* que a paróquia possa ter, um evento que o Grupo de Oração ou o Terço dos Homens possa realizar. Ao fazer aquela peça de comunicação, a Educomunicação acredita que você está se educando. E você está criando comunicação”.

A seguir, perguntei se eles acreditavam que isso seja uma coisa viável e um paroquiano citou o grupo dos coordenadores no *WhatsApp*.

Neste ponto, após explicar de forma mais detalhada o conceito de educomunicação, finalizei a conversa e agradei, na pessoa do Padre Rubens Alonge, a participação, o carinho e a acolhida da paróquia. E manifestei-lhes o desejo de que todos sintam, na comunidade, vontade de criar grupos de estudo e de trabalhos, voltados aos meios de comunicação, que procurem saber e valorizem o que a igreja está propondo neste processo.

PARÓQUIA NOSSA SENHORA DAS GRAÇAS

No dia 19 de novembro de 2015, às 19h, realizou-se o encontro com 22 agentes de pastorais da Paróquia Nossa Senhora das Graças, localizada no setor Grajaú, da Diocese de Santo Amaro. Eles se reúnem periodicamente para formação pastoral com o Padre Paulo Saraiva, pároco local.

Iniciei nossa conversa, dirigindo-me ao Padre Paulo Saraiva para lhe dizer que era uma grande alegria estarmos juntos celebrando e conversando sobre a comunicação da Igreja no Brasil e que eu acreditava que todos ali já tinham ouvido falar do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil e pedi que levantasse a mão quem já tinha ouvido falar. Só o Padre Paulo (risos).

Perguntei-lhes, então, sobre a comunicação na vida da Igreja, se eles utilizavam algum dispositivo de comunicação, TV, *internet*, rádio, *site*, celular, aplicativo de celular...

- TV, quem usa TV?

Todos levantaram a mão.

- Quais são os canais que vocês mais gostam de assistir? Rede Vida ou Canção Nova.

Empatou.

- Além da TV, qual outro meio de comunicação vocês utilizam na vida pessoal e paroquial?

- O celular.

Padre Paulo comentou que os meios estão presentes na vida paroquial: as redes sociais, o *facebook*, as vinhetas dos eventos pelo *WhatsApp*, a perua de um paroquiano para rodar no bairro e avisar sobre eventos. Ele disse que os jovens são criativos, que ele também dá ideias, e que o povo ajuda a divulgar pelo *WhatsApp* e pelo *facebook*.

Perguntei se eles fazem algum tipo de vídeo, alguma chamada de comunicação que utiliza vídeo, imagens e se existe um jornalzinho na paróquia. e respondeu que já teve, mas não têm mais, mas que a Pascom está ativa de novo e que vai retomar o jornal.

Disse-lhes, então que nesse documento que eles, infelizmente, não conheciam, a igreja propõe a temática da educomunicação. Propõe que nós aprendamos utilizando os meios de comunicação, ou seja, que nós aprendamos utilizando a *internet*, a TV, fazendo vídeo, chamada de rádio, fazendo música, peça teatral... E perguntei-lhes se eles achavam que tudo isso, de fato, pode colaborar para o aprendizado das pessoas e se pode ser empregado no ensino da liturgia e da catequese.

E o Padre Paulo disse uma coisa interessante, para complementar a minha pergunta:

- No processo pedagógico catequético, trabalhamos muito o teatro, as meninas fazem teatro. E muitas coisas a partir da dimensão lúdica que ajuda muitas crianças a aprender, retiros vêm no conteúdo querigmático através da sua própria linguagem.

Perguntei como poderíamos ajudar as pessoas na liturgia, a participar melhor da missa utilizando elementos e instrumentos comunicativos.

- *Datashow*, foi a resposta.

