



SEÇÃO: MULHERES NO CRISTIANISMO

A mulher religiosa no espaço público: apontamentos e reflexões de uma história contemporânea

The religious woman in the public space: notes and reflections of a contemporary history

La mujer religiosa en el espacio público: apuntes y reflexiones de una historia contemporánea

Helena Corazza¹

orcid.org/0000-0003-1581-1546
helena.corazza@paulinas.com.br

Recebido em: 06/05/2022.

Aprovado em: 18/06/2022.

Publicado em: 22/10/2022.

Resumo: O artigo se propõe a aprofundar e analisar o tema da mulher religiosa no espaço público, desenvolvido em palestra no Seminário "Mulheres no Cristianismo", que apresenta a intuição e a realização carismática do Bem-aventurado Tiago Alberione, fundador das Irmãs Paulinas na Igreja, no início do século XX, com a missão do anúncio e da comunicação do Evangelho pelos meios de comunicação social, equiparando a pregação oral à pregação escrita. Trata-se de um projeto realizado por mulheres consagradas, uma novidade para a época, assumido como apostolado para toda Igreja, no Concílio Vaticano II.

Palavras-chave: Mulher consagrada. Igreja. Comunicação. Mudanças culturais.

Abstract: Theme developed in a lecture at the Seminar "Women in Christianity" that presents the intuition and charismatic realization of Blessed James Alberione, founder of the Pauline Sisters in the Church, at the beginning of the 20th century, with the mission of proclamation, communication of the Gospel through the means of social communication, equating oral preaching with written preaching. Project carried out by consecrated women, a novelty for the time, assumed as an apostolate for the whole Church, at the Second Vatican Council.

Keywords: Consecrated woman. Church. Communication. Cultural changes.

Resumen: Tema desarrollado en una conferencia en el Seminario "Mujeres en el cristianismo" que presenta la intuición y realización carismática del Beato Santiago Alberione, fundador de las Hermanas Paulinas en la Iglesia, a principios del siglo XX, con la misión de anuncio, comunicación del Evangelio a través de los medios de comunicación social, equiparando la predicación oral con la predicación escrita. Proyecto realizado por mujeres consagradas, novedad para la época, asumido como apostolado para toda la Iglesia, en el Concilio Vaticano II.

Palabras clave: Mujer consagrada. Iglesia. Comunicación. Cambios culturales.

Introdução

O tema da mulher no cristianismo é amplo, complexo e concreto. Se o pensarmos hoje, do ponto de vista da participação das mulheres nas comunidades eclesiais, podemos dizer que, em sua maioria são mulheres. Mulheres que no início do cristianismo, desde o tempo de Paulo, foram convidadas a participar ativamente no anúncio do Evangelho. Basta lembrar-se de Lídia, que se converteu e se tornou discipula e seguidora de Jesus ressuscitado, na comunidade de Filipos (At 16,13-15).



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

¹ Instituto São Paulo de Estudos Superiores (ITESP), São Paulo, SP, Brasil; Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC), São Paulo, SP, Brasil.

Muitas são as mulheres que, pela cultura, aprendem o *cuidado* da saúde, da família, da alimentação, assumem também o *cuidado* da educação da fé, do anúncio do Evangelho, da animação de comunidades. Mulheres, tantas vezes, anônimas e, até, pouco reconhecidas, mas que carregam o amor à vida e a defendem de todas as formas: antes de nascer, no crescimento humano, espiritual, vocacional e social.

No contexto contemporâneo persistem desigualdades históricas em relação ao lugar da mulher na mídia, sobretudo, em narrativas com o ponto de vista predominante do homem, conforme estudos e relatórios disponíveis (FERREIRA, 2022). Entretanto, este artigo se propõe a dar visibilidade a um grupo de mulheres no cristianismo que, por carisma e vocação, são chamadas ao anúncio/comunicação do Evangelho, tendo os meios de comunicação social como mediadores, para que Jesus Cristo seja conhecido e amado por todos os seres humanos.

Os meios de comunicação social são considerados um espaço público onde se debatem as questões atuais e contribuem na formação da opinião. Este lugar, como na Ágora grega, reservado apenas aos homens livres, está sendo progressivamente ocupado pela mulher. O papa São João Paulo II compara o mundo das comunicações a areópagos nesta nova cultura, que precisa ser compreendida para que as sementes do Evangelho possam estar nela (RM 36c).

