

**Resumo:** O presente artigo se propõe a fazer uma leitura de como a V Conferência Geral do Episcopado da América Latina e do Caribe, realizada em 2007, em Aparecida (SP), tratou o tema da comunicação. Para tanto, fez-se um breve olhar histórico das quatro Conferências que antecederam a de Aparecida a fim de se obterem os parâmetros quanto à evolução do pensamento da Igreja da América Latina sobre a comunicação. No texto, destaca-se a nova cultura advinda dos meios de comunicação bem como o uso, pela Igreja, desses meios para seu trabalho evangelizador. Acentua-se, assim, a comunicação como fenômeno humano, ao mesmo tempo em que se mostra que ela perpassa todo o Documento de Aparecida, que se rende às novas tecnologias de comunicação como um dos caminhos para atingir suas metas.

**Abstract:** The aim of this article is to present the approach to the media as it was dealt with in the V. General Conference of the Bishops of Latin America and the Caribbean held in 2007 in Aparecida (SP). At the beginning a brief historical survey is given of the major contributions of the previous four conferences antecedent to Aparecida so as to show forth the propositions concerning the evolution of the thought of the Church concerning the media. The text stresses the new culture arising from the media and the use which was employed by the Church for evangelization. The emphasis lies in the fuller implications of the media as a human phenomenon and at the same time the whole document of Aparecida draws attention to further aspects of new technologies applied to the media at the service of its aims.

## Conferência de Aparecida, um sim às novas tecnologias de comunicação

Geraldo Martins Dias\*

---

\* O autor é Presbítero da arquidiocese de Mariana, jornalista, assessor de imprensa da CNBB.



## Introdução

Dentre as revoluções tecnológicas responsáveis pelas rápidas e inimagináveis mudanças que afetam a sociedade, em escala mundial, está a dos meios de comunicação social. Em 1968, quando nem se podia imaginar o mundo digital na forma como o conhecemos hoje, os bispos da América Latina e Caribe, reunidos em Medellin, na Colômbia, já sentiam a força e o alcance dos novos Meios de Comunicação Social de sua época, ao afirmarem que eles “forjam uma nova cultura” que “favorece a personalização” da pessoa humana. E que, graças a esses meios, essa nova cultura “se põe ao alcance de todos, alfabetizados ou não, fato que não acontecia com a cultura tradicional, que favorecia apenas uma minoria”<sup>1</sup>.

O papa João Paulo II, em sua mensagem para o 18º Dia Mundial das Comunicações, em 1984, também relacionou os meios de comunicação com a cultura. “A cultura do nosso tempo, especialmente, parece dominada e plasmada pelos mais novos e poderosos entre os meios de comunicação, o rádio e, sobretudo, a televisão, tanto que, por vezes, parecem impor-se como fins e não como simples meios”. Note-se ainda que, nesse tempo, o mundo digital ainda era algo do futuro que nem todos poderiam prever. Passados dezoito anos, o mesmo papa, vivendo a efervescência da era digital, dedica sua mensagem, por ocasião do 36º Dia Mundial das Comunicações, exatamente à Internet, denominada como “novo foro para a proclamação do Evangelho”<sup>2</sup>.

Nessa mensagem, João Paulo II vai associar a Internet à capacidade de criar uma nova cultura. “Sem dúvida, a Internet constitui um novo foro, entendido no antigo sentido romano do lugar público em que se decidia sobre a política e o comércio, onde se cumpriam os deveres, se desenrolava uma boa parte da vida social da cidade e se expunham os melhores e os piores aspectos da natureza humana. Tratava-se de um espaço urbano apinhado e movimentado, que refletia a cultura circunvizinha e criava uma cultura que lhe era própria. Isto não é menos verdadeiro

<sup>1</sup> Conclusões de Medellin – II Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano. São Paulo: Edições Paulinas, 1984, 5. ed., p. 163.

<sup>2</sup> João Paulo II – As comunicações sociais, instrumento de encontro entre fé e cultura – 18º Dia Mundial das Comunicações, 1984. In. DARIVA, Noemi. *Comunicação Social na Igreja*, Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003.



no que se refere ao espaço cibernético que é, por assim dizer, uma nova fronteira que se abre no início deste novo milênio”<sup>3</sup>.

É nesse contexto de um mundo mergulhado nas novas tecnologias de comunicação, que gostaria de ler o Documento de Aparecida, sob a ótica da comunicação. Este é um aspecto que diferencia bastante a Conferência de Aparecida, das outras quatro que a precederam. A facilidade de comunicação dos participantes entre si e com outros que acompanhavam e assessoravam a Conferência, oficial ou extraoficialmente, foi extremamente relevante. Segundo testemunhas, isso fica ainda mais evidente, ao ser comparada com a Conferência de Santo Domingo, em 1992, quando a comunicação, dada a estrutura montada, foi se não a maior, uma das maiores falhas.

Antes de falarmos da comunicação no Documento de Aparecida, vamos fazer uma rápida leitura deste tema nas quatro conferências anteriores. Dessa forma, perceberemos melhor a evolução ou involução do pensamento da Igreja na América Latina acerca deste fenômeno que, cada vez mais, ocupa espaço em nossas discussões.

## 1 Do Rio de Janeiro a Santo Domingo

Quando nos referimos às conferências do episcopado latino-americano e caribenho, é comum nos esquecermos da primeira, realizada no Rio de Janeiro, em 1955, por causa do impacto das que se realizaram, especialmente, em Medellín (1968) e Puebla (1979) e, agora, em Aparecida. Contudo, aquela, que foi a primeira, tem particular importância não só por ter sido nela criado o Celam, como também pelo fato de ter antecedido o Concílio Vaticano II.

