

A IGREJA A CAMINHO NA COMUNICAÇÃO

THE CHURCH ON THE WAY IN COMMUNICATION

Joana T. Puntel*

Resumo

Na trajetória eclesial, a Igreja Católica sempre a considerou o tema comunicação como um elemento importante a ser contemplado, na sua especificidade. E os documentos da Igreja revelam a evolução do pensamento do magistério na área da comunicação, que passou por diversas fases de “desconfiança”, de “aceitação”, até a compreensão da necessidade do diálogo entre fé e cultura. Na atualidade, revela-se um grande esforço para adequar a linguagem, mas, sobretudo, a mudança de mentalidade, uma vez que na sociedade atual, entramos em um novo processo de comunicação, que exige a passagem da simples transmissão da fé, para um modelo de interatividade participativo. Um desafio para a evangelização.

PALAVRAS-CHAVE: Igreja Católica. Comunicação. Diálogo. Linguagem. Evangelização.

Abstract

In the ecclesiastical history concerning the theme of communication, the Catholic Church has always considered it as an important element to be included in its specificity. And the church documents reveal the evolution of the thought in teaching in the area of communication, which passed through several stages of “mistrust”, “acceptance”, in short the understanding of the need for dialogue between faith and culture. Currently, it is a great effort to adapt the language, but above all, the change in mentality, as we enter a new process of communication

* Joana T. Puntel é irmã Paulina. Possui graduação em Jornalismo, mestrado em Comunicação pela Universidade Metodista de S. Paulo – Umesp, doutorado em Comunicação pela Simon Fraser University (Vancouver, Canadá) e pós-doutorado pela The London School of Economics and Political Science (Londres, Inglaterra). É orientadora pedagógica do Serviço à Pastoral da Comunicação – Sepac, onde atua também como professora de pós-graduação; docente na Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação – Fapcom; membro da Equipe de Reflexão sobre Comunicação da CNBB; docente no ITESP. É pesquisadora, conferencista e dirige seminários na Pastoral da Comunicação no Brasil e no exterior e tem várias publicações.

in our society, which requires the passage of the simple transmission of faith to na interactive-participatory model. A challenge for evangelization.

KEYWORDS: *Catholic Church. Communication. Dialogue. Language. Evangelization.*

Introdução

Quando se examina a história da comunicação da Igreja, numa perspectiva da história social ou das relações entre a Igreja e a Comunicação, releva-se a importância de considerar a trajetória de tal relacionamento (Igreja e Comunicação), seja através de seus documentos, seja de sua prática. A seu modo, segundo os critérios e cultura da época, bem como o grau de compreensão da Igreja em cada período, esta, de certa forma, sempre se interessou pela comunicação. A diferença está na *maneira* com que ela se ocupou da comunicação através dos séculos. A trajetória é longa, diversificada, lenta por vezes, recrudescida por outras. Encorajadora em determinadas situações. Audaz em circunstâncias particulares.

Nesta minha exposição, ater-me-ei, brevemente, a quatro pontos que considero de grande valor e, portanto, pertinência para este artigo:

1. A crescente abertura da Igreja em relação à comunicação (sempre a partir dos documentos oficiais) e a evolução do seu pensamento sobre a comunicação.
2. Uma “reviravolta” no pensamento da Igreja sobre a comunicação: documento *Redemptoris Missio*, 37 c.
3. A progressiva insistência da Igreja na formação para a comunicação, presente nos documentos da Igreja.
4. Comunicação e evangelização: uma integração necessária. Desafios atuais.

1 A crescente abertura da Igreja em relação à comunicação

É possível identificar, de forma sintética, três fases, bem definidas¹ na trajetória da Igreja-comunicação. E, no momento atual, ousaríamos

¹ O estudo das quatro fases aqui apresentado baseou-se na análise de José Marques de Melo, “Igreja e Comunicação”.

acrescentar, em tal trajetória, uma quarta fase, como elucidaremos mais adiante.

Tais fases são colocadas no contexto dos novos instrumentos de reprodução simbólica, iniciando com a imprensa no século XV, de maneira que os novos meios de transmissão do saber vão sendo absorvidos, utilizados e instrumentalizados de acordo com o paradigma de comunicação da época. Acompanhando, então, as mudanças históricas que forçaram transformações na estrutura organizacional, tanto na sociedade como na Igreja, dá-se um confronto da instituição eclesial com os meios de comunicação. Assim temos a *primeira fase*, caracterizada por um comportamento da Igreja orientado para o exercício da censura e da repressão. Período extenso e intenso, projetado através da Inquisição. Nesta fase, a Igreja é a intermediária entre a produção do saber (não somente o teológico) e a sua difusão na sociedade.

Uma *segunda fase* demonstra mudanças profundas caracterizadas pela aceitação desconfiada dos novos meios. O exercício do controle sobre a imprensa, a vigilância sobre o cinema e o rádio marcaram a trajetória da Igreja na época. Entretanto, a sociedade, que se transformava rapidamente, impelia a Igreja a “adaptar-se aos novos tempos” e o comportamento eclesial sofre alterações: “começa a aceitar, ainda que desconfiadamente, os meios eletrônicos”. Sobretudo, começa a fazer uso, a servir-se dos meios para a difusão das suas mensagens.

Na *terceira fase*, encontramos um ritmo veloz: é a velocidade com que as transformações sociais e tecnológicas acontecem. O imperativo para a Igreja “acertar o passo” e adaptar-se ao mundo contemporâneo apresenta-se sob a necessidade imperiosa de “aggiornamento” que emerge do Vaticano II. No campo da comunicação, dá-se uma mudança brusca de rota, se comparada ao comportamento anterior. Trata-se, até certo ponto, de um “deslumbramento ingênuo”, segundo Marques de Melo, porque a atitude da Igreja moldava-se na recusa da comunicação. “De repente, ela assume a postura de que é preciso evangelizar..., utilizando os modernos meios de comunicação... Admite que a tecnologia da reprodução eletrônica pode ampliar a penetração da mensagem eclesial...”²

Trajétória de pensamento – Referindo-nos mais especificamente aos documentos da Igreja, a pesquisa nos revela que, nos 1500 anos que separam os primórdios da Igreja da era de Gutenberg, Enrico

² *Ibid.*, p. 62-63.