1. Resgate histórico da presença feminina na sociedade e na Igreja

A história da entrada da mulher na esfera pública da sociedade foi um processo gradativo. Pode-se dizer que data do século XVIII com Revolução Francesa, na busca dos direitos sociais, entre eles, o direito ao voto. Ela se amplia no início do século XIX na Europa e, por decorrência, no Brasil, com mulheres que refletem e buscam um lugar ao sol. Em nosso país, a história registra a presença significativa de mulheres, desde o Brasil

colônia, depois as famílias burguesas, mulheres em diferentes regiões e suas lutas, incluindo diferentes categorias, entre elas, educadoras, trabalhadoras e mulheres pobres.

Ao lado da emancipação da mulher em países como França, Estados Unidos e Inglaterra, a Itália também organizou movimentos na Igreja Católica, em favor da mulher. Martini (1995) relata que em um congresso em Viena, em 1907, a condessa polonesa Maria Teresa Ledóchowska (1863-1922), fundadora das irmãs Missionárias de São Pedro Claver, assinala com lucidez a irreversibilidade da evolução feminina e dos problemas sociais do seu tempo. Em 1909 surge, também na Itália, a Organização Católica Feminina e, em 1911, em reunião diocesana, em Alba, Norte do país, foram colhidas 2.046 adesões de 99 paróquias.

Quando emergiram os movimentos feministas na França e na Itália, entre os anos 1912-1915, o padre italiano Tiago Alberione escreveu um livro sobre a participação da mulher na Igreja, intitulado *A mulher associada ao zelo sacerdotal*, colocando a mulher ao lado do sacerdote, encarregado, até então, exclusivamente do cuidado pastoral. Nesse livro a imprensa é apresentada como apostolado (missão), aberta à mulher, uma vez que ela é dotada de cultura, pode escrever em boletins, jornais e revistas católicas, pode escrever livros, "romances morais", "opúsculos de propaganda" (ALBERIONE, 2001, p. 103). E, ao referir-se a essa missão o padre italiano explica: "Quero dizer diaconisas, quero dizer sacerdotisas!" (VADEMECUM, 1955 apud ALBERIONE, 1973, p. 92), títulos e funções atribuídos somente aos clérigos, no seu tempo e no contexto contemporâneo.

Importa aqui tornar conhecidos alguns pensamentos e projetos, avançados e pioneiros para o momento em que iniciaram, no começo do século XX, quando Tiago Alberione, fundador da Família Paulina² fundou, em Alba, a Congregação das Filhas de São Paulo (Irmãs Paulinas), que tem como carisma específico a evangelização (pregação) através dos meios de comunicação social.

² A Família Paulina é constituída por cinco congregações religiosas – Padres e Irmãos Paulinos (1914); Irmãs Paulinas (1915), Discípulas do Divino Mestre (1926), Irmãs Pastorinhas (1936), Irmãs Apostólicas (1960); quatro institutos seculares – Jesus sacerdote; Nossa Senhora da Anunciação; São Gabriel Arcanjo e Santa Família (1960); uma associação de fiéis leigos – Cooperadores Paulinos (1917).

Em meio às lutas pela busca do lugar da mulher, Tiago Alberione viu uma grande oportunidade, apoiou o voto para a mulher, amadureceu a sua visão e percebeu nela a profecia e o dinamismo que caracterizaria o carisma de suas instituições femininas. Ele afirma: "A mulher de hoje deve formar os homens de hoje; ir ao encontro às necessidades de hoje e servir-se dos meios de hoje" (ALBERIONE, 1973, p. 101).

A imprensa era o meio mais utilizado no início do século XX e na Igreja havia uma preocupação de como ingressar nela e colocá-la a serviço dos meios de comunicação como possibilidades para a pregação da Palavra de Deus, para evangelizar. Alberione, preocupado com as pessoas que não frequentavam a igreja, pensou nos meios de comunicação como forma de que a Palavra de Deus chegasse a elas. Com esta finalidade nasceu, em 1915, a congregação das Irmãs Paulinas, com o carisma específico de evangelizar através dos meios de comunicação social. Presente em 50 países dos cinco continentes, Paulinas é, hoje, uma presença significativa de mulheres consagradas, apóstolas, na cultura da comunicação contemporânea.

