IGREJA CATÓLICA E COMUNICAÇÃO: TEMPOS DE REFLEXÃO/AÇÃO MAIS CRÍTICA E ESTRATÉGICA

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

RESUMO

Este artigo estuda a recente fase da relação entre a Igreja e a Comunicação e tem, como objetivo, revisitar os principais documentos publicados pela Igreja Católica (Santa Sé) sobre a comunicação, a fim de identificar possíveis apontamentos sobre o uso mais crítico e estratégico da mídia por parte da instituição. Desenvolveu-se este artigo com base na revisão bibliográfica e na análise documental de arquivos da Santa Sé, disponíveis no *site* (w2.vatican.va). Nossa principal conclusão é que, a partir das transições entre os Papas João Paulo II, Bento XVI e Francisco, podemos identificar mudanças, particularmente no pontificado do atual papa, que sinalizam uma nova estrutura para os meios de comunicação e para as instituições do Vaticano vinculadas a esse âmbito. Tal reestruturação pode ser entendida como fruto de uma reflexão/ ação mais crítica e estratégica.

Palavras-chave: Igreja Católica; Meios de Comunicação; Igreja e Comunicação; Comunicação e Religião.

INTRODUÇÃO

A relação da Igreja Católica Apostólica Romana com os meios de comunicação constitui objeto de estudo no campo das Ciências da Comunicação e da Religião há muitos anos. Pesquisadores, como Romeu Dale (1973),

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

** Mestrando em Comunicação Social pelo programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Editor do Jornal Brasileiro de Ciências da Comunicação da Cátedra UNESCO/ Unesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Bolsista Capes, e-mail: ricardocalvarenga@gmail.com.

Marques de Melo (1985), Ismar de Oliveira (1988), Noemi Dariva (2003), Puntel (2011), dentre outros, contribuíram, de modo significativo, para a compreensão da complexa relação dessa Igreja com a mídia. Partimos, então, da classificação de fases para essa relação, proposta por Puntel (2011) no artigo *A Igreja a caminho na Comunicação*, na Revista do Programa de Pós-Graduação em Teologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, edição de jul./dez. 2011.

No texto, Puntel (2011) elabora uma síntese preciosa da trajetória eclesial na relação com os meios de comunicação. A autora apresenta uma nova visão, organizando-a em quatro fases. É possível identificar, de forma sintética, três fases bem definidas nessa trajetória. E, no momento atual, parece necessário acrescentar uma quarta fase (PUNTEL, p.222, 2011).

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

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

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

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

Neste artigo, aprofundamos a reflexão em torno da Reviravolta. Tal fase é fortemente marcada pela superação de algumas das convicções que a Igreja tinha anteriormente sobre os meios de comunicação, apontando para um agir mais crítico e estratégico.

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

Essa fase compreende diversos documentos da Igreja Católica sobre comunicação: *Orientações sobre a formação de futuros sacerdotes para o uso dos instrumentos de comunicação social* (1986); *Pornografia e violência nas comunicações sociais: uma resposta pastoral* (1989); *Critérios de colaboração ecumênica e interreligiosa nas comunicações sociais* (1989); *Aetatis Novae* (1992); Ética da publicidade (1997); Ética nas comunicações sociais (2000); Ética na Internet (2002), *Igreja e Internet* (2002) e *Rápido desenvolvimento* (2005). No entanto encontram-se, de forma mais clara, as marcas que delimitam essa reviravolta de pensamento da Igreja Católica na encíclica *Redemptoris missio*, de 1990, do Papa João Paulo II, cuja mensagem central corresponde à missão da Igreja no mundo atual.

MARCAS NO PONTIFICADO DE JOÃO PAULO II

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

O primeiro areópago dos tempos modernos é o mundo das comunicações, que está a unificar a humanidade, transformando-a — como se costuma dizer — na aldeia global¹. Os meios de comunicação social alcançaram tamanha importância que são, para muitos, o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais [...]. Talvez se tenha descuidado um pouco desse areópago: deu-se preferência a outros instrumentos para o anúncio evangélico e para a formação, enquanto os *mass media* foram deixados a iniciativas de particulares, ou de pequenos grupos, entrando, apenas secundariamente, na programação pastoral (REDEMPTORIS MISSIO..., [1990] 2008 p. 131).

O Papa usa o conceito de Aldeia Global, formulado por Marshall McLuhan, para exemplificar que, a partir do desenvolvimento tecnológico e da popularização dos novos meios de comunicação, como a televisão e o telefone, o mundo se interligaria completamente, ampliando as possibilidades de evangelização dos povos.