Baragli menciona 87 documentos oficiais.³ Esses visam a ditar normas para imperadores, reis, bispos e fiéis, a fim de orientá-los de como se posicionar frente aos escritos, aos livros e ao teatro.⁴

Depois da introdução da imprensa, a atenção da Igreja volta-se para os meios de comunicação impressos. Em 1487, Inocêncio VIII publica o *Inter Multiplices*, no qual define o pensamento da Igreja sobre os meios de comunicação escritos e como abordá-los. O papa estava preocupado com a vida espiritual dos católicos e via no advento da imprensa uma nova tecnologia que poderia ameaçar o controle eclesiástico da produção cultural de seu tempo. Em 1766 o papa Clemente XIII, referindo-se ao perigo das obras (impressas) de cunho anticristão, escreveu a encíclica *Christiane Reipublicae*, na qual essas obras eram condenadas e também eram reafirmados os deveres dos bispos em combater a literatura imoral.

Leão XIII teve uma abordagem que ia além das lamentações oficiais do passado. Ele enfatizou o fato de que era necessário opor “escrito a escrito”, “publicação a publicação”, e falou muitas vezes dessa postura aos bispos de diferentes regiões.

Nesse sentido, a Igreja Católica começou a proclamar a fé cristã através dos meios ao seu dispor, como vias alternativas para difundir sua missão.⁵ A postura eclesial era a de usar as tecnologias dos meios de comunicação como um “campo de batalha”. A Igreja raciocinou do seguinte modo: Se a sociedade estava utilizando os meios de comunicação social para difundir o mal, então a Igreja também deveria usar esses mesmos recursos para difundir a boa mensagem, de modo a combater esse mal.⁶

A Igreja teve sérias dificuldades em reconhecer os valores positivos nos meios de comunicação e em perceber suas potencialidades para atuar como instrumentos na defesa da dignidade dos seres humanos.

³ Os documentos da Igreja apresentam-se com diferentes nomes, de acordo com seus propósitos. Por exemplo, “encíclica” é uma carta do papa dirigida a todas as comunidades dos fiéis. Os “decretos” são documentos de significado prático, expondo disposições disciplinares. Diferem das “constituições”, que apresentam visões teológicas abrangentes, com verdades doutrinárias. “Declarações” são definições de princípios particulares (T. Burke “Communications”. *The Documents of Vatican II*. New York: Association Press, 1966, p. 137).

⁴ Enrico Baragli. *Comunicazione, Comunione e Chiesa*. p. 54-113.

⁵ José Marques de Melo. “Igreja e Comunicação” *Comunicação, Igreja e Estado na América Latina*, *op.cit.*, p. 62.

⁶ Benito Spoletini. *A missão num mundo em mudança*. p. 144.

De qualquer maneira, apesar de sua forte atitude negativa, a Igreja começou, lenta e gradualmente, a **perceber a utilidade dos meios eletrônicos de comunicação**, na difusão de suas mensagens, e a servir-se deles. Durante o período de 1878 a 1939, a Igreja mostrou alguma flexibilidade em relação à imprensa e às novas tecnologias de comunicação, particularmente ao cinema e ao rádio,⁷ mas ainda se movia com cautela. A evolução do cinema no início do século XX impressionou Pio XI, que se tornou pessoalmente interessado na recente invenção. Essa nova tecnologia de comunicação levou-o a criar a Organização Católica Internacional para o Cinema (OCIC) em 1928. Sua encíclica *Vilanti Cura* (1936), dirigida inicialmente à hierarquia eclesiástica dos Estados Unidos, menciona o poder e o potencial do cinema como tecnologia de comunicação. O documento faz alusão às experiências da “Legião da Decência”, que tinha sido formada com a finalidade de combater a produção de filmes moralmente prejudiciais.⁸ Realmente, alguns progressos já tinham sido alcançados em relação à atitude defensiva da Igreja, mas não havia ainda confiança plena no novo meio, nem mesmo uma tentativa de abordá-lo de maneira diferente e mais positiva.⁹

Passaram-se vários anos e houve muitas discussões para mudar as opiniões da Igreja sobre os meios de comunicação, considerados simplesmente meios de difusão de mensagens negativas e “do mal”. Foi somente com o papa Pio XII (1939-1958) que a Igreja aprofundou e ampliou suas reflexões sobre as relações sociais dentro de uma sociedade democrática e sobre o papel da informação na constituição da opinião. De fato, o tema da opinião pública foi abordado em muitas palestras de Pio XII aos profissionais da comunicação. Convencido pela influência dos meios de comunicação de massa e por seu grande significado, Pio XII escreveu a proeminente encíclica *Miranda Prorsus* (segunda encíclica sobre a comunicação no séc. XX-1957), sobre comunicação, destacando o cinema, o rádio e a televisão. O documento evidencia “grande capacidade de análise e uma postura positiva em relação aos meios eletrônicos, ao seu potencial e às exigências pastorais que delas

⁷ Por exemplo, a rádio Vaticana foi fundada em fevereiro de 1931, sob o pontificado de Pio XI.

⁸ Anteriormente a esta abordagem oficial, em *Vigilanti Cura*, Pio XI havia se referido ao cinema em várias ocasiões, especialmente em suas encíclicas *Divini Illius Magistri* (1929) e *Casti Conubi* (1930).

⁹ Benito Spoletini. *A missão...op.cit.*, p. 144.

derivam”.¹⁰ (Segundo alguns pesquisadores, é a primeira vez que a Igreja dá as boas vindas aos meios de comunicação.) Na verdade, é neste documento que vamos encontrar a gênese da *Pastoral da Comunicação* (Já se fala na necessidade de formar os espectadores).¹¹

1.1 *Comunicação: primeira vez num concílio*

Inter Mirifica: Aceitação oficial da Igreja aos meios de comunicação¹²

O decreto *Inter Mirifica* é o segundo dos dezesseis documentos publicados pelo Vaticano II. Aprovado em 4 de dezembro de 1963, assinala a primeira vez que um concílio geral da Igreja se volta para a questão da comunicação. Pela primeira vez, um documento universal da Igreja assegura a *obrigação* e o *direito* de ela utilizar os instrumentos de comunicação social. Além disso, o *Inter Mirifica* também apresenta a primeira orientação geral da Igreja para o clero e para os leigos sobre o emprego dos meios de comunicação social. Havia agora uma posição oficial da Igreja sobre o assunto:

A Igreja Católica, tendo sido constituída por Cristo Nosso Senhor, a fim de levar a salvação a todos os homens e, por isso, impelida pela necessidade de evangelizar, considera como sua obrigação pregar a mensagem de salvação, também com o recurso dos instrumentos de comunicação social, e ensinar aos homens seu correto uso. Portanto, pertence à Igreja o direito natural de empregar e possuir toda sorte desses instrumentos, enquanto necessários e úteis à educação cristã e a toda a sua obra de salvação das almas... (IM 3).