No contexto em que o socialismo e o modernismo se constituíam uma ameaça para o pensamento cristão, Alberione ousou inserir a mulher para somar nos propósitos da fé cristã e, especificamente, católica. Em 1908, ele afirma: "a arte e a imprensa, a palavra viva e a escrita são igualmente apostolado" (ALBERIONE apud MARTINI, 1995, p. 102). Há clareza de pensamento em relação à missão tanto para o homem quanto para a mulher, conforme o seguinte: "são necessários escritores, tipógrafos, cooperadores; são necessárias escritoras, tipógrafas e cooperadoras" (ROCCA apud MARTINI, 1995, p. 102).

2. Religiosas no espaço público

É neste contexto histórico que começa a congregação das Irmãs Paulinas e onde a mulher se torna protagonista de um novo modo de servir à Igreja e ao povo. Teresa Merlo (1896–1964) foi convidada para liderar este grupo desde o início. Proveniente da cidade de Castagnito, Norte da

Itália, era catequista com a missão de educar na fé e, em sua vida profissional, tinha um ateliê de costura. Como religiosa, ela recebeu o nome de Tecla, lembrando a discípula de São Paulo.

Chamada a levar adiante um grupo de mulheres consagradas a Deus na vida religiosa para evangelizar servindo-se dos meios de comunicação, muda radicalmente seu modo de atuar e inaugura uma nova forma de vida religiosa, não mais dedicada ao espaço privado, mas lançando-se no espaço público. O fato de as irmãs assumirem a redação e a impressão do jornal *La Valsusa*, na cidade de Susa, escrevendo, compondo os textos manualmente para a impressão, imprimindo e difundindo-o, até escandalizava as pessoas da época, acostumadas a ver as religiosas nos conventos, educando, cuidando da saúde e rezando.

Essa mudança do lugar da mulher consagrada no exercício de uma missão voltada ao espaço da evangelização pelos meios de comunicação representou, sem dúvida alguma, grande mudança cultural e na vida religiosa, que as Irmãs Paulinas foram assumindo gradualmente, inseridas no contexto dos avanços tecnológicos e culturais pelos quais a humanidade estava passando.

Coube a Irmã Tecla formar o primeiro grupo no campo espiritual, intelectual e apostólico. Alberione escreve:

Para iniciá-las no apostolado específico, algo inusitado para aquele tempo e, sob o ponto de vista puramente humano, difícil; no entanto, sob sua direção (de Tecla) formaram-se as escritoras, as conferencistas, as técnicas, as propagandistas, as especialistas em cinema e rádio (ALBERIONE, 1998, p. 107).

Para sustentar esta missão, Alberione concebeu e colocou como fundamento da vida paulina, uma espiritualidade centrada em Jesus Cristo Mestre, Caminho, Verdade e Vida (Jo 14,6), uma missão que emana de Cristo. O cultivo desta espiritualidade, leva o Cristo todo para o homem todo, de forma integral, na concepção do ser humano por inteiro, inteligência, vontade, sentimentos e corpo, forças físicas. Ele afirma que "Apostolado quer dizer dar a salvação à humanidade: Jesus Cristo, Verdade, Caminho e Vida" (ALBERIONE,

1973, p. 157). Esta espiritualidade transforma a materialidade com um novo sentido. Para ele "A máquina, o microfone, o vídeo, são nosso púlpito; a tipografia, a sala de produções, de projeção, de transmissão, são como que a nossa igreja" (ALBERIONE, 1973, p. 163).

3. Pregação oral e escrita – abertura com o Concílio Vaticano II

Este aspecto inovador no conceito da difusão da fé, de colocar no mesmo patamar a pregação feita de forma presencial nas igrejas com a realizada pela mídia, é conflitivo e pouco compreendido também na atualidade. Assim, refletindo sobre a missão de evangelizar pela mídia para os dias atuais, o religioso italiano da Sociedade São Paulo, Sívio Sassi, explicita que Alberione estabelece uma identificação e equivalência entre a "pregação oral" feita na paróquia territorial, espaço usual para instruir os fiéis, um contexto de comunicação interpessoal e de grupo, e a "pregação escrita" da paróquia paulina, incluindo aqueles que não frequentam a igreja, no âmbito da comunicação impressa e hoje multimídia e em rede (SASSI, 2003).

