

Resumo: O presente artigo trata sobre a comunicação nos documentos do CELAM e aponta desafios para a Conferência de Aparecida. O texto foi construído a partir do “genoma” constitutivo da Comunicação e da Igreja: a palavra. Sob os subtítulos de “palavra anunciada”, “a palavra vivida” e “a palavra celebrada” o texto oferece recortes dos documentos do CELAM referentes às dimensões profética, social e litúrgica da comunicação religiosa na América Latina.

Palavras-chave: comunicação/ palavra/ liturgia/ Igreja/ pastoral/ participação

Abstract: The present study deals with the task of the Service of the Word in keeping with the directives outlined in the documents of CELAM and which are to be offered in publicity anew in the Conference in Aparecida. The text in question is structured on the scale of values they represent and are in the service of the truth, in the light of the task of Communication and the teachings of the Church about the word of God. In the sections on “preaching the word”, “living the word”, and “celebrating the word”, the article quotes pertinent paragraphs from the Documents of CELAM highlighting the prophetic, social, and liturgical means of religious communication in vogue in Latin America.

A Palavra que faz a Igreja – aspectos da comunicação nos documentos do CELAM –

Domingos Volney Nandi

O Autor é Doutor em Comunicação pela Unisinos, RS, e Professor no ITESC.



A Igreja nasce da Palavra. Este é o eixo em torno do qual deve girar a sua ação comunicativa no mundo. Isso mesmo, ação comunicativa, entendendo que “a palavra é viva quando são as obras que falam” (Santo Antônio de Pádua).

A palavra comunicação não aparece nenhuma vez na Conferência do Rio de Janeiro, 38 vezes em Medellín, 60 vezes em Puebla e 31 vezes em Santo Domingo¹. Sempre que essa palavra aparece nos documentos está relacionada com os meios de comunicação. No entanto, os meios são apenas um componente do processo comunicativo. Ainda: o modelo de comunicação evangélica não é o modelo midiático. O modelo de comunicação evangélica é o modelo interpessoal do tipo olho no olho, mão na mão, coração a coração. Os meios deveriam estar a serviço desse modelo.

No processo da comunicação cristã, o mais importante é o outro. Por conta disso, quando se trata de comunicação religiosa cristã, muda-se de paradigma e passam a ser outras as palavras-chave que regem a ação comunicativa: alteridade, mistério, misericórdia, pobre, liturgia, pastoral, sinais, sacramentos, sagrado, oração, piedade, comunidade, comunhão, participação, palavra, pregação etc. E nesse sentido os documentos do CELAM oferecem uma grande riqueza.

1. A palavra anunciada

O documento do Rio de Janeiro lembra a missão dos pastores de santificar, ensinar e governar a Igreja. Oferece várias orientações em vista dessa ação comunicativa. Dentre tantas outras orientações enfatiza a importância: a) de uma “pregação metódica, clara e adequada da Palavra de Deus”; b) de uma catequese sólida para se vencer a ignorância religiosa; c) da organização de grupos de estudos e d) da utilização dos meios de comunicação (RJ 56). Neste sentido exorta para que se siga “promovendo escolas de jornalismo tanto para padres como para leigos” (RJ 62); aconselha a criação de bibliotecas paroquiais e pede que se façam campanhas de assinaturas de jornais e revistas católicos (RJ 63).

O documento de Medellín, preocupando-se com a promoção humana, enfatiza: a) que “a palavra é o vínculo normal da fé: *Fides ex*

¹ Doravante os documentos do CELAM serão referidos com as siglas: RJ (Rio de Janeiro), M (Medellín), P (Puebla), SD (Santo Domingo).



auditu” (M 16,7); b) que “em nossos tempos, “palavra” também compreende imagens, cores e sons, adquirindo formas variadas através dos diversos MCS (M 16,7); c) e que, decorrente desse fenômeno, “os meios de comunicação são imprescindíveis para que Igreja possa cumprir sua missão “até os confins da terra” (M 7). Em vista do anúncio e da formação de comunidades cristãs, Medellín sugere a formação de catequistas, a promoção do ministério da Palavra e de diáconos (M 8,14). Lembra, também, a importância da participação de “artistas e homens de letras” “para a expressão estética da palavra litúrgica, da música sacra e dos lugares de culto” (M 7,17). E, no sentido mais profundo do conceito de uma comunicação dialógica, incentiva as “celebrações ecumênicas da Palavra” (M 9,13).