O documento refere-se aos instrumentos de comunicação, tais como imprensa, cinema, rádio, televisão e outros meios semelhantes, que também podem ser propriamente classificados como meios de comunicação social (IM 1). Ao enumerar esses meios, no entanto, o decreto refere-se ao que fora comumente classificado como meio de

¹⁰ Noemi Dariva (org.). *Comunicação Social na Igreja – Documentos fundamentais*. p. 33.

¹¹ Durante o pontificado de Pio XII, houve 46 diferentes intervenções sobre o cinema, que mostravam o interesse crescente da Igreja pelo papel das ciências sociais, especialmente a sociologia e a psicologia, na interpretação dos fenômenos cinematográficos (Enrico Baragli. *Comunicazione e Chiesa, op. cit.*, p. 572. Maiores comentários em Ismar O. Soares. *Do santo ofício à libertação*. p. 80.

¹² Joana T. Puntel. *A Igreja e a democratização da comunicação*, p. 53-62.

comunicação de massa até aquela data. Nenhuma atenção é dada, no documento, às forças que articulam os meios de comunicação, por exemplo, anúncios, marketing, relações públicas e propaganda.¹³

Com a finalidade de demonstrar quanto e como o tema *comunicação* se posicionava naquele período histórico da Igreja, e qual era a sua compreensão sobre tal assunto, faz-se necessário observar que o decreto *Inter Mirifica* foi preparado antes da primeira sessão do Vaticano II pelo Secretariado Preparatório para a Imprensa e Espectáculos (novembro de 1960 a maio de 1962). O esboço do documento foi aprovado pela Comissão Preparatória Central do Concílio. Posteriormente, em novembro de 1962, o documento foi debatido na primeira sessão do concílio e o esquema aprovado, mas o texto foi considerado muito vasto. A drástica redução do texto é permeada por profundas conotações e deixa margem para as mais variadas conclusões. O texto de 114 artigos foi reduzido para 24 artigos e submetido novamente à assembleia em novembro de 1963. A apuração dos votos registrou 1.598 “sim” contra “503 “não”. Entretanto, ao contrário de demonstrar que isto seria um “ganho folgado”, é preciso relevar que o *Inter Mirifica* foi o documento do Vaticano II aprovado com o maior número de votos contrários.¹⁴

O alto nível de oposição ao decreto, segundo o estudioso Baragli, foi atribuído à publicação simultânea de várias críticas ao documento, feitas por jornalistas em diversos jornais influentes da Europa e dos Estados Unidos. Houve três correntes de crítica: uma francesa, outra americana e uma terceira alemã. A francesa se opunha ao esquema do decreto, alegando, em diferentes versões, que o esquema carecia de conteúdo teológico, de profundidade filosófica e de fundamento sociológico.¹⁵ (*Naturalmente, sempre que se perde de vista a interdisciplinaridade da comunicação, a tentação é compreendê-la ou reduzi-la de acordo com esta ou aquela disciplina. Também, atualmente, poder-se-ia aprofundar muito o diálogo entre comunicação e teologia, se trilharmos caminhos desprovidos de reduções e preconceitos.*)

A segunda corrente, americana, afirmava que o documento não haveria de trazer mudanças significativas, uma vez que o texto “não

¹³ Thomas BURKE. “Communications”, *The Documents of Vatican II*. p. 319.

¹⁴ E. BARAGLI. *L’Inter Mirifica* (Studio Romano della Comunicazione Sociale, Roma, 1969). Baragli foi um dos membros da Comissão Preparatória desse documento.

¹⁵ *Ibid.* p. 144.

continha posições inovadoras”. Dizia-se que o documento proclamava oficialmente “um conjunto de pontos previamente afirmados e pensados em nível mais informal”.¹⁶ A surpresa dos jornalistas americanos residia também e especialmente no artigo 12 do decreto que trata da liberdade de imprensa.¹⁷ Decididos a fazer com que o documento não fosse aprovado, os jornalistas americanos elaboraram um folheto mimeografado, no qual o esquema era julgado vago e trivial, falando de uma imprensa inexistente, vista apenas como uma exortação pastoral. Chegaram a alertar que o decreto, “assim como está agora” demonstrava à posteridade a incapacidade do Vaticano II de enfrentar os problemas do mundo atual.¹⁸

A oposição alemã, assinada por 97 padres de diferentes regiões, manifestou-se, mediante uma carta dirigida à Décima Comissão Conciliar, responsável pela redação do documento, propondo um novo estudo e um novo esquema. O grupo alemão também lançou uma circular, que foi distribuída na Praça São Pedro momentos antes da sessão conciliar. A circular se caracterizava pelo pedido aos bispos para optar pelo *non placet* (não satisfaz) porque o esquema era indigno de figurar entre os decretos conciliares, pois não refletia os anseios do povo e dos entendidos no assunto.

A manifestação pública dos jornalistas franceses, americanos e alemães teve forte influência sobre os bispos participantes do Vaticano II. Como mencionamos previamente, o *Inter Mirifica* foi aprovado com o maior número de votos negativos dado a um documento do Vaticano II.

Ainda que o texto original do *Inter Mirifica* tenha sido tão reduzido, o documento foi mais positivo e mais matizado do que os demais documentos pré-conciliares.¹⁹

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Para maiores informações sobre a presente questão, pode-se consultar a tese de doutorado de Joana T. Puntel, *A Igreja e a democratização da comunicação, op.cit., 1984.*

¹⁸ Mensagem dos jornalistas americanos distribuída na Praça São Pedro, em 16 de novembro de 1963, citada em E. Baragli, *op. cit.*, p. 168.

¹⁹ John O. MILLS. “God, Man and Media: on a problem when theologians speak of the modern world” in *Sociology and Theology – alliance and conflict*. Os 24 artigos que compõem o decreto conciliar estão assim divididos: uma breve introdução (2 artigos); o capítulo 1º, com 10 artigos destinados à doutrina; o capítulo 2º, com 10 artigos referente à ação pastoral; e os 2 artigos da conclusão.