Explicando, a originalidade e as exigências do sentido da pregação pela mídia, Sassi escreve que uma das consequências é que deriva da identificação do carisma paulino com a pregação, o envolvimento pessoal e comunitário. Por isso, a pregação da mídia não pode ser uma atividade mercenária, pois requer o testemunho.

Alberione não quis dar à Igreja uma 'casa editora católica' que traria para o mercado produtos de mídia com rótulo católico. A originalidade da Família Paulina está em integrar missionários e missionárias de Jesus Cristo que pregam com a comunicação da mídia (SASSI, 2003).

Dai o sentido profundo da missão que, mesmo servindo-se dos recursos necessários à produção e à distribuição da mensagem como o comércio, a indústria e o marketing, não pode compactuar com o mercado, mas deve pautar-se pelos valores éticos e do Evangelho.

O Concílio Vaticano II, marco referencial de mudança para toda a ação da Igreja, foi referência

no campo da comunicação pois, pela primeira vez na sua história, um concílio tratou sobre o tema da comunicação, criando a expressão "comunicação social", querendo expressar que a comunicação não se reduz a meios e tecnologias, mas "deve ser considerada como processo entre os homens" (PUNTEL, 2010, p. 43). No dia 4 de dezembro de 2023, celebra-se sessenta anos da aprovação do decreto *Inter mirifica*, um passo decisivo da Igreja no sentido de assumir a comunicação, de modo oficial, como forma de apostolado, como afirma o papa Paulo VI, na apresentação do documento.

A Igreja com este decreto manifesta a capacidade de unir a vida interior à exterior, a contemplação à ação, a oração ao apostolado. Os meios de comunicação social são já inseridos como meio e documento no exercício do ministério pastoral e da missão católica no mundo (PAULO VI, 1963, p. 3).

Segundo Montero, a Igreja Católica, presente na cultura ao longo da história, foi aderindo à mídia e, sobretudo, a partir do Concílio Vaticano II, teve grande abertura para o mundo e passou a ter presença ativa. Ela "se reconcilia com a técnica e passa a defender avanços tecnológicos como caminho para o progresso mundial" (MONTERO, 1995, p. 231-232). Importa notar que a Igreja evoluiu no conceito de cultura, deslocando-o, antes pensado como erudição ou educação. Agora ela deixa "prevalecer o ponto de vista antropológico de cultura como dimensão do homem; todo homem, por mais ignorante que pareça, por mais *atrasado*, é portador de uma cultura que é preciso conhecer e compreender" (MONTERO, 1995, p. 232).

O tema envolve duas problemáticas desafiadoras que se colocam no campo da comunicação e da cultura, bem como no campo religioso. O primeiro está em colocar a mulher ao lado do homem, com igual competência e autoridade, na pregação pela mídia. Estabelece-se, dessa forma, uma equivalência entre o papel da mulher agora colocada ao lado do presbítero no trabalho pastoral, em pé de igualdade no que se refere ao trabalho antes reservado somente aos homens. O segundo é a equivalência entre a "pregação oral", feita de forma presencial nas

Igrejas, à "pregação escrita" (na época), extensiva a todas as mídias audiovisuais e, hoje, multimídia, no ciberespaço e nas redes.

4. A questão da cultura

Pesquisadores e pesquisadoras de diferentes áreas investigam o tema da mulher em áreas como gênero, trabalho e violência doméstica. Aspectos, que ainda hoje, são condicionados à questão cultural de uma sociedade pensada e pautada a partir do homem, de uma cultura androcêntrica. A Igreja também se debruçou sobre o tema na Campanha da Fraternidade, em 1990, quando trabalhou e refletiu "Mulher e homem à imagem de Deus", trazendo uma problemática existente, que inclui a influência cultural e religiosa na educação de homens e mulheres. O papa São João Paulo II escreveu "A cartas às mulheres" (1995) e mais de 20 mensagens sobre o assunto.