Medellín retoma o discurso de *Inter Mirifica* ao afirmar que “a Igreja Universal acolhe e incentiva os maravilhosos inventos da técnica”, destacando particularmente a imprensa, o cinema, o rádio, a televisão, o teatro, os discos (cf. IM 1). E que “também na América latina a Igreja recebe com prazer a ajuda providencial desses meios, com a firme esperança de que contribuirão cada vez mais para a promoção humana e cristã do continente” (M 16,4)².

Na esteira do discurso sobre a importância dos MCS, o documento destaca a necessidade da formação e capacitação profissional e pastoral para os meios de comunicação a todos os “servidores da Palavra”. “Esta formação deve ser matéria de estudo sistemático nos seminários e casas de formação religiosa (M 16,16). Dentre os agentes vinculados à dimensão *kerigmática* os catequistas têm um destaque especial. O documento, referindo-se à Catequese, afirma que os meios de comunicação “estão influenciando profundamente nos valores, nas atitudes e na própria vida dos homens” e, por isso, a Igreja precisa levar em consideração “a cultura da imagem” (M 8,12). Reconhece “a dimensão social desses meios e a escassez de pessoal habilitado para neles atuar”,

2 Uma particularidade, contudo, sobre os meios de comunicação social na América Latina em relação aos países do denominado primeiro mundo é a seguinte: o acesso à modernidade foi tardio e não foi pela mediação da literatura e sim pela mediação das novas tecnologias de comunicação, particularmente da televisão. Em outras palavras, num continente pontuado pelo analfabetismo, os povos tiveram acesso aos meios de comunicação eletrônicos sem antes passar pelo livro. Esse fenômeno dificulta aos consumidores uma adequada leitura crítica dos produtos vinculados por esses meios. Soma-se ainda o fato de os MCM estarem, como afirma o próprio documento de Medellín, “vinculados a grupos econômicos e políticos, nacionais e estrangeiros, interessados em manter o *status quo* social” (M 2).



e aponta para a urgente necessidade de “promover vocações no campo da comunicação social, especialmente entre os leigos” (M 13).

No documento de Puebla observa-se que os termos “evangelização” e “comunicação” têm praticamente o mesmo peso: “a evangelização, anúncio do Reino, é comunicação: portanto, a comunicação social dever ser levada em conta em todos os aspectos da transmissão da Boa Nova” (P 1064). Uma comunicação autenticamente cristã gera comunhão e participação, é promotora de carismas e ministérios (P 993), vinculada, evidentemente, às dimensões comunitária e social (M 2,24). É também nesse sentido que o documento de Puebla afirma a “utilidade das celebrações da Palavra e a importância de servir-se dos meios de comunicação social para alcançar a todos” (P 900)³.

Santo Domingo, por sua vez, retomando LG 25, afirma que “a Igreja, comunidade santa convocada pela Palavra, tem como um de seus ofícios principais pregar o Evangelho” (SD 33). E acrescenta oportunamente que “igualmente pertence ao ministério profético da Igreja o serviço que os teólogos prestam ao Povo de Deus” (SD 33).

Uma observação digna de nota: o documento de Medellín faz referências constantes ao fenômeno comunicativo e dedica um inteiro capítulo sobre os “Meios de Comunicação Social”. Observa que os meios massivos “plasmam o homem e a sociedade” (M 16,1); identifica uma cultura emergente promovida pelos meios de comunicação e explicita a necessidade tanto de pesquisa como de uma teologia adequada (M 17). Neste particular o documento tem uma atualidade profética, pois em nossos dias é relevante saber qual o conceito de comunicação e qual a teologia que move a ação da Igreja nos meios e com os meios.