A introdução do documento usa a terminologia “comunicação social”,²⁰ preferindo-a a “meios audiovisuais”, “técnicas de difusão”, “mass media”, ou “comunicação de massa”, que parecem discutíveis e ambíguos por sugerirem a “massificação”, como se esta fosse decorrência inevitável da utilização dos instrumentos de comunicação social. Tal preferência baseou-se no fato de que o decreto queria referir-se a todas as tecnologias de comunicação; mas também usou um conceito de tecnologia que não se atenha apenas às técnicas ou à difusão destas, mas incluía os atos humanos decorrentes, que são, no fundo, a principal preocupação da Igreja em seu trabalho pastoral. A Igreja quis assumir assim uma visão mais otimista da comunicação frente às “questões sociais”. A comunicação não pode reduzir-se a simples instrumentos técnicos de transmissão, mas deve ser considerada como um processo de relacionalidade entre os homens.

Tal intenção foi sem dúvida importante, mas, ao longo de sua história, e, ainda hoje, a Igreja continua, em grande parte, “presa” ao discurso dos instrumentos, à utilização das técnicas, enquanto o discurso da comunicação já se tornou mais amplo e complexo, incluindo uma gama de variedades e interferências na cultura midiática atual.

A maior contribuição do *Inter Mirifica*, na nossa opinião, foi sua assertiva sobre o *direito de informação*:

É intrínseco à sociedade humana o direito à informação sobre aqueles assuntos que interessam aos homens e às mulheres, quer tomados individualmente, quer reunidos em sociedade, conforme as condições de cada um (IM 5).

Considerado, provavelmente, como a mais importante declaração do documento, este trecho demonstra que o direito à informação foi visto pela Igreja não como um objeto de interesses comerciais, mas como um bem social. O primeiro capítulo do *Inter Mirifica* também aborda temas como a opinião pública, já considerada anteriormente por Pio XII. E dirige-se ao público em geral, não apenas ao que está ativamente envolvido com os meios de comunicação, mas também ao receptor das mensagens.

²⁰ As diferentes traduções do *Inter Mirifica* usam muitas vezes “meios” em lugar de “instrumentos”, e de “massa” ao invés de “social”.

O *Inter Mirifica* volta-se, também, para a ação pastoral da Igreja em relação aos instrumentos de comunicação social. Tanto o clero quanto o laicato foram convidados a empregar os instrumentos de comunicação no trabalho pastoral. Enumeram-se então diretrizes gerais, referente à educação católica, à imprensa católica e à *criação de secretariados diocesanos, nacionais e internacionais, de comunicação social, ligados à Igreja (IM 19-21)*.

O *Inter Mirifica* incentivou também a criação de um *Dia Mundial das Comunicações* para a instrução do povo no que tange à reflexão, discussão, oração e deveres em relação às questões de comunicação (IM 18). Do mesmo modo, determinou-se a elaboração de uma nova orientação pastoral sobre comunicação, “com a colaboração de peritos de várias nações”, sob a coordenação de um secretariado especial da Santa Sé para a comunicação social (IM 23). Criou-se, assim, por Paulo VI, em 1964, uma Comissão Mundial, que, de Secretariado, passou a chamar-se *Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais* (que é permanente no Vaticano).

1.2 *Nos passos do Concílio...*

Tal Conselho preparou, então, o próximo documento da Igreja sobre a Comunicação, a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, como resposta pastoral ao decreto *Inter Mirifica* (1963), promulgada pelo papa Paulo VI em 1971. Trata-se de um documento pastoral e é considerado um dos textos mais positivos da Igreja sobre a comunicação social. O documento, marcado pela abertura que caracterizou os documentos do concílio, mas sobretudo pela evolução das mentalidades nos anos seguintes, desenvolve-se em 187 artigos e distingue-se do decreto *Inter Mirifica* particularmente por seu estilo não normativo, mas pastoral.

Naturalmente que o texto retoma as grandes convicções do *Inter Mirifica* em relação à mídia, completando-as e apresentando-as de uma forma mais coerente e compreensível. A instrução é relevante, ainda, pelo seu tom e pelo desenvolvimento dos caminhos segundo os quais a ação pastoral deve utilizar os meios de comunicação: a esperança e o otimismo são dominantes e o caráter moralizador e dogmático desaparece.

Sobressai no documento, como uma de suas características principais, o fato de que ausculta a sociedade contemporânea, levantando questões sobre a presença das tecnologias da comunicação no mundo circundante: “(...) a Igreja deve saber como reagem nossos

contemporâneos, católicos ou não, aos acontecimentos e correntes de pensamento atual” (CP 122). Uma terceira característica desse documento é que ele considera as peculiaridades de cada veículo de comunicação, inclusive o teatro. Leva em conta a situação psicossocial dos usuários na elaboração de projetos de comunicação para a Igreja, pois “todos esses fatores exigem, por parte da pastoral, uma atenta consideração” (CP 162) e o povo deve ser atendido por um “pessoal bem preparado” (CP 162). Finalmente, a *Communio et Progressio* ressalta que a comunicação social é um elemento que articula qualquer atividade da Igreja, reconhecendo a legitimidade da formação da opinião pública dentro dela.²¹

De 1971 a 1989 a Igreja, praticamente, silenciou em termos de documentos sobre a comunicação.²² São 18 anos, numa época caracterizada por profundas transformações no campo midiático, em que assistimos a passagem da era analógica para a era digital.

Em 1989²³ foi publicado *Pornografia e violência nos meios de comunicação*, como uma resposta pastoral aos crescentes desafios que se apresentam, ligados à questão da comunicação. Neste documento, são tratados, de maneira sistemática e extensa, a pornografia e a violência em todos os meios de comunicação, descrevendo os seus efeitos, as causas e as possíveis soluções.

Enfim, em 1992 veio a instrução pastoral *Aetatis Novae*, breve, se comparada à *Communio et Progressio*, e que sintetiza aspectos e elementos fundamentais no campo da comunicação, fazendo emergir, sobretudo, a necessidade de uma pastoral, seja “da” como “na” comunicação. *Aetatis Novae*, à luz dos documentos precedentes, estimula, encoraja, apresenta princípios e perspectivas pastorais, planos para uma eficiente pastoral da comunicação.