Mesmo que este artigo não trate da mulher na mídia secular, pois quer evidenciar uma visão profética no interno da Igreja Católica, em que as religiosas trabalham com autonomia em meios próprios e colaboram com terceiros, é importante um contraponto, trazendo as dificuldades que advém da cultura, pois, tanto na sociedade quanto na Igreja a presença da mulher na mídia é conquistada passo a passo a partir de sua competência. A conferência de Pequim, na China, em 1995, é um marco que continua repercutindo, uma vez que, segundo Nina Mandson (2015), mais de 20 anos depois, ainda observa-se "um cenário de profundas e intensas mudanças – tecnológicas, sociais, relacionais – capazes de, ao mesmo tempo, romper e manter estereótipos e arraigadas desigualdades". Mandson trabalha duas décadas a partir dos três eixos destacados na Plataforma de Pequim (ONU, 1995) como a imagem da mulher na mídia, a presença e a participação das mulheres nos meios de comunicação e o acesso das mulheres à tecnologia da informação (MANDSEN, 2015).

A mulher na Igreja procura seu lugar de participação, de inclusão, mesmo com dificuldades. No terceiro milênio, também dito o milênio feminino, é importante que homens e mulheres tomem

consciência da dívida social que pesa, quando não se trabalha o suficiente a inclusão. Um dos desafios, para a sociedade atual é a inclusão que exige de cada um, conversão constante ao outro, à alteridade, onde é chamado a viver no respeito. Empenho que requer da mulher o *cuidado* com a própria autoestima para colocar todos os dons a serviço da comunidade.

Há uma grande preocupação em relação à produção de conteúdo e a mulher, qual o seu lugar na produção da notícia? Quem produz e com que olhar é produzida? Desafios a serem enfrentados (WHO MAKES THE NEWS?, 2020). Sabemos, por outro lado, que é crescente a liderança que ela vem conquistando na sociedade, na política, nos espaços culturais, educacionais, como formadora de opinião, sobretudo nos meios de comunicação, também da Igreja.

Há um aspecto importante na missão paulina que tem como objetivo o anúncio do Evangelho para que Jesus Cristo seja conhecido e amado por todos e que não se restringe a publicações estritamente confessionais. A orientação ou filosofia editorial é de que não é preciso falar só de religião, mas falar cristãmente sobre tudo o que é de interesse do ser humano. E o Fundador insiste:

O nosso apostolado não visa apenas o progresso de cada alma, individualmente, sobretudo, criar uma mentalidade nova na sociedade, o que quer dizer, dar-lhe uma nova imagem, um novo rumo. Muitas vezes queremos ver apenas os frutos de uma alma em particular; o melhor fruto, todavia, é a mentalidade que vai se difundindo na sociedade: mentalidade cristã que gera sentimentos cristãos e vida cristã (ALBERIONE, 1973, p. 161).

Com este princípio aplicado à cultura torna-se evidente a reflexão sobre a necessidade de evangelizar a cultura também na relação entre homens e mulheres criando, portanto, uma nova mentalidade e, na mentalidade cristã, a exigência da igualdade e da fraternidade.

5. Presença das mulheres na mídia católica

Torna-se um pouco difícil mensurar o número de mulheres atuantes em mídias católicas: edi-

toras, revistas, emissoras de rádio, televisões, *internet*, como agentes pastorais e na pastoral da comunicação. São muitas as mulheres escritoras, docentes na área da comunicação, pesquisadoras, publicitárias, jornalistas e radialistas que atuam nos diferentes campos da mídia.

Para ampliar a reflexão sobre o lugar da mulher na mídia, trazemos uma pesquisa realizada em 1999 sobre Rádios no Brasil, mostrando que, nas cerca de 200 emissoras de Rádio que pertencem à Igreja Católica, 28% das funcionárias são mulheres e, 72%, homens. Esta pesquisa "Comunicação e Relações de gênero em práticas radiofônicas da Igreja Católica no Brasil" (CORAZZA, 1999) mostra, também, que as mulheres em evidência, com cargos de direção e apresentadoras, não chegam a 10%.

