



# João Paulo II e a "nova cultura" da comunicação social

*Abimar Oliveira de Moraes*

## **Resumo**

Este artigo analisa até que ponto a mensagem que João Paulo II desejava proclamar, de maneira especial, através de suas viagens pontifícias, foi repetida e amplificada pela Comunicação Social que o próprio Pontífice define como “novo areópago” dos tempos modernos.

**Palavras-chave:** Comunicação Social, João Paulo II, Igreja, Cultura

## **Abstract:**

This paper examines how far the message that John Paul II wished to proclaim, in a special way through his pontifical travel, was repeated and amplified by the media that the Pope himself defines as “new aereopago” of modern times.

**Keywords:** Media, John Paul II, Church, Culture

O pontificado de João Paulo II mostrou até que ponto a mensagem, que ele desejava tanto proclamar, de maneira especial, através de suas viagens, foi

amplificada e repetida pela Comunicação Social. O resultado é que o seu agir tornou-se um "agir comunicativo" absolutamente inédito que não cessou de suscitar estupor e maravilha. Não é possível mais calcular e analisar as repercussões planetárias que estas viagens tiveram.<sup>1</sup>

Ao mesmo tempo, este Pontífice será lembrado por haver "acolhido" a cultura da Comunicação Social dentro da Igreja Católica. A sua Encíclica *Redemptoris missio* e a sua imagem bíblica do Areópago definiram que a Comunicação Social não pode ser reduzida a simples "instrumentos" para a pregação, mas é um "lugar" de pregação da Boa Nova, revestindo as relações entre a Igreja Católica e a Comunicação Social com as "roupas" da Inculturação, como veremos a seguir.

## 1. As viagens pontifícias: um fato comunicativo

O fenômeno das hodiernas viagens pontifícias faz surgir uma série de questões e pontos de vista a serem desenvolvidos. Consideraremos as viagens pontifícias de João Paulo II como um fato de Comunicação, isto é, sobre o aspecto comunicacional.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> "[...] Anche se non è il primo Papa che viaggia, Giovanni Paolo II è il primo che ha capito a pieno l'importanza dei media e che se ne serve per integrare ed estendere la sua presenza fisica proiettandola più lontano possibile" (D. DE KERCKHOVE, *Laura eletrônica*, in "Mass Media" 1 (1986) 30-31). A este respeito João Paulo II afirmava: "hoje se oferecem grandes possibilidades à comunicação social, na qual a Igreja reconhece o sinal da obra criadora e redentora de Deus, que o homem deve continuar. Estes instrumentos podem, portanto, ser poderosos *canais* para a transmissão do Evangelho, tanto a nível de pré-evangelização como de ulterior aprofundamento da fé, para favorecer a promoção humana e cristã da juventude" (JOÃO PAULO II, *Mensagem em ocasião do XIX Dia Mundial das Comunicações Sociais*, in "Serviço de Documentação" 18 (1985-1986) 11-12).

<sup>2</sup> As viagens pontifícias são uma das novidades do final do século XX, uma novidade que gerou surpresa e emoção. Já João XXIII havia intuído que as viagens papais constituíam uma dimensão importante do múnus apostólico, contudo, consegue ir somente ao Santuário de Loreto. É Paulo VI, com as suas nove viagens fora da Itália, quem inaugura esta nova época das viagens apostólicas. A respeito da importância desta nova dimensão do Governo da Igreja Católica são interessantes as suas palavras: "perciò possiamo dire che l'ufficio apostolico include quello d'una missione itinerante e destinata all'espansione e al consolidamento della Chiesa [...]. Ma sta di fatto che l'apostolo è di fatto, o di diritto un pellegrino sui sentieri della terra, quanto sono lunghi 'fino all'estremità della terra'" (PAULO VI, *Perché il Papa nell'estremo Oriente e in Oceania? Per dare "una Testimonianza Apostolica". Discorso dell'11 novembre 1970*, in *Insegnamenti di Paolo VI. VIII*, Città del Vaticano 1970, 1126). Quando ele, em 1964, decidiu ir à Jerusalém, houve grande estupor e perplexidade, pois, pela primeira vez, um Papa decidia ir tão longe de Roma. Agnese ressalta que a figura do Papa, na sua conceituação, como na sua iconografia, ao longo dos séculos sempre esteve ligada a idéia de estabilidade. Ele sempre foi tradicionalmente considerado o centro estável da Igreja Católica, o ponto central da fé. Até mesmo o seu jurídico *motus proprius* sempre se configurou como um tipo