Nessa Conferência, a Igreja na América Latina já demonstrava sua preocupação com a comunicação e o uso dos *mass media* na evangelização. O documento final dedica um capítulo inteiro aos *Meios especiais de propaganda* (Título V). De forma prática e objetiva, sem teorizar sobre o fenômeno humano da comunicação, os bispos manifestam o desejo de que a Conferência Episcopal de cada país tenha um jornal diário e de circulação nacional; exortam que, nas dioceses, haja grupo de padres que se dediquem à imprensa católica; sugerem que se crie nas dioceses o

<sup>3</sup> João Paulo II. *Internet: Um novo foro para a proclamação do evangelho* - 36º Dia Mundial das Comunicações, 2002. In. DARIVA, Noemi. Op. Cit.



“Dia da Imprensa Católica”, a ser celebrado anualmente e que, em cada país, haja um secretariado de imprensa.

A ênfase é dada, portanto, à imprensa, embora o documento fale também de rádio e “outros modernos meios de propaganda” sem nominá-los. Ainda não se usa o termo “meios de comunicação social”. É interessante perceber que, há quase 60 anos, a Igreja na América Latina já tinha como meta não só estar nos meios de comunicação, mas, sobretudo, ter seus próprios meios, isto é, uma “imprensa católica”, sem deixar de “aproveitar as boas disposições de outros diários locais para que respondam melhor ao caráter genuinamente católico dos países latino-americanos, e divulguem tudo o que possa ajudar a formar o justo e são critério dos leitores”<sup>4</sup>.

Sob o influxo do Concílio Vaticano II e, especificamente, do Decreto *Inter Mirifica*, o segundo documento aprovado pelo Concílio, aos 4 de dezembro de 1963, a Conferência de Medellín (1968) dedica o último capítulo (16) de seu documento aos “Meios de Comunicação Social”. É visível a evolução do pensamento da Igreja sobre a comunicação, vista como “uma das principais dimensões da humanidade”. Já os meios de comunicação, segundo os bispos latino-americanos, “abrangem a pessoa na sua totalidade”, “plasmam o homem e a sociedade” e “forjam uma nova cultura”, além de aproximar “homens e povos, convertendo-os em próximos e solidários”<sup>5</sup>.

Medellin olha para os meios de comunicação, a partir da realidade de opressão vivida pelo povo latino-americano. Nesse sentido, há três preocupações básicas: a) que os MCS contribuam para a transformação da realidade. Daí sua preocupação com aqueles meios que estão “vinculados a grupos econômicos e políticos, nacionais e estrangeiros, interessados na preservação do *status quo* social”; b) que a Igreja entenda que, sem os MCS, ela não poderá cumprir sua missão de levar a Boa Nova de Cristo “até os confins da terra”; c) que haja adequada formação, tanto dos ministros ordenados quanto dos leigos e profissionais cristãos, para esta nova realidade que são os MCS<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> I Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano. In DARIVA, Noemi. Op. Cit. p. 484 62.

<sup>5</sup> Conclusões de Medellín – II Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano. São Paulo: Edições Paulinas, 1984, 5. ed., p. 163.

<sup>6</sup> Ibidem, p. 164-166.



Ressalte-se que, nessa época, a América Latina já conhecia as excelentes experiências no uso do rádio, para educação à distância, visando a conscientização do cidadão, em relação aos seus direitos. É o caso da Escola Radiofônica da Colômbia, que surge no final dos anos 1940, e do Movimento de Educação de Base (MEB), no Brasil, na década de 1960. O regime militar, contudo, no caso do Brasil, pôs fim às escolas radiofônicas, não ao MEB que, em 2011, comemora 50 anos.

Se é iluminada pelos raios que emergem do decreto conciliar *Inter Mirifica*, que Medellín analisa a comunicação, Puebla (1979), onze anos depois, o faz sob a inspiração de um dos melhores documentos da Igreja sobre Comunicação: a *Communio et Progressio, Instrução Pastoral sobre os Meios de Comunicação Social*, da Comissão Pontifícia para as Comunicações Sociais, de maio de 1971.

Retomando e aprofundando a análise que Medellín faz sobre os MCS, Puebla é a Conferência do episcopado latino-americano que tem a leitura mais crítica em relação ao uso dos *mass media*, inclusive por parte da Igreja. Retoma a preocupação de Medellín, quanto aos meios serem dominados pelo poder político e econômico para a manutenção do *status quo*. Diz: “Devemos denunciar o controle desses meios de comunicação social e a manipulação ideológica que exercem os poderes políticos e econômicos, que se empenham em manter o *status quo* e até em criar uma ordem nova de dependência-dominação ou, pelo contrário, em subverter esta ordem para criar outra de sinal contrário”<sup>7</sup>. Nessa mesma perspectiva, Puebla denuncia o monopólio da informação, “tanto por parte do governo, como de interesses privados”; o que permite o “uso arbitrário” dos MCS e favorece a “manipulação” da notícia, segundo seus interesses<sup>8</sup>.

A novidade de Puebla, neste campo, comparada a Medellín, talvez esteja no seu olhar crítico para a própria Igreja, em sua relação com os meios de comunicação. Em primeiro lugar, Puebla se queixa da demora da Igreja em colocar em prática os ensinamentos do Magistério, a respeito do uso dos meios de comunicação<sup>9</sup>. Em segundo lugar, os bispos reclamam do “insuficiente aproveitamento das ocasiões de comunicação”,

<sup>7</sup> Conclusões da Conferência de Puebla – *Evangelização no presente e no futuro da América Latina*. São Paulo: Edições Paulinas, 1979, 9. ed., p. 338, n. 1.069.

<sup>8</sup> Idem n. 1071.

<sup>9</sup> Idem n. 1075.



oferecidas à Igreja pelos meios que não são de sua propriedade, bem como da “incompleta utilização” dos próprios meios<sup>10</sup>.

