

A COMUNICAÇÃO DA IGREJA CATÓLICA NA AMÉRICA LATINA E CARIBE: UMA VISÃO COMPREENSIVA DE SUAS TENDÊNCIAS A PARTIR DOCUMENTOS CONCLUSIVOS DO CELAM

THE COMMUNICATION OF THE CATHOLIC CHURCH IN LATIN AMERICA AND THE CARIBBEAN: A COMPREHENSIVE VIEW OF ITS TRENDS FROM CELAM'S CONCLUSIVE DOCUMENTS

LA COMUNICACIÓN DE LA IGLESIA CATÓLICA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: UNA MIRADA INTEGRAL A SUS TENDENCIAS A PARTIR DE LOS DOCUMENTOS CONCLUSIVOS DE LA CELAM

Ricardo Alvarenga

■ Doutor e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Especialista em Comunicação Organizacional pela Universidade Estácio de Sá. Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade Estácio de São Luís. Possui pesquisas na área de Comunicação e Religiões, com foco na América Latina. Professor e Pesquisador Visitante no Curso de Jornalismo do Centro de Ciências de Imperatriz da Universidade Federal do Maranhão. Coordenador do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Religião da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM).

■ *Doctorado y Máster en Comunicación Social por la Universidad Metodista de São Paulo. Especialista en Comunicación Organizacional por la Universidad Estácio de Sá. Licenciado en Comunicación Social con mención en Periodismo por el Colegio Estácio de São Luís. Tiene investigaciones en el área de Comunicación y Religiones, con enfoque en América Latina. Profesor e Investigador Visitante en el Curso de Periodismo del Centro de Ciencias Imperatriz de la Universidad Federal de Maranhão. Coordinador del Grupo de Investigación en Comunicación y Religión de la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinares de Comunicación (INTERCOM).*

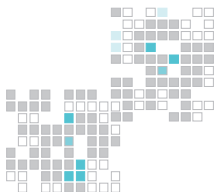
■ E-mail: ricardocalvarenga@gmail.com

Dimas Kunsch

■ Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), é doutor em Ciências da Comunicação (2004) e Mestre em Integração da América Latina (1999) pela Universidade de São Paulo (USP). Graduado em Filosofia (Brasil, 1977) e em Teologia (Innsbruck, Áustria, 1984), é Especialista em Psicologia Junguiana (2014) e Mediador Judicial (2017). É Anaísta Junguiano em formação pelo Instituto Junguiano de Ensino e Pesquisa (Ijep).

■ *Profesor del Programa de Posgrado en Comunicación Social de la Universidad Metodista de São Paulo (Umesp), es Doctor en Ciencias de la Comunicación (2004) y Máster en Integración Latinoamericana (1999) por la Universidad de São Paulo (USP). Licenciado en Filosofía (Brasil, 1977) y Teología (Innsbruck, Austria, 1984), es Especialista en Psicología Junguiana (2014) y Mediador Judicial (2017). Es Anaísta Junguiano en formación por el Instituto Junguiano de Enseñanza e Investigación (Ijep).*

■ E-mail: dimas.kunsch@gmail.com



RESUMO

O presente artigo tem por tema a comunicação da e na Igreja Católica na América Latina e Caribe, e, por objeto de estudo, os Documentos Conclusivos das cinco Conferências Gerais realizadas pelo CELAM. Desta forma, o objetivo central é compreender as principais tendências comunicacionais da instituição no território. O percurso metodológico do trabalho forma-se a partir da Hermenêutica de Profundidade e tem como marco teórico os estudos de autores e autoras majoritariamente latino-americanos, na perspectiva das Epistemologias do Sul. O artigo sugere a coexistência de ao menos três tendências comunicacionais na instituição.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNICAÇÃO SOCIAL. IGREJA CATÓLICA. TENDÊNCIAS COMUNICACIONAIS. AMÉRICA LATINA. COMUNICAÇÃO E RELIGIÃO.

ABSTRACT

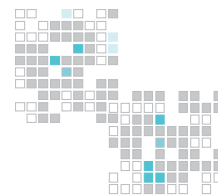
This article has as its theme the communication of and in the Catholic Church in Latin America and the Caribbean, and, as its object of study, the Concluding Documents of the five General Conferences held by CELAM. In this way, the central objective is to understand the main communication trends of the institution in the territory. The methodological course of the work is formed from the Depth Hermeneutics and has as a theoretical framework the studies of mostly Latin American authors, from the perspective of the Epistemologies of the South. The article suggests the coexistence of at least three communication trends in the institution.

KEY WORDS: SOCIAL COMMUNICATION. CATHOLIC CHURCH. COMMUNICATION TRENDS. LATIN AMERICA. COMMUNICATION AND RELIGION.

RESUMEN

Este artículo tiene como tema la comunicación de y en la Iglesia Católica en América Latina y Caribe, y como objeto de estudio los Documentos Finales de las cinco Conferencias Generales de CELAM. De esta forma, el objetivo central es comprender las principales tendencias de comunicación de la institución en el territorio. El camino metodológico del trabajo se conforma desde la Hermenéutica de Profundidad y tiene como marco teórico los estudios de autores mayoritariamente latinoamericanos, desde la perspectiva de las Epistemologías del Sur. El artículo sugiere la coexistencia de al menos tres tendencias comunicativas en la institución.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN SOCIAL. IGLESIA CATÓLICA. TENDENCIAS DE LA COMUNICACIÓN. AMÉRICA LATINA. COMUNICACIÓN Y RELIGIÓN.