Para Puntel (2008), essa referência de João Paulo II consiste em sinal de mudança na compreensão das relações entre a Igreja e a mídia. Trata-se, porém, de algo mais: depois do período do uso (e do desprezo e da rejeição

¹ A publicação dessas orientações constitui desdobramento do documento *Ratio fundamentalis institutionis sacerdotalis*, lançado pela Congregação para a Educação Católica, em 1971, que se tornou uma espécie de plano-base para a formação dos padres. Esse documento constitui plataforma de referência fundamental para todos os programas de formação nos seminários e nas casas religiosas das diversas dioceses e congregações pelo mundo.

por parte de alguns), chegou o momento de assumir, mais profundamente, a cultura e a linguagem dos *media* (PUNTEL, 2008, p.132).

A mudança, apontada por Puntel (2008), pode ser observada no documento *Orientações sobre a formação de futuros sacerdotes para o uso dos instrumentos de comunicação social*², de 19 de março de 1986, editado e publicado pela Congregação para a Educação Católica, já que apresenta uma postura mais crítica e estratégica sobre os meios. A publicação é a sétima de uma série de nove guias sobre áreas específicas da formação dos novos padres, produzidos pela Congregação para a Educação Católica, a fim de incentivar a prática das atualizações, como sugeridas nos documentos do Concílio Vaticano II.

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

Em relação aos anteriores, o documento apresenta uma perspectiva bastante semelhante sobre os meios de comunicação. De fato, trechos de publicações anteriores, como *Vigilante Cure* (1936), *Miranda Prorsus* (1957), *Inter Mirifica* (1963) e *Comunio et Progressio* (1971), aparecem diversas vezes no texto. No entanto é interessante observar como o documento apresenta os níveis de formação (para os novos padres) a respeito dos meios de comunicação. Os apontamentos desenvolvem-se em torno de três níveis: 1) Básico, que diz respeito à formação do receptor; 2) Pastoral, com foco na formação para o bom uso técnico dos meios e 3) Especializado, estudo e formação sobre os meios (ORIENTAÇÕES, [1986] 2003, p. 144). Cada nível é tratado, de maneira aprofundada, no item três do documento.

Nessa direção, o texto traz discurso mais atualizado e contextualizado. Os meios de comunicação, por exemplo, possuem a nomenclatura de *mass media*, terminologia típica da época. Os responsáveis pela formação dos novos padres são convocados a direcioná-la aos *mass media*, de modo que se possibilite, aos sacerdotes, compreender as influências dos meios na vida

² A publicação dessas orientações constitui desdobramento do documento *Ratio fundamentalis institutionis sacerdotalis*, lançado pela Congregação para a Educação Católica, em 1971, que se tornou uma espécie de plano-base para a formação dos padres. Esse documento constitui plataforma de referência fundamental para todos os programas de formação nos seminários e nas casas religiosas das diversas dioceses e congregações pelo mundo.

e nas relações das pessoas, além de conhecer os aspectos técnicos de cada veículo específico.

Outros dois documentos marcam a relação entre a Igreja e a Comunicação nos anos 1980: *Pornografia e violência nas comunicações sociais: uma resposta pastoral* (1989) e *Critérios de colaboração ecumênica e interreligiosa nas comunicações sociais* (1989), ambos do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, departamento que, oportunamente, lançava materiais sobre o tema.

Documentos a respeito da pornografia, da violência e do ecumenismo e sua relação com os meios de comunicação já haviam sido escritos anteriormente, o que nos faz perceber que a Igreja, de fato, foi amadurecendo seu pensamento e seu comportamento.

A publicação sobre pornografia e violência consistia em verdadeiro levantamento sobre a mudança nos valores humanos e seus graves efeitos sobre os indivíduos e a sociedade. A Igreja Católica ilustrava-os e indicava as causas principais do problema, propondo soluções:

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

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

Essa abertura ao diálogo é retomada no documento *Critérios de colaboração ecumênica e interreligiosa nas comunicações sociais*, do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, publicado em 4 de outubro de 1989. Importa dizer que a Igreja, nesse sentido, parecia mais interessada em combater o movimento de desreligiosidade, vivido pela sociedade da época, do que iniciar um diálogo ecumênico.

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

O documento destaca alguns critérios para que se estabeleça a colaboração inter-religiosa nos meios de comunicação. O texto é bastante conciso. Com apenas 23 artigos, a proposta central consiste em incentivar o diálogo e a colaboração com outras igrejas cristãs, a fim de salvaguardar os valores e a própria referência cristã na sociedade.

