

LÚCIA INÊS UGOSKI VOLCAN ZOLIN

**IGREJA E COMUNICAÇÃO SOCIAL: UM ESTUDO DE
DOCUMENTOS DO MAGISTÉRIO PONTIFÍCIO**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Teologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul como requisito para obtenção do Grau de Mestrado em Teologia Sistemática, sob orientação do Prof. Dr. Mons. Urbano Zilles

Porto Alegre
2010

RESUMO

Esta dissertação de mestrado é o resultado de um estudo realizado sobre o pensamento da Igreja Católica a respeito da comunicação social, a partir da análise de documentos pontifícios que tratam deste tema e que foram publicados a partir da invenção da tipografia. Tal análise tem por objetivo entender qual o posicionamento da Igreja sobre a comunicação social, sobretudo, a que se desenvolve mediante o uso de diferentes recursos e instrumentos. O primeiro capítulo, além de descrever o que a Igreja pensa sobre a comunicação humana, também registra elementos teológicos que podem contribuir para a compreensão deste fenômeno. No segundo capítulo serão expostos os principais documentos publicados entre a época da invenção da prensa até o pontificado de João XXIII, na fase que antecedeu o Concílio Vaticano II. O terceiro capítulo trabalhará, na sequência, o pensamento pós-conciliar. E, por fim, no quarto capítulo analisaremos a compreensão que a Igreja tem sobre o uso dos *mass media* para a evangelização. Disposta a superar as deficiências, hoje, a Igreja busca articular-se de forma sistemática, sobretudo através da Pastoral da Comunicação. Pastoral integradora, que deve perpassar todas as atividades eclesiais.

Palavras-chave: Igreja, Comunicação, *mass media*, documentos, evangelização, Pastoral da Comunicação.

ABSTRACT

This present dissertation is the result of a study about the thoughts of the catholic Church regarding social communication with basis on the analysis of pontifical documents dealing with this subject and which have been published since the invention of printing. Such analysis has the purpose of understanding the position of the Church on social communication, particularly the one that develops by means of different resources and instruments. The first chapter, besides describing what the thought of the Church is about human communication, also registers the theological elements that may contribute to the understanding of this phenomenon. The second chapter presents the main documents published between the time when printing was invented until the pontificate of John XXIII, in the period prior to the II Vatican Council. The third chapter focuses, in sequence, on the post council thought. Finally, in the fourth chapter, it is analysed the understanding that the Church has about the use of mass media for evangelization. Concerning mass media, however, the Church acknowledges failures. Willing to overcome the flaws, the Church of today seeks to articulate in a systematic way, mainly through the Communication Pastoral Service, an integrating pastoral service to permeate all ecclesiastical activities.

Key words: Church, Communication, mass media, documents, evangelization, Communication Pastoral Service.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO I:	11
A COMUNICAÇÃO HUMANA NA PERSPECTIVA CRISTÃ	11
1.1 Conceito:	11
1.1.1 Um conceito à luz da fé	13
1.1.2 Comunicação social	14
1.2 Elementos teológicos da comunicação.....	17
1.2.1 A criação	18
1.2.2 Fundamento trinitário	21
1.2.3 A queda nas origens	23
1.2.4 A redenção em Jesus Cristo	25
1.2.5 O Espírito Santo	31
1.2.6 Igreja e comunicação	33
CAPÍTULO II:.....	36
DA INVENÇÃO DA PRENSA À FASE PRÉ-CONCÍLIO VATICANO II.....	36
2.1 Fase pré-tipografia.....	36
2.2 Um período de cautela	38
2.3 V Concílio de Latrão e a questão da censura	42
2.4 Índice de livro proibidos.....	43
2.5 Um período de revisão	44
2.6 Um período de conflitos.....	45
2.7 Gregório XVI.....	47
2.8 Pio IX	48
2.9 Leão XIII	50
2.9.1 Officiorum ac munerum	52
2.10 Pio X	53
2.11 Pio XI	55
2.11.1 Interesse pelo cinema	56
2.12 Pio XII.....	59
2.12.1 Cinema, rádio e televisão: Miranda Prorsus	59
2.13 A caminho do aggiornamento	64
2.13.1 Pacem in terris.....	65
CAPÍTULO III	68
A PARTIR DO CONCÍLIO VATICANO II	68
3.1 A convocação	68
3.2 O Concílio e a comunicação	70