1. Relação Igreja e Comunicação

Ao longo dos anos 1950 foi impulsionada pela Igreja Católica a criação de estruturas para a organização e articulação dos bispos católicos nos países da América Latina, as Conferências Episcopais Nacionais. Nesse contexto, os bispos brasileiros fundaram em 14 de outubro de 1952 a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). Essa estratégia tinha como objetivo fomentar a proximidade, unidade e cooperação entre os bispos católicos nos seus países.

Além das instituições de nível nacional, surgiu também o Conselho Episcopal Latino-Americano (Celam), em 1955, que foi criado com os objetivos de: prestar serviços de contato; fomentar a aproximação e a formação; e contribuir com a pesquisa e a reflexão por parte das atuais 22 conferências episcopais nacionais existentes no espaço latino-americano. A instituição assumiu a responsabilidade de promover com certa regularidade de tempo um encontro entre todos os bispos da América Latina, e foi assim que nasceram as Conferências Gerais do Episcopado Latino-Americano e do Caribe com as quais nos ocupamos neste artigo.

Esses encontros receberam esse nome, justamente, por tratar-se de um momento de aproximação e reflexão sobre os rumos do catolicismo nos países que integram o Celam. Até o presente momento foram realizadas cinco Conferências Gerais, sempre no espaço geográfico da América Latina: Rio de Janeiro (1955), Medellín (1968), Puebla (1979), Santo Domingo (1992) e Aparecida (2007).

Ao final de cada um desses encontros, os bispos participantes, coletivamente, com o auxílio de suas equipes de assessores, constroem um texto chamado de Documento Conclusivo, que reúne o conteúdo das reflexões feitas durante o evento, bem como os encaminhamentos que devem ser seguidos pela Igreja Católica nos distintos países

nos anos subsequentes.

Neste artigo retomamos parte dos resultados de uma pesquisa mais ampla sobre a comunicação da e na Igreja Católica na América Latina e Caribe, a partir de uma abordagem compreensiva, dialógica, inclusiva, sobre três tendências comunicacionais que podem ser identificadas nos Documentos Conclusivos das Conferências Gerais promovidas pelo Celam: 1) a comunicação para a transformação social; 2) a comunicação na perspectiva instrumental e de massa; e 3) a comunicação como prática de construção da imagem organizacional.

Para tal, tomamos como objetivo principal compreender as principais tendências comunicacionais da Igreja Católica na América Latina a partir dos cinco documentos do Celam. Com base nesse objetivo elegeu-se um instrumental teórico-metodológico que favorece uma ampla compreensão do contexto no qual a Igreja Católica na América Latina e no Caribe se situa, bem como a identificação da abordagem dada ao tema da comunicação social nos Documentos Conclusivos das Conferências do Celam.

A escolha recai sobre a metodologia sugerida pela Hermenêutica de Profundidade (HP), como proposta pelo sociólogo britânico John B. Thompson, em sua obra *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*, publicada em 1990 (THOMPSON, 2011), como ferramenta apta à análise do contexto de formação e interpretação das formas simbólicas.

Tendo como base a liberdade metodológica que a Hermenêutica de Profundidade permite e recomenda, utilizam-se as três fases do percurso metodológico, como propostas por Thompson – Análise Sócio-histórica; Análise Formal ou Discursiva; e Interpretação/Reinterpretação –, como constitutivas da própria estrutura do texto, entendendo que cada uma dessas fases,



como assinalado pelo próprio autor, permite a utilização de métodos e técnicas de pesquisa complementares. É nesse sentido que a pesquisa bibliográfica, a pesquisa social e histórica e a análise de conteúdo se juntam para favorecer o processo compreensivo de análise e interpretação.

Desta forma, para compreender as tendências de comunicação presentes no Documentos Conclusivos do Celam é importante retomar aspectos sócio-históricos da Igreja Católica que ajudam a ilustrar o percurso da instituição a caminho da comunicação. Nas origens do Cristianismo existem diversas ações que podem ser consideradas como respostas a problemas comunicacionais, como a iconografia presente no seio da igreja primitiva e que se mantém até hoje. A preocupação com o registro dos momentos vivenciados pelo assim chamado Povo de Deus, nos escritos do Antigo e do Novo Testamento da Bíblia Cristã, também pode ser entendida nessa linha.

Com o passar dos anos outras respostas foram dadas, com o desenvolvimento de ritos, tradições, templos físicos, escolas, bibliotecas, entre outros. Partimos dessa reflexão para reforçar a noção de que, ao longo de toda a sua história, a Igreja Católica fez da comunicação uma constante. O que muda são as formas como essa preocupação se materializa e as respostas que a Instituição dá a ela.

A Igreja Católica é uma Instituição reconhecida pela sua organização, particularmente do ponto de vista hierárquico, de tal forma, por exemplo, que o que acontece no Vaticano impacta diretamente na vida dos católicos em todas as partes do mundo. Em grande parte, a responsabilidade de reverberar as orientações e doutrinas oriundas do Vaticano é dos bispos, que são os representantes diretos das instâncias pontificias nas suas realidades locais. Em consequência disso, o estudo dos Documentos Conclusivos das Conferências Gerais organizadas pelo Celam se

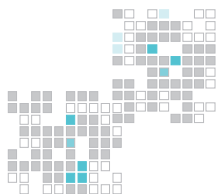
mostra como o principal caminho para alcançar o objetivo principal estabelecido.