- E o *data show* ajuda ou dispersa as pessoas na participação da Santa Missa? Passando os cantos, as orações, vocês acham que aquilo ajuda as pessoas a participarem melhor? Por

exemplo, se eu colocar uma tv aqui, para vocês olharem, não tira vocês da concentração, do ato que está acontecendo no altar? É uma coisa complicada. Como o *Data Show* vai ajudar se, ao mesmo tempo, ele desvia o nosso olhar daquilo que, de fato, é o mais importante. É algo que temos que pensar. E este pensar é que se chama educomunicação. Nós vamos construindo junto, pensando junto, elaborando aquele processo de comunicação em conjunto com as pessoas, permitindo que as pessoas participem de sua elaboração, porque, senão, pensando que estamos ajudando a comunidade, podemos estar atrapalhando.

Pedi-lhes que dessem algum tipo de sugestão e de ideia. Haveria um jeito de ajudar as pessoas a participarem melhor da Santa Missa?

Como não obtivesse resposta, acrescentei que nós temos a proposta clara da CNBB, nesse Diretório da Comunicação. Temos, então que, no primeiro momento, tomar a iniciativa de buscar conhecê-la. Como vocês mesmas sugeriram, teria de ser criado um grupo de estudos, para que tenhamos condição de pensar, sentar junto e sonhar um trabalho diferenciado para a nossa comunidade.

Existem diversos modos de comunicação. E cada um deles tem uma proposta e um propósito diferente. Diante disso, gostaria de perguntar-lhes: O que mais vocês sugerem para a gente pensar e viabilizar uma comunicação melhor para a nossa paróquia, para a nossa comunidade de Nossa Senhora das Graças, pensando que isso também pode ser vivido e aplicado na igreja inteira? É claro que é necessário e imprescindível conhecer a proposta, mas o que mais vocês sugerem? O que mais poderíamos propor para a Igreja em termos de comunicação?

- Tem valido a pena voltar-nos para a questão da comunicação, disse o Padre Paulo. Por exemplo, estamos em formação, proporcionando uma maneira de chegar às pessoas através de eventos. E disse que aprendeu, na minha aula, a trabalhar o simbólico, por exemplo, na festa de Nossa Senhora, procurar chegar ao coração dos ausentes, trabalhando a comunicação da melhor maneira possível no bairro. Os jovens promoveram um evento chamado *Country Cristian*, com o qual atraíram novos jovens que não frequentavam a paróquia.

- Nós estamos engatinhando, continuou o Padre Paulo, Estamos em fase de desenvolvimento, utilizando perua para divulgar eventos, Festa Junina, Semana Santa. A base dos nossos trabalhos de comunicação é a passagem da Epístola de São Paulo “*Desperta, tu que dormes (Ef 5)*”. E procuramos utilizar a música para mexer com o emocional e com o coração das pessoas.

Indaguei, então:

- Que novos modos de comunicação poderiam surgir em nosso meio?

Padre Paulo citou sua iniciativa de distribuir *folders* sobre o Santo Crisma na escola, jovem evangelizando jovem, lembrando Paulo VI.

Para finalizar, agradei esse momento de encontro e deixei em aberto os contatos para caso desejassem promover um grupo de estudos sobre o tema.

Uma senhora interveio e citou a Pastoral da Saúde e eu lhe disse que temos que usar os meios de comunicação, para ir ao encontro dos doentes, porque, muitas vezes, encontram-se

abandonados pela família. Se não houver um instrumento de comunicação que una a comunidade, não ficaremos sabendo o que se passa com essas pessoas. A Pastoral da Saúde, também pode utilizar esses meios de comunicação.

Padre Paulo encerrou nossa conversa falando de sua experiência sacerdotal junto aos enfermos.

PARÓQUIA NOSSA SENHORA DA SALETTE E SÃO JOÃO BATISTA

No dia 23 de novembro de 2015, às 20h30min, realizou-se o encontro com 25 agentes de pastorais da Paróquia Nossa Senhora da Salette e São João Batista, localizadas no setor Pedreira da Diocese de Santo Amaro. Eles se reúnem periodicamente para formação pastoral com o Pe. Flaviano Schulz, pároco local.

Iniciei nossa conversa pedindo que levantasse a mão quem já ouvira falar do Diretório de Comunicação.

Um respondeu que leu, mas não entendeu; e outro, que começou a ler, achou muito difícil e parou.

Fiz-lhes, então duas perguntas.