João Paulo II é uma figura complexa. Devido à sua posição de Chefe de uma comunidade muito grande, encarnou uma dimensão temporal numa história que, desde a instituição do Cristianismo, identificou-se com os sinais mais profundos do nosso ser, espiritual e intelectual. Tornando-se portador de toda a dimensão histórica da grande cultura ocidental Cristã, era uma pessoa e, ao mesmo tempo, um ícone coletivo.

A Comunicação Social foi capaz de "estender" e de "amplificar" eletronicamente a sua pessoa. Ela construiu, em volta da sua pessoa, para dizer com De Kerckhove, uma "auréola eletrônica"<sup>3</sup> que o conduziu além dos estreitos limites do seu corpo.

Foi, justamente, esta nova extensão técnica que criou a nova imagem papal e os seus novos deveres.<sup>4</sup> Graças à Comunicação Social, a sua presença

de comportamento raro (cf. G. AGNESE, *Il Papa che viaggia*, in "Mass Media" 1 (1986) 3). Porém, desde a sua primeira viagem internacional, ao México, de 25 de janeiro a 1 de fevereiro de 1979, após somente três meses de sua eleição, João Paulo II demonstrou que a sua concepção de "viagem" era diversa daquela de seu predecessor. Enquanto que as viagens de Paulo VI, possuíam uma característica de "peregrinações" ou de "presença simbólica", limitada geralmente a poucas horas e a uma única localidade, aquela do Pontífice cracoviano foi compreendida [tal característica acompanha todas as outras] como uma "visita pastoral" (cf. L. ACCATOLI, *Effetto Wojtyla*, in "Mass Media" 1 (1986) 6-9). De fato, as viagens constituem um dos aspectos inéditos do pontificado de João Paulo II, pois, conseguem resumir e divulgar, de maneira muito eficaz, as outras novidades do seu pontificado. O próprio João Paulo II concebe o seu ministério como uma única e incansável viagem missionária, na qual o mundo inteiro torna-se o campo de anúncio da mensagem evangélica. O cuidado que o próprio "Peregrino apostólico" toma ao indicar e referir-se às suas viagens é significativo, pois, indica que não se tratam de episódios a serem considerados singularmente, mas sim, de um "estilo de vida", do qual devemos buscar o significado global, coisa que é muito difícil, para muitos, de perceber e aceitar, até porque se trata duma coisa inédita na história da Igreja (cf. *I viaggi di Papa Wojtyla*, in "La Civiltà Cattolica" 2 (1980) 521-528; G. SALVINI, *I viaggi di Giovanni Paolo II. Annunzio itinerante del Vangelo e "segno" per il nostro tempo*, in "La Civiltà Cattolica" 4 (1985) 545-557). Além destes dois artigos, esta revista publica crônicas amplas e particulares sobre todas as viagens do Papa. Em 1986, Luigi Accattoli notava que em sete anos de pontificado, o Pontífice havia feito cinquenta e quatro viagens internas e vinte e oito viagens fora da Itália, visitando cinquenta e seis países diversos (cf. ACCATOLI, *Effetto Wojtyla*, 6). Desde o início do seu pontificado, ele já realizou mais de cem viagens internacionais e muitas outras dentro da Itália. Esta continuidade no viajar e a projeção mundial da viagem constituem um elemento importante da própria viagem como mensagem. De fato, os habitantes de um país que aguardam a chegada do Papa sabem que verão e ouvirão o mesmo "mensageiro" que já esteve nas diversas partes do Globo. Diz o Cardeal Martini: "La visita del Papa è una specie di lezione di collegialità, di unione col Vescovo locale, col Vescovo di Roma e con tutta la Chiesa del mondo. Il Papa che viene qui infatti è quello che è stato in Corea, nel Canada, nel Centro America, e porta con sé l'immagine di tutta la Chiesa che ha già visitato. Questi sono valori che la gente sente al di là di ogni predica, e che allargano i confini di una Chiesa" (S. TRASATTI, *Intervista al Cardinale Martini. I viaggi del Papa sono una grande grazia e una lezione di unità ecclesiale*, in "L'Osservatore Romano" (11/11/1984) 4).