Para tanto, foram feitas descrições, análises e interpretações dos cinco Documentos Conclusivos das Conferências Gerais do Celam, que geraram uma ampla análise sócio-histórica do contexto de produção dos documentos e um grande volume de dados oriundos do processo de análise formal dos textos.

Tendo isso em conta, e o fato de que o espaço dedicado a este artigo é limitado, utilizaremos os pressupostos teórico-metodológicos da Hermenêutica de Profundidade de Thompson (2011) em sua terceira fase, que consiste na Interpretação e Reinterpretação. Cabe observar que, ao desenvolver uma interpretação a partir do método da Hermenêutica de Profundidade, “estamos projetando um significado possível que pode divergir do significado construído pelos sujeitos que constituem o mundo sócio-histórico” (THOMPSON, 2011, p. 376).

Como mencionado, buscaremos neste artigo correlacionar os dados obtidos a partir da utilização do método da Análise de Conteúdo e as informações levantadas na análise sócio-histórica do cinco Documentos Conclusivos das Conferências Gerais do Celam. O interesse é justamente estabelecer relações de interação e compreensão entre eles e assim conseguir alcançar o objetivo proposto de compreender as principais tendências comunicacionais presentes nos documentos mencionados.

Para avançar no processo de interpretação e reinterpretação nos parece fundamental retomar o sentido do termo “tendências de comunicação” que usamos no artigo. Aqui, uma tendência é compreendida como um direcionamento comum de um grupo determinado. Em nossa concepção, as tendências de comunicação são juntamente um conjunto de direcionamentos, ideias e abordagens que norteiam a forma como uma determinada instituição compreende e age



sobre a comunicação.

Apesar de desenvolver esse artigo à luz da Compreensão como Método (KÜNSCH, 2020), que advoga menos certezas, definições e pontos finais sobre o trabalho de investigação, sentimos a necessidade de demarcar nosso entendimento acerca do termo. Convém lembrar que neste momento prezamos pelo uso de uma comunicação compreensiva, que nos possibilite justamente a realização de mediações de diversos níveis e diferentes perspectivas na construção do trabalho.

2. Comunicação para a transformação social

No entendimento de Alfonso Gumucio Dagron (2011, p. 32), a comunicação para a transformação social é um processo de diálogo e debate que tem suas bases na tolerância, no respeito, na equidade e na justiça social, onde a participação ativa de todos é indispensável. Partindo desta noção, e tomando como base as reflexões de Jan Servaes (2000), Thomas Tufte (2012) e Cicilia Maria Krohling Peruzzo (2014), discutiremos a seguir os indicativos da presença desta tendência nos Documentos Conclusivos.

Entre as Unidades de Contexto do Documento do Rio de Janeiro não foi identificada nenhuma proximidade com a tendência da comunicação para a transformação social. Fizemos um esforço de verificar no documento, no trecho dedicado ao tema da comunicação, algo a esse respeito, mas não foi possível encontrar nada na linha do engajamento com questões sociais.

Isso difere do que se identificou nos documentos de Medellín, Puebla, Santo Domingo e Aparecida. Neles foi possível perceber elementos homogêneos, como a grande quantidade de Unidades de Contexto agrupadas na mesma categoria. Nos quatro documentos, a tendência da comunicação para a transformação social se destaca em primeiro lugar. Em Medellín, são 19

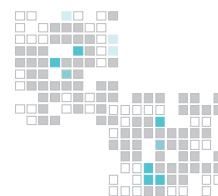
Unidades de Contexto nesta categoria; em Puebla, 51; em Santo Domingo, 26, e em Aparecida, 24.

Ao examinar os dados obtidos com a Análise de Conteúdo, observamos outra informação relevante, que diz respeito aos núcleos de sentido presentes nos documentos. Nesta primeira tendência foi possível identificar três núcleos, que são: 1) movimentos em grupo, comunidades de base e meios de comunicação grupais; 2) processos de formação e educação popular para o uso crítico dos meios de comunicação; e 3) debates sobre os processos de democratização e descentralização dos meios de comunicação.

No primeiro núcleo de sentido destaca-se a Comunicação Comunitária, que está presente nos quatro documentos. Isso se dá em virtude do movimento impulsionado pela Igreja latino-americana e caribenha de formação de grupos de base, que deram origem, posteriormente, às comunidades eclesiais de base, como se pode perceber nesta Unidade de Contexto extraída do Documento de Medellín. “Devemos despertar a consciência social e hábitos comunitários em todos os meios e grupos profissionais” (MEDELLÍN, 1968, p. 7).

Já no Documento de Aparecida é visível o destaque dado às comunidades eclesiais como expressão da preocupação da Instituição. “Com a paixão de seu amor a Jesus Cristo, foram membros ativos e missionários em sua comunidade eclesial. Com valentia, perseveraram na promoção dos direitos das pessoas, foram perspicazes no discernimento crítico da realidade” (APARECIDA, 2007, p. 128).

É no mesmo compasso que a Igreja Católica começa a utilizar a expressão meios de comunicação grupal, que remete justamente às formas de comunicação desenvolvidas no interior dos grupos dessas comunidades. Como mostra o trecho do Documento de Puebla (1979, p. 266): “[...] intensificar o uso dos meios de comunicação de grupo (MCG) que, além de



serem menos custosos e de mais fácil utilização, oferecem a possibilidade de diálogo e são mais aptos para uma evangelização de pessoa para pessoa”.