Outro documento de grande significado, nessa fase da relação entre a Igreja e a Comunicação, é a instrução pastoral *Aetatis Novae*, lançada pela Pontifícia Comissão para os Meios de Comunicação Social, em 22 de fevereiro de 1992. Para Dariva, o texto não apresenta a fluidez da primeira Instrução Pastoral e muitos trechos parecem repetitivos, ou, simplesmente, transcritos de documentos anteriores (2003, p.183). Essa atitude de construir um documento com base em outros, já publicados, serve à intenção de atualizar apenas alguns aspectos.

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

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

Sobre as ligações que se estabelecem entre a mídia e as estruturas políticas de cada nação, a publicação aponta que as estruturas econômicas das nações dependem dos sistemas de comunicação contemporâneos. (AETATIS NOVAE, [1992] 2003, p.188).

Nesse sentido, o Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais tenta delimitar o papel das comunicações, apresentando algumas das possibilidades e dos campos de uso das mídias na missão evangelizadora da Igreja: 1) a serviço do homem e das culturas, promovendo a unidade e a compreensão mútua; 2) a serviço do diálogo com o mundo atual. A Igreja precisa comu-

nicar-se com o mundo, com diversos povos das mais distintas culturas; 3) a serviço da comunidade humana e do progresso social. A utilização dos meios de comunicação para propagar o evangelho favorece o desenvolvimento das pessoas e da sociedade humana; 4) a serviço da comunhão eclesial, garantindo, pelo uso dos meios de comunicação, o direito de fala e de expressão a todos os membros da comunidade e 5) a serviço de uma nova evangelização. Os meios de comunicação tornam-se imprescindíveis para a evangelização e para a catequese.

A Igreja realiza um apanhado das diversas realidades, entendidas como sombras nos meios de comunicação, bem como a constante necessidade de rever e avaliar, criticamente, tais ferramentas e seus produtos, observando os impactos e a interferência sobre a cultura em geral. Como principal mácula da mídia, o documento destaca a falta de solidariedade e de incentivo ao desenvolvimento integral da sociedade. Para a Igreja, o materialismo, o consumismo e a secularização falam mais alto em suas produções e em sua estrutura organizacional. Também questiona o direito à informação e às políticas de comunicação.

ÉTICA NA COMUNICAÇÃO

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

O primeiro destaca a preocupação da Igreja Católica com os rumos da publicidade, exortando os cristãos envolvidos na área a não trair o compromisso de promover o progresso autêntico e integral dos homens e da sociedade. Como a informação midiática está a serviço do bem comum, a sociedade tem o direito às notícias fundadas na verdade, na liberdade, na justiça e na solidariedade (ÉTICA NA PUBLICIDADE [1997] 2003, p.209).

O Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais também ressalta as contribuições positivas que a publicidade pode e que não deixa de oferecer (ÉTICA NA PUBLICIDADE [1997] 2003, p. 210). Um debate importante gira em torno do fato de a publicidade refletir os comportamentos e os valores culturais. Sobre esse assunto, a Igreja concorda que a publicidade e os *mass media*, em geral, funcionam como espelho dos costumes e da lógica social. Mas, num sentido mais amplo, ele não só reflete a realidade, mas também contribui para modelá-la, por vezes, a partir de uma imagem deformada (ÉTICA NA PUBLICIDADE [1997] 2003, p. 211).

Mais uma vez, a Igreja Católica ignora a dimensão política e econômica

dos *mass media* e apela ao bom senso, ao senso crítico e ao compromisso com o desenvolvimento, inexistente. Ao final do texto, apresentam-se propostas e medidas que se podem adotar para tornar a publicidade um bem, comum à sociedade.

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

O documento proporciona uma reflexão sobre as abordagens bíblicas que podem nortear as boas práticas na comunicação, reiterando, nesse sentido, alguns princípios éticos.

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

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

Dois anos após a publicação de Ética nas comunicações sociais (2000), o Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais lançou reflexões a respeito dos princípios éticos que devem nortear o uso da internet: Ética na Internet (2002). O documento traz aspectos de relevância quanto à reflexão sobre os princípios éticos, além de sugestões para alcançar determinadas metas, inclusive regulamentares, com vistas ao bem comum (PUNTEL, 2012, p.18).