No tocante ao conceito, é importante sublinhar que a comunicação é, por definição, participativa. Ela é interativa e além de permitir a partilha dos significados, estabelece e mantém as relações sociais. Assim, quanto maior for a interação entre as pessoas tanto melhor será a qualidade da comunicação. Os indivíduos, seja do ponto de vista individual ou coletivo, poderão desenvolver plenamente seu potencial comunicativo, se lhes forem respeitados este direito de interação, de serem sujeitos ativos ao

3 Note que o documento está se referindo às “celebrações da Palavra” e não à Missa. E quando se refere às “celebrações” transmitidas, subtendendo também a Missa, observa: “levando em conta a natureza da liturgia” (P 949). A midiatização da Missa é ainda um tema polêmico.



invés de objetos. Este princípio lança um desafio às estruturas sociais e, no caso, às estruturas da Igreja e seus modelos eclesiológicos. É justamente essa dimensão participativa, também sublinhada pelos documentos pós-conciliares, que dará às pessoas um novo sentido à dignidade humana, uma nova experiência de comunidade e a alegria de uma vida plena.

Nesse sentido, uma crítica que se poderia fazer aos documentos do CELAM é o fato de eles serem movidos por um conceito utilitarista de comunicação, reduzindo a comunicação ao “anúncio” e não à prática do diálogo. De fato, o documento de Rio de Janeiro incentiva a organização de diários católicos e outras publicações (RJ 61), que se faça uma intensa e eficaz propaganda (RJ 63) e termina recomendando “fervorosamente o estudo e a fiel observância dos luminosos ensinamentos pontifícios sobre o cinema, o rádio e a televisão” (RJ 68). Medellín sublinha a importância dos instrumentos para uma catequese adequada (M 6,15). Puebla e Santo Domingos seguem na mesma direção.

O conceito instrumentalista de comunicação é reducionista, pois dá avivamento somente aos meios e não ao processo comunicativo. Em outras palavras, reduz a comunicação social a um instrumento para propagação de idéias, a uma ferramenta de persuasão.

No início, as teorias de comunicação concebiam o “*medium*” como forma de transporte de informações da fonte ao receptor. A essa concepção, a tradição retórica da civilização ocidental acrescentou o conceito de intenção para atingir certos efeitos. Em outras palavras, o meio era concebido como um instrumento de mudança de comportamentos segundo a intenção da fonte.

Este conceito de *medium* tem causado uma série de problemas, de debates e de erros, tanto na prática como nas políticas de comunicação. Descobriu-se que os meios não têm quase nunca um efeito direto e completo, mas que a sua influência é sempre «mediada» das condições sociais, do processo complementar da rede dos contatos interpessoais e dos descartes cognitivos.

Os teóricos têm tentado suprir as deficiências das teorias dos efeitos com teorias que levam em consideração as intenções e as motivações do destinatário. São teorias, ou modelos teóricos, que contemplam o receptor como sujeito que interage, lê, reconstrói o texto, seleciona ou transforma o significado da mensagem segundo critérios subjetivos.



A mediação do instrumento tecnológico é somente um componente do fenômeno geral da comunicação como construção de significados por meio de um processo de interação de pessoas, instituições e sistemas co-envolvidos no processo. Como diz Martín-Barbero,

esta mudança de perspectiva implica que a comunicação seja um processo de produção de significados e não simplesmente de circulação de informações; portanto, um processo em que o receptor não é somente decodificador daquilo que o emissor passou como mensagem, mas ele é também um produtor de significado⁴.

Concebido como mediação, o *medium* pode ser o lugar ou o contexto no qual se dá o processo de interação entre as pessoas para construir significado. Nesse contexto, os meios se transformam em um outro ator na interação, um ator que oferece um elemento material para a construção de um significado. O fenômeno da representação de um episódio ou de um significado feito pela mídia representa apenas um dos coligamentos que entram no conjunto das mediações que colaboram na produção de sentido, na construção de significados.

Em síntese, o meio oferece ocasião para que as pessoas possam interagir entre si e construir um significado com diversas dimensões. Em nível intrapessoal, privilegiado pelo sistema religioso, a mídia oferece oportunidade para explorar, definir e despertar o imaginário; é também lugar de diálogo com o imaginário, com o mundo interior das emoções. Oferece também oportunidade para explorar e construir a identidade pessoal e comunitária.