<sup>3</sup> Cf. DE KERCKHOVE, *Laura elettronica*, 24-44.

<sup>4</sup> "Alla base della paradossale necessità di viaggiare, in un'epoca nella quale sembra possibile

iluminou [literalmente], vastas áreas ao redor do lugar no qual ele se encontrava fisicamente. Assim, ao invés de atingir poucos milhares de pessoas, atingiu milhões de pessoas. Ao invés de obrigar os seus ouvintes a estarem bem atentos para escutar o que estava dizendo, a sua imagem, tirando o máximo de proveito do meio eletrônico, atingiu diretamente o espectador no seu cérebro e no seu coração.

Assim Papa, cuja tarefa, em determinado período da história, consistia em governar o mundo espiritual enviando Bispos e Missionários aos países longínquos, encontrou na Comunicação Social a forma de "enviar" a si mesmo àqueles países. Antigamente todos os caminhos levavam a Roma, João Paulo II descobriu que a estrada que conduzia a todas as pessoas partia de Roma.

## 2. A "comunicação planetária"

Contudo, a João Paulo II, são dirigidas, seguindo as idéias de De Kerckhove,<sup>5</sup> sobretudo, três críticas, relacionadas entre si e que revelam como a sua obra foi pouco compreendida por aqueles que produzem a opinião pública, seja dentro como fora da Igreja Católica.<sup>6</sup>

Muitos temeram que a Evangelização estivesse transformando-se num *espetáculo*, onde o Papa era visto quase como um tele-evangelizador norte-americano. Outra crítica foi a da politização e *secularização* da Igreja Católica. Outras críticas expressaram estupor pelo contraste entre a confiança [dinâmica e progressista] na Comunicação Social de João Paulo II, e o seu comportamento conservador.

---

trasmettere le proprie parole e la propria immagine senza abbandonare la propria residenza, c'è il rapporto fra la presenza fisica del Papa e la sua presenza bionica. Ovunque vada, intorno al Papa si crea un'ampia aura elettronica, che irradia la sua immagine e i suoi poteri in centinaia di migliaia di case" (DE KERCKHOVE, *Laura elettronica*, 26).

<sup>5</sup> Cf. DE KERCKHOVE, *Laura elettronica*, 38-44.

<sup>6</sup> Julgamos que, a propósito das críticas, são oportunas as palavras de Rocco Buttiglione: "Il presupposto silenziosamente dato per scontato dai critici è che il cristianesimo sia essenzialmente una dottrina, da apprendere e da elaborare secondo i metodi generali della formalizzazione concettuale adattati a quel campo particolare. Certamente sarebbe del tutto sconsigliabile il tentativo di trasmettere audiovisivamente o di pubblicare a puntate sui giornali il *Grundkurs des Glaubens* di Karl Rahner e, forse, anche la *Summa Theologica* di S. Tommaso [...] i testi fondamentali della fede cristiana (i Vangeli) hanno una struttura del tutto diversa [...]. Essi contengono piuttosto che una catena di concetti basata su pochi principi assiomatici, la *narrazione di un evento*. [...] Così sappiamo che Gesù parlava alle folle e le incontrava esattamente nello stesso modo in cui le incontra il Papa nei suoi viaggi" (R. BUTTIGLIONE, *L'Annuncio in diretta*, in "Mass Media" 1 (1986) 52-53).