Além do mapeamento com dados quantitativos, a pesquisa de campo trabalhou a percepção do receptor a partir da atuação da mulher. Em diálogo com o ouvinte, a amostra foi colhida em duas emissoras: uma delas com diretor e tradição mais pautada por padrões masculinos, sobretudo a presença de apresentadores; outra cuja diretora era mulher e o programa de maior audiência, também apresentado por uma mulher (CORAZZA, 2000).

Entre as mulheres comunicadoras, produtoras e apresentadoras é comum a consciência de que o reconhecimento vem da competência com que exercem sua profissão, conforme este depoimento:

É o conhecimento, a competência, a forma legal e ética de lidar com as situações, admitir quando se está certo, quando se está errado, trabalhar com transparência, mostrando que quando a pessoa está capacitada para a função, ela passa a ter credibilidade e respaldo em todas as áreas de atuação, independente da área (CORAZZA, 2000, p. 124).

Sendo a mídia espaço público, articulador de processos culturais, espaço de debate dos problemas da sociedade, poderá favorecer a mudança de mentalidade em relação ao papel da mulher na sociedade e nas comunidades. Juntos, homens e mulheres podem e devem unir-se para construir uma nova comunicação

que se coloque, todos os dias, a serviço da vida e da solidariedade.

A presença da mulher nas comunicações, na Igreja, já faz história. Não obstante uma sociedade pautada culturalmente, a partir da ótica masculina, são muitas as mulheres que atuam nas diferentes áreas da comunicação, tanto nas leigas, ou grande imprensa, quanto nas mídias católicas, seja da área impressa, como radiofônica e televisiva, em convergência com a *internet* e redes sociais digitais.

6. A Imprensa no Brasil e a presença de Paulinas

O Brasil, no início do século XX, viveu a hegemonia da imprensa escrita. O pesquisador, Ismar de Oliveira Soares, em análise sobre a imprensa católica, em relação à Igreja Católica, classifica o período de 1900-1944, como um tempo "em busca do diário católico". Com a separação entre Igreja e Estado, formalizada na primeira Constituição republicana, os bispos e as associações religiosas se articulam para publicar um diário católico. Em 1909, a revista *Vozes* lançou no Brasil um apelo para a fundação de um centro da boa imprensa. "Aprovado o plano e os estatutos pelo Cardeal Arcoverde e pelo Episcopado brasileiro, confirmada a primeira Diretoria pela autoridade eclesiástica, inaugurou-se o *Centro da Boa Imprensa* em 29 de janeiro de 1910" (SOARES, 1988, p. 186).

A imprensa católica também chegou ao Brasil pelos Paulinos e Paulinas, em 1931, mas a primeira fundação fora da Itália. De 1915 a 1930, passando pela Primeira Guerra Mundial, a congregação procurou se estabelecer em diversas cidades italianas. Em 31 de outubro de 1931, as primeiras missionárias paulinas aportaram em Santos, SP, para iniciar a missão na cidade de São Paulo. Irmã Dolores Baldi foi a fundadora da missão no Brasil, acompanhada por Irmã Margarida. E o início foi o apostolado da Imprensa ajudando no jornal *La Squilla*, publicado pelos padres Paulinos, que haviam chegado meses antes. Aos poucos foram aprendendo a língua portuguesa e encontrando italianos no bairro do Brás, onde

difundiam publicações em italiano.

E as Paulinas foram fazendo seu caminho no apostolado da "Boa Imprensa". Com a chegada de mais duas irmãs, adquiriram uma pequena tipografia e, "em dezembro de 1934, saía o n. 0 de 'A Família Cristã', composta totalmente à mão, como aliás continuou a ser por muito tempo" (CILLARIO, 1981, p. 34). A revista, uma publicação mensal para a formação das famílias, permaneceu impressa até dezembro de 2020, passando depois para o digital. "O primeiro livro impresso na gráfica pelas Paulinas, em 1935, foi '*O mês de maio*'" (CILLARIO, 1981, p. 35). E as publicações continuaram com a difusão nas visitas às famílias, semanas bíblicas e livrarias, entendidas como lugares de encontro, centros de evangelização, "púlpitos", ou seja, lugares de pregação.