Com isso se desenvolvem os termos comunicação popular e alternativa. Segundo Pedro Gilberto Gomes (1994, p. 33), essas abordagens surgem da noção de que a “comunicação não pode ser realizada de maneira impositiva, vir de cima, autoritariamente. Ao contrário, deve acontecer a partir da vida do povo”. Dentre as abordagens teóricas está a perspectiva da Comunicação e Educação, que constitui um dos núcleos de sentido desta tendência, sendo muito utilizada na construção dos textos dos documentos de Medellín, Santo Domingo e Aparecida.

Esse debate sobre formação para o uso dos meios de comunicação, bem como a proposta de unir comunicação e educação para que se possa fazer melhor uso desses meios, a partir do desenvolvimento da consciência crítica, é o principal motivo para essa recorrência. Como afirma José Manoel Morán (1989, p. 226), “a educação para a comunicação precisa da articulação de vários espaços educativos, mais ou menos formais [...] educação para a comunicação é a busca de novos conteúdos, de novas relações, de novas formas de expressar esses conteúdos e essas relações”.

Ao se referir aos meios de comunicação na perspectiva do engajamento com questões sociais, os Documentos Conclusivos direcionam quase sempre para a preocupação com os povos latino-americanos e sua constante luta pela libertação dos sistemas de opressão. Por isso identificamos no processo de categorização diversas menções à comunicação com foco no povo.

É fato que essa não era a única tendência que existia naquele contexto. Como pontuamos, entendemos que essas tendências de comunicação acabam coexistindo dentro da mesma Instituição. Sobre esse ponto, Puntel (2012) retoma que

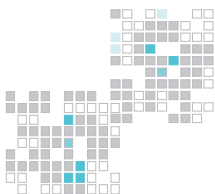
a Igreja não rejeita os tradicionais meios de comunicação: ela apenas enfatiza a dinâmica da comunicação popular ou de grupo como uma alternativa que considera o processo dialógico e participativo de comunicação.

Nessa linha, a comunicação se torna para o povo uma ferramenta de transformação social, um elemento de fortalecimento da organização popular. Paulo Freire (1979) e Juan Días Bordenave (1984), ao escreverem sobre a importância da comunicação para as lutas sociais, destacam a formação da consciência crítica como elemento indispensável para uma comunicação libertadora que fortalece as organizações populares como parte integral de sua práxis libertadora.

É lícito afirmar que a comunicação é uma importante aliada da luta por libertação, podendo ajudar em várias frentes, como na conscientização, fornecendo informações reais; na organização, ajudando na dinâmica do diálogo e participação; na politização, apoiando os movimentos de massa; na tecnificação, orientando a produção de material instrutivo; e na ação de mudança, auxiliando no debate da reformulação das microestruturas (BORDENAVE, 1984, p. 226).

Esse contexto de luta, mencionado antes, nos remete a mais uma homogeneidade entre os quatro Documentos Conclusivos. Trata-se do terceiro núcleo de sentido, que gira em torno do debate sobre a democratização da comunicação, um tema diretamente ligado à noção do direito social à informação. No contexto de análise sócio-histórica é possível identificar diversos países da América Latina que sofreram com regimes ditatoriais e totalitários no período que recobre a realização de algumas das Conferências Gerais do Episcopado Latino-Americano.

Dentre os inúmeros atentados ao ser humano cometidos nesse período pelos ditadores de plantão está o controle da informação e a censura, que ferem diretamente a liberdade de expressão e se constitui como uma violação



de direitos humanos. Como se pode ver nas Unidades de Contexto dos Documentos de Medellín, Puebla, Santo Domingo e Aparecida, é possível encontrar menções à necessidade da formação de uma consciência crítica para que se tenha uma visão mais real dos fenômenos da sociedade e assim se possa consumir com mais criticidade os produtos de comunicação e exercer a sua liberdade de expressão. “A Igreja propugna pela formação de uma consciência crítica que desperte nos receptores uma atitude em relação aos sistemas de comunicação” (PEREIRA, 1984, p. 114).

Outro debate que também assume grande proeminência diz respeito aos sistemas de comunicação, especialmente sobre o controle e a manipulação da opinião pública exercido pelos grandes conglomerados de mídia. Em seus textos, os bispos católicos afirmam que por toda a América Latina existe uma concentração dos meios de comunicação nas mãos das elites, no contexto da chamada Nova Ordem Internacional da Informação e da Comunicação (Nomic).

Acerca dessa temática podemos verificar em Unidades de Contexto do Documento de Puebla trechos sobre a urgência da democratização dos meios de comunicação. “O monopólio da informação, tanto por parte do governo como de interesses privados, permite o uso arbitrário dos meios de informação e dá lugar à manipulação de mensagens de acordo com interesses setoriais” (PUEBLA, 1979, p. 263).

A partir das Unidades de Registro do Documento de Puebla torna-se evidente a preocupação da Instituição com o controle e a manipulação exercida pelos meios de comunicação na sociedade, bem como o combate aos discursos midiáticos de exaltação do capitalismo. No texto de Santo Domingo, o tema é tratado na ótica dos grandes conglomerados de mídia que concentram diversos tipos de mídia sob a tutela de uma mesma empresa. “Damo-

nos conta do desenvolvimento da indústria da comunicação na América Latina e Caribe que mostra o crescimento de grupos econômicos e políticos que concentram cada vez mais em poucas mãos e com enorme poder a propriedade dos diferentes meios” (SANTO DOMINGO, 1992, p. 179).