- Quem teve acesso a algum conteúdo ou conhece o documento; que meios de comunicação vocês mais utilizam em suas vidas?

- Conteúdos variados, mas com assuntos diferentes, disse uma paroquiana, Ministra da Eucaristia.

Perguntei-lhe em que esses programas a ajudavam no exercício do ministério, naquela comunidade e ela respondeu:

- Dá paciência para lidar com as pessoas, você acaba captando a ideia.

Perguntei, então, se existia, na comunidade, uma rádio comunitária e o que eles mais gostariam de ouvir na rádio; se eles tinham ideia de uma programação de rádio que eles gostariam de escutar – música, hino, pregações, uma formação bíblica? - ou até mesmo de ajudar a fazer.

- Seria bom uma formação bíblica na TV e no rádio, afirmou uma paroquiana.

Voltei a questionar de que maneira a comunidade poderia colaborar na construção dos programas; se eles tinham a rádio comunitária e se poderiam participar da programação, de forma que ela tivesse a cara deles e retratasse as suas preocupações locais e o que seria necessário para que isso viesse a acontecer?

- Primeiro a rádio, que leve a cara da igreja que precisa sair, chamar a atenção, problematizar, colocando a Palavra no dia a dia das pessoas para, dessa forma, vivermos a Palavra e aplicá-la na realidade de nosso dia a dia.

Insisti na pergunta:

- Como nós poderíamos fazer isso, enquanto comunidade?

- O primeiro passo, disse outro paroquiano, seria a legalização da rádio, e teríamos que estudar o assunto; segundo, fazer um levantamento das necessidades de nossa paróquia. E, como cidadãos, discutir Igreja e cidadania, para chegarmos a um equilíbrio entre essas duas dimensões.

Fiz-lhes, então, uma provocação, perguntando se eles teriam pessoas que compreendiam esta dinâmica entre a vida social e política e a vida religiosa; se eles teriam pessoas com preparação adequada ou, pelo menos, com vontade; pessoas com conhecimento de rádio e que gostassem de lidar com instrumentos de comunicação?

Um terceiro paroquiano respondeu que pessoas com potencial, sim, mas que ainda necessitam de formação para esse tipo de trabalho.

Disse-lhes, então, que o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil estava trazendo exatamente isso que eles estavam propondo. Esse tipo de trabalho que junta o serviço religioso com a cidadania e com a vida política das pessoas e que isso é o que a entendemos como educomunicação.

E, após explicar-lhes o significado de educomunicação, encerramos nossa conversa.

PARÓQUIA NOSSA SENHORA DA ANUNCIAÇÃO

No dia 24 de novembro de 2015, às 19h30, realizou-se o encontro com 35 agentes de pastorais da Paróquia Nossa Senhora da Anunciação, localizada no setor Interlagos, da Diocese de Santo Amaro. Estes agentes de Pastorais se reúnem, periodicamente, para formação pastoral com o Pe. Jorge Tadeu Mendes Rodrigues, pároco local.

Pastorais presentes: Servidores do altar, dízimo, Ministros da Eucaristia, Comunicação, Catequese, Intercessão, Grupo de Oração, Pastoral Familiar, Música, Crisma e Catequese de Adultos, Vicentinos, Liturgia, Acolhida, Legião de Maria, Apostolado da Oração.

Após uma pequena introdução, iniciei nossa conversa dizendo aos participantes que iríamos discutir um pouquinho sobre o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. E perguntei se eles já tinham ouvido falar desse documento.

Uma senhora disse que o tinha em casa, mas não lembrava nada de seu conteúdo. Outra paroquiana disse tê-lo visto na igreja de São Judas.

Contei-lhes que estava estudando Educomunicação, que é uma área de pesquisa da ciência da comunicação e que se trata de um processo, não de um instrumento; um processo de gestão e de administração comunicativa. Ela nos ensina também a trabalhar a nossa vivência no dia a dia e as nossas relações por meio dos equipamentos e instrumentos de comunicação; o que nós fazemos com eles e, principalmente, como trabalhamos com eles.