Em 1960, com a visita da cofundadora, Ir. Tecla Merlo, ao Brasil, tendo em vista a evangelização e a catequese pelo rádio, iniciaram o apostolado fonográfico com a gravadora, em Curitiba, PR, onde permaneceu até 1964, transferindo-se para São Paulo. Do vinil ao K7, CD, agora as produções estão disponibilizadas em plataformas digitais. Na missão de viver e comunicar Jesus Cristo Caminho Verdade e Vida ao mundo, as Irmãs Paulinas se orientam pelo pensamento do Fundador:

O mundo evolui rapidamente; os centros habitados, a cultura, o comércio vai mudando de lugar. Revoluções rápidas e pacíficas são feitas através da imprensa, do rádio, do cinema, da televisão, da aviação, dos movimentos políticos, sociais, industriais, da energia atômica... É preciso que a religião esteja sempre presente; devemos lançar mão de tudo para melhorarmos o teor de vida e na terra e para a glória no céu. Quem para ou vai para devagar, fica logo para trás; trabalhará em um campo onde o inimigo já terá feito a colheita (ALBERIONE, 1973, p. 158).

E na missão de comunicar o Evangelho, as Paulinas no Brasil, além das publicações, em sua vocação docente, dedicam-se a formar lideranças, multiplicadores com assessorias nas diferentes áreas, mediante aulas e cursos presenciais e em EAD. Foram criados centros de formação, na área

bíblica, o Serviço de Animação Bíblica (SAB); no campo da comunicação, o Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAAC); na área da Catequese, o Núcleo de Catequese Paulinas (NUCAP), além de outras programações pedagógicas na área da educação, da literatura infanto-juvenil, família, entre outras.

Entre as Irmãs Paulinas, pode-se dizer que a prioridade é a produção de conteúdo, colocada pelo fundador como prioridade, ou seja, o primeiro apostolado, caracterizado como "a redação". É ali que, segundo ele, acontece a genuína missão de comunicar Jesus Cristo, bem como na difusão. Entre as religiosas Paulinas, as produtoras de conteúdo o fazem em linguagem multimídia: em livros, músicas, vídeos, programas de rádio, cursos EAD e conteúdos diversos para redes sociais, na área bíblica, teológica, catequética, educativa, comunicacional, entre outras.³ Como a missão é comunitária, evita-se o estrelismo e a autorreferencialidade.

Considerações finais

Este artigo procurou refletir e evidenciar aspectos ainda pouco conhecidos sobre um grupo de mulheres consagradas e a sua atuação na evangelização pela mídia. Não objetivou tratar sobre a presença da mulher na grande imprensa. Mesmo assim, foram disponibilizadas algumas fontes recentes para consulta a quem desejar.

Foram algumas pinceladas para compartilhar uma experiência de vida religiosa missionária com os meios de comunicação, com mais de 100 anos de existência, 90 deles em terras brasileiras. Sem dúvida alguma, a visão profética de Alberione, no início do século XX, contribuiu no Concílio Vaticano II para o decreto *Inter Mirifica*, marco referencial e divisor de águas na visão da evangelização com os meios de comunicação social. Alberione participou do Vaticano II, como Superior Geral, e teve a alegria de acolher da Igreja este documento e sua contribuição para o apostolado católico no campo das comunicações sociais, bem como do lugar da mulher na

³ No Brasil, são mais de 50 religiosas que se dedicam à produção de conteúdo nas diferentes áreas, além de orientar e decidir em conselhos editoriais, sobre os conteúdos a serem publicados nas editorias multimídia pelos diversos autores e colaboradores.

comunicação do Evangelho.

Percebendo as possibilidades da mídia a serviço da fé, Alberione se serve dos meios de comunicação para a missão do anúncio do Evangelho, indo, por meios deles, onde as pessoas se encontram. Dessa forma, comunicação e cultura como proximidade e respeito à pessoa humana são marcantes no trabalho evangelizador da Igreja Católica.