2. A palavra vivida

A educação da fé se dá “mediante a palavra e o exemplo” (M 3,6). Puebla lembra que o testemunho é “o elemento primeiro da evangelização e condição essencial em vista da eficácia real da pregação” (P 971). E que o testemunho seja “pessoal e comunitário” (M 7,13), vinculado com uma íntima comunicação/comunhão com Deus “por meio da oração pessoal e um aprofundamento no sentido da caridade, cuja melhor expressão é a Celebração Eucarística”(M 12,5).

4 MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones: cultura, comunicación y hegemonía*. Mexico-Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1987. p. 228.



A brecha crescente entre ricos e pobres é denunciada em Puebla como o grande ruído na comunicação dos bens que deveriam ser destinados a todos. O pecado é o ruído que dificulta ou impede a autêntica comunicação. Esse ruído situa-se, particularmente, no campo sócio-econômico. É justamente nesse campo que o egoísmo tende a se converter em lei, atuando como fator de isolamento e de impedimento para uma comunicação verdadeiramente humana, aumentando o medo do outro e o distanciamento entre pessoas, classes sociais e nações⁵. Nesse campo sócio-econômico, também a Igreja é desafiada a dar testemunho *ad-intra* de partilha e solidariedade. Em outras palavras, solidariedade econômica entre dioceses, paróquias e comunidades (P 976).

Um sinal privilegiado de comunicação dialógica e libertadora manifestou-se no compromisso da Igreja latino-americana com os pobres, com aqueles a quem são negados a voz e a vez. Os canais privilegiados para essa comunicação com os excluídos, ou menos favorecidos, particularmente no Brasil, foram os Grupos de Reflexão e as Comunidades Eclesiais de Base. A retomada do jeito fontal de ser Igreja, de ser Igreja nas casas despertou, revitalizou e amadureceu autênticas estruturas de comunhão e participação eclesial e social. Essa volta às fontes veio ao encontro de características especiais do povo latino-americano, consonantes com a comunicação interpessoal: o acolhimento, a sensibilidade para com os sofredores, o amor à família e a dimensão afetiva à flor da pele.

Puebla insiste num relacionamento de comunhão e participação, tanto na esfera eclesial como na esfera socioeconômica. No âmbito eclesial, sublinha que os agentes de pastoral, começando pelos bispos e presbíteros, devem ser agentes de comunhão e participação. Os leigos são chamados para os conselhos de pastoral e demais serviços "(P 649); pede maior presença do presbítero no meio do povo, principalmente como presença articuladora de uma rede de grupos e comunidades (P 631). Nessa esteira, Puebla promove uma pastoral orgânica: a criação de conselhos diocesanos de pastoral e outros organismos como espaços de comunhão e participação (P 634); sublinha a necessidade de formação de comunidades ministeriais (P 993-994) e que esse modelo de comunhão e participação seja sensível na Catequese e na Liturgia (P 997).

5 Cf. DECOS – CELAM. Para uma Teologia da Comunicação na América Latina, Petrópolis: Vozes, 1984, p. 126.



3. A palavra celebrada

Conforme já foi elucidado acima, a Igreja latino-americana pós-conciliar tem as marcas de uma mística profética e libertadora. Decorrente desta mística, tomou partido em defesa dos pobres fazendo ouvir a Palavra profética e contribuindo de forma solidária na transformação social, política e cultural do continente.

Medellín, ancorada na *Sacrosanctum Concilium*, colocou a Liturgia no centro dessa missão evangélica. Fez isso promovendo uma vinculação sempre mais estreita entre liturgia e vida, celebração e compromisso histórico, afirmando que “a celebração litúrgica coroa e comporta um compromisso com a realidade humana” (M 9,4). Puebla assumiu o entrosamento fecundo entre formas litúrgicas tradicionais e a piedade popular. Reconhece que “a religião do povo, com sua grande riqueza simbólica e expressiva, pode proporcionar à liturgia um dinamismo criador. Este, devidamente discernido, pode servir para encarnar mais e melhor a oração universal da Igreja em nossa cultura” (P 465).

Santo Domingo, por sua vez, em total fidelidade ao Concílio Vaticano II insistiu no retorno às fontes e ao mesmo tempo na “recuperação e adoção de formas, sinais e ações próprias das culturas da América e Caribe” (SD, 53).