Na verdade, o Papa compreendeu muito melhor que muitos profissionais da Comunicação as exigências impostas pelas novas condições planetárias.<sup>7</sup> Foi uma das poucas pessoas que produziu uma "identidade planetária" de si mesmo, fazendo com que a sua imagem não fosse identificada com uma nação física, mas sim, com uma entidade espiritual. As suas viagens fizeram parte das manifestações de um novo gênero de atividade, cultural e humanitária que se está rapidamente desenvolvendo: a "comunicação planetária".<sup>8</sup>

Por isso, a imagem, transmitida pela Comunicação Social, do Papa João Paulo II como símbolo eletrônico da humanidade, é uma das imagens mais importantes do século XX. Nas intuições deste Pontífice, encontramos, ao lado daquele tradicional, um novo tipo de Magistério: um Magistério que comunica muito mais com a presença do que com as palavras,<sup>9</sup> que se

<sup>7</sup> A propósito das novas condições planetárias, Victor Alexandre faz uma interessante leitura do fenômeno das viagens pontificias. Ele parte da contraposição arcaica e atual entre *sedentarietà* e *nomadismo*. Segundo ele, a "*sedentarietà* fa crescere la densità di presenza dell'essere umano in un luogo". O sedentário é um sábio, homem da reflexão e da meditação. O *nomadismo* é a afirmação de que a novidade é rara, mas sempre aprazível. O nômade há uma atitude de abertura para com os outros homens e com as coisas. A imagem do homem religioso que viaja [se a religião significa: sabedoria, tradição, interioridade] seria dissonante [pois a viagem significa: ansiedade, novidade, publicidade]. Assim, diz ele, aplicada à imagem do Papa, esta redução poderia ser expressa da seguinte maneira: ou o homem religioso viajando, deixa de ser religioso; ou o homem permanece religioso, mas as suas viagens não são verdadeiras. Contudo, no caso do Papa, ele não deixa jamais de movimentar-se dentro da sua Igreja, não está nunca fora de casa, sendo assim, é um *sedentário-nômade* (cf. V. ALEXANDRE, *Breve inventario delle immagini*, in "Mass Media" 1 (1986) 45-48).

<sup>8</sup> Esta "comunicação planetária" pode assumir formas variadas, mas produz um único e mesmo efeito: demonstra-nos e nos faz unidos. Torna-nos conscientes não somente da unidade das atividades que de um lado ao outro do mundo se equivalem e correspondem, mas também e, sobretudo, da unidade biônica, que integra as sensações diretas e indiretas dos nossos corpos físicos com as suas extensões eletrônicas. João Paulo II é totalmente consciente da capacidade da Comunicação Social de dar um novo tipo de unidade não somente à Igreja Católica, mas ao mundo inteiro: "*Fatores de comunhão e de progresso, os mass media* devem superar as barreiras ideológicas e políticas, acompanhando a humanidade no seu caminho para a paz e favorecendo o processo de integração e de solidariedade fraterna entre os povos, da dúlice direção Leste-Oeste e Norte-Sul" (JOÃO PAULO II, *Mensagem em ocasião do XIX Dia Mundial das Comunicações Sociais*, 9).

<sup>9</sup> Na verdade, alguns meses após a visita do Papa, a maioria das pessoas não se recorda do que ele disse nos seus discursos. Mas recordam a experiência que tiveram quando ele celebrou a missa; encontrou-se com uma pessoa ou grupo específico; e etc. Por exemplo, enquanto, em 1980, muitos estavam preocupados com os discursos que o Papa iria fazer no Nordeste brasileiro, o povo recorda-se com comoção do abraço dado a D. Helder Câmara, chamado de "meu amigo e amigo dos pobres". Do discurso feito em San Salvador, as pessoas simples recordam-se, hoje, bem pouco, contudo, foram literalmente conquistadas quando o Papa pronunciou: "venho do túmulo de D. Romero". Estes são exemplos de gestos que exprimem uma intuição profunda, uma sintonia com o quanto as pessoas esperam de alguém que fala do Senhor e em seu nome. Muito mais do que a mensagem verbal é uma imagem que permanece.

expressa também com as palavras, mas que diz muito mais de quanto as palavras poderiam dizer se estudadas isoladamente como um texto de antologia ou como uma página de Teologia.