A primeira afirmação do documento demonstra o quanto a Igreja Católica tem evoluído em sua reflexão sobre os meios de comunicação, o que só confirma nossa hipótese de que essa fase se marca pela reviravolta no

pensamento da instituição. A mudança que ainda ocorre, atualmente, nas comunicações implica, mais do que uma simples revolução técnica, a transformação completa de tudo o que é necessário para compreender o mundo que a envolve (ÉTICA NA INTERNET [2002] 2003, p.269).

Na sequência, a publicação ainda traz uma segunda afirmação de bastante peso e que nos faz compreender de que maneira a Igreja enxerga a internet. Os novos meios de comunicação constituem instrumentos poderosos para o enriquecimento educativo e cultural, para a atividade comercial e a participação política, para o diálogo e a compreensão intercultural (ÉTICA NA INTERNET [2002] 2003, p.269). Ao mesmo tempo em que a Igreja reconhece, abertamente, todas essas potencialidades, ela também chama a atenção para o fato de que esses meios podem ser usados para explorar, manipular, dominar e corromper (ÉTICA NA INTERNET [2002] 2003, p.270). Aqui se coloca a questão ética, sob cujo prisma, a Igreja mantém seu discurso a respeito da função primária dos meios de comunicação.

Assim como acontece com os outros meios de comunicação, a pessoa e a comunidade dos indivíduos são centrais para uma avaliação ética da Internet. Em relação à mensagem comunicada, ao processo de comunicação e às questões de estrutura e de sistema no campo das comunicações, o princípio ético fundamental é este: a pessoa e a comunidade humana são a finalidade e a medida do uso dos meios de comunicação social; a comunicação deveria fazer-se de pessoa a pessoa, para o desenvolvimento integral das mesmas (ÉTICA NA INTERNET [2002] 2003, p.270).

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

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

No mesmo dia e ano da publicação de Ética na Internet, o Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais lançou outro documento, intitulado *Igreja e Internet*, no qual a instituição afirma que a internet colabora com as transformações revolucionárias no comércio, na educação, na política, no

jornalismo e nas relações transnacionais e interculturais (IGREJA E INTERNET [2002] 2003, p. 254).

Para Puntel (2010), a Igreja estava decidida a entrar no novo milênio, buscando desenvolver um diálogo com a nova cultura midiática. Nesse sentido, ela avança, empreendendo novos caminhos para a evangelização e traçando diretrizes renovadas que orientem suas pastorais eclesiais. Tal processo ocorre a partir da escuta aos sinais dos tempos e da valorização da continuidade da obra da criação, através das invenções da inteligência humana (PUNTEL, 2010, p.58).

Na introdução, há contextualizações importantes sobre o interesse da Igreja Católica pela mídia e a trajetória percorrida. O tópico também é fortemente marcado por citações de diversos outros documentos da instituição.

Posteriormente, a publicação traz outro item, denominado *Oportunidades e desafios*. Nele, a Igreja reconhece a necessidade de aprofundar-se nos estudos para, de fato, compreender a Internet. Isso é necessário para que ela se possa comunicar, de forma eficaz, com os indivíduos — especialmente os jovens — que se encontram mergulhados na experiência da nova tecnologia. (IGREJA E INTERNET [2002] 2003, p.257).

O terceiro item, *Recomendações e Conclusão*, traz orientações da Igreja para seis grupos específicos: 1) líderes da Igreja; 2) agentes pastorais; 3) educadores e catequistas; 4) pais; 5) crianças e jovens; e 6) todas as pessoas de boa vontade.

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

Cerca de três anos após a publicação, o Papa João Paulo II lançou, no dia 24 de janeiro de 2005, a carta apostólica *Rápido desenvolvimento*, o último manuscrito do pontífice, já que, três meses depois, ele faleceu. Num tom positivo a respeito das comunicações sociais, o Papa demonstra consciência a respeito do rápido desenvolvimento das tecnologias no campo da mídia e retoma o pensamento do Magistério da Igreja sobre a comunicação (PUNTEL, 2012, p.24).

João Paulo II recupera a reflexão e o caminho percorrido pela Igreja Católica desde a publicação do decreto conciliar *Inter Mirifica*. A instituição manteve a fidelidade progressiva no seu entendimento sobre a comunicação durante quarenta anos. Como referência a esse processo, o pontífice destaca

as palavras do Papa Paulo VI no documento *Evangelii Nuntiandi*, no qual afirma que a Igreja se sentiria culpável diante do seu Senhor se não usasse esses poderosos meios (O RÁPIDO... [2005] 2012 p.25).