Alguns desafios para a V Conferência

Se a Conferência de Aparecida retomar as conclusões de Medellín e Puebla, terá excelentes luzes para iluminar e não ignorar velhos e novos fenômenos comunicativos: as novas mídias, a cibercultura, a centralidade e o poder das mídias, a violência como negação da novidade do sagrado cristão – o outro, a globalização e a mercantilização do sagrado, as mídias de inspiração católica, entre outros.

Se já no tempo de Puebla o jovem ocupava grande parte de seu “tempo livre” na utilização de meios de comunicação (P1172), muito mais hoje, quando determinados meios já se configuram como inseparáveis não apenas de jovens, mas também de crianças e adultos. E já não se trata apenas do que Puebla classificou como “tempo livre”, mas do próprio tempo de estudo, de trabalho, de relacionamentos afetivos e profissionais.

A mídia, especialmente a televisiva, é o lugar da pós-modernidade. E essa vincula-se ao fenômeno da globalização que, por sua vez, está



vinculado ao mercado na exploração da religião como oferta nas prateleiras dos bens simbólicos. Neil Postman descreve uma série de formatos de programas religiosos, e ao analisar a relação entre religião e televisão, observa que a primeira se curva às lógicas de produção da segunda. Diz que, justamente pelo fato de a TV ser, afinal de contas, entretenimento, os pregadores se transformam em astros e “Deus fica em segundo plano”⁶. Afirmo, também, que o Cristianismo tem sido sempre uma “religião séria que requer muito empenho”⁷, mas que a sua versão televisiva tem necessidade de uma fatia de audiência que se obtém “somente oferecendo às pessoas aquilo que elas querem”.⁸ Dificilmente se trata do cristianismo histórico bíblico, consonante ao Evangelho, pois o que as pessoas desejam nem sempre corresponde ao que realmente necessitam. Entre desejo e necessidade pode haver um abismo; e o Evangelho não faz concessões aos desejos.

Santo Domingo advertiu:

Se os pastores não nos empenharmos a fundo em acompanhar as expressões de nossa religiosidade popular purificando-as e abrindo-as às novas situações, o secularismo irá se impor mais fortemente em nosso povo latino-americano e será mais difícil a inculturação do Evangelho (SD 53).

Nesse particular os novos tempos apontam para um fenômeno preocupante: as liturgias presenciais estão incorporando os formatos das transmissões de celebrações midiáticas. O sistema midiático, particularmente o televisivo, é regido pelas lógicas do espetáculo. A moeda midiática é a audiência, e para garantir audiência, é preciso oferecer o que o povo gosta: espetáculo. É sintomática a prática pré-conciliar de Missas para serem assistidas e serem vistas de longe – como é o caso das denominadas missas de televisão. Também é sintomático o seguinte fenômeno que vemos contaminando o espaço sagrado: o presbitério virou palco, a assembléia litúrgica virou platéia e o presidente da celebração assumindo postura e gênero discursivo próprio de um animador de programa de auditório. Inculturação ou vírus no sistema religioso?⁹

6 POSTMAN, Neil. *Amusing Ourselves to death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Penguin Group, 1986, p. 117.

7 *Idem*, p. 121.

8 *Ibidem*.

9 Cf. NANDI, Domingos. *Missa Católica: o (des)encontro de duas lógicas no processo de midiatização da ritualidade da celebração eucarística*. 2005. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, UNISINOS, São Leopoldo.



A comunicação religiosa tem particularidades que a distinguem de outras formas de comunicação. Quando esta distinção não é feita, favorece a crise da identidade religiosa cristã. Essa observação é procedente porque cabe à Igreja santificar o mundo, e não o mundo secularizar a Igreja¹⁰.

É sensível que esse fenômeno está vinculado a um modelo de Igreja e, conseqüentemente, a um modelo de comunicação que por sua vez determina formatos de produtos midiáticos. A mídia católica, no Brasil, dá lugar e maior visibilidade para um modelo de Igreja que está muito distante daquele proposto pelo Vaticano II e que foi retomado especialmente por Medellín e Puebla.

Endereço do autor:
dvnandi@terra.com.br

10 SCHUBERT, Guilherme. *Arte para a fé – Nos caminhos traçados pelo Vaticano II*. 2. ed. São Paulo: Loyola, 1987. p. 24.