Em suas palavras, muitas vezes e inevitavelmente, repetitivas, muitos reconheceram como mensagem a insistência afetuosa com a qual o Papa falou a todos, a simpatia e a proximidade que exprimiu.

### **3. Os Meios de Comunicação Social: "primeiro areópago dos tempos modernos"**

João Paulo II demonstrou a sua profunda consciência da importância da Comunicação Social nos seus pronunciamentos. Entre outras coisas, ele estava convencido da capacidade da Comunicação Social de transformar a psicologia das pessoas.<sup>10</sup>

Ele demonstra ter compreendido o papel dos Meios de Comunicação Social, da Televisão, por exemplo, melhor que a maioria dos educadores; acreditando que a Televisão [e os outros Meios de Comunicação Social] estava modificando a sensibilidade humana, através de uma tendência a remoção do espírito crítico e do estado de ânimo racional.

De outro lado, ao reconhecer que os Meios de Comunicação Social tinham o mérito de facilitar a tarefa de Evangelização, mostrou ser consciente também da disposição às dimensões míticas do pensamento e do sentimento, que são congêniças à Comunicação Social.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> "Fala-se de "videodependência", um termo que entrou no uso comum, para indicar uma cada vez mais vasta influência que os meios de comunicação social, com a sua carga de sugestão e de modernidade, têm sobre os jovens. Torna-se necessário examinar a fundo este fenômeno, verificar as suas reais conseqüências sobre os receptores que ainda não maturaram uma suficiente consciência crítica. Não é, de fato, só questão de um condicionamento do tempo livre, isto é, de uma restrição dos espaços a reservar quotidianamente a outras atividades intelectuais e recreativas, mas também de um condicionamento da mesma psicologia, da cultura, dos comportamentos da juventude" (JOÃO PAULO II, *Mensagem em ocasião do XIX Dia Mundial das Comunicações Sociais*, 10).

<sup>11</sup> "Mentre la maggior parte delle persone è portata a condannare la televisione, ad accusarla di favorire il materialismo e di promuovere, con la pubblicità, il più sfrenato consumismo, Giovanni Paolo II vede in essa un potenziale per la comunicazione spirituale. La cosa riveste enorme importanza: sarebbe il primo Papa che individua una rivoluzione in atto, la dove finora la Chiesa ha sempre perso il treno per un senso di malinteso conservatorismo, sfociato in una catastrofe ogni volta che il Vecchio e il nuovo si sono scontrati" (DE KERCKHOVE, *Laura elettronica*, 32).

João Paulo II ofereceu, também, uma notável contribuição com a sua Encíclica *Redemptoris missio*, onde afirma:

"o primeiro areópago dos tempos modernos é o mundo das comunicações, que está unificando a humanidade, transformando-a – como se costuma dizer – na “aldeia global”. Os meios de comunicação social alcançaram tamanha importância que são para muitos o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais. Principalmente as novas gerações crescem num mundo condicionado pelos *mass media*. Talvez se tenha descuidado um pouco este areópago [...] foram deixados à iniciativa de particulares ou de pequenos grupos, entrando apenas secundariamente na programação pastoral".<sup>12</sup>

De acordo com a sua posição, a Comunicação Social não são, principalmente, os Instrumentos técnicos, mas, sobretudo, é um tipo de cultura, em si mesma. A Comunicação Social é a criação e a expressão de um específico modo de vida. As sensações, as percepções, os pensamentos, a língua, os julgamentos, as ações, as relações, as comunicações, todas estas realidades sofrem a influência e se relacionam com a Comunicação Social.