Disse-lhes que o pensamento da CNBB é que a Igreja se mobilize, em todo o Brasil, para fazer uma boa comunicação e que é possível construir comunicação, nas paróquias e comunidades, a partir das experiências e da convivência que todos têm enquanto pastoral da vida.

Pedi a uma paroquiana que falasse sobre o seu trabalho de comunicação e divulgação no *facebook*.

Ela disse que a Pastoral da Comunicação ainda precisa ser formada e que ainda precisam de muita ajuda.

Essa senhora só faz divulgação, não tem experiência e nunca participou de nenhuma formação específica para esse trabalho.

Perguntei se a comunidade tem acesso a algum tipo de programa de rádio e se conseguiriam fazer um programa, se tivesse ao alcance deles. Perguntei também quem escutava rádio católica, e o que escutavam nas rádios católicas e se, no bairro, havia rádio comunitária.

Uma paroquiana citou a rádio 9 de julho e o Padre Reginaldo Manzotti; a grande maioria disse que só escutava rádio católica.

Perguntei, então:

- O que nós entendemos quando o Papa Francisco pede que as igrejas abram suas portas? O que vocês entendem quando o Padre Jorge Tadeu diz que deveria deixar a porta da paróquia Nossa Senhora da Anunciação aberta 24 horas por dia? O que será que o papa está querendo dizer com “A igreja em saída, abra a porta e vai para a rua”?

- Além do coração, abrir a mente? Indagou uma paroquiana.

- Isso, isso mesmo, disse eu, abrir a mente. Essa talvez seja a maior porta a ser aberta, a da mente. Começa nos projetos, nos sonhos, num vídeo que fazemos em comunidade, em uma equipe que nos une; e nos une porque temos a possibilidade de colocar nossas ideias, de compartilhar. E nós começamos a aprender! Não se trata de encher a aula, o encontro de catequese ou a missa de instrumentos de comunicação. Às vezes, chegamos a uma igreja e ela parece uma árvore de Natal de coisas de comunicação; um telão que funciona do Sinal da Cruz até o “Que Deus vos acompanhe”. Será que isso nos ajuda a celebrar? E é esse espírito de crítica, essa capacidade de análise que educomunicação nos ensina a desenvolver.

Perguntei-lhes, então, como é que eles poderiam trabalhar a Educomunicação em sua comunidade e quais seriam os aspectos dessa proposta que poderiam ajudá-los na tarefa de evangelizar; e, ainda, como os instrumentos educacionais poderiam melhorar a sua vida pastoral; e lhes disse que queria ouvir ideias, sugestões e críticas.

Começaram então a falar:

- Eu acho interessante o uso dos meios de comunicação, mas desde que se evitem os excessos, porque atrapalham o padre. Ele disse que a igreja é, fisicamente, muito pequena.

- O Padre Jorge disse que, dentro da igreja, não é viável nenhum meio de comunicação, muito menos o uso do celular na liturgia porque distrai muito.

- Quando ele celebrava na quadra, ele via a necessidade de passar as músicas no retroprojetor, principalmente na missa de Natal. Se começar a colocar em outras ocasiões, as pessoas não se concentram.

- O Padre Jorge Tadeu percebeu que, na nossa igreja, o nível de desconcentração é muito fácil; “passou uma mosca, todo mundo se desconcentra”. E ele procura sempre trazer o foco para o altar. Ele disse que o meio de comunicação bem usado valoriza a missa, porque o povo consegue acompanhar o canto e participar melhor, mas que o uso excessivo desconcentra.

- O Padre Jorge Tadeu disse que, uma vez, foi celebrar em uma paróquia. E a assembleia olhou para o telão, porque lá estava “homilia e ação de graças”. E a vontade dele era jogar uma pedra para desligar o telão. Usar os meios de comunicação, para ele, está sendo uma novidade. E, para ele, os meios de comunicação desconcentram. Eu acho que é uma questão de adaptação. Tudo é novo para nós. Nós temos uma forma de pensar antiga, e adaptarmo-nos aos novos meios de comunicação é um grande desafio.