Othon Jambeiro (1987, p. 109), ao comentar sobre o processo de democratização dos meios de comunicação, relembra que “a comunicação é um processo social básico e, como tal, assume as mais diversas formas de realização. No mundo moderno e complexo em que vivemos, ele passou a ser intermediado por um amparo empresarial e tecnológico”. É justamente essa estrutura empresarial que inviabiliza os meios de exercerem efetivamente sua função social.

Devemos ressaltar, todavia, que ao mesmo passo em que os bispos levantam todas essas questões em torno dos problemas que podem ser causados por meios de comunicação não comprometidos com a dignidade da pessoa humana, também reiteram o importante papel dos meios de comunicação para a promoção da justiça e transformação social.

Concluindo nossas considerações sobre essa tendência, retomamos a crítica feita à globalização no Documento de Aparecida. “Essas culturas coexistem em condições desiguais com a chamada cultura globalizada. Elas exigem reconhecimento e oferecem valores que constituem uma resposta aos anti-valores” (APARECIDA, 2007, p. 36).

A crítica do episcopado dialoga com os estudos de Milton Santos, que afirma ser necessário uma outra globalização. “Todavia, podemos pensar na construção de um outro mundo, mediante uma globalização mais humana” (SANTOS, 2020, p. 20). Assim como o autor, os bispos da América Latina também manifestam sua insatisfação pelo atual momento que segue ampliando as mazelas sociais.

A Igreja Católica, apesar de todas as suas



contradições e questões internas - que aqui são mais pressupostas como existentes que efetivamente trabalhadas -, demonstra, ao nosso ver, um esforço em tentar seguir a mesma linha de ação pastoral. Mesmo com todas as idas e vindas na hierarquia do Celam, há setores significativos que mantêm o propósito inicial da opção preferencial pelos pobres. Acreditamos que é esse aspecto que favoreceu a identificação do maior número de Unidades de Contexto da tendência de comunicação para a transformação social, bem como a força que a Teologia da Libertação e as Comunidades Eclesiais de Base, ganharam, sobretudo a partir das vivências no Brasil no Documento de Medellín

3. Comunicação na perspectiva instrumental e de massa

Para essa tendência, inicialmente, trabalhamos com a abordagem de Marshall McLuhan (1969) para compreender as nuances da comunicação na perspectiva instrumental e de massa. O autor afirma que as tecnologias de comunicação desenvolvidas pelo ser humano não são boas e nem ruins, e o que determina o seu valor é a forma como são utilizadas. Essa afirmação se encaixa na linha de raciocínio da Igreja Católica sobre os usos dos meios e técnicas de comunicação.

Como vimos anteriormente, o catolicismo sempre manteve uma relação com a comunicação, amistosa ou não, mas o fato é que, com o passar do tempo, a Instituição percebeu o quanto necessitava desses meios para exercer o seu trabalho de evangelização pelo mundo. Essa é a segunda tendência de comunicação que trabalhamos no artigo: a comunicação na perspectiva instrumental e de massa, a serviço das atividades de evangelização e promoção da doutrina católica.

Buscaremos neste tópico sistematizar os achados da Análise de Conteúdo por meio da costura com reflexões teóricas e elementos

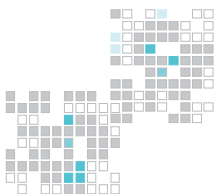
sócio-históricos. Para iniciar, é interessante destacar que, diferente da tendência anterior, essa perspectiva se faz presente nas Unidades de Contexto dos cinco Documentos Conclusivos das Conferências Gerais do Celam. Sirva como exemplo, o texto produzido no Rio de Janeiro, no qual a tendência anterior não aparece.

É importante lembrar que o contexto da década de 1950 é fortemente marcado pelo desenvolvimento de meios de comunicação, particularmente o rádio. Em consequência disso, vê-se, na parte do Documento do Rio de Janeiro sobre comunicação, uma preocupação recorrente pelos meios de comunicação de massa. A Igreja Católica tinha consciência da influência e do impacto que essas tecnologias estavam gerando na sociedade.

Pedrinho Guareschi (1981) destaca que os meios de comunicação de massa atuam na legitimação ou até mesmo na criação de novos valores e novos padrões de comportamento. Nisso reside a principal preocupação da Igreja Católica, pois ela não teria como competir com essas tecnologias a não ser que passe também a usá-las.

Esse é um momento histórico fortemente marcado pela perda de espaço da Igreja Católica na sociedade. Inclusive, foi na década de 1960 que a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) realizou no país o chamado Movimento de Opinião Pública. “A preocupação com a formação da opinião pública era muito grande dentro da Instituição. A CNBB queria intervir mais diretamente na formação das pessoas” (ALVARENGA, 2016, p. 108).

No entanto, uma vez consciente das potencialidades dos meios de comunicação, os bispos começaram a identificar que esses meios poderiam fazer grandes diferenças em suas atividades pastorais. Assim, ao examinar as Unidades de Contexto dos cinco Documentos Conclusivos, identificamos alguns aspectos homogêneos, que sinalizam para dois núcleos



de sentido: 1) constante desejo da Igreja Católica em utilizar os meios de comunicação como forma de ampliar o alcance de sua mensagem; e 2) Incentivo para a formação técnica de padres, seminaristas e religiosos a fim de utilizarem com mais propriedade os meios de comunicação.