3.3 A Igreja e os instrumentos de comunicação social.....	72
3.3.1 As propostas do decreto:	77
3.3.2 Ação pastoral da Igreja	80
3.4 Communio et Progressio	82
3.4.1 Comunicação social e o progresso humano	85
3.4.2 A importância da opinião pública	86
3.4.3 Contribuição dos católicos às comunicações sociais	88
3.4.4 Diálogo ad intra e ad extra	90
3.4.5 Orientações e planejamento	91
3.5 Desafios morais	92
3.5.1 Pornografia e violência nas comunicações sociais, uma resposta pastoral.....	92
3.5.2 Propostas	93
3.6 Uma nova instrução pastoral: Aetatis Novae	93
3.6.1 Contextos das comunicações sociais	94
3.6.2 Direito à informação e às comunicações	96
3.7 Reflexão ética.....	97
3.7.1 Ética da publicidade.....	99
3.7.2 Ética nas comunicações sociais	103
3.8 Ética na internet.....	108
3.8.1 Algumas áreas de preocupação.....	109
3.8.2 Recomendações e conclusão	110
CAPÍTULO IV.....	112
COMUNICAÇÃO SOCIAL E EVANGELIZAÇÃO.....	112
4.1 O mandato missionário e a comunicação	112
4.2 Evangelização e os mass media.....	117
4.2.1 Evangelii Nuntiandi	119
4.2.2. Meios de evangelização	120
4.2.3 Redemptoris Missio: evangelizar a - e pela – mídia.....	121
4.3 Evangelizar a cultura.....	124
4.4 Evangelização e internet.....	127
4.4.1 Oportunidades e desafios.....	128
4.4.2 Recomendações.....	131
4.5 Pastoral da Comunicação: reflexão e prática.....	133
4.5.1 Passos concretos: planejamento da Pastoral da Comunicação.....	135
4.5.2 Conferência Nacional dos Bispos do Brasil	136
4.5.3 O papel dos leigos	138
4.5.4 Formação	139
4.5.5 Espiritualidade	140
CONCLUSÃO.....	142
REFERÊNCIAS	146

INTRODUÇÃO

Em sua Exortação Apostólica *Evangelii Nuntiandi* sobre a evangelização, Paulo VI alertou que a Igreja viria a sentir-se culpável diante do seu Senhor, se não lançasse mão dos instrumentos de comunicação, “potentes meios que a inteligência humana torna cada dia mais aperfeiçoados”.¹ Para o Papa estava claro que, através deles, a Igreja proclama sobre os telhados (cf *Mt 10,27; Lc 12,3*) a mensagem de que é depositária.

João Paulo II, na Carta Encíclica *Redemptoris Missio* sobre o mandato missionário da Igreja, declarou que “o primeiro areópago dos tempos modernos é o mundo das comunicações, que está unificando a humanidade, transformando-a na aldeia global”.² Como se sabe, ambos pronunciamentos não estão registrados em documentos específicos sobre o universo da comunicação. Justamente por isso podem nos dar uma ideia sobre o interesse da Igreja a respeito dos *mass media*, a ponto de dar espaço privilegiado a este tema em documentos nos quais aborda sua missão de evangelizar.

De fato, a Igreja chega ao terceiro milênio tendo plena consciência da importância que a mídia alcançou na vida humana. Os *mass media* não apenas influenciam profundamente as culturas, mas são capazes de criá-las. Sabendo que a humanidade vive sob o impacto deles em todas as áreas de sua existência, deseja com esses meios “dialogar”.

Mas é importante observar que o interesse da Igreja pelos instrumentos de comunicação não é recente. Na realidade, trata-se de um tema que ocupa o pensamento eclesial há muito tempo. Antes mesmo do surgimento de teorias da comunicação, a Igreja chamava a atenção sobre a influência dos meios na vida das pessoas. O fez, é preciso esclarecer, sem a intenção

¹ PAULO VI. *Evangelii Nuntiandi*, n. 45

² JOÃO PAULO II. *Redemptoris Missio*, n. 37

de elaborar uma teoria, mas invocando o zelo pastoral, de acordo com o contexto e a mentalidade da época em que se pronunciou.