- Outro dia ele dava uma formação para a Acolhida e para Pastoral do Dízimo, e dizia que o nosso corpo é um meio de comunicação, que nós podemos mudar as pessoas pelo nosso jeito de ser. Mas tudo é muito novo. O retroprojetor é uma maneira muito boa de nos auxiliar na participação da celebração. A iluminação é comunicação, incomoda quando uma lâmpada está queimada; as pessoas sentem sono e não conseguem participar da missa. Quando o microfone não está bom, há um desgaste muito grande da voz e as pessoas ficam incomodadas. É todo um conjunto de comunicação que envolve a paróquia, e ele acha que é difícil conseguir organizar tudo, mas que, com pequenos passos, nós vamos chegar lá.

Perguntei se o grupo participa dessas iniciativas, por exemplo, quando vai colocar o telão, na escolha da tonalidade de iluminação, no projeto de iluminação...

- Dependendo do objetivo que eu tenho, eu escolho uma iluminação adequada àquele ambiente, disse um dos participantes.

- Há um paroquiano, disse outro, que ajuda o Padre Jorge Tadeu nesse projeto: luz amarela, pessoas introspectivas; luzes brancas, pessoas alegres. Ele tem muita experiência com as cores da luz.

Comentei, então, que a educomunicação parte do pressuposto de que nós compartilhamos as expectativas, os sonhos e os projetos; que nós participamos como equipes, que o sonho seja de todo mundo, que todo mundo se sinta parte do sonho, mas de um modo prático, e que não fiquemos apenas na ideia.

Perguntei se na paróquia havia jornalzinho, e a resposta foi negativa. Eles só tinham uma página no *Facebook*.

Uma paroquiana comentou que o que funcionava mesmo era o “boca a boca”.

Eu lhes disse que o que a CNBB nos propõe é que utilizemos e que não desprezemos a linguagem dos meios e perguntei se eles achavam que um aplicativo poderia ajudar a comunidade a ser mais comunicativa e acrescentei:

- Quem tem um smartphone?

Todos tinham.

Disse-lhes que um aplicativo seria colocado em um smartphone e um paroquiano comentou que dependia do conteúdo desse aplicativo.

- Pois é, disse-lhes eu. A questão está exatamente em como vamos escolher os conteúdos desse aplicativo. É exatamente na escolha dos conteúdos que se encontra o processo educacional, pelo qual nós vamos aprender. Temos várias formas de fazer com que um conteúdo seja ou não adequado à construção de um aplicativo. É a mesma coisa quando pensamos em fazer um jornalzinho: um jornalzinho para quem? Quem vai lê-lo?

Perguntei se eles tinham a Pastoral da Criança e a Pastoral da Terceira Idade.

Um paroquiano sugeriu a criação de um grupo de orientação e informação paroquial formado pelos coordenadores das pastorais e de um programa “Portas Abertas”, com o logotipo da paróquia.

Comentei que se tratava de uma proposta de ouvidoria e que, realmente, se não ouvirmos a comunidade, não adianta jornalzinho, programa de rádio, de TV ou *YouTube*. E a educação produz, exatamente, esse processo de escuta. É um processo contínuo. Nunca poderemos dizer que chegamos ao “top” e que podemos parar; não tem fim, é dialógico, assim como vocês fizeram com as cadeiras. Esta é a primeira paróquia em que as cadeiras estão em círculo, o que indica que existe da parte de vocês uma abertura, esse colocar-se em círculo, que traduz a disposição de dar suas ideias e de escutar as ideias dos outros.

Padre Jorge Tadeu comentou que a experiência de distribuir papel na porta da igreja não funcionou e que não adianta ir por esta linha porque as pessoas, com os afazeres do dia a dia, esquecem-se daquele papel. Para ele, o *Facebook* tem sido uma grande saída e também a presença da secretária que, por ser jovem, torna-se mais acessível e que, quando ele quer que alguma coisa saia, ele pede para ela entrar em contato com os coordenadores e todos são avisados. Sobre sentarem-se em círculo, ele disse tratar-se de um costume da paróquia.