O texto não apresenta uma fluidez como a primeira Instrução Pastoral e muitas coisas parecem ser repetitivas ou simplesmente transcritas de documentos anteriores. Mas, além de trazer um anexo como subsídio para a Pastoral da Comunicação, esse documento dá

²¹ Para análise completa da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, pode-se consultar *Comunicação: diálogo dos saberes na cultura midiática* de Joana T. Puntel.

²² É justo dizer, entretanto, que, anualmente, por ocasião do Dia Mundial das Comunicações, o Papa apresenta uma mensagem, de onde se pode, também, colher o pensamento do magistério sobre a comunicação.

²³ Também em 1989, foi publicado o documento *Crítérios de colaboração ecumenical e inter-religiosa no campo das comunicações sociais*.

uma atenção à pastoral com os profissionais dos meios de comunicação, que frequentemente são “expostos a pressões psicológicas e particulares dilemas éticos” (nn. 19,29,33).

Na trajetória da relação Igreja-Comunicação, percebe-se que a Igreja demonstra uma progressiva preocupação com a questão ética nas comunicações. Assim em 1997 o Pontifício Conselho para as Comunicações publica *Ética na Publicidade* e, no ano 2000, publica *Ética nas comunicações sociais*. E, em 2002, publica *Igreja e Internet* e, ao mesmo tempo, *Ética na Internet*.

No documento *Igreja e Internet*, a Igreja identifica a internet como “o novo fórum para a evangelização” e em *Ética na Internet* afirma que “a Internet é o mais recente, e sob muitos pontos de vista, o mais poderoso de uma série de instrumentos de comunicação (...). Ela tem consequências enormes para os indivíduos, as nações e o mundo em geral” (n. 2).

O último documento sobre a comunicação, *Orápido desenvolvimento*, é uma carta apostólica de João Paulo II, de janeiro/2005, publicada 3 meses antes de sua morte.

2 Uma “reviravolta” no pensamento da Igreja sobre a comunicação: documento *Redemptoris Missio*, 37, c

O que não poderíamos deixar de considerar, entretanto, é o fundamental aspecto que constituiu (e constitui) a grande “reviravolta” da reflexão do magistério eclesial em relação ao mundo da comunicação e que, consideramos como uma nova *fase da relação Igreja-Comunicação*, já presente nos dois últimos documentos, que apresentamos.

Um estudo mais aprofundado das orientações da Igreja nos leva a perceber que, na história dos documentos e pronunciamentos do magistério, com respeito às comunicações sociais, uma significativa evolução de pensamento começa a tomar corpo.

Mesmo no que diz respeito aos *new media*, a Igreja começa a expressar-se com mais clareza a respeito do impacto que eles têm na construção social, tanto que a Igreja passa a refletir sobre a comunicação (e aqui está a novidade!) não mais de forma restrita ou somente como “meios” ou “instrumentos” (isolados) a serem usados ou dos quais precaver-se. Mas ela refere-se a como relacionar-se num “ambiente” no qual estamos imersos e do qual participamos. Trata-se de uma cultura, a *cultura midiática*.

Vamos encontrar a iluminante “revolução” de pensamento não em um documento específico sobre a comunicação, mas em um texto dedicado ao novo enfoque de missão da Igreja no mundo atual, a encíclica *Redemptoris Missio* (1990) que, ao referir-se aos novos “areópagos” modernos como lugar de evangelização (missão), coloca o mundo da comunicação em primeiro lugar e insiste no novo contexto comunicativo como uma “nova cultura”. Assim afirma o documento:

O primeiro areópago dos tempos modernos é o *mundo das comunicações...* 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 este areópago: deu-se preferência a outros instrumentos para o anúncio evangélico e para a formação, enquanto os mass-media foram deixados à iniciativa de particulares ou de pequenos grupos, entrando apenas secundariamente na programação pastoral. *O uso dos mass-media, no entanto, não tem somente a finalidade de multiplicar o anúncio do Evangelho: trata-se de um fato muito mais profundo* porque a própria evangelização da cultura moderna depende, em grande parte, da sua influência. *Não é suficiente, portanto, usá-los para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nesta «nova cultura», criada pelas modernas comunicações. É um problema complexo, pois esta cultura nasce, menos dos conteúdos do que do próprio fato de existirem novos modos de comunicar com novas linguagens, novas técnicas, novas atitudes psicológicas...* (RM 37, c).²⁴

Tal referência do magistério eclesial é sinal de uma “mudança” na compreensão da relação entre Igreja e mídia: não mais desconfiança, nem simples lógica instrumental. A Igreja afirma o modo de comunicar de forma inculturada “na” e “pela” “cultura midiática”. É uma expressão que carrega um novo conceito seja para o esforço e o estímulo em usar os mídia, seja para disponibilizar cursos de formação para aprender a usar os *new media*.

Trata-se, porém, *de algo mais*, um ir além: depois do período do “uso” (e do desprezo e rejeição por parte de alguns), chegou o momento de adquirir mais profundamente a cultura e a linguagem dos mídia. Portanto, a novidade dos últimos documentos da Igreja consiste em

²⁴ A ênfase é minha.

compreender os mídia como uma *cultura* dos nossos tempos.²⁵ De fato, vivemos em uma nova “mídiaesfera”, “*onicompreensiva*” e global, que representa “a nova infraestrutura no interior da qual a humanidade está criando novas redes de comunicação e relação, e ao mesmo tempo está lutando para conservar certo senso de dignidade humana”.²⁶

3 A progressiva insistência da Igreja na formação para a comunicação

Na realidade, uma leitura atenta dos documentos da Igreja sobre a comunicação revela-nos que, a seu modo, a Igreja, desde a encíclica sobre o cinema *Vigilanti Cura*, se preocupou com o receptor (mesmo mediante o incentivo para que se criassem, em todos os países, órgãos nacionais que se ocupassem da “boa indicação” de filmes para os telespectadores). Assim também, em 1957, a *Miranda Prorsus* demonstra preocupação na formação do telespectador. É no decreto *Inter Mirifica* que a Igreja se torna mais explícita a respeito da formação, agora com uma diferença – a de que os sacerdotes e leigos não somente cuidem dos receptores, **mas se preparem** para o mundo da comunicação. E diz textualmente:

Tudo isso requer pessoal especializado no uso desses meios para o apostolado. É indispensável pensar em formar, desde cedo, sacerdotes, religiosos e leigos que desempenhem tais tarefas. É preciso começar por preparar os leigos do ponto de vista doutrinário, moral e técnico, multiplicando escolas, institutos e faculdades de comunicação... (M n. 15).

