

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

HELENA CORAZZA

Educomunicação: caminhos e perspectivas na formação pastoral
A experiência do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC)

São Paulo

2015

HELENA CORAZZA

Educomunicação: caminhos e perspectivas na formação pastoral
A experiência do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC)

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de
Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de
Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
para a obtenção do título de Doutor
em Ciências da Comunicação.

Área de concentração: Interfaces Sociais da Comunicação
Linha de pesquisa: Comunicação e Educação

Orientador: Prof. Dr. Adilson Odair Citelli

São Paulo

2015

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados fornecidos pelo(a) autor(a)

CORAZZA, Helena
Educomunicação: caminhos e perspectivas na formação
pastoral. : A experiência do Serviço à Pastoral da Comunicação
(SEPA) / Helena CORAZZA. -- São Paulo: H. CORAZZA, 2015.
267 p. : il.

Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências
da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes /
Universidade de São Paulo.
Orientador: Adilson Odair CITELLI
Bibliografia

1. Pastoral da Comunicação 2. Educomunicação 3. Sujeito 4.
Interface 5. Linguagens I. CITELLI, Adilson Odair II.
Título.

CDD 21.ed. - 302.2

Nome: CORAZZA, Helena

Título: Educomunicação: caminhos e perspectivas na formação pastoral. A experiência do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC)

Tese de Doutorado apresentada
à Escola de Comunicações e Artes
da Universidade de São Paulo para a obtenção
do título de Doutor em Ciências da Comunicação.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

Presidente Prof. Dr. Adilson Odair Citelli

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof.(a) Dr.(a): _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof.(a) Dr.(a): _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof.(a) Dr.(a): _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof.(a) Dr.(a): _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Ⲁdicatória

Às Filhas de São Paulo (Irmãs Paulinas), nos 100 anos de sua fundação,
1915-2015 – cidade de Alba (Itália), hoje presentes em 50 países,
pioneiras em apropriar-se da Imprensa, ocupando
o espaço público da comunicação na Igreja.

Aos agentes pastorais e educadores
que trabalham em favor de uma comunicação
dialógica e participativa, tornando-se
“intelectuais orgânicos” no âmbito da pastoral.

A todas e todos que fazem parte da história do SEPAC.

Agradecimentos

A Deus que se comunica em toda a obra da criação e faz do ser humano participante para
continuí-la até os nossos dias.

Ao orientador desta tese, prof. Dr. Adilson Citelli, pelo acompanhamento e pedagogia das
questões que me fizeram avançar na reflexão e no aprofundamento do tema.

À profa. Dra. Liana Gottlieb e ao prof. Dr. Ismar de Oliveira Soares, pelas avaliações
e importantes sugestões no Exame de Qualificação.

Aos docentes da ECA-USP com quem tivemos diálogos produtivos para que outra
comunicação seja possível pelos caminhos educacionais.

Às companheiras e companheiros de caminhada, grupos de pesquisa com quem trocamos
saberes e compartilhamos inquietações.

A todos e todas que fazem parte da história do SEPAC na busca da educação para a
comunicação comprometida com os valores da vida e do Evangelho: irmãs, colaboradoras,
docentes, cursistas que contribuíram com sua presença e produção de conhecimento.

Às Irmãs do Governo Provincial pelo apoio na realização desta tese.

À equipe do SEPAC pela possibilidade desta pesquisa, pela disponibilidade das fontes,
apoio e partilha do tempo e dos trabalhos.

À Comunidade São Paulo pelo apoio e incentivo em todos os momentos.

A todas e todos que, de alguma forma, colaboraram com orações, revisões, sugestões e
diálogos para o êxito desta tese.

CORAZZA, Helena. **Educomunicação: caminhos e perspectivas na formação pastoral. A experiência do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC).** Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo), São Paulo, 2015.