Dentre as propostas pastorais elencadas por Puebla, é preciso destacar a que insiste em que, diante da realidade de pobreza, marginalidade e injustiça no continente latino-americano, “a Igreja, no uso de seus próprios meios, deve ser, cada dia mais, a voz dos desamparados, apesar dos riscos que isso implica”<sup>11</sup>.

Outra novidade de Puebla, em relação às duas Conferências anteriores, está logo na abertura da seção dedicada à comunicação social, quando os bispos avançam no conceito de evangelização, associando-a à comunicação. “A evangelização, anúncio do Reino, é comunicação: portanto, a comunicação social deve ser levada em conta em todos os aspectos da transmissão da Boa Nova”<sup>12</sup>. Essa chave de leitura é fundamental, para que se estabeleça o lugar da comunicação, na vida e na prática pastoral da Igreja.

A quarta Conferência do Episcopado da América Latina e Caribe, realizada em Santo Domingo, em 1992, talvez seja uma das mais fracas ao abordar o tema da comunicação.

Inserido na segunda parte do terceiro capítulo, o tema é associado à cultura, mas se limita a, praticamente, repetir alguns pensamentos de Puebla. Contudo, diria que introduz, pelo menos, três aspectos que merecem ser aprofundados, dado que a Conferência os toca muito superficialmente.

O primeiro deles diz respeito à teologia da comunicação, que é timidamente esboçada na introdução ao tema, sob forma de “iluminação teológica”. O segundo é exatamente relacionar a comunicação com a cultura. O Documento lembra que “nos encontramos na nova cultura da imagem”, e que o evangelho deve “inculturar-se nessa cultura”. Limita-se a isso. Finalmente, Santo Domingo aponta a telemática e a informática como os “novos desafios para a integração da Igreja no seu mundo”. Afirma que é “imprescindível usar a informática para otimizar nossos recursos evangelizadores”<sup>13</sup>. Essa proposta se soma às demais indicações

<sup>10</sup> Idem n. 1076.

<sup>11</sup> Idem, n. 1094.

<sup>12</sup> Idem n.1063.

<sup>13</sup> IV Conferência do Episcopado Latino-Americano – Santo Domingo. In. DARIVA, Noemi. Op. Cit. p. 509-511.



das três conferências anteriores que insistem em colocar a Igreja nos trilhos de uma comunicação assegurada pelos mais avançados meios desenvolvidos pela inteligência humana.

Do Rio de Janeiro a Santo Domingo, houve, sim, no processo das comunicações na Igreja, um progresso, embasado especialmente no Decreto conciliar *Inter Mirifica* e na Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, além da *Aetatis Novae* e das mensagens dos papas para o Dia Mundial das Comunicações. A ênfase nesse período recai fortemente na organização e estruturação dos meios da própria Igreja (Rio de Janeiro); os meios a serviço da libertação do povo latino-americano (Medellin), da evangelização, sendo voz dos sem voz (Puebla) e na atenção à nova cultura, num tempo em que começa a despontar, e a ganhar força, o mundo da informática (Santo Domingo).

## 2 A Conferência de Aparecida

A quinta Conferência dos Bispos da América Latina e Caribe, realizada em Aparecida, em maio de 2007, se distancia mais de meio século da primeira, que aconteceu também no Brasil, no Rio de Janeiro, em 1955. Nesse tempo, a história registra incontáveis fatos que marcaram a vida da sociedade e da Igreja, com fortes impactos em sua organização e ação. Os meios de comunicação social, mais do que testemunhas, são protagonistas que, juntamente com outros atores, têm grande responsabilidade na conjuntura político-social e cultural mundial.

A Igreja, inserida no mundo, recebe também os impactos dessas mudanças e a eles procura responder, iluminada pelo Evangelho que lhe permitiu constituir, ao longo dos séculos, um sólido pensamento sobre a pessoa humana e tudo que a envolve.

Uma das dimensões humanas que, nos últimos tempos, tem ocupado muito a reflexão da Igreja, é exatamente a comunicação ampliada pelas novas tecnologias que se caracterizam pela velocidade, instantaneidade, globalização, quantidade e fragmentação.

Gomes (2006) nos recorda que, “como fenômeno predominantemente humano, já que supõe a consciência, a comunicação é condição imprescindível para o desenvolvimento da pessoa”<sup>14</sup> e, “ao mesmo tempo

<sup>14</sup> GOMES, Pedro Gilberto. *Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade*. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2006, p. 15.



em que é fruto das pessoas, é também condição que possibilita a realização do homem. Ele é comunicação e constitui-se na e pela comunicação. Desse modo, quando se examina e analisa a comunicação, toca-se no que de mais profundo existe no humano”<sup>15</sup>.

A realidade da comunicação foi considerada na Conferência de Aparecida como fenômeno eminentemente humano, tendo em vista as novas tecnologias da comunicação e da informação. É o que pretendemos destacar a seguir.

## 2.1 O contexto

O Documento de Aparecida, logo no início, reconhece que vivemos uma mudança de época, cujo nível mais profundo é o cultural<sup>16</sup>. Aponta os meios de comunicação social como um dos fatores responsáveis por essa mudança, por causa de sua capacidade de “criar uma rede de comunicações de alcance mundial, tanto pública como privada, para interagir em tempo real, ou seja, com simultaneidade, não obstante as distâncias geográficas”<sup>17</sup>.

Quem teve o privilégio de participar de alguma forma da Conferência em Aparecida, pode constatar que os bispos falavam de algo muito próximo deles. Afinal, poucos eram os que não usavam o celular e a rede mundial de computadores, característica mais que suficiente para diferenciar esta das demais conferências. Isso possibilitava contatos imediatos com agentes externos, como teólogos e peritos que, mesmo não fazendo parte do corpo oficial da assembleia, puderam ajudar na reflexão, segundo o grau de proximidade com algum membro da Conferência. Tudo facilitado pelo *pendrive*, pelo celular, pela internet.