Uma contribuição fundamental de Alberione na comunicação eclesial foi equiparar a palavra oral à palavra escrita, à imprensa, em sua época, e isso aplicado ao espaço sagrado da pregação das igrejas. Ele procurou fazer entender que a palavra proferida nas publicações em livros e outras mídias, tem a mesma validade daquela proferida nos púlpitos e, neste contexto, inseriu a mulher. Em uma carta circular de 1946, dirigida às Irmãs Paulinas, assim se expressou: "A missão de vocês, mulheres, é a continuação da missão de Jesus, o primeiro missionário enviado pelo Pai. A missão de você é quase infinita, ninguém a esgotará jamais. Procurem torná-la cada dia melhor" (BELÉM, 2002, p. 15).

Acompanhando as mudanças tecnológicas, culturais e sociais, tornam-se necessárias também mudanças nas estruturas e nos modos de exercer a missão. Entretanto, permanece a essência do mandato carismático: viver e comunicar Jesus Cristo, Caminho, Verdade e Vida com os meios e linguagens da comunicação social, acolhendo as novas formas que os tempos exigirem na sociedade contemporânea.

Referências

ALBERIONE, Giacomo. *La Donna associata allo zelo sacerdotale*. Milano: San Paolo, 2001.

ALBERIONE, Giacomo. *Abundantes diviziae graziae suae*. Roma: Società San Paolo, 1998.

ALBERIONE, Giacomo. *Pensamentos*. São Paulo: Ed. Paulinas, 1973.

BELÉM, M. de Lourdes. *Novo jeito de ser Igreja*. Missão e Mulher na obra de Padre Alberione. São Paulo: Paulinas, 2002.

CILLARIO, Stefanina (org.). *Irmãs Paulinas*. 50 anos a serviço do Evangelho. São Paulo: Paulinas, 1981.

CORAZZA, Helena. *Comunicação e Relações de Gênero em práticas radiofônicas*. São Paulo: Paulinas, 2000.

DARIVA, Noemi (org.) *Comunicação Social na Igreja* - documentos fundamentais. São Paulo, Paulinas, 2003.

FERREIRA, Amanda. Grupo da USP analisa dados sobre a presença e representação feminina na mídia. *Jornal da USP*, [S. l.], 13 set. 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/universidade/grupo-da-usp-analisa-dados-sobre-a-presenca-e-representacao-feminina-na-midia>. Acesso em: 27 jun. 2022.

MADSEN, Nina. *Mulheres e comunicação no Brasil: 1995 a 2015*. [S. l.]: Ipea, 2015. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/retrato/pdf/190215_tema_j_mulheres_e_comunicacao_no_brasil_1995_a_2015.pdf. Acesso em: 14 jul. 2022.

MARTINI, A. Catarina. *As Filhas de São Paulo*. Anotações para uma história. 1915-1984. São Paulo: Paulinas, 1995.

MONTERO, Paula. O problema da cultura na Igreja Católica contemporânea. *Estudos Avançados* 25, São Paulo, v. 9, p. 229-248. 1995.

PUNTEL, Joana T. *A Igreja e a democratização da Comunicação*. São Paulo, Paulinas, 1994.

SASSI, Silvio. *Linee edutiriali dell'única editrice multimediale paoline in América oggi*. São Paulo: 2003. [Manuscrito].

SOARES, Isamar de Oliveira. *Do Santo Ofício à libertação*. São Paulo: Paulinas, 1988.

SOUSA, Mauro Wilton de. *Novas Linguagens*. São Paulo: Editora Salesiana, 2001.

VVAA. *Donne e uomini oggi a servizio del vangelo*. Roma: Edizioni Centro Spiritualità Paolina, 1993.

WHO MAKES THE NEWS? Relatório final GMMP 2020-2021. In: *Who makes the News*. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://whomakesthenews.org/gmmp-2020-final-reports>. Acesso em: 27 jun. 2022.

Helena Corazza

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), em São Paulo, SP, Brasil. Professora do Instituto São Paulo de Estudos Superiores (ITESP), em São Paulo, SP, Brasil. Professora do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC), em São Paulo, SP, Brasil.

Endereço para correspondência

Helena Corazza
SEPAC – Serviço à Pastoral da Comunicação
Rua Dona Inácia Uchoa, 62, bl. A, 2º andar
Vila Mariana, 04110020
São Paulo, SP, Brasil

Os textos deste artigo foram revisados pela Poá Comunicação e submetidos para validação da autora antes da publicação.