RESUMO

Nesta tese procurou-se comprovar que o Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC), um projeto iniciado em 1982, que se dedica à formação de lideranças pastorais e culturais mediante cursos livres, sistemáticos e publicações, foi decisivo para a emergência da teoria e prática educacional e sua consolidação junto ao segmento da Pastoral da Comunicação no Brasil. O objetivo geral foi pesquisar a Educomunicação na formação para a comunicação de agentes pastorais e educativos a partir do espaço não formal. Há que se destacar que o diálogo da Educomunicação e da formação pastoral se dá no contexto da cultura midiática, em que pela introdução das diferentes tecnologias, novas linguagens são incorporadas ao cotidiano das pessoas no ambiente pastoral, influenciando e desafiando as práticas na evangelização. Os referenciais que serviram de arcabouço teórico para a tese apoiam-se em pesquisadores da Educomunicação, dos Estudos Culturais e da Igreja Católica na abordagem da Pastoral da Comunicação. A pesquisa empírica realizou-se no SEPAC por meio do exame de publicações, monografias elaboradas pelos cursistas de Especialização e por meio de questionários enviados aos mesmos com o objetivo de verificar a experiência realizada, a metodologia e a continuidade em projetos de intervenção, uma vez que a formação integrada compreende reflexão e ação no campo da Educomunicação Pastoral.

Palavras-chave: Pastoral da Comunicação. Educomunicação. Sujeito. Interface. Linguagens.

CORAZZA, Helena. **Educomunicação: caminhos e perspectivas na formação pastoral. A experiência do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC).** Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo), São Paulo, 2015.

ABSTRACT

This thesis searched to prove that the Communication Pastoral Service (SEPAC), a project started in 1982, dedicated to teach pastoral and cultural leaders through free and systematic courses, and publications, has been decisive for the emergence of theory and Educommunication Practice and for its consolidation together to the segment of Communication Pastoral in Brazil. The general aim was to investigate the Educommunication in the training for pastoral and educational communication agents from a non-formal space. We should emphasize that the dialogue of Educommunication and pastoral formative occurs in the media culture context, whereat by the introduction of different Technologies, new languages are incorporated into the people daily in the Pastoral environment, influencing and challenging the evangelization practices. The referentials which helped the theoretical structure for this thesis are supported by researches from Educommunication, Cultural Studies and from the Catholic Church in the Pastoral Communication approach. The experimental research was held in the SEPAC through analysis of publications, monographs made by specialization students and through questionnaires completed by these students to verify the experience held, the methodology and the continuity of intervention projects, once the integrated training comprise of a reflection and action in the field of Pastoral Educommunication.

Key-words: Communication Pastoral. Educommunication. Subject. Interface. Languages.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- ALER – Associação Latino-americana de Educação Radiofônica
- AMI - Alfabetização Midiática e Informacional
- CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
- CELAM – Conselho Episcopal Latino-americano
- CNBB – Conferência Nacional dos Bispos do Brasil
- DECOS – Departamento de Comunicação Social (América Latina e Caribe)
- ECA/USP – Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo
- NCE/USP – Núcleo de Comunicação e Educação – Universidade de São Paulo
- NOEI – Nova Ordem Econômica Internacional
- NOMIC - Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação
- PASCOM – Pastoral da Comunicação
- PCCS – Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (Vaticano)
- SEPAC – Serviço à Pastoral da Comunicação (Paulinas)
- SIGNIS-Brasil – Associação Católica de Comunicação
- UCBC – União Cristã Brasileira de Comunicação
- UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

ABREVIATURAS – DOCUMENTOS DA IGREJA

- AN – *Aetatis Novae* – Uma revolução nas comunicações – Instrução Pastoral do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (1992)
- CP – *Communio et progressio* sobre os meios de comunicação social (1971)
- ECS - Ética nas Comunicações Sociais (2000)
- EG – *Evangelii Gaudium* – A alegria do Evangelho – Papa Francisco (2013)
- IM - *Inter Mirífica* – Decreto do Concílio Vaticano II sobre os meios de comunicação social (1963).
- MP – *Miranda Prorsus* – Carta Encíclica sobre o cinema, rádio e televisão (1957)
- RM - *Redemptoris Missio* - Carta Encíclica de João Paulo II sobre a Validade permanente do mandato missionário (1992)
- RD – *Rápido Desenvolvimento* – João Paulo II (2005)
- VC – *Vigilanti Cura* - Carta Encíclica sobre o cinema do Papa Pio XI (1936)