Tão logo Gutenberg apresentou seu invento ao mundo, este foi prontamente acolhido pela Igreja, basta lembrar que o primeiro livro por ele impresso foi a Bíblia. A tipografia favoreceu publicações e a rápida circulação de ideias. A Igreja, atenta a esse potencial, logo emitiu seu parecer a respeito. Entre a criação de Gutenberg e a nossa era, passaram-se quase quinhentos anos e, nesse período, a Igreja nunca deixou de pronunciar seu juízo sobre o uso que se fez das invenções que surgiram na área da comunicação.

Mas o que a Igreja tem dito? O que pensa sobre a comunicação social, sobretudo a que se dá através do uso de instrumentos de comunicação? A presente dissertação tem por proposta buscar respostas para tal indagação. Para tanto, analisamos uma série de documentos da Igreja relacionados ao tema.

Unicamente por uma necessidade de delimitação do tema, optamos por analisar apenas os documentos publicados por Sumos Pontífices e pelo Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, com duas exceções: quando buscamos um conceito para o termo comunicação e ao abordar passos para o planejamento na área da comunicação. Para fazermos esta análise recorreremos ao pensamento dos bispos latino-americanos e brasileiros, respectivamente. Dessa forma, a pesquisa ficou assim distribuída:

No primeiro capítulo da dissertação, analisamos o conceito de comunicação dentro de uma perspectiva cristã. Além de conceitos, buscamos entender de que forma a fé pode enriquecer a compreensão da comunicação, fenômeno tão inerente à condição humana. Nossa análise terá como foco principal os elementos teológicos presentes na Instrução pastoral *Communio et Progressio*, da, então, Comissão Pontifícia dos Meios de Comunicação Social - atual Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais -, Carta Magna da Comunicação da Igreja Católica.

No segundo capítulo, procuramos apresentar o pensamento da Igreja a respeito da comunicação social, tendo como base textos publicados pelo Magistério Pontifício no período compreendido entre a invenção da tipografia, por volta de 1450, e o pontificado de João XXIII, na fase que antecedeu o Concílio Vaticano II. Muitos desses documentos, no entanto, não foram escritos diretamente sobre a comunicação, mas tratam do tema em situações específicas; na maioria, veremos que foco está centrado muito mais na questão da liberdade de expressão e seus limites do que propriamente na comunicação humana ou nos próprios *mass media*.

Dando continuidade à análise de documentos publicados pelo Magistério sobre comunicação, no terceiro capítulo, serão analisados os principais textos produzidos a partir do Concílio Vaticano II. Veremos como o espírito que permeou o Concílio influenciou o pensamento da Igreja sobre a comunicação social.

O último capítulo apresenta o caráter comunicativo da Igreja e seu pensamento a respeito da relação entre a comunicação e a evangelização. A Igreja tem a clara compreensão de que não apenas comunica-se, mas que Deus continua a comunicar-se com a humanidade através dela. No entanto, reconhece que, no tocante à comunicação, através dos *mass media*, existem falhas a serem corrigidas.

Para superar tais deficiências a Igreja Católica busca organizar-se. A orientação dos últimos documentos é de que cada Conferência ou Diocese organize seu planejamento na área da comunicação. Por isso, a Igreja incentiva a existência de articulações nessa área, envolvendo toda a vida eclesial. A Pastoral da Comunicação é apresentada como uma pastoral integradora, que, fundamentada na formação e na espiritualidade, poderá auxiliar a Igreja - clero e leigos - a não somente utilizar os meios, mas a viver a comunicação como comunhão, ou seja, viver na prática, o que os textos preconizam.

CONCLUSÃO

Nesta dissertação, procuramos analisar a relação entre a Igreja e a comunicação a partir de textos publicados pela própria Igreja, através de seu Magistério Pontifício. Ao concluir nossa análise, elegemos alguns pontos que julgamos merecedores de destaque em nossas observações.

À luz da fé, podemos notar que a comunicação não é apenas uma característica humana, é também divina. Deus Trino é comunhão perfeita. Deus se relaciona no interior da Trindade e para fora, com suas criaturas. Nada é capaz de interromper a comunicação de Deus com o ser humano, nem mesmo o pecado. Ele estabelece alianças para manter o diálogo com a humanidade e a prepara gradualmente para receber a revelação definitiva que faz de Si mesmo, através de Seu Filho, o Verbo encarnado.