Essas novas tecnologias facilitaram também a veiculação, na imprensa, tanto dos atos oficiais da Conferência, quanto dos seus bastidores e iniciativas que ocorriam concomitantemente. Tudo isso expunha de tal forma a Conferência, que ficava quase impossível o sigilo das reflexões e decisões; tanto que, mal acabara a assembleia, o documento final já

<sup>15</sup> Idem p. 22.

<sup>16</sup> Documento de Aparecida – Texto conclusivo da V Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe. São Paulo: Edições CNBB-Paulus-Paulinas, 2007, p. 32, n. 44.

<sup>17</sup> Idem p. 27, n. 34.



estava online, em espanhol (língua “oficial” da Conferência), no site de um grande jornal brasileiro.

Esse é, portanto, o contexto, do ponto de vista das novas tecnologias, em que se deu a Conferência de Aparecida. Tê-lo presente é importante porque nos faz compreender melhor o teor dos parágrafos que o Documento dedica à comunicação.

## 2.2 Comunicação no Documento de Aparecida

Ao contrário do que ocorreu em Medellín e Puebla, a Conferência de Aparecida reserva pouco espaço à comunicação, sobretudo se consideramos o que dissemos acima no que tange ao papel das novas tecnologias da comunicação, nas mudanças que marcam o fim do segundo milênio e início do terceiro. Não há nenhuma reflexão ou conceituação de comunicação e muito menos uma análise da realidade dos meios de comunicação na América Latina. Nesse sentido, há uma clara ruptura com Medellín e Puebla, que situam e correlacionam os Meios de Comunicação Social com a realidade sócio-política, econômica e cultural do continente. A teologia da comunicação, mencionada indiretamente em Santo Domingo<sup>18</sup>, não é lembrada nem de longe em Aparecida. Escapame a compreensão deste caminho assumido pelos bispos. A impressão deixada pelo documento é de que não se quis gastar muito papel e tinta com este tema, e que os poucos parágrafos aí inseridos já seriam suficientes para demonstrar o lugar que a comunicação ocupa na Igreja da América Latina e Caribe.

Inserida no capítulo 10º – “Nossos povos e a cultura” -, a comunicação é tratada apenas sob a ótica da “Pastoral da Comunicação Social” e se resume em sete pequenos parágrafos. Os mais otimistas dirão: “antes pouco que nada”. Pode ser. Contudo, a impressão que fica é que se perdeu uma ótima oportunidade de avançar mais numa reflexão sobre esse “fenômeno predominantemente humano”<sup>19</sup> que, desde a primeira Conferência, vinha num crescendo e que apontava exatamente para a realidade que hoje se configura: de uma comunicação virtual, em escala planetária, cujo alcance ninguém pode medir.

<sup>18</sup> IV Conferência do Episcopado Latino-Americano – Santo Domingo. Op. Cit. p. 508, n. 279.

<sup>19</sup> GOMES, op. cit. p. 15.



Mesmo sob esse limite, Aparecida revela avanços no debate sobre a comunicação. Ao longo do Documento, a palavra comunicação aparece mais de 30 vezes, sem contar os sete parágrafos específicos a que nos referimos anteriormente. A maior parte destas citações liga comunicação aos meios, seja para enaltecer seus benefícios, seja para alertar para os riscos e os males que causam. Por exemplo, o número 45:

*A utilização dos meios de comunicação de massa está introduzindo na sociedade um sentido estético, uma visão a respeito da felicidade, uma percepção da realidade e até uma linguagem, que querem impor-se como autêntica cultura<sup>20</sup>.*

No seu conjunto, porém, a visão sobre os meios de Comunicação que emerge de Aparecida é muito mais positiva. Não há, como já ocorreu em outros documentos ou pensamentos da Igreja, em referência aos meios, uma demonização, que mais assusta que aproxima. Isso nos permite inferir o lugar que a comunicação deve ocupar na Igreja: intimamente associada à evangelização, na perspectiva de fazer discípulos e missionários de Jesus os que a Ele aderem. Nesta perspectiva, a comunicação atravessa todo o Documento e, de forma implícita, é condição para se alcançar a meta posta pela Conferência.

Podemos ler os sete parágrafos específicos de Aparecida sobre Comunicação, sob três ângulos, não distintos, mas integrados e complementares. O primeiro é o ângulo que aponta os meios de comunicação como instrumento eficaz e insubstituível de evangelização; o segundo remete para os compromissos que os bispos assumem, a fim de alcançarem esse objetivo, e o terceiro se refere à última das “admiráveis invenções da técnica”<sup>21</sup>: a Internet, com suas infinitas possibilidades também para evangelizar. Falemos de cada um desses ângulos separadamente.

### **a) MCS e evangelização**

Fora o reconhecimento de que “a revolução tecnológica e os processos de globalização formatam o mundo atual como grande cultura midiática” e de que isso exige “capacidade para reconhecer as novas linguagens que podem favorecer maior humanização global”<sup>22</sup>, a Confe-

<sup>20</sup> Documento de Aparecida. Op. Cit. p. 33, n. 45.

<sup>21</sup> Compêndio Vaticano II – Petrópolis: Vozes, 1987, 19. ed. – Inter Mirifica n. 1.

<sup>22</sup> Documento de Aparecida. Op. Cit. p. 218, n. 484.



rência de Aparecida não traz, neste campo da evangelização pelos meios de comunicação, nenhuma novidade. Retoma da Exortação Apostólica de Paulo VI *Evangelii Nuntiandi*, publicada em 1975, uma das mais contundentes afirmações, atestando a imprescindibilidade dos meios de comunicação para a evangelização, na mesma linha que fez Puebla.