É de fundamental importância compreender que “os meios de comunicação de massa não são abstratos e neutros” (GOMES, 1994, p. 23), especialmente aqueles ligados a qualquer denominação religiosa; afinal, essas instituições acabam lançando mão dessas tecnologias para levar sua mensagem e doutrina, esquecendo-se por muitas vezes que se trata de concessões públicas.

Guareschi (1981, p. 66) entende que “os meios de comunicação de massa são o mais eficiente instrumento de expedições civilizatórias usadas nesse processo de penetração cultural”. Ao que parece, a Igreja Católica deseja expandir o alcance de sua mensagem e, por isso, deveria fazer o uso dos meios de comunicação e investir os recursos que fossem necessários para a sua adequada utilização, uma ideia que pode ser verificada em Unidades de Contexto dos Documentos de Puebla, Santo Domingo e Aparecida. “Apoiar e otimizar, por parte da Igreja, a criação de meios de comunicação social próprios, tanto nos setores televisivos e de rádio, como nos sites de Internet e nos meios impressos” (APARECIDA, 2007, p. 219).

O processo de revolução tecnológica pela qual a sociedade foi passando ao longo das últimas décadas, certamente, chamou a atenção da Instituição. Pode-se perceber isso no Documento de Medellín, quando se fala em valorizar e usar os meios de comunicação para as atividades de catequese. “A catequese encontra-se diante de um fenômeno que está incluindo profundamente nos valores, nas atitudes e na vida mesma dos homens: os meios de comunicação social” (1968, p. 38).

O mesmo ocorre no Documento de Puebla,

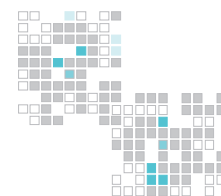
quando menciona a facilidade com que as mensagens dos meios de comunicação chegam até a casa das pessoas. “Devido à diversidade de meios existentes que atuam de maneira simultânea e maciça, a comunicação social incide em toda a vida do homem” (1979, p. 262).

Apesar de se tratar de uma instituição religiosa, a presença da Igreja Católica nos meios de comunicação também gera de alguma forma uma influência, um impacto sobre aqueles que consomem seus produtos. Os meios de comunicação de massa funcionam de forma aparentemente positiva para a Instituição, pois possibilita maior penetração na cultura urbana e facilitam a evangelização nas grandes cidades, como atesta o Documento de Santo Domingo: “Uma evangelização inculturada que penetre a cultura urbana, as culturas indígenas e afro-americanas através de uma ação educativa eficaz e de uma moderna comunicação” (1992, p. 52).

Como podemos ver nas Unidades de Contexto do Documento de Aparecida elencadas a seguir, a Igreja Católica está cada vez mais convencida da necessidade de uma presença mais efetiva na internet, inclusive, se mencionam no texto as mudanças geradas pela cultura gerada através das tecnologias da comunicação. “Para a Igreja, o novo mundo do espaço cibernético é uma exortação à grande aventura da utilização de seu potencial para proclamar a mensagem evangélica” (APARECIDA, 2007, p. 220).

A Instituição se percebe imersa na dinâmica dos novos meios de comunicação e, por isso, reitera em seus cinco Documentos que todos os formatos de mídia devem ser usados para o trabalho de evangelização, impressos, sonoros, audiovisuais e digitais. “Estar presente nos meios de comunicação de massa: imprensa, rádio e TV, cinema digital, sites de Internet, fóruns e tantos outros sistemas para introduzir neles o mistério de Cristo” (APARECIDA, 2007, p. 219).

A recorrente preocupação da Instituição em



continuar sendo ouvida pela sociedade passa, no atual contexto, diretamente pelo uso dos meios, técnicas e suportes de comunicação. Uma metáfora amplamente utilizada nos círculos eclesiais, como legitimação desse tipo de aproximação aos meios massivos de comunicação, é a do anúncio do evangelho “de cima dos telhados”, o que remete a uma frase de Jesus Cristo presente no texto bíblico do evangelho de Mateus.

4. Comunicação como prática de construção da imagem organizacional

Pensar a comunicação do ponto de vista organizacional é uma tarefa que exige compreender, inicialmente, que toda organização é um fenômeno comunicacional contínuo, como afirma Margarida Maria Krohling Kunsch (2006), uma vez que ela só existe graças às relações e interações estabelecidas pelos sujeitos a partir dela. Wilson da Costa Bueno (2012, p. 17), ao pensar sobre as organizações, afirma que “a imagem ou reputação, a inovação, o chamado capital humano e intelectual, a cultura organizacional, são hoje atributos constituintes do valor de uma organização”.

Neste sentido, é impossível pensar a comunicação como uma prática de construção da imagem organizacional, sem levar em consideração tudo aquilo que constitui a organização. Como afirmaram Kunsch (2006) e Bueno (2012), a comunicação dentro das organizações não é apenas um serviço, mas um elemento estruturante. Para a Igreja Católica na América Latina, o tema da comunicação organizacional ganhou atenção a partir da II Conferência Geral, tendo sido as Unidades de Contexto deste documento que forneceram os primeiros dados para essa reflexão.

As Unidades de Contexto do Documento do Rio de Janeiro não apresentam nenhuma proximidade com essa tendência de comunicação,

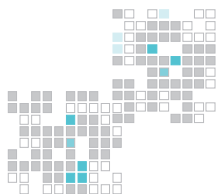
enquanto os demais Documentos Conclusivos demonstram significativa aproximação. Em Medellín, foram 10 Unidades de Contexto nesta categoria; em Puebla, 28; em Santo Domingo, 19; e, em Aparecida, 21 unidades. Essa tendência se manteve como a primeira em três dos cinco documentos: Puebla, Santo Domingo e Aparecida.