Por isso, João Paulo II chamou os Meios de Comunicação Social de "o primeiro areópago dos tempos modernos",<sup>13</sup> fazendo uma referência ao episódio do apóstolo Paulo no areópago de Atenas (cf. *At* 17, 16-34). Este areópago é o mercado ou o "tribunal religioso", no qual as questões sobre o significado da vida e sobre a existência de Deus são discutidas.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> *RMi* 37: "primus huius aetatis areopagus est scaena communicationis, quae ad redigendum in unum genus humanum idemque reddendum – uti dici solet – “vicum universum”, procedit. Instrumenta communicationis socialis tantum adepta sunt momentum, ut multis sint nuntii monitorii et institutorii praecipuum instrumentum, regulae et consilii ad suas ipsorum, familiares, sociales se gerendi rationes. Novae proles, imprimis, in mundo vivunt instrumentorum communicationis condicionibus astricto. Eiusmodi areopagus fortasse est neglectus aliquantulum. Praeferuntum plerumque alia instrumenta nuntii evangelici et formationis, cum instrumenta communicationis singulorum consiliis relinquuntur aut parvorum coetuum et solummodo ratione secundaria in pastorale propositum ingrediantur".

<sup>13</sup> *RMi* 37: "primus huius aetatis areopagus".

<sup>14</sup> O Areópago [do grego: Ἀρειο Πάγος – literalmente: a "Colina de Ares"] de Atenas situava-se a nordeste da Acrópole. A sua função originária era a de aconselhar o rei nas suas decisões reais, sacerdotais e judiciais. Com o declínio da monarquia, cresce notavelmente a influência deste Conselho. É muito complexo afirmar, com precisão, quais eram as suas atividades. Contudo, as funções que lhe são especificamente atestadas são, exclusivamente, judiciárias. O Conselho julgava os casos de homicídio, de violência e de incêndio voluntário, e uma quantidade de outros casos, sobretudo de caráter religioso. O termo "Areópago" no Novo Testamento ocorre somente em *At* 17, 19.22. O termo Ἀρειοπαγίτης (cf.

Os Cristãos, segundo João Paulo II, se sentem no tribunal da Comunicação Social como Paulo se sentiu no Areópago de Atenas. Eles se encontram, neste tribunal religioso, num diálogo de muitas vozes com as muitas "religiões" e os seus "deuses", confrontando-se com aquilo que eles, como Cristãos, tem a pedir e a oferecer neste Areópago.

De um lado, este "foro" oferece a possibilidade de aprender como as outras pessoas pensam, falam e agem; de compreender o que as motiva e as inspira, que coisa lhes fere, o que desejam e esperam. Neste sentido, o Areópago é uma importante fonte de informação para a Igreja Católica, pois, através desse, ela sabe quais são as ocupações das pessoas do mundo inteiro, segundo o espírito do tempo.

A Igreja Católica deve fundamentalmente manter-se informada e deve refletir atentamente sobre aquilo que a Comunicação Social oferece com relação ao significado, à ética, à religião e à espiritualidade nos seus programas. Porém, não importa somente o "que coisa" a Comunicação Social está oferecendo, mas também, o "como" está fazendo.

Segundo João Paulo II, a Igreja Católica deve refletir sobre o impacto da Comunicação Social sobre as formas da fé Cristã e sobre as suas expressões. A Comunicação Social não pode ser entendida apenas como um conjunto de "instrumentos", aparelhos aptos à Evangelização, mas ela é sim, expressão de um fenômeno muito mais complexo e profundo:

"o uso dos *mass media*, no entanto, não tem somente a finalidade de multiplicar o anúncio do Evangelho; trata-se de um fato muito mais profundo porque a própria evangelização da cultura moderna depende, em grande parte, da sua influência. Não é suficiente, portanto, usá-los para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nesta "nova cultura", criada pelas modernas comunicações. É um problema complexo, pois esta cultura nasce, menos dos conteúdos do

---

At 17, 34) indica um membro do Areópago, o que reforçaria a impressão de que Lucas considere o Areópago como um *collegium* e não pense tanto à "Colina de Ares" que dava nome ao tribunal. A questão, porém, não está decidida. Contudo, em *Atos*, o Areópago é importante como *topos* literário: Paulo [entenda-se Lucas] apresenta a sua mensagem diante do notório tribunal ateniense, que deveria ser competente em matéria de religião e de doutrina, e não lhe acontece nada contrário, esta "indiferença" atesta a "plausibilidade" da mensagem propagada por Paulo (cf. T.J. CADOUX, *Areopago*, in N.G.L. HAMMOND - H.H. SCULLARD (Ed.), *Dizionario di Antichità Classiche*, Cinisello Balsamo (MI) 1995, 190-192; G. CORRADI, *Areopago*, in P. FEDELE (Ed.), *Grande Dizionario Enciclopedico Utet. Vol. II*, Torino 1993, 180-181; H.M. MARTIN, *Areopagus*, in D.N. FREEDMAN (Ed.), *The Anchor Bible Dictionary. Vol. I*, New York 1992, 370-372; G. SCHNEIDER, *Commentario Teologico del Nuovo Testamento. Gli Atti degli Apostoli II. Commento ai capp. 9,1-28,31*, Brescia 1986, 300-322).