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Folder SEPAC, 1983	96
Figura 2 – Curso Comunicação e Poder, 1983	98
Figura 3 – Folder Primeiro Curso Teórico-prático – 1988	101
Figura 4 - Laboratórios do SEPAC – 1989	101
Figura 5 - Laboratórios do SEPAC – 2012	107
Figura 6 - Publicações Paulinas/SEPAC/UCBC – 1984	114
Figura 7 - Manuais de comunicação - ALER-Brasil, IBASE, FASE, SEPAC/EP	115
Figura 8 – Publicações SEPAC – 1991 – 2000	117
Figura 9 – Publicações Série Manuais do SEPAC	118
Figura 10 – Publicações Série Dinamizando a Comunicação	119
Figura 11 – Publicações Série Comunicação e Cultura	120

LISTA DE GRÁFICOS

Capítulo 5 – Levantamento dos cursistas

- Gráfico 1 – Curso Especialização USF- *lato sensu* - Por estado - p. 123
- Gráfico 2 - Curso Especialização USF - *lato sensu* - Por sexo - p. 124
- Gráfico 3 - Curso Especialização USF - *lato sensu* - Por formação - p. 124
- Gráfico 4 - Curso Especialização USF - *lato sensu* - Por atuação - p. 125
- Gráfico 5 – Curso Especialização USF - Extensão - Por estado - p. 126
- Gráfico 6 - Curso Especialização USF - Extensão - Por sexo - p. 126
- Gráfico 7 - Curso Especialização USF - Extensão - Por formação - p. 127
- Gráfico 8 - Curso Especialização USF - Extensão - Por atuação - p. 127
- Gráfico 9 – Curso Especialização PUC-SP - Extensão - Por estado - p. 128
- Gráfico 10 - Curso Especialização PUC-SP - Extensão - Por sexo - p. 128
- Gráfico 11 - Curso Especialização PUC-SP - Extensão - Por formação - p. 129
- Gráfico 12 - Curso Especialização PUC-SP - Extensão - Por atuação - p. 129
- Gráfico 13 – Curso Especialização PUC-SP - *lato sensu* - Por estado - p. 130
- Gráfico 14 - Curso Especialização PUC-SP - *lato sensu* - Por sexo - p. 130
- Gráfico 15- Curso Especialização PUC-SP - *lato sensu* - Por formação - p. 131
- Gráfico 16 - Curso Especialização PUC-SP - *lato sensu* - Por atuação - p. 131

Capítulo 6 – Respostas ao questionário

- Gráfico 17 – Número – Extensão e pós-graduação *lato sensu* – p. 181
- Gráfico 18 – Número de Homens e mulheres – p. 181
- Gráfico 19 – Representatividade por estado – p. 181
- Gráfico 20 – Profissão dos cursistas - p. 182
- Gráfico 21 – Áreas de atuação – p. 182
- Gráfico 22 - Projetos de continuidade – p. 199
- Gráfico 23 – Abrangência dos projetos – p. 199

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	15
CAPÍTULO 1	24
1.EDUCOMUNICAÇÃO E FORMAÇÃO PASTORAL.....	24
1.1 Políticas pela democratização e Educação para a Comunicação.....	26
1.1.2 Processo de construção do campo da Educomunicação	29
1.2 A Igreja católica e o “movimento” na formação para a comunicação	31
1.2.1 Algumas pesquisas sobre comunicação e Igreja.....	34
1.3 Educomunicação e processo comunicacional.....	36
1.4. A Educomunicação e mediação cultural	40
1.5 A centralidade da comunicação e as interfaces	43
CAPÍTULO 2	46
FORMAÇÃO PARA A COMUNICAÇÃO NOS DOCUMENTOS OFICIAIS DA IGREJA CATÓLICA	46
2.1 Educar e formar para a sociedade.....	46
2.2 A comunicação como cultura no pensamento da Igreja	48
2.2.1 Do senso crítico à cultura digital	50
2.2.2 Formação ao senso crítico e à produção	52
2.2.3 Formação profissional e integrada.....	55
2.2.4 A comunicação no espaço educativo	57
2.3 Interface comunicação e pastoral: novas linguagens.....	59
2.4 Políticas de comunicação.....	61
2.5 Formação no contexto digital e mudança no processo da comunicação	63
2.6 Associações de comunicação, formação e articulação	67
CAPÍTULO 3	71
LINGUAGENS E A RECONFIGURAÇÃO COMUNICATIVA DOS MODOS DE NARRAR.....	71
3.1 Linguagens como dispositivos.....	72
3.2 Mudanças nas linguagens pelas tecnologias.....	73
3.3 Linguagem audiovisual e percepção sensorial	75