Entre as Unidades de Contexto analisadas sobressaíram-se três núcleos de sentido: 1) potencializar a comunicação entre os bispos e as igrejas do território; 2) preocupação com o impacto dos meios de comunicação na formação da opinião pública sobre a Instituição; e 3) interesse em adquirir novos meios de comunicação católicos, junto com a importância da integração entre as ações de comunicação da Igreja.

Nas Unidades de Contexto dos quatro Documentos Conclusivos analisados, foi possível identificar uma recorrência sobre a necessidade da realização de um maior diálogo sobre comunicação entre os bispos. Trata-se de uma demanda que visava sanar as dificuldades dos representantes da Instituição no trabalho com a comunicação, bem como seria uma forma de ampliar a própria comunicação entre eles. “A Igreja empreendeu uma série de iniciativas neste campo. Se algumas não chegaram a preencher sua finalidade pastoral, deveu-se acima de tudo à falta de uma visão clara do que representa a comunicação social em si mesma” (MEDELLÍN, 1968, p. 71).

Identificamos, ainda, uma preocupação dos bispos latino-americanos sobre o lugar dos meios de comunicação na sociedade. Existe um incômodo de parte da Instituição com a presença e espaço ocupado pelos meios de comunicação na sociedade. Essa preocupação fica especialmente evidente na Unidade de Contexto dos Documentos de Santo Domingo.

Avançando no processo de interpretação podemos destacar a identificação da categoria



Comunicação Institucional como a que obteve o maior número de aproximações teóricas entre as Unidades de Contexto. Para Kunsch (2006), a comunicação institucional é aquela responsável pela construção da imagem e da identidade da organização. Dessa forma, no Documento de Medellín, identificamos elementos sobre a posição da Igreja Católica com relação à formação da opinião pública e ao diálogo com a sociedade. “Otimizar o uso dos meios de comunicação católicos, fazendo-os mais atuantes e eficazes, seja para a comunicação da fé, seja para o diálogo entre a Igreja e a sociedade” (APARECIDA, 2007, p. 223).

A necessidade de uma integração entre as atividades de comunicação da Igreja Católica foi pautada nos Documentos de Puebla e de Santo Domingo como de grande urgência e importância, tendo em vista que muitos meios de comunicação capitaneados pela Instituição estavam funcionando de maneira independente, razão da necessidade de se estruturar uma dinâmica de integração. “Há insuficiente aproveitamento das ocasiões de comunicação que se oferecem à Igreja por parte dos meios estranhos e incompleta utilização dos seus próprios meios ou daqueles que são por ela influenciados” (PUEBLA, 1979, p. 263).

As ações desenvolvidas nessa perspectiva têm como foco atingir os públicos e garantir que os objetivos propostos sejam alcançados. “[...] a real eficácia da comunicação é o objetivo último de um trabalho integrado [...], isto só é possível mediante uma ação conjugada de todas as áreas que produzem, emitem e vinculam mensagens” (KUNSCH, 2003, p. 113).

De modo geral, os elementos identificados no âmbito da tendência de comunicação como prática de construção da imagem organizacional representam uma parte de um quadro maior, em que se pode perceber o movimento da Igreja Católica a caminho da comunicação. Apesar de

ser uma Instituição bem estruturada, como a pesquisa mais ampla comprova (ALVARENGA, 2021), a Igreja Católica ainda tem muita dificuldade de se adaptar aos novos contextos e às mudanças que são impulsionadas por eles.

5. Considerações Finais

Parece lícito afirmar, com as lacunas e limites de toda pesquisa, que a análise apresentada neste artigo comprova ser pertinente a hipótese levantada, sobre as marcas e elementos que atestam as três perspectivas que sustentam a compreensão da Igreja Católica na América Latina e no Caribe sobre comunicação.

Assim, os elementos identificados nas Unidades de Contexto sinalizam para a coexistência, no seio da Igreja Católica e particularmente a partir do seu episcopado, das três tendências de comunicação apontadas como conteúdo da hipótese de pesquisa. Porém, para uma visão mais ampla e fundamentada, remetemos o leitor interessado à tese que está na base deste artigo (ALVARENGA, 2021).

A tendência da comunicação para a transformação social, como pode ser útil observar, a mais recorrente, é identificada nos quatro últimos Documentos Conclusivos, gerando nesses documentos a maior quantidade de núcleos de sentido. De modo geral, esses núcleos de sentido abordam a criação de movimentos em grupo, comunidades de base e meios de comunicação grupais; o engajamento no processo de formação e educação popular para o uso crítico dos meios de comunicação e, ainda, a articulação para o debate acerca dos processos de democratização e descentralização dos meios de comunicação.

No âmbito da tendência da comunicação na perspectiva instrumental e de massa, a serviço das atividades de evangelização e promoção da doutrina católica, foi possível observar sua presença nos cinco Documentos Conclusivos. A



construção narrativa adotada pela Instituição nas Unidades de Contexto analisadas sinaliza para o constante desejo da Igreja Católica de utilizar os meios de comunicação como forma de ampliar o alcance de sua mensagem. E o incentivo para a formação técnica de padres, seminaristas e religiosos, a fim de utilizarem com mais propriedade e competência esses meios.