Disse Paulo VI: “A Igreja se sentiria culpada diante de Deus, se não empregasse esses poderosos meios que a inteligência humana aperfeiçoa cada vez mais. Neles, encontra uma versão moderna e eficaz do ‘púlpito’. Graças a eles, pode falar às multidões”<sup>23</sup>.

Entendo que, ao recorrerem a essa afirmação de Paulo VI, os bispos da América Latina quiseram expressar, com clareza e sem subterfúgios, sua adesão incondicional, mesmo que não exclusiva, à evangelização também pelos meios de comunicação. Aliás, esta é uma cobrança que vem de muitos que acusam a Igreja de não ter entrado nos meios de comunicação. Argumentam que as igrejas evangélicas foram mais ágeis e descobriram primeiro este caminho e que, hoje, colhem os frutos de sua audácia com um crescimento que, até bem pouco tempo, parecia improvável. É verdade que tal afirmação se faz mais em relação à presença da Igreja na TV.

Comprovada ou não essa tese, o fato é que, cada dia mais, a Igreja Católica busca novas formas de se fazer presente na mídia eletrônica. No Brasil, por exemplo, já são pelo menos dez TVs e, segundo estimativas da Unda (Associação de Rádios Católicas), perto de 600 emissoras de rádio. Na era do virtual, há um sem número de portais e mídias sociais com o selo de “católicos”, incluídas até as comunidades virtuais, protagonizados tanto por leigos, quanto por ministros ordenados e religiosos e religiosas, seja individual ou institucionalmente.

Tudo isso reflete o esforço da Igreja em atender aos incisivos apelos dos últimos papas que veem, nos meios de comunicação, uma condição singular de atender ao mandato missionário deixado por Jesus Cristo: “*Ide, fazei que todos sejam meus discípulos*” (Mt 28,19). O Documento de Aparecida está, portanto, em plena sintonia com os novos tempos que marcam a relação da Igreja com os meios de comunicação, aliados importantíssimos no anúncio da Boa Nova de Jesus Cristo.

<sup>23</sup> Documento de Aparecida. Op. Cit. p. 218, n. 485.



## b) *Compromissos dos bispos*

Para alcançar a meta de evangelizar, através dos meios de comunicação, os bispos da América Latina e Caribe assumiram, em Aparecida, nove compromissos<sup>24</sup> que apontam para três direções: 1) a valorização da nova cultura da comunicação; 2) a formação tanto dos comunicadores quanto dos agentes de pastoral e dos usuários dos meios e 3) o desenvolvimento de uma política de comunicação.

Quando os bispos falam de “nova cultura da comunicação”, entendo que se refiram à revolução causada pelas novas tecnologias da comunicação, como o celular, a internet, as mídias sociais, os aparelhos cada vez mais sofisticados como Ipod, Ipad, TV digital etc. Tudo isso trouxe impactos enormes à convivência humana e exerce grande influência na comunicação humana. Portanto, reconhecer e aceitar essa nova cultura da comunicação é fundamental, para que a Igreja se mantenha em diálogo com o mundo.

O que caracteriza essa “nova cultura”, trazida pelas tecnologias da comunicação e da informação? Em primeiro lugar, a evidência da diversidade e da pluralidade que marcam nossa sociedade. Em segundo lugar, uma nova visão e um novo conceito de comunidade que desafia os paradigmas postos pela própria Igreja, ao longo de séculos, ao conceber a comunidade circunscrita à territorialidade, critério de pertença e de compromisso. Uma terceira característica é introdução do virtual em contraposição ao presencial. Poderíamos citar, ainda, a nova linguagem, além da superação de tempo e espaço. Graças à internet, podemos ter o mundo em nossa casa em tempo real, e beber das mais variadas culturas que fazem a riqueza da humanidade.

O papa Bento XVI, em sua mensagem para o 43º Dia Mundial das Comunicações, no ano passado, enumerou os benefícios dessa nova cultura na qual já nasceram os jovens de hoje, chamados por ele de *geração digital*. Diz o papa: “Desta nova cultura da comunicação derivam muitos benefícios: as famílias podem permanecer em contato apesar de separadas por enormes distâncias, os estudantes e os investigadores têm um acesso mais fácil e imediato aos documentos, às fontes e às descobertas científicas e podem, por conseguinte, trabalhar em equipe, a partir de lugares diversos; além disso, a natureza interativa dos novos

<sup>24</sup> Documento de Aparecida. Op. Cit. p. 218, n. 486.



‘media’ facilita formas mais dinâmicas de aprendizagem e comunicação que contribuem para o progresso social”<sup>25</sup>.

Esse conhecimento é fundamental para quebrar as resistências de muitos membros da hierarquia em relação às novas tecnologias e para a consolidação de uma visão positiva, mas não ingênua, da comunicação que se faz através desses meios. Isso já foi descoberto pelos jovens, como nos recorda o papa: “De modo especial, os jovens, deram-se conta do enorme potencial que têm os novos ‘media’ para favorecer a ligação, a comunicação e a compreensão entre indivíduos e comunidade, e usam-nos para comunicar com os seus amigos, encontrar novos, criar comunidades e redes, procurar informações e notícias, partilhar as próprias ideias e opiniões”<sup>26</sup>. Por que as paróquias e comunidades não confiam aos jovens o protagonismo da evangelização por esses meios?

Um segundo conjunto de compromissos dos bispos, em Aparecida, aponta para a formação na “cultura da comunicação”<sup>27</sup>. Eis aí um desafio posto à Igreja, desde que se dedicou à reflexão sobre os meios de comunicação, “novo areópago” no mundo da evangelização. Aliás, esse compromisso não é novo. Está em todos os documentos da Igreja sobre comunicação.