Comentei que o que o Padre Jorge Tadeu estava falando era muito importante para eles, que era preciso haver um estudo antes de qualquer ação de comunicação; que quando nós permitimos que a comunidade sente, reflita e realize um projeto de comunicação – e esta é a proposta da Educação – nós estamos pensando exatamente nisso. Não se trata somente de um projeto para fora, mas um projeto para dentro também, para minha própria educação e para o meu próprio crescimento.

Padre Jorge Tadeu citou as três missas dominicais em que usa uma pedagogia e uma metodologia diferentes.

Perguntei se todos percebiam essa diferença de metodologia e a maioria respondeu que sim.

Em seguida, Padre Jorge Tadeu falou sobre os perfis diferenciados das missas e eu comentei que, quando a gente constrói isso junto, quando as regras são estabelecidas e ficam claras, as coisas fluem e, quando não se tem ideia clara, quando não se partilha, as coisas ficam mais complicadas. A proposta da CNBB é que tenhamos um mínimo de projeto, um mínimo de estabelecimento de regra de construção e que isso se dê em comunidade e é exatamente aí que está o sentido educacional.

Perguntei a uma paroquiana se ela gostaria de falar do que ela viu no texto e ela disse que trabalhava com enculturação dos povos, das pessoas e que aproveitava o conhecimento de cada um para enriquecer a comunidade.

Comentei que não se trata de fazer, trata-se de viver, e a igreja vive. Quando o Papa Francisco pensa na vida comunitária, ele não está preocupado tanto com o fazer, mas com o viver, como viver e como construir as relações.

Uma paroquiana citou uma rádio comunitária não reconhecida e me uma pediu uma ideia. Disse-lhe que, à primeira vista, parece o “Mar Vermelho”, mas quando começamos, o caminho começa a ser aberto. Podemos começar com um *PodCast*, que é um miniprograma que fazemos e colocamos na web: “Palavra do Padre”, “Palavra deste Domingo”, “Evangelho Meditado”, “Cinco Minutos com Nosso Senhor”. Soltamos um *PodCast* em outras páginas de redes sociais e de um minúsculo programinha, acabamos fazendo uma rádio web. Se você achar muito caro, muito difícil, cria um perfil no *YouTube*, uma música, alguém rezando e, aos poucos, vai melhorando isso.

Um paroquiano falou sobre um respaldo do dirigente espiritual e citou o *WhatsApp* entre Ministros e Pastoris. Disse que é um meio de comunicação interessante, mas quando se fala em espiritualidade, você tem que ter muito respaldo. E pediu a minha opinião.

Eu disse a ele que, quando pensamos no receptor, estamos pensando no processo, e temos, então, de dar voz a todos. Por isso, todo mundo participa e o que, aparentemente, é um erro, de repente pode ser a melhor saída; o que para mim, pode ser um erro, por exemplo, uma voz cansada, para outra pessoa pode não ser.

PARÓQUIA SÃO JOÃO BATISTA

No dia 27 de novembro de 2015, às 20h, realizou-se o encontro com 22 agentes de pastoris da Paróquia São João Batista, localizada no setor Santa Catarina, da Diocese de Santo Amaro. Eles se reúnem periodicamente para formação pastoral com o Pe. Leomar Nascimento de Jesus, que tem especialização em educação pelo SEPAC e que já promoveu iniciativas locais que podem ser consideradas embrionárias, no universo das comunidades paroquiais da Diocese de Santo Amaro.

Após fazer uma pequena abertura, iniciei nossa conversa, perguntando se o Padre Leomar já lhes tinha falado sobre educação e o que é que eles entendiam sobre esse conceito e uma paroquiana explicou da seguinte forma:

- Educação é você estar se comunicando e, ao mesmo tempo, se educando; á medida que estamos falando, estamos construindo; estamos comunicando e, ao mesmo tempo, estamos colocando um tijolo em cima do outro e, dessa forma, vamos transformando.

Cumprimentei-a pela resposta e, após detalhar um pouco mais o conceito de educomunicação, quis saber quem dava aula de catequese e quem fazia parte da liturgia, esclarecendo que quem trabalha com a liturgia e a catequese tem um encontro especial com a Educomunicação. E perguntei-lhes de que forma a Paróquia de São João Batista poderia se tornar Educomunicativa?