Talvez a maior contribuição da última carta do papa polonês consista na convocação da Igreja para que amplie sua compreensão sobre como utilizar a mídia para divulgar a mensagem cristã. Segundo ele, o Vaticano não deve usar os *mass media* apenas para difundir o Evangelho, mas também para integrar a mensagem salvífica à nova cultura que tais instrumentos criam e amplificam (O RÁPIDO... [2005] 2012 p.25).

Puntel (2012) afirma que a visão positiva de João Paulo II, entretanto, vem acompanhada do incentivo para usar os meios com o gênio da fé e da docilidade, à luz do Espírito Santo, a fim de criar vínculos de comunhão entre o povo e Deus (p.27). Em geral, o pontífice convoca a Igreja a amadurecer seu pensamento e sua prática quanto aos meios de comunicação, a fim de estabelecer a renovação pastoral nesse campo.

Destacamos, ainda, a eminente preocupação do pontífice tanto com a finalidade do uso dos meios de comunicação, quanto com a atenção pastoral aos profissionais do ramo. Frequentemente, eles se encontram sob pressões particulares e dilemas éticos [...]; muitos deles desejam conhecer e praticar o que é justo no campo ético e moral e esperam da Igreja, orientações e apoio (O RÁPIDO... [2005] 2012, p.28).

João Paulo II assim se dirigiu às pessoas que trabalham com a comunicação: “Não tenhais medo! Não tenhais medo das novas tecnologias! Elas se incluem entre as coisas maravilhosas, ‘*Inter Mirifica*’, que Deus pôs à nossa disposição para as descobrirmos, usarmos, fazer conhecer a verdade” (O RÁPIDO... [2005] 2012 p.30).

REVIRAVOLTA DE FRANCISCO

Depois de João Paulo II, a Igreja Católica teve dois pontífices, Bento XVI e Francisco. Ambos lançaram, a pedido do Concílio Vaticano II, mensagens apenas por ocasião do Dia Mundial das Comunicações Sociais, celebrado anualmente pelos católicos.

O Papa Francisco, no entanto, iniciou um processo bastante revolucionário entre o Vaticano e a mídia. No dia 27 de junho de 2015, anunciou a criação da Secretaria para a Comunicação da Santa Sé, órgão que iniciou, oficialmente, suas funções dois dias depois, no Palácio Pio, na Cidade do Vaticano.

O atual contexto comunicativo, caracterizado pela presença e pelo desenvolvimento dos meios de comunicação digitais, pelos fatores da convergência e da

interatividade, exige uma revisão do sistema informativo da Santa Sé, comprometendo-a numa reorganização que, valorizando aquilo que ao longo da história se desenvolveu no interior da estrutura da comunicação da Sé Apostólica, proceda decididamente rumo à integração e à gestão unitária.

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

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

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

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

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

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

Responsável pela condução da Secretaria, o Mons. Dario Edoardo Viganò, padre católico, de 54 anos de idade, oriundo da diocese de Milão, que se destacou como pesquisador da interface Comunicação e Religião na

Itália, com estudos sobre a Igreja e o cinema na Diocese de Milão, também foi diretor do Centro Televisivo Vaticano (CTV). Viganò atua como professor catedrático de Teologia da Comunicação, na Pontifícia Universidade Lateranense, de Roma.

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

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

A atual Secretaria de Comunicação possui diversos setores: Direção de Assuntos Gerais; Direção Editorial; Direção de Imprensa da Santa Sé; Direção de Tecnologia; e Direção de Teologia Pastoral.

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

- 1º. o cuidado e a gestão dos assuntos comuns dos departamentos;
- 2º. a administração, a organização e a formação de recursos humanos; 3º. a administração, o controle de gestão e o desenvolvimento de procedimentos internos;
- 4º. os assuntos legais na contratação, relativos aos direitos de propriedade intelectual e, em geral, a proteção dos direitos dos escritos, a voz sobre as fotos e as imagens de vídeo, bem como a proteção de posições legais, e tudo o mais necessário para as atividades da Secretaria de Comunicação, em conformidade com a legislação aplicável relativa à proteção dos direitos de autoria e sujeito às atuais competências da Secretaria de Estado, para as quais é necessária uma licença para continuar no campo de litígio;
- 5º. a administração das atividades produtivas do Secretariado Técnico para a comunicação, a logística em relação à matéria própria, à aquisição de bens e serviços, tendo em conta as prerrogativas do departamento competente;
- 6º. a coordenação de esforços e as participações internacionais de serviços e organismos ligados à Secretaria de Comunicação.