A quem se deve oferecer essa formação, requerida em praticamente todos os documentos da Igreja sobre comunicação? Ela tem, pelo menos, três interlocutores : todos os agentes, todos os cristãos, todos os comunicadores profissionais (proprietários, diretores, programadores, jornalistas, locutores). Em 1997, os bispos do Brasil, na 35ª Assembleia Geral da CNBB, assumiram esse mesmo compromisso e indicavam o público preferencial dessa formação: “as lideranças religiosas (bispos, presbíteros, diáconos, religiosos e religiosas), os agentes da pastoral da comunicação, os profissionais da comunicação social e os animadores da comunicação, no espaço educativo”<sup>28</sup>.

<sup>25</sup> Bento XVI – *Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade*. Disponível em: < [http://www.vatican.va/holy\\_father/benedict\\_xvi/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20090124\\_43rd-world-communications-day\\_po.html](http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day_po.html) >. Acesso em 20.10.2010.

<sup>26</sup> Idem.

<sup>27</sup> Documento de Aparecida. Op. Cit. p. 219, n. 486 b e c.

<sup>28</sup> CNBB. *Igreja e Comunicação rumo ao novo milênio. Conclusões e compromissos*. Documentos da CNBB 59. São Paulo: Paulinas, 2. ed., p. 16, Doc. 97, n. 36.



Não basta, porém, definir o público da formação. É preciso, ainda, indicar o conteúdo dessa formação. Nesse sentido, é fundamental acentuar o conceito de comunicação, superando o equívoco de muitos, que confundem os meios com a própria comunicação. Não podemos nos esquecer de que os meios são tão somente a técnica capaz de ampliar ao infinito o alcance da mensagem que se comunica.

Gilberto Gimenez define comunicação como sendo o “processo de produção/recepção de complexos efeitos de sentido (e não só de informação), a partir do lugar que os interlocutores ocupam, na trama das relações sociais e em função do horizonte ideológico cultural de que são portadores, em virtude de sua situação ou posição de classe”<sup>29</sup>.

Martino (2002) recorda que comunicação vem do latim *communicatio*, palavra composta de três raízes: *munis* (estar carregado), *co* (simultaneidade) e *tio* (ideia de atividade). Segundo o autor, esse termo aparece, pela primeira vez, no universo do cristianismo, “onde a vida eclesial era marcada pela contemplação e isolamento”. Ainda de acordo com Martino, no Mosteiro, o isolamento vai ser quebrado com a prática de “tomar a refeição da noite em comum”, chamada, então, de *communicatio*<sup>30</sup>. Daí, comunicação como prática de colocar algo em comum, partilhar.

Marcondes Filho (2008) toca em outro ponto interessante, quando diz que “a comunicação jamais pode ser vista como transmissão, deslocamento, transferência, como se fosse um objeto que eu pegasse de um lado e pusesse em outro, como eu faço com as fichas de um jogo; como se fosse possível eu retirar uma idéia, uma sensação, uma impressão, um sentimento dentro de mim e abrir a cabeça da outra pessoa para colocá-lo lá dentro. Não dá”<sup>31</sup>. Para ele, a comunicação autêntica, perfeita, é quando “me ligo ao outro”, e isso implica acolhida plena do outro. Por isso, ele diz que a comunicação “é fenômeno raro, mas não impossível”<sup>32</sup>.

A comunicação supõe relação, interação. “Só há verdadeira comunicação humana, quando o emissor comunica o que é, e se abre ao acolhimento do outro a ponto de se identificar com ele, sem dominá-lo”<sup>33</sup>.

<sup>29</sup> GIMENEZ in GOMES, op. cit. p. 18.

<sup>30</sup> Cf. MARTINO, Luiz C. *De qual comunicação estamos falando*. In. FRANÇA, Vera Veiga. *Teorias da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 13.

<sup>31</sup> FILHO, Ciro Marcondes. *Para entender a comunicação*. São Paulo: Paulus, 2008, p. 15.

<sup>32</sup> Idem.

<sup>33</sup> CNBB. *Comunicação para a verdade e a paz*. Op. cit. p.11.



Esta compreensão da comunicação respalda, de forma clara, a definição que os bispos do Brasil dão à Pastoral da Comunicação e que faltou à Conferência de Aparecida. Diz a CNBB que a “Pastoral da Comunicação é a pastoral do ser ou do estar em comunhão ou em comunidade. É a pastoral da acolhida e da participação; a pastoral das inter-relações humanas”<sup>34</sup>. A *Communio et Progressio* já dizia, antes, que “os fins primordiais” da comunicação social são “a comunhão e o progresso da convivência humana”<sup>35</sup> e que “pela sua própria natureza, a comunicação social contribui para que os homens, comunicando-se entre si, adquiram uma consciência mais profunda da vida comunitária”<sup>36</sup>.

A formação na “cultura da comunicação” supõe, portanto, levar em consideração esses princípios básicos, antes de se preocupar com a capacitação técnica que leva as pessoas ao uso dos novos *mass media*. Este não é um desafio pequeno. A proposta, por exemplo, de incluir, na grade de formação dos futuros presbíteros, a disciplina de comunicação, vem de longe e, ainda hoje, é reivindicação recorrente dos que se ocupam da comunicação, por constatarem a resistência e, em alguns casos, o obstáculo que muitos membros do clero colocam, quando o assunto é comunicação. Sem a superação desse desafio, fica totalmente comprometida a grande proposta de Aparecida: fazer com que todos tenham um encontro pessoal com Jesus Cristo, a fim de que se tornem seus discípulos missionários.