- Por exemplo, através da música, disse um dos paroquianos. Nosso coral, hoje, canta em outras paróquias.

Solicitei-lhe uma referência concreta de como o coral melhorou e que processo utilizou.

- Nós temos um encontro semanal para ensaios, respondeu ele; estamos juntos há uns quatro anos e já temos um repertório para cantar sem partitura.

Perguntei-lhe então:

- Você acha que o emprego de algum meio de comunicação, celular, vídeo, alguma gravação de *PodCast*, que é um micro programinha de rádio, poderia ajudar o coral a ser melhor?

- Sim. Nós utilizamos o celular para, por exemplo, gravar uma música que estamos aprendendo.

Voltei a me dirigir a todos, perguntando:

- Que outros apostolados têm outra iniciativa que utiliza esses equipamentos? A catequese já usa?

- Na catequese ainda encontramos dificuldade em usar tecnologia respondeu uma catequista. O que eu faço é levar os catequizandos a minha casa para assistir, discutir e estudar um filme. E acrescentou que o *tablet* é uma das ferramentas que, dentro de nossas limitações, podemos usar. Com ele, além dessa iniciativa do filme, foi criado o *site*. Uma das grandes dificuldades é a atualização dos assuntos. Ele precisa ser alimentando permanentemente e não pode parar. E outra tecnologia que usamos bastante é o *WhatsApp*.

Eu disse a ela que, para a educomunicação, o processo de criação do *site* interessa muito mais do que o produto em si porque é onde você aprende e onde você cresce. Citei, como exemplo, a página do *Facebook*. Para a Educomunicação o que importa é o processo de construção. E illustrei com o exemplo do avião: “Depois que está pronto e voando, aí é só manter”, ou seja, nós aprendemos muito no processo da produção. E a comunicação se torna, de fato, educação.

Ela, então, disse que um paroquiano tem o domínio da parte tecnológica e que é ele quem dá o suporte técnico e que, depois de montado o *site*, ele entrou em contato com cada uma das pastorais para levantar todas as informações necessárias. Concluído o trabalho de inserção do conteúdo, o *site* foi apresentado a toda a paróquia.

Após um comentário a respeito da participação de jovens no processo Educomunicativo, inclusive do jovem pároco, Padre Leomar, levantei a possibilidade de se transformar o trabalho que é feito na Paróquia São João Batista em projeto piloto do que a CNBB está pedindo, para

que possamos promover um estudo mais aprofundado das propostas que estão sendo viabilizadas aqui.

Padre Leomar comentou que teve o primeiro contato com a educomunicação no mestrado. E o segundo, na USP, como ouvinte do Padre Maurício. Depois disso, contou ele, eu me reuni com os jovens e, juntos, definimos as modalidades e as regras e decidimos construir junto um processo de comunicação interpessoal e de outras modalidades de comunicação. O próximo projeto que pretendo apresentar para a Pascom e para os catequistas é a montagem, pelas crianças e pelos jovens, de um histórico da paróquia. E outro projeto é a criação de uma Escola de Educomunicação, uma vez que ainda nos ressentimos de pessoas que saibam utilizar as redes sociais e os meios de comunicação. Precisamos de jovens que não sejam apenas consumidores de conteúdo, mas também, protagonistas do processo. E, finalmente, para a terceira idade, um projeto de olimpíadas e um curso de informática como forma de inclusão social.

E assim, encerramos nossa última roda de conversa.

**APÊNDICE E - IMAGENS DE VISITAS FEITAS AOS REGIONAIS DA CNBB NO
PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO**

FOTOS DA VISITA - REGIONAL OESTE 2

APÊNDICE F - MATERIAL AUDIOVISUAL REFERENTE AO PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO DOUTORAL

Como nossa pesquisa foi qualificada com depoimentos concedidos em áudio, e também há material on-line que integra a pesquisa, criamos um acervo, disponível para consulta a partir do link abaixo. Nesta pasta, é possível encontrar fotos, áudios e documentos que integram a pesquisa:

LINK: <https://goo.gl/fftwkV>