Art. 9 – A Direção Editorial é responsável por:

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

2º. o desenvolvimento estratégico de novas formas de comunicação; 3º. a integração efetiva da mídia tradicional com o mundo digital, com atenção constante à dimensão universal da comunicação da Santa Sé. **Art. 10** – A Direção de Imprensa da Santa Sé é responsável por:

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

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

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

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

2º. pesquisa e desenvolvimento de soluções inovadoras para acompanhar o ritmo da modernização tecnológica global;

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

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

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

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

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

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

4º. sensibilizar o povo cristão a tornar-se consciente, especialmente na celebração do Dia Mundial das Comunicações, sobre a importância dos meios de comunicação, na promoção da mensagem cristã e do bem comum. (ESTATUTO, 2016, tradução nossa).

CONCLUSÕES

Reconhecemos que, ao longo dos anos, a Igreja Católica adotou diversas posturas equivocadas com relação aos meios de comunicação, valendo-

-se de pressupostos morais, para criticá-los. Após o Concílio Vaticano II, a instituição passou por diversas mudanças do ponto de vista da estrutura, das práticas e do próprio discurso.

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

O próprio Papa João Paulo II assinou alguns documentos sobre a temática. Em nossa compreensão, isso sinaliza que a comunicação, nesse período, de fato, assumia um papel importante no contexto da Igreja Católica. Com o início do pontificado de Bento XVI, viveu-se um verdadeiro silêncio no tocante à comunicação, já que o papa continuou a produzir as mensagens somente na celebração anual do Dia Mundial das Comunicações Sociais, a pedido do Concílio Vaticano II.

Nesse período, não se publicou nenhum outro texto sobre a mídia. O mesmo cenário se repete com Francisco, com, no entanto, uma mudança significativa, no que diz respeito à comunicação: a macroestrutura da Igreja, a Santa Sé, iniciou um completo processo de transformação de seu funcionamento no âmbito da comunicação.

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

REFERÊNCIAS

AETATIS NOVAE. Instrução pastoral sobre as comunicações sociais no XX aniversário da *Communio et progressio* (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS – 22. fev. 1992). In: DARIVA, Noemi (Org.).

Comunicação Social na Igreja – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 183 - 208.

CARTA apostólica em forma de motu proprio⁶. Vatican, Vaticano, 27 jun. 2015. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/motu_proprio/documents/papa-francesco-motu-proprio_20150627_segreteria-comunicazione.html>. Acesso em: 19 out. 2016.

CRITÉRIOS DE COLABORAÇÃO ECUMÊNICA E INTER-RELIGIOSA NO CAMPO DAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS – 4. out. 1989). In: DARIVA, Noemi (Org.).

Comunicação Social na Igreja – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 161 - 172.

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

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

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

ÉTICA NA INTERNET (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES

SOCIAIS – 22. fev. 2002). In: DARIVA, Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 269 - 283.

ÉTICA NA PUBLICIDADE (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA A S COMUNICAÇÕES SOCIAIS – 22. fev. 1997). In: DARIVA, Noemi (Org.).

Comunicação Social na Igreja – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 209 - 227.

ÉTICA NAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS – 4. jun. 2000). In: DARIVA, Noemi (Org.).

Comunicação Social na Igreja – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 229 - 251.

IGREJA E INTERNET (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES

SOCIAIS – 22. fev. 2002). In: DARIVA, Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 253 - 267.

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

O RÁPIDO DESENVOLVIMENTO (PAPA JOÃO PAULO II – 24. jan. 2005). In:

PUNTEL, J. T. *Inter Mirífica*: texto e comentário. São Paulo: Paulinas, 2012. p. 24 – 30.

ORIENTAÇÕES PARA A FORMAÇÃO DOS FUTUROS SACERDOTES SOBRE OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (CONGREGAÇÃO PARA A EDUCAÇÃO CATÓLICA – 19. mar. 1986). In: DARIVA, Noemi (Org.).

Comunicação Social na Igreja – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 137 - 159.

PORNOGRAFIA E VIOLÊNCIA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS – 7. mai. 1989). In: DARIVA,

Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 161 - 172.

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

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

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

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

REDEMPTORIS MISSIO. CARTA ENCÍCLICA SOBRE A VALIDADE PERMANENTE DO MANDATO MISSIONÁRIO (PAPA JOÃO PAULO II – 7). dez.

1990). In: PUNTEL, J. T. **Cultura Midiática e Igreja**: uma nova ambiência. São Paulo: Paulinas, 2008.

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