Em relação à formação dos proprietários dos meios de comunicação, permanece o mesmo desafio já posto por Medellín e Puebla, não mencionado em Aparecida, que é o predomínio do poder econômico e político no uso dos meios a fim de se manter o *status quo*. Ainda sofremos com a espetacularização das notícias e com o enfraquecimento, pelos meios de comunicação, do limite entre o público e o privado. A superação desse desafio depende, em grande parte, dos empresários e dos profissionais da comunicação.

Um terceiro bloco de compromissos, assumidos em Aparecida, diz respeito à relação da Igreja com os meios de comunicação. Superada a fase em que a Igreja olha com desconfiança para essas “maravilhas”, o tempo agora é de usar os meios que são oferecidos à Igreja e trabalhar

<sup>34</sup> Estudos CNBB 75 n. 244.

<sup>35</sup> Cf. *Communio et Progressio* n. 1.

<sup>36</sup> *Idem* n. 8.



para ter os próprios meios. E isso, em todos os setores, com ênfase na televisão, rádio, internet e meios impressos<sup>37</sup>. No caso do Brasil, esta já é uma realidade. A questão, portanto, não é mais ter os meios, ou, mesmo, para que tê-los. Essa é uma questão já superada. A questão que se coloca agora é mais profunda. Trata-se do conteúdo que esses meios da Igreja veiculam e a qualidade com que o fazem. Daí a razão de ser da preocupação com a formação integral dos comunicadores.

Um último compromisso dos Bispos da América Latina e Caribe é uma necessidade que ainda não está tão próxima de se tornar realidade: o desenvolvimento de uma política de comunicação, “capaz de ajudar tanto as pastorais da comunicação, como os meios de comunicação de inspiração católica, a encontrar seu lugar na missão evangelizadora da Igreja”<sup>38</sup>.

No Brasil, a CNBB caminha para aprovar um Diretório de Comunicação que deverá apontar nessa direção. Elaborado pelo Setor Comunicação Social da Comissão Episcopal para a Cultura, Educação e Comunicação Social, o texto já está pronto para ser publicado na coleção *Estudos da CNBB*, quando deverá ser trabalhado pelas bases das quais receberá contribuições, antes de se tornar um documento oficial da CNBB. Ao que parece, está perto de se tornar realidade o sonho de muitos comunicólogos, que fazem parte da história da comunicação da Igreja no Brasil. A expectativa é de que, tendo definido uma política de comunicação para a Igreja no Brasil, haja um referencial que favoreça a unidade e a comunhão que devem caracterizar a evangelização através dos meios de comunicação católicos, particularmente as TVs.

### c) Internet

A grande novidade do Documento de Aparecida, em relação à comunicação, está nos números 487 a 490, que assumem a internet, como “instrumento indispensável” para a evangelização. Tomando emprestadas as palavras do papa João Paulo II, a Conferência de Aparecida conclama a Igreja a se aproximar da internet “com realismo e confiança”. Não se podia esperar outra coisa. Afinal, já em 2002, o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais publicara o excelente documento *Igreja e internet* e, nesse mesmo ano, a mensagem de João Paulo II para o Dia Mundial

<sup>37</sup> Documento de Aparecida. Op. Cit. p. 219, n. 486d.

<sup>38</sup> Documento de Aparecida. Op. Cit. p. 219, n. 486i.



das Comunicações tratou também da internet, sob o título “*Internet, um novo foro para a proclamação do evangelho*”. Nessa mesma direção, Bento XVI, em sua mensagem para o 43º Dia Mundial das Comunicações, aproveitando as motivações do Ano Sacerdotal, exortou os padres a assumirem, “pra valer”, a evangelização através da internet: “A vós, queridos Sacerdotes, renovo o convite a que aproveiteis, com sabedoria, as singulares oportunidades oferecidas pela comunicação moderna. Que o Senhor vos torne apaixonados anunciadores da Boa Nova, na ‘ágora’ moderna, criada pelos meios atuais de comunicação”<sup>39</sup>.

Os bispos alertam, no entanto, que as relações favorecidas pelo mundo digital não substituem as relações pessoais. Esta preocupação sempre aparece forte, nas mensagens da Igreja em relação ao mundo virtual: “Apesar de a Internet nunca poder substituir aquela profunda experiência de Deus, que só a vida concreta, litúrgica e sacramental da Igreja pode oferecer, ela pode, certamente, contribuir com um suplemento e um apoio singulares, tanto preparando para o encontro com Cristo, na comunidade, como ajudando o novo crente na caminhada de fé, que então tem início”<sup>40</sup>. E ainda: “É também verdade que as relações mantidas eletronicamente jamais podem substituir o contato humano direto, necessário para uma evangelização autêntica, porque a evangelização depende sempre do testemunho pessoal daquele que é enviado para evangelizar (cf. *Rm* 10,14-15)”<sup>41</sup>.

Outra preocupação dos bispos é com a exclusão digital. Uma realidade muito presente em nossa sociedade, dadas as grandes diferenças sociais que marcam o povo latino-americano, por causa do sistema político-econômico. Bem de acordo com a tradição da Igreja, na América Latina, a proposta é que a Igreja combata esta exclusão, criando “pontos de rede e salas digitais”<sup>42</sup> (490).

Finalmente, os bispos dão algumas indicações dos vários “serviços” que a Igreja pode oferecer, através da internet, e chegam a citar a existência de “orientações religiosas e sociais diversas, tais como

<sup>39</sup> Bento XVI – *Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade*. Disponível em: < [http://www.vatican.va/holy\\_father/benedict\\_xvi/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20090124\\_43rd-world-communications-day\\_po.html](http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day_po.html) >. Acesso em 20.10.2010.

<sup>40</sup> João Paulo II – in. DARIVA, Noemi. Op. Cit. p. 434.