O Verbo, ao se fazer homem como os homens, apresenta-se como o protótipo de toda a comunicação. Ele é a Palavra e a imagem do Pai. Nele, Deus tudo disse. Jesus glorificado sobe aos céus, mas a comunicação não cessa. O Espírito é enviado e comunica as graças do Pai e do Filho à humanidade. A Igreja entende ser sua missão não apenas comunicar Deus, mas ser elo de comunicação entre Deus e os homens. Tais elementos permitem concluir que a reflexão sobre o fenômeno da comunicação, assim como as demais realidades humanas, pode ser enriquecida pela fé cristã. Quem sabe não seja este um dos grandes contributos da Igreja ao mundo das comunicações?

No decorrer de nosso trabalho, ao analisar os documentos tanto da fase pré-conciliar como pós-conciliar verificamos que uma preocupação permeia todos os pronunciamentos da Igreja: a forma como as pessoas utilizam os instrumentos de comunicação. Desde *Inter Multiplices*, de Inocêncio VIII, aos documentos mais atuais, como *Igreja e Internet*, por exemplo, a Igreja tem chamado a atenção para a ambivalência dos meios de comunicação

social: estes podem ser usados para o bem ou para o mal. Trata-se de um discurso que se mantém ao longo dos anos, perpassa todos os textos produzidos pela Igreja. O que muda é a forma como essa problemática é abordada. Se no passado a Igreja usou de métodos que, vistos de nosso tempo, são totalmente inaceitáveis, como a censura, hoje, ela o faz usando o tom do conselho, tentando conscientizar a sociedade sem impor seus valores.

Como pudemos observar, principalmente nos documentos mais recentes, ao tratar de problemas na área da comunicação, a Igreja elabora uma série de questionamentos éticos e salienta a necessidade de a pessoa humana estar no centro de todas as atividades da área da comunicação e de todos os avanços técnicos, tendo sua dignidade respeitada. Para tanto, a Igreja tem emitido críticas e denunciado erros e abusos, quando julga necessário. Tais documentos chamam a sociedade a um sério debate sobre o papel da mídia e sua influência em todas as áreas da vida humana. Cremos que as reflexões que a Igreja tem elaborado muito podem enriquecer a área da comunicação. São documentos que merecem ser conhecidos e debatidos pela sociedade em geral.

Seguindo essa análise, percebemos que o julgamento da Igreja sempre se dirige às mensagens e não aos meios. Por isso, cremos importante salientar que seria um julgamento equivocados definir a relação da Igreja, no passado, com os *mass media*, apenas sob o ângulo da censura e das proibições. A Igreja, de fato, impôs a prática do controle, mas, como tivemos a oportunidade de refletir, é preciso, a fim de evitar um juízo preconceituoso e parcial, entender o contexto e a mentalidade das sucessivas épocas em que tal prática se estabeleceu. Até porque a Igreja não apenas proibiu, mas também percebeu as potencialidades dos instrumentos de comunicação em sua missão de anunciar o Reino.

Outra reflexão que julgamos pertinente refere-se às teorias das comunicações. Elas são recentes na história da humanidade, surgiram entre o fim do século XIX e começo do século XX e se ocupam das comunicações humanas. Muitos teóricos, que se dedicam a tais investigações, têm se debruçado sobre a questão da influência da mídia na sociedade; nesse sentido, é interessante observar que, muito antes de qualquer teoria ser elaborada, a Igreja já havia intuído o poder dessa influência. Claro, o fez, apenas, de forma subjacente, uma vez que não chegou a elaborar um pensamento mais aprofundado sobre o tema. Mas, ao criticar os abusos cometidos, a Igreja revelou ter percebido que os seres humanos são suscetíveis às mensagens que recebem através dos *mass media*. Não cremos ser errado, então, dizer que a Igreja intuiu, antecipadamente, essa problemática.