A insistência da Igreja, em termos de documentos, sobre a formação para a comunicação, cresce no incentivo e se torna sempre mais explícita. É sempre importante lembrar as palavras incisivas da *Communio et Progressio* (n. 111):

Durante a sua formação, os futuros sacerdotes, religiosos e religiosas devem conhecer a incidência dos meios de comunicação na sociedade, bem como a sua técnica e uso, para que não permaneçam alheios à realidade, e não cheguem desprevenidos ao ministério

²⁵ Tommaso Stenico, *Era mediatica e nuova evangelizzazione*, p. 272-3.

²⁶ A.A. Zukowski, “Un nuovo senso del luogo per l’evangelizzazione: l’era virtuale e il Vangelo”.

apostólico que lhes será entregue. Tal conhecimento faz parte integrante da sua formação; é condição sem a qual não é possível exercer um apostolado eficaz na sociedade de hoje, caracterizada, como está, pelos meios de comunicação. (1) Por isso, é necessário que sacerdotes, religiosos e religiosas conheçam de que modo se geram opiniões e mentalidades na sociedade atual, e assim se adaptem às condições do mundo em que vivem, uma vez que é aos homens de hoje que a Palavra de Deus deve ser anunciada, e que precisamente os meios de comunicação podem prestar valioso auxílio. Os que revelam qualidades e gosto especial, recebam uma formação mais acurada neste campo.

É neste contexto que a Igreja pede que as universidades e institutos católicos criem e desenvolvam cursos de comunicação social, cujos trabalhos e investigações devem ser dirigidos competentemente (CPn. 113).²⁷

Depois de 25 anos do Concílio Vaticano II, a Igreja, dando-se conta de que os novos *mass media* deram origem ao que se pode chamar de “novas linguagens” e que suscita novas possibilidades para a missão da Igreja, assim como novos problemas pastorais, a instrução pastoral *Aetatis Novae* volta a insistir: “(...) novas neste contexto, estimulamos os pastores e o povo de Deus a aprofundar o sentido de tudo o que diz respeito aos meios de comunicação, e a traduzi-los em projetos concretos e realizáveis” (n. 3). E devido ao poder que têm os meios de comunicação de reforçar ou destruir os pontos de referência em matéria de religião, de cultura e de família, o documento lembra as palavras do Concílio: “Para o uso reto destes meios, é absolutamente necessário que todos os que se servem deles conheçam e levem à prática, nesse campo, as normas de ordem moral” (n. 4). E assim, o documento continua: “(...) a educação e a formação para a comunicação devem fazer parte integrante da formação dos agentes pastorais e dos sacerdotes” (n. 18).

Progressivamente, como afirmamos anteriormente, a Igreja vem insistindo e, como enfatiza o documento *Ética na publicidade*, “é preciso que a formação midiática faça parte integrante da planificação pastoral e dos diferentes programas pastorais e educativos empreendidos pela Igreja, compreendidas as escolas católicas” (n. 22). Assim, num dos últimos documentos, *Igreja e internet*, vem a afirmação:

²⁷ Assim também outros documentos da Igreja, como *Orientações para a formação dos futuros sacerdotes sobre os meios de comunicação social*, da Congregação para a Educação Católica – 1986, trazem indicações que merecem a consideração, reflexão profunda sobre a formação dos seminaristas para a comunicação.

Mais do que meramente ensinar técnicas, a formação midiática ajuda as pessoas a formarem padrões de bom gosto e de verdadeiro juízo moral, um aspecto da formação da consciência. Através das suas escolas e programas de formação, a Igreja deve oferecer uma educação midiática deste gênero (n. 7).

E conclui que, na medida do possível, os programas pastorais para as comunicações sociais deveriam prever esta preparação no contexto da formação de seminaristas, sacerdotes, religiosos e leigos comprometidos na pastoral, assim como dos professores, dos pais e dos estudantes. De maneira mais explícita, nas suas afirmações, a Igreja diz que

as universidades, os colégios, as escolas, os programas educativos católicos, em todos os âmbitos, deveriam oferecer cursos para os vários grupos –‘seminaristas, sacerdotes, religiosos, religiosas ou animadores leigos [...], professores, pais e estudantes, assim como uma formação mais avançada em tecnologia das comunicações, administração, ética e questões políticas’ destinadas sobretudo a quem se prepara para o trabalho profissional no campo dos meios de comunicação social ou para cargos decisórios, ou pessoas que, pela Igreja, desempenham várias funções nas comunicações sociais (*Igreja e Internet*, n. 11).

3.1 *Uma encruzilhada de desafios*

Na nossa fase atual, vivemos uma “encruzilhada” de os desafios da cultura midiática, pois a comunicação se apresenta progressivamente como *elemento articulador da sociedade*. Esses desafios ultrapassam o “uso” da tecnologia e tocam a esfera da cultura e da questão ética, uma vez que o uso meramente funcional das novas tecnologias desconhece os caminhos (pistas) mais profundos para entender a emergência dos signos de uma nova cultura, de modos de compreensão e interação de sensibilidades, conhecimentos, informações.

Portanto, a educação e o treinamento devem constituir uma parte dos programas de formação a respeito dos meios de comunicação. A Igreja encontra-se, então, em uma espécie de encruzilhada, em que é preciso repensar sua compreensão do que seja a comunicação, para então, criar políticas de atuação.

Em primeiro lugar é preciso compreender que a *comunicação é um elemento articulador da sociedade*. Em outras palavras, a Igreja, para compreender a pessoa humana, no contexto atual, deve necessariamente

admitir a comunicação como um aspecto essencial, que articula e move a lógica da mudança hoje.