3.4 Narrar na linguagem dos impressos e do rádio.....	79
3.5 Narrar nas linguagens na cibercultura	81
3.4.1 A conectividade como linguagem	82
3.4.2 Narrativa e linguagens no hipertexto	85
3.6 A linguagem como prática da conversação na rede	86
CAPÍTULO 4	89
CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO SEPAC	89
4.1 Pastoral e evangelização no Brasil	89
4.2 SEPAC: trajetória e desenvolvimento	90
4.3 Período fundacional (1982-1988): pensar e fazer o caminho juntas	91
4.3.1 Princípios norteadores: formação de lideranças e publicações.....	95
4.3.2 Comunicação e Feiras Culturais nas escolas e cursos	96
4.3.3 Reflexões sobre o contexto de sociedade e comunicação	98
4.4 Período de consolidação (1988-2000)	100
4.4.1 Sistematização de cursos no SEPAC e convênio com Universidade	100
4.4.2 Cursos livres no período de consolidação	104
4.5 Período de qualificação e continuidade	105
4.6 Metodologia que integra o pensar, o produzir e o conviver.....	107
4.6.1 Pensar a comunicação e despertar a consciência crítica.....	108
4.6.2 Produzir com diferentes linguagens	109
4.6.3 Conviver e relacionar-se na comunicação	111
4.7 Publicações do SEPAC de 1983 a 2012	112
4.7.1 Publicações do SEPAC (1983-1989).....	112
4.7.1.1 O processo e a Leitura Crítica da comunicação	113
4.7.1.2 Manuais para formar comunicadores populares de rádio.....	114
4.7.2 Pesquisas acadêmicas sobre comunicação	116
4.7.3 Produções na dimensão teórica e prática	117
CAPÍTULO 5	122
ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	122
5.1 LEVANTAMENTO DOS PARTICIPANTES E ANÁLISE DAS MONOGRAFIAS PRODUZIDAS PELOS CURSISTAS (2002-20012).....	122
5.1.1 Participantes do Curso de Especialização pós-graduação <i>lato sensu</i> – USF.....	123

5.1.2 Participantes de Extensão Cultural – USF	125
5.1.3 Participantes de Extensão Cultural – PUC-SP (COGEAE)	127
5.1.4 Participantes de pós-graduação <i>lato sensu</i> – PUC-SP (COGEAE).....	130
5.1.5 Algumas considerações a respeito dos gráficos.....	132
5.2 ESTUDO DAS MONOGRAFIAS PRODUZIDAS DE 2002 a 2012.....	133
5.2.1 Interface Comunicação e Educação	134
5.2.1.1 Relação educadores e educandos.....	135
5.2.1.2 Educomunicação no espaço educativo	137
5.2.1.3 As artes e o lúdico como meio de intervenção	140
5.2.1.4 Instituições educacionais repensam os processos de comunicação	141
5.2.1.5 Análise de produções da mídia em sala de aula	142
5.2.1.6 Tecnologias digitais no ambiente educativo e linguagens	145
5.2.1.7 A comunicação e pessoas com deficiência	148
5.2.2 Interface Comunicação e Igreja	149
5.2.2.1 Estudos voltados à fundamentação teórica	150
5.2.2.2 Formação para a comunicação para lideranças religiosas.....	151
5.2.2.3 Comunicação nas celebrações e na educação da fé	152
5.2.2.4 A comunicação da Palavra nas homilias e celebrações: uma avaliação crítica	154
5.2.2.5 Comunicação não verbal, gestual e empática	156
5.2.2.6 Políticas de comunicação	157
5.2.2.7 Produção e presença evangelizadora no rádio	158
5.2.2.8 Rádio & comunidade: comunicação participativa	160
5.2.2.9 Análise de mídias católicas como televisão, jornal, marketing.....	162
5.2.2.10 Análise de fenômenos midiáticos na Igreja católica	163
5.2.2.11 Jovens e a linguagem <i>ciber</i> no contexto da evangelização.....	165
5.2.3 Diálogo com a sociedade: análise da mídia	167
5.2.3.1 Questões sociais e sua relação com a mídia.....	168
5.2.3.2 Questões culturais e mídia.....	172
5.2.3.3 Análise da mídia: Jornal impresso, rádios comerciais, televisão, publicidade.	173
5.2.3.4 Cultura Digital: o jovem na sua relação com a sociedade e as tecnologias	175
5.3 Algumas considerações às monografias	177
CAPÍTULO 6	180
PENSAR E PRODUZIR COMUNICAÇÃO NA EXPERIÊNCIA DOS CURSISTAS DO SEPAC	180