Na sequência da análise dos documentos, pudemos perceber que, apesar de nunca ter se negado a utilizar os *mass media*, foi especialmente após o Concílio Vaticano II que a Igreja

procurou uma maior colaboração com o mundo das comunicações. O pontificado de João Paulo II, nesse aspecto, é uma referência. Nas várias mensagens que proferiu a respeito da comunicação, João Paulo II revelou-se um entusiasta nessa área, sendo um artífice do diálogo entre a Igreja e os *mass media*, com quem manteve um constante relacionamento. O Pontífice deixou de herança valiosos ensinamentos, alguns dos quais foram expostos no decorrer desta dissertação. Julgamos significativo o fato de um de seus últimos documentos, a carta apostólica *Rápido Desenvolvimento*, ter sido justamente destinada aos comunicadores.

Mas João Paulo II não percorreu sozinho o caminho em direção à mídia. Felizmente, constatamos que há um pensamento consolidado por parte da Igreja no que diz respeito ao potencial dos *mass media* na difusão da mensagem evangélica. Fazendo uma autocrítica, a Igreja sabe que falhou, no passado, e tem buscado corrigir-se, através da organização e incentivo da estruturação de uma pastoral específica da comunicação em todos os países. Pastoral que foi concebida para transitar por todas as instâncias eclesiais, como revela a Instrução Pastoral *Aetatis Novae*. Uma pastoral alicerçada na formação e espiritualidade, que pode ajudar clero e leigos a não limitar a comunicação apenas ao uso dos instrumentos, mas entendê-la e vivê-la em sua dimensão mais profunda: a da comunhão.

O desafio é grande. É preciso evitar as “tentações” nessa área, uma delas é a instrumentalização da comunicação. O próprio João Paulo II alertou que não é suficiente usar os meios de comunicação, é necessário, também, integrar a mensagem evangélica nos *mass media*. Como tivemos a oportunidade de verificar, o Papa, quando fez essa observação, em sua encíclica *Redemptoris Missio* estava refletindo sobre a missão *ad gentes*. Nessa reflexão ele apresentou a mídia como parte de um dos âmbitos da missão, que se cumpre no anúncio de Jesus em lugares nos quais Ele ainda não é conhecido.

Para finalizar, com base nessa orientação clara de um documento que é referência para o estudo da comunicação no âmbito eclesial, julgamos oportuno levantar um questionamento sobre o conteúdo do que é veiculado em matéria de evangelização na mídia. O que os cristãos comunicam? Estão conseguindo, de alguma forma, influenciar a cultura midiática como desejava o idealizador da expressão “areópagos modernos”? Ou estão, apenas, usando instrumentos para comunicar o Evangelho? A mensagem é clara? Traduz, de fato, os ensinamentos de Jesus, o perfeito comunicador?

Qual deve ser o conteúdo dos boletins, programas de Rádio, TV, sites? Por certo se deseja que os valores do Evangelho estejam presentes nesses serviços, mas João Paulo II também lembrou que nem só de evangelização implícita deve ser o trabalho dos cristãos na mídia. Faz-se necessário um anúncio explícito de Jesus Cristo. Isso está ocorrendo?

Outro questionamento é se a Igreja está preparada para isso, especialmente os leigos, chamados a assumir o protagonismo e estar presentes de forma efetiva no mundo das comunicações. Há formação suficiente, de qualidade, tanto no tocante a aspectos doutrinários como das técnicas a serem empregadas, como tão bem preconizam os documentos analisados, principalmente os publicados após o Concílio Vaticano II?

E já que durante todo este trabalho o pensamento de João Paulo II foi fonte para muitas reflexões, concluímos recorrendo aos ensinamentos dele, mais uma vez, a fim de encontrar luzes:

Não devemos cansar-nos de fixar o nosso olhar em Jesus de Nazaré, o Verbo que se fez carne, que realizou a comunicação mais importante para a história da humanidade, permitindo-nos ver, através dele, o rosto do Pai celestial e dando-nos o Espírito de verdade, que nos ensina todas as coisas. Coloquemo-nos, uma vez mais, à escuta do ensinamento de Jesus Cristo, a fim de que a multiplicação das antenas nos telhados, como instrumentos emblemáticos da comunicação contemporânea, não se torne paradoxalmente o sinal da incapacidade de ver e de escutar, mas seja o sinal de uma comunicação que se difunde ao serviço do homem e do progresso integral de toda a humanidade.³

³ JOÃO PAULO II. *Discurso feito na conferência episcopal italiana em 15.11.2002.*