que do próprio fato de existirem novos modos de comunicar com novas linguagens, novas técnicas, novas atitudes psicológicas".<sup>15</sup>

De outro lado, a Comunicação Social é o "contexto geral" de vida no qual as igrejas de todo o mundo devem conduzir o seu ministério pastoral. Por isso, este tribunal convida tal ministério à participação num diálogo pluralista, dando o seu contributo a tudo aquilo que é atual e importante para este "foro", e fazendo isto do ponto de vista da identidade Cristã.

É típico da Comunicação Social ser, constantemente, incoerente, fragmentária e contraditória nas suas informações e nos seus comentários. A Igreja Católica, que possui um sistema mais coerente de transmissão, de mensagens mais ricas de significado, por meio do seu serviço interpretativo, da oração e da *diaconia comunicativa*, pode contribuir à criação de um panorama mundial mais coerente, à redução da fragmentação e ao cultivo de uma ética e de um diálogo espiritual, em relação àquilo que a Comunicação Social oferece ao panorama mundial da Igreja Católica e à escala de valores.<sup>16</sup>

*Ministério interpretativo e diaconia comunicativa* deveriam ser o típico contributo do ministério pastoral da Igreja Católica ao mundo e à cultura da Comunicação Social de hoje. A fé e a Igreja, no período das origens do Cristianismo, foram construídas e alimentadas através da celebração, da narração de histórias, das parábolas, etc. Atualmente, através de um específico contributo da cultura da Comunicação Social, o drama e a história estão novamente pedindo atenção. Ao lado do dogma e da dialética, encontramos o sentimento, a imaginação, a experiência espiritual e a esperança do coração.<sup>17</sup>

<sup>15</sup> *RMI* 37: "instrumentorum communicationis tamen non solum est nuntium amplificare. Res gravior agitur, quandoquidem ipsa recentis culturae evangelizatio magnam parte e vi eorum pendet. Non satis est ergo illis uti ad diffundendum nuntium christianum et Ecclesiae Magisterium, sed oportet compleatur ipse nuntius huius "novae culturae" communicatione huius aetatis partae. Implicitata est quaestio, quoniam haec "nova cultura" oritur magis quam e rebus ipsis, ex eo quod novi sunt modi communicandi per novos sermones, novas technicas, novos habitus psycholicos".

<sup>16</sup> A respeito da ética dos Meios de Comunicação Social em João Paulo II ver o interessante artigo de G. DEUSSEN, *Karol dei media*, in "Mass Media" 1 (1986) 12-23.

<sup>17</sup> "Oggi, sia con la televisione che coi terminali dei computer, la maggior parte delle informazioni ci arriva attraverso la luce, sotto forme di immagini che si imprimono direttamente nella nostra psiche. I miti e le fedi appartengono al regno della persuasione, non a quello del ragionamento. Mentre la lettura porta a ragionare, la ricezione via Tv porta a creare miti. La persuasione è un effetto che attraverso lo schermo può esercitare sull'individuo il singolo momento. E in tempi di miti, gli argomenti logici hanno poco peso" (DE KERCKHOVE, *Laura elettronica*, 38-39).