Existem novos olhares sobre a comunicação [...]. A comunicação presencial e interpessoal, matriz do processo de relações sociais, à medida que recebe o concurso da técnica [...], efetiva um novo modo de se compreender a comunicação na sociedade e especialmente nesse início de milênio. [...] Comunicação coletiva midiaticizada, passou a ser o novo eixo definidor da centralidade crescente do processo da comunicação na vida social.”²⁸

Mas aqui na nossa opinião surge o *primeiro grande desafio*. Não se trata apenas de a Igreja preparar-se “profissionalmente” para o uso das novas tecnologias e assim saber “mecanicamente” operacionalizar as novas invenções. O eixo fundamental reside no fato de compreender o que significa encontrar-se diante de uma verdadeira “revolução” tecnológica que exige ir além dos instrumentos, e tomar consciência das “mudanças” fundamentais que as novas tecnologias operam nos indivíduos e na sociedade, por exemplo, nas relações familiares, de trabalho, etc. A questão não se coloca entre aceitar ou rejeitar. Estamos diante de um fenômeno global, que se conjuga com tantos outros aspectos da vida social e eclesial. As palavras de João Paulo II na encíclica *Redemptoris Missio* considera o universo da comunicação social como o “primeiro areópago dos tempos modernos” e proclama a necessidade de superar uma leitura simplesmente instrumental dos mídia. Como já mencionado, diz o Papa: “Não basta usar (os meios) para difundir a mensagem cristã (...), mas é preciso integrar a mensagem mesma nesta “nova cultura” criada pela comunicação social” (n. 37).

Não basta apenas dispor de meios ou de um treinamento profissional; é preciso uma *formação cultural*, doutrinal e espiritual, bem como considerar a comunicação mais do que um simples exercício na técnica, como afirma o documento da Igreja, *Ética na Internet* (n. 11,3). A encruzilhada se dá no fato de que a Igreja precisa da competência e prudência para não deslanchar somente no campo da potencialidade das novas tecnologias da comunicação, mas no discutir e refletir nas suas implicações, seja do ponto de vista de sua missão, do cultural, econômico e político, e assim atuar com uma prática que se demonstre

²⁸ SOUSA, Mauro Wilton de. A recepção sendo reinterpretada. “Novos olhares”.

firme, convicta, competente e adequada, sabendo conjugar sua missão com as diferentes linguagens existentes no processo comunicativo.

4 Comunicação e evangelização: uma integração necessária

A complexidade das transformações no campo da mídia, provocou a mudança não somente nas organizações administrativas e de mercado, *mas também alterações na convivência do humano*, na sociedade atual. Assim a Igreja cresce na consciência de que comunicação e evangelização não podem trilhar seus caminhos de forma paralela, sem realizar um estreito e efetivo diálogo (o diálogo entre fé e cultura, já evidenciado na *Evangelii Nuntiandi*, por Paulo VI; e por João Paulo II na *Redemptoris Missio*). O desenvolvimento de uma cultura midiática traz consigo o imperativo da integração.

Os novos meios e tecnologias de comunicação, cada vez mais usados, velozes e invasivos, são características de nossa época e têm modificado profundamente a existência cotidiana das pessoas. Cria-se uma cultura participativa e uma construção partilhada de conhecimento (“inteligência coletiva”). Essas novas tecnologias, cultura digital, está impulsionando uma profunda transformação da comunicação, dando lugar a uma nova cultura com novas linguagens.

A Igreja assume o desafio de desenvolver uma comunicação adequada aos nossos tempos. Por exemplo, hoje já não se trata de *dirigir uma comunicação à sociedade*, segundo o modelo de transmissão, mas uma comunicação a partir e entre os mundos sociais, seguindo um modelo de participação, colaboração, intercâmbio e diálogo, como percebemos no processo da internet e especificamente das redes sociais.

Assim que, todas essas recentes transformações no mundo da comunicação forcem a Igreja a desenvolver uma maneira nova de dialogar com a sociedade. Por exemplo, a expressão *meios de comunicação social*, usada pela Igreja no *Inter Mirifica*, pertence já a um vocabulário desatualizado, pois, hoje, todos os meios se integram em uma realidade mais complexa – há um caráter multimidiático, *crossmedia* e interativo.

As rápidas e contínuas transformações obrigam a revisar a clássica divisão entre emissores (operadores) e receptores dos meios, dada a interatividade e o progressivo desaparecimento das fronteiras. Isto “toca” de maneira especial ao que chamamos de “processo de comunicação”.

Sim, trata-se de atentar para a mudança de processar a comunicação. É isto “toca” à Igreja, especialmente nos seus métodos pastorais. Exige mudança de mentalidade para estabelecer o diálogo atual entre fé e cultura. Um grande e necessário desafio para a atualidade da Igreja.

Considerando o quadro evolutivo da trajetória da comunicação, mencionado brevemente, e a provocação que a cultura midiática cria e recria na sociedade hoje, damos-nos conta de que algo, nunca vivido anteriormente, está se passando e “forjando um novo sujeito” na sociedade, onde permanecem necessidades fundamentais do ser humano, mas modifica-se rápida e profundamente a sua forma de se relacionar. É o que constitui o aspecto antropológico-cultural da mensagem de Bento XVI em seu tema “Novas tecnologias. Novas relações”.²⁹ Ele afirma:

O desejo de interligação e o instinto de comunicação, que se revelam tão naturais na cultura contemporânea, na verdade são apenas manifestações modernas daquela propensão fundamental e constante que têm os seres humanos para se ultrapassarem a si mesmos entrando em relação com os outros.

Coloca-se, então, aqui o ponto fundamental na discussão atual da cultura digital, ou seja, no fenômeno das novas tecnologias, é preciso fazer atenção para não considerar a *convergência* somente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Mas, a convergência, segundo Henry Jenkins,³⁰ representa, sim, uma transformação cultural, na medida em que consumidores são incentivados a procurar informações e a fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos.

Trata-se de uma “cultura participativa” que contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtos e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos, agora, considerá-los como participantes, interagindo de acordo com um novo conjunto de regras que nenhum de nós, realmente, entende por completo.

Refletimos, então, nas *novas relações* que as *novas tecnologias* vêm provocando e já realizando, como vimos ao longo do texto. Mudam as formas, mas a necessidade humana de nos relacionarmos permanece. É

²⁹ 43º Dia Mundial das Comunicações. “Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo e de amizade”. Bento XVI, 2009.

³⁰ Henry JENKINS. *Cultura da Convergência*.

de grande importância reter o conceito fundamental de que o ser humano vive a dinâmica constante de autocompreensão de si mesmo, bem como de autoconstrução. É por isso que sempre falamos de sua necessidade intrínseca de estar em relação consigo mesmo, com a sociedade, com o outro e com o transcendente. O ser humano busca sempre a relação, o contato com o outro.