6.1	Identificação: cursistas que responderam à pesquisa	180
6.2	Motivos da procura pelo curso e formação	183
6.2.1	Necessidade de atualizar-se perante as mudanças da sociedade	183
6.2.2	Conhecimento no campo da comunicação na pastoral	185
6.2.3	Referências institucionais e busca de competência.....	187
6.3	Teoria e prática em avaliação	188
6.3.1	Metodologia teórico-prática e a formação do sujeito.....	190
6.3.2	Interesse e participação: a mudança do olhar e do produzir	192
6.3.3	Novas tecnologias e trabalho em grupo.....	195
6.4	Ambiente e acolhimento como parte da comunicação	196
6.5	Projetos de continuidade dos cursistas	198
6.5.1	A comunicação como processo cultural, na pastoral e na educação.....	200
6.5.2	Diálogo com a sociedade: profissionalismo e presença na mídia	203
6.5.3	Qualificar a comunicação no interior da Igreja.....	205
6.5.4	Atuação internacional no campo da pastoral e da cultura	208
6.5.5	Continuidade em projetos acadêmicos na Interface com comunicação	209
	CAPÍTULO 7	212
	INTERPRETANDO OS DADOS: SISTEMATIZAÇÃO	212
	7.1 PUBLICAÇÕES: FORMAÇÃO DE MULTIPLICADORES E AS LINGUAGENS	
	212	
7.1.1	Aprofundamento e reflexão crítica.....	214
7.1.2	Metodologia teórico-prática nas publicações.....	215
7.2	ABRANGÊNCIA E REPRESENTATIVIDADE DO BRASIL	217
7.3	REFLEXÃO DE PRÁTICAS COMUNICATIVAS E SUAS INTERFACES	218
7.3.1	Projetos de intervenção com a comunicação	220
7.3.2	Compreender o interlocutor pelas práticas na cultura digital	222
7.3.3	Apropriação das tecnologias e análise de produções midiáticas	223
7.3.4	Análise da comunicação no interior da Igreja.....	224
7.3.5	Visão integrada da comunicação	225
7.4	O “INTELECTUAL ORGÂNICO” NO CAMPO PASTORAL.....	226
7.5	Educomunicação na pastoral, caminhos e perspectivas	228
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	233

REFERÊNCIAS	237
GLOSSÁRIO.....	256
APÊNDICES	259
APÊNDICE A - Nuvem – Com palavras-chave.....	259
APÊNDICE B Questionário alunos.....	260
APÊNDICE C – Questionário – Professores de Laboratórios	261
APÊNDICE D – Entrevista	262
ANEXO – Folder curso cultura e meios de comunicação.....	267

INTRODUÇÃO

Educomunicação e Pastoral são dois campos de estudo e de atuação com aspectos comuns que unem reflexão e práticas e expressam o ser e o atuar na sociedade. O tema da Educomunicação está em evidência como objeto de pesquisas acadêmicas e sua aplicação no campo da educação formal e na formação pastoral. Se a Educomunicação aponta caminhos novos na inter-relação comunicação e educação, a formação requer revisão de métodos e linguagens, por inserir-se na ambiência da comunicação como cultura, tanto na forma presencial quanto mediada pela técnica em que os sujeitos estão imersos em seu cotidiano.