Assim, a cultura da Comunicação Social causa um impacto sobre o conteúdo e sobre a forma da fé, da Evangelização, da espiritualidade, da moralidade e da autoridade. A Igreja Católica, encontrando-se dentro desta "praça", deve ajudar a humanidade na percepção e na compreensão da dimensão religiosa da vida.<sup>18</sup>

Cada Sumo Pontífice oferece à Igreja o próprio carisma e a própria sensibilidade. Certamente o dinamismo do pontificado de João Paulo II deixou um sinal profundo no futuro da Igreja Católica; de maneira especial, acenamos à contribuição, através de sua pessoa e de suas palavras, prestada ao diálogo entre a Igreja Católica e a Comunicação Social.

## Referências Bibliográficas

- ACCATOLI L., *Effetto Wojtyla*, in "Mass Media" 1 (1986) 5-11.
- AGNESE G., *Il Papa che viaggia*, in "Mass Media" 1 (1986) 3-4.
- ALEXANDRE V., *Breve inventario delle immagini*, in "Mass Media" 1 (1986) 45-48.
- BUTTIGLIONE R., *L'annuncio in diretta*, in "Mass Media" 1 (1986) 49-57.
- DE KERCKHOVE D., *L'aura elettronica*, in "Mass Media" 1 (1986) 24-44.
- DEUSSEN G., *Karol dei media*, in "Mass Media" 1 (1986) 12-23.
- CADOUX T.J., *Areopago*, in N.G.L. HAMMOND – H.H. SCULLARD (Edd.), *Dizionario di Antichità Classiche*, Cinisello Balsamo (MI) 1995, 190-192.
- CORRADI G., *Areopago*, in P. FEDELE (Ed.), *Grande Dizionario Enciclopedico Utet. Vol. II*, Torino 1993, 180-181.
- HOEKSTRAH., *Spiritualité et médias*, in C.M. MARTINI et al., *Communication et Spiritualité*, Paris 1991, 75-84.
- I viaggi di Papa Wojtyla*, in "La Civiltà Cattolica" 2 (1980) 521-528.
- JOÃO PAULO II, *Litterae Encyclicae Redemptoris Missio*, 07 de dezembro de 1990, in *AAS* 83 (1991) 249-340.
- \_\_\_\_\_, *Mensagem em ocasião do XIX Dia Mundial das Comunicações Sociais*, in "Serviço de Documentação" 18 (1985/1986) 7-13.

<sup>18</sup> Hoekstra usa uma interessante e sugestiva imagem. Segundo ele, a função pastoral da Igreja Católica pode ser comparada aquela de um bom guia que organiza uma visita a um museu e contribui com o mundo da arte, ajudando as outras pessoas a perceber e experimentar a dimensão estética. O ministério pastoral da Igreja Católica deixa transparecer a luz da fé sobre o que está acontecendo nos Meios de Comunicação Social, conduzindo as pessoas a uma percepção mais rica, mais completa, que seja capaz de aumentar a consciência religiosa (cf. HOEKSTRA, *La cultura dei media*, 26).

- MARTIN H.M., *Areopagus*, in D.N. FREEDMAN (Ed.), *The Ancor Bible Dictionary. Vol. I*, New York 1992, 370-372.
- PAULO VI, *Perché il Papa nell'estremo Oriente e in Oceania? Per dare "una Testimonianza Apostolica". Discorso dell'11 novembre 1970*, in *Insegnamenti di Paolo VI. Vol. VIII*, Città del Vaticano 1970, 1125-1127.
- SALVINI G., *I viaggi di Giovanni Paolo II. Annunzio itinerante del Vangelo e "segno" per il nostro tempo*, in "La Civiltà Cattolica" 4 (1985) 545-557.
- SCHNEIDER G., *Commentario Teologico del Nuovo Testamento. Gli Atti degli Apostoli II. Commento ai capp. 9,1-28,31*, Brescia 1986.
- TRASATTI T., *Intervista al Cardinale Martini. I viaggi del Papa sono una grande grazia e una lezione di unità ecclesiale*, in "L'Osservatore Romano" (11/11/1984) 1 e 4.

***Abimar Oliveira de Moraes***

Professor de Teologia da PUC-Rio

Doutor em Teologia pela Università Pontificia Salesiana de Roma

Comunicação Recebida em 03/11/2011

Comunicação Aprovada em 13/12/2011