No contexto de cultura digital, porém, é importante enfatizar que, na transformação comunicacional, isto é, nas múltiplas formas de conhecer, ser e estar, portanto, nos usos das novas tecnologias, “a mente, a afetividade e a percepção são agora estimuladas, não apenas pela razão ou imaginação, mas também pelas sensações, imagens em movimento, sonoridades, efeitos especiais, visualização variada do impossível, encenação de outras lógicas possíveis de construir realidades e se construírem como sujeitos”.³¹

Segundo Bento XVI, é necessário levar para o mundo digital o testemunho da fé. Sentirmo-nos comprometidos a “introduzir na cultura deste novo ambiente comunicador e informativo os valores sobre os quais assenta a nossa vida. Nos primeiros tempos da Igreja, os Apóstolos e os seus discípulos levaram a Boa Nova de Jesus ao mundo greco-romano: como então a evangelização, para ser frutuosa, requereu uma atenta compreensão da cultura e dos costumes daqueles povos pagãos com o intuito de tocar as suas mentes e corações, assim agora o anúncio de Cristo, no mundo das novas tecnologias, supõe um conhecimento profundo das mesmas para se chegar a uma conveniente utilização” (43^o *Dia Mundial das Comunicações-2009*).

Conclusão: No Brasil, um passo gigante

Após muitos anos de estudos e reelaborações de textos por parte da Equipe de Reflexão sobre a Comunicação da CNBB, publicou-se recentemente o n. 101 dos documentos *Estudos da CNBB-101*: “A comunicação na vida e na missão da Igreja no Brasil”.³² O texto foi elaborado primeiramente para ser o Diretório de Comunicação para a Igreja do Brasil. Apresentado para o Conselho Permanente, em 2010, para uma possível aprovação do Diretório de Comunicação na Assembleia

³¹ Silvia H. S. BORELLI/João FREIRE FILHO (Orgs.). *Culturas juvenis no século XXI*.

³² Estudos da CNBB-101

Geral (2011). Mas devido ao acúmulo de assuntos para a Assembleia, decidiu-se autorizar a publicação na coleção “Estudos da CNBB”.

O presente estudo, como diz a Introdução do texto, tem como objetivo colocar sobre a mesa de reuniões dos pastores e dos agentes pastorais de todo o país um instrumento de reflexão que *motive e oriente o planejamento das ações evangelizadoras no contexto da cultura*³³ em que vivemos neste início de milênio. Trata-se de um desafio de grande porte para a Igreja e que tem suas consequências para as diversas áreas pastorais, como catequese, liturgia. Pois olhar a mídia com os olhos da fé significa reconhecer os seus limites, porém, ainda mais, a sua potencialidade, e agir de maneira a que se torne um recurso concreto para a missão da Igreja.

Daí a importância de compreender que a comunicação se torna, simultaneamente, um “processo”, um “conteúdo” e uma “rede”. “Processo”, porque foi em espaços de intensas e ricas experiências de relação comunicativa comunitária que Cristo transmitiu sua mensagem e os apóstolos motivaram os cristãos ao ágape fraterno. Revela-se “conteúdo”, porque abarca o comportamento, as tendências e os estilos de vida contemporâneos. Finalmente, converte-se em “rede de relações”, em virtude das novas e originais ocasiões oferecidas pelos meios de comunicação midiática a uma cultura cristãmente inspirada, a fim de que se difunda e entre em diálogo com outras culturas.³⁴

Referências

BARAGLI, Enrico. *L'Inter Mirifica*. Roma: Studio Romano della Comunicazione Sociale, 1969.

BARAGLI, Enrico. *Comunicazione, Comunione e Chiesa*. Roma: Studio Romano della Comunicazione Sociale, 1973.

BORELLI, Silvia H.; FREIRE FILHO, João (Orgs.). *Culturas juvenis no século XXI*. São Paulo: EDUC, 2008.

BURKE, Thomas. Communications. In *The Documents of Vatican II*. New York: Guild Press, 1966.

Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. *A comunicação na vida e missão da Igreja no Brasil*. Estudos da CNBB-101. São Paulo: CNBB/PAULUS, 2011.

³³ A ênfase é minha.

³⁴ A última parte é praticamente literal da Introdução do texto, uma vez que a autora fez parte da equipe que o trabalhou.

- COSTA, Rogério da. *A cultura digital*. São Paulo: Publifolha, 2003.
- DARIVA, Noemi (Org.). *Comunicação Social na Igreja – Documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Editora Aleph, 2008.
- MARQUES DE MELO, José. Igreja e Comunicação. In: SOARES, Ismar O.; PUNTEL, Joana T. (Orgs.). *Comunicação, Igreja e Estado na América Latina*. São Paulo: UCBC-Paulinas, 1985.
- MILLS, John O. God, Man and Media: on a problem when theologians speak of the modern world. In: *Sociology and Theology – alliance and conflict*. New York: St. Martin's Press, 1980.
- MORAES, Denis de (Org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.
- PISANI, Francis; PIOTET, Dominique. *Como a Web transforma o mundo: a alquimia das multidões*. São Paulo: SENAC, 2010.
- PUNTEL, Joana T. *A Igreja e a democratização da comunicação na América Latina*. São Paulo: Paulinas, 1984.
- PUNTEL, Joana T. *Comunicação: diálogo dos saberes na cultura midiática*. São Paulo: Paulinas, 2010.
- SOARES, Ismar O. *Do santo ofício à libertação*. São Paulo: Edições Paulinas, 1988.
- SOUSA, Mauro W. de. A recepção sendo reinterpretada: *Novos olhares*. S. Paulo: USP, set. 1998.
- SPOLETINI, Benito. *A missão num mundo em mudança*. S. Paulo: Paulinas, 1983.
- STENICO, Tommaso. *Era mediatica e nuova evangelizzazione*. Vaticano: Libreria Ed. Vaticana, 2001.
- ZUKOWSKI, A. A. Un nuovo senso del luogo per l'evangelizzazione: l'era virtuale e il Vangelo. In WWW. *Chiesa-in-rete, Nuove tecnologie e pastorale*, Atti del Seminario di Assisi, 2000.

Recebido: 06/05/2011

Avaliado: 29/06/2011