A tendência da comunicação sob o viés organizacional mostra que tal perspectiva está presente nos últimos quatro Documentos Conclusivos, o que significa, sob o ponto de vista histórico, que a preocupação de natureza mais estratégica com a comunicação dentro da realidade da Instituição surge apenas a partir de Medellín, no final dos anos 1960.

Os núcleos de sentidos identificados nas Unidades de Contexto desta tendência indicam o seguinte: a necessidade da criação de mecanismos

que potencializam a comunicação entre os bispos e as igrejas locais da América Latina e do Caribe; a preocupação da Igreja Católica com o impacto dos meios de comunicação na formação da opinião pública sobre a Instituição; o desejo de adquirir novos meios de comunicação católicos; e a importância da integração entre as ações de comunicação da Igreja.

A coexistência das três tendências é patente. Assim, um estudo mais aprofundado sobre essa questão revelaria que, ao mesmo passo que se preocupa e se engaja com questões sociais, a Instituição busca novas outorgas para a aquisição de seus meios próprios de comunicação, bem como fortalece a sua imagem organizacional, por meio da criação de setores e núcleos de comunicação e imprensa nas paróquias e dioceses, investido na profissionalização da sua comunicação.

Referências

ALVARENGA, Ricardo Costa. *A Comunicação da Igreja Católica na América Latina e Caribe a partir dos Documentos Conclusivos do Celam: uma visão compreensiva de suas teorias e de suas práticas*. Orientador: Dimas A. Kunsch. 2021. 217 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2021.

ALVARENGA, Ricardo Costa. *A Comunicação da Igreja Católica no Brasil: tendências comunicacionais da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil*. Orientador: José Marques de Melo. 2016. 232 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2016.

BORDENAVE, Juan E. Días. *A comunicação e o fortalecimento da organização popular: por uma verdadeira segurança nacional*. In: SOARES, Ismar de O.; PUNTEL, Joana (Orgs.). *Segurança do povo desafio à comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1984.

BUENO, Wilson da Costa. *Auditoria de imagem das organizações: teoria e prática*. São Paulo: All Print Editora, 2012.

DAGRÓN, Alfonso Gumucio. *Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo*. In: G., José Miguel Pereira; B., Amparo Cadavid. (Orgs.). *Comunicación, desarrollo y cambio social:*

interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios. Bogotá: Uniminuto, 2011.

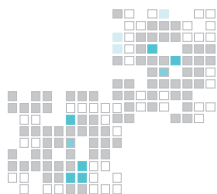
DOCUMENTO CONCLUSIVO DE APARECIDA, 5., 2007, Aparecida. *V Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe*. Aparecida: Conselho Episcopal Latino-Americano, 2007.

DOCUMENTO CONCLUSIVO DE MEDELLÍN, 2., 1968, Medellín. *II Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe*. Medellín: Conselho Episcopal Latino-Americano, 1968.

DOCUMENTO CONCLUSIVO DE PUEBLA, 3., 1979, Puebla. *III Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe*. Puebla: Conselho Episcopal Latino-Americano, 1979.

DOCUMENTO CONCLUSIVO DE SANTO DOMINGO, 4., 1992, Santo Domingo. *IV Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe*. Santo Domingo: Conselho Episcopal Latino-Americano, 1992.

DOCUMENTO CONCLUSIVO DO RIO DE JANEIRO, 1., 1955, Rio de Janeiro. *I Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe*. Rio de Janeiro: Conselho Episcopal Latino-Americano, 1955.



- FREIRE, Paulo. *Conscientização. Teoria e prática da libertação*. São Paulo: Cortez & Moraes, 1979.
- GOMES, Pedro Gilberto. *A comunicação em debate*. São Paulo: Paulinas, 1994.
- GUARESCHI, Pedrinho A. *Comunicação e Poder: a presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1981.
- JAMBEIRO, Othon. Democratizar a Comunicação. In: SOARES, Ismar de O.; MOTTA, João Manoel (Orgs.). *A comunicação na construção da Paz*. São Paulo: Paulinas, 1987.
- KÜNSCH, Dimas A. A comunicação, o ensino e a compreensão como método: viver e pensar sob o signo da incerteza. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. São Paulo, v. 15, n. 28, p. 36-45, 1ª sem. 2018. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1153>. Acesso em: 17 ago. 2020.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas In: MARCHIORI, Marlene. *Faces da cultura e da comunicação organizacional*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus, 2003.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Editora Cultrix, 1969.
- MORÁN, José Manoel. Para uma leitura crítica da comunicação. In: SOARES, Ismar de Oliveira (Org.). *Como organizar a Pastoral da Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1989.
- PERUZZO, Círcia Maria Krohling. Comunicação para o desenvolvimento, comunicação para a transformação social. In: NETO, Aristides Monteiro (Orgs.). *Sociedade, política e desenvolvimento*. Brasília: Ipea, 2014.
- PUNTEL, Joana T. *Inter Mirifica: texto e comentário*. São Paulo: Paulinas, 2012.
- SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2020.
- SERVAES, Jan. Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. *Revista Temas y Problemas de Comunicación*. Rio Cuarto, v. 10, ano 8, 2000.
- THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.
- TUFTE, Thomas. Hacia un renacimiento de la comunicación para el cambio social. Redefiniendo la disciplina y la práctica en la era post 'Primavera Árabe'. In: HERMIDA, Marcelo Martínéz; CABALLERO, Francisco Sierra. (Orgs.). *Comunicación y Desarrollo*. Barcelona: Comunicación, 2012.

Recebido em: 08/03/2023. Aceito em: 13/06/2023