<sup>41</sup> Idem p. 435.

<sup>42</sup> Documento de Aparecida. Op. Cit. p. 221, n. 490.



‘sacerdote’, ‘orientador espiritual’, ‘orientador vocacional’, ‘professor’, ‘médico’<sup>43</sup>. Esse compromisso é um avanço e uma prova de que a Igreja está mesmo disposta a assumir o virtual como meio eficaz de evangelização, não obstante os riscos que isso implica, como o enfraquecimento das relações interpessoais e, conseqüentemente, da vida comunitária.

### 3 Apontamentos finais

A exortação a que todos os cristãos se tornem discípulos-missionários de Jesus Cristo é a linha mestra de todo o Documento de Aparecida. Segundo o Documento, isso ocorre quando a pessoa faz a experiência de Jesus Cristo, a partir de um encontro pessoal com Ele. O anúncio da vida, da pessoa, da paixão e morte de Jesus Cristo se torna, portanto, tarefa de todos os cristãos. Os bispos veem, nesse compromisso, um grande desafio: “Aqui está o desafio fundamental que afrontamos: mostrar a capacidade da Igreja para promover e formar discípulos e missionários que respondam à vocação recebida e comuniquem, por toda parte, transbordando de gratidão e alegria, o dom do encontro com Jesus Cristo”<sup>44</sup>.

Um dos caminhos para vencer esse desafio é o aperfeiçoamento e o investimento na comunicação. Uma comunicação que seja capaz de convencer as pessoas do lugar de Jesus Cristo em suas vidas e, assim, fazerem opção por Ele, uma vez que “não se começa a ser cristão por uma decisão ética ou uma grande ideia, mas pelo encontro com um acontecimento, com uma Pessoa, que dá um novo horizonte à vida e, com isso, uma orientação decisiva”<sup>45</sup>.

Nesse sentido, podemos dizer que o tema da comunicação é transversal, no Documento de Aparecida, como deve ser em toda a ação evangelizadora da Igreja. “O Documento de Aparecida, desde o começo até o final, deixa entrever a importância da transversalidade da comunicação, como algo essencial à vida da Igreja. Esse aspecto é muito importante, porque significa que a comunicação, da qual nos fala o papa João Paulo II como ‘caminho para a comunhão’, hoje, mais do

<sup>43</sup> Idem.

<sup>44</sup> Documento de Aparecida. Op. Cit. p. 15, n. 14.

<sup>45</sup> Bento XVI, *Deus Caritas Est*, in Documento de Aparecida, op. cit. p. 13, n. 12.



que nunca, é um desafio para a Igreja. Assim, a comunicação se converte numa das chaves de interpretação de Aparecida”<sup>46</sup>.

Realmente, sem um sério investimento na comunicação, todos os ideais de encontro, de formação, de conversão, de missão, de comunhão, propostos por Aparecida, ficam literalmente comprometidos. Não se entenda por investimento em comunicação somente a aquisição de meios tecnológicos. O primeiro investimento é de ordem humana, oferecendo aos responsáveis pela comunicação nos vários setores da Igreja adequada formação e capacitação técnica. Não se pode esquecer também de assegurar uma boa estrutura que favoreça a comunicação. Improviso e amadorismo não são aliados de uma comunicação eficiente e eficaz.

O Documento de Aparecida, visto no seu todo, se constitui num forte apelo a que a Igreja faça da comunicação uma dimensão de toda sua ação evangelizadora. O fato de o Documento dar ênfase às novas tecnologias, não nos permite concluir que à Igreja bastam os meios para que a comunicação se faça. Nesse sentido, lembramos vários autores, como Garaudy, que advertem para o risco de haver menos comunicação hoje, num mundo marcado pelos meios de comunicação. “Nunca se falou tanto de comunicações, de Norbert Wiener a Mac Luhan, e de encontros; e, no entanto, nunca houve menos comunicações verdadeiramente humanas entre os homens, pois o homem está, cada vez, mais solitário em relação aos outros e mais dividido dentro de si mesmo”<sup>47</sup>.

Marcondes Filho segue o mesmo caminho, ao afirmar que “nosso século é o século da incomunicação. É o século do paradoxo, pois, em nenhuma outra época da história humana, as pessoas tiveram, à sua disposição, tantos meios de comunicação: telefones, mensagens eletrônicas, equipamentos para transmitir imagens, vozes, acontecimentos”<sup>48</sup>.

Gomes (2006) se pergunta: “Será que o aumento de possibilidades de transmissão de informações corresponde a um aumento real das condições de comunicação na sociedade?”. E responde em seguida: “A resposta afirmativa não é consenso entre os pensadores contemporâneos”<sup>49</sup>.

<sup>46</sup> GOMES Carlos Arturo Quintero. *A Comunicação*. Coleção: À luz de Aparecida. Edições CNBB, 2010, p. 20.

<sup>47</sup> GARAUDY, R. “*Apelos aos vivos*”. In: Castro, Nereu Teixeira. *A comunicação libertadora*. São Paulo: Paulinas, 1983, p. 17.

<sup>48</sup> FILHO, Ciro Marcondes. Op. Cit p. 13.

<sup>49</sup> GOMES, Pedro Gilberto. Op. Cit.



Ao defender o anúncio de Jesus Cristo a todos os povos, também através dos meios de comunicação, a Conferência de Aparecida confirma essa compreensão da comunicação como fenômeno eminentemente humano e que só atinge seu ideal quando leva as pessoas a se encontrarem umas com as outras no grande Outro, que é Deus.

*Endereço do Autor:*

CNBB  
SE/Sul Quadra 801, Conjunto “B”  
70200-014 Brasília, DF  
E-mail: [imprensa@cnbb.org.br](mailto:imprensa@cnbb.org.br)