As mudanças culturais e sociais, onde as tecnologias fazem parte do cotidiano e do relacionamento, afetam a educação para a comunicação no espaço formal e não formal. Nesta mudança cultural estão em jogo valores e princípios de uma sociedade que tem na escola o lugar da socialização e da formação do cidadão, que convive com a “escola sem muros” da sociedade midiaticizada.

A Educomunicação na formação pastoral é objeto de estudo desta tese que fará um percurso teórico sobre a construção do conceito deste campo em construção, seu referencial teórico, a formação para a comunicação na Igreja Católica, as novas linguagens existentes na prática da comunicação multimídia. Esta pesquisa insere-se no contexto da Educomunicação e centra-se no processo da formação para a comunicação de agentes pastorais, a partir da educação não formal. A pesquisa empírica se dará num projeto dedicado à formação de agentes pastorais no campo da comunicação, o Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC), iniciado em 1982, no contexto da comunicação popular e alternativa, para capacitar multiplicadores.

Estudos e pesquisas na área da Educomunicação aprofundam a comunicação como um campo de mediações e procuram integrar as mudanças, não se limitando à linguagem tradicional, mas incorporando novas linguagens e processos, nesta cultura que desperta um novo *sensorium*, um ecossistema comunicativo (MARTÍN-BARBERO, 2000), que favorece uma experiência cultural renovada com novas formas de perceber e comunicar.

Há um processo histórico de construção do campo da Educomunicação que se revela em diversas abordagens de pesquisas acadêmicas, tanto no âmbito nacional quanto internacional. Esta não é somente uma área de conhecimento, mas uma maneira

de compreender e posiciona-se perante a produção cultural e a reconfiguração dos espaços comunicacionais, que requer abordagens interdisciplinares.

A formação para a comunicação traz aqui o conceito de capacitação para pensar e atuar em ambientes comunicativos, mediante o compromisso com valores humanos e de cidadania, de modo que os sujeitos possam ser ator social na área da pastoral e da educação educocomunicativa. O conceito de Educomunicação, empregado por Mário Kaplún na década de 1980, foi ressemantizado pelo Núcleo de Comunicação e Educação (NCE) da ECA/USP, como um campo de ação emergente na interface entre as áreas de comunicação e educação. A Educomunicação é um meio de reconhecimento da centralidade da comunicação.

Trata-se de expressão que não apenas indica a existência de uma nova área que trabalha na interface comunicação e educação, mas também sinaliza para uma circunstância histórica, segundo a qual os mecanismos de produção, circulação e recepção do conhecimento e da informação se fazem considerando o papel da centralidade da comunicação (CITELLI, 2011, p. 7).

Em termos de inter-relação Comunicação e Educação, ou simplesmente Educomunicação, a pesquisa se apoiará em autores como Adilson Citelli, Ismar de Oliveira Soares e Martín-Barbero, que trabalham a educação a partir da comunicação. Este é um campo de mediações e de busca de novos caminhos e linguagens quanto aos paradigmas da modernidade e pós-modernidade. Entendido como “novo campo, por sua natureza relacional, estrutura-se de um modo processual, midiático, transdisciplinar e interdiscursivo, sendo vivenciado na prática dos atores sociais, através de áreas concretas de intervenção social” (SOARES, 2011, p. 25), como: da Educação para a Comunicação, da mediação tecnológica, da gestão da comunicação e da reflexão epistemológica.

Falar de Educomunicação é pensar no sujeito interlocutor, sua autonomia e relação com a sociedade e possibilidades de interferir no processo, conforme Freire (1996) e Kaplún (2011). Há aqui um diálogo com diversos autores que trabalham a questão do sujeito e sua autonomia que está ligada ao meio ambiente, às relações intersubjetivas e traz o paradigma da pluralidade, afirmando que precisamos de uma concepção complexa do sujeito (MORIN, 2000a, 117-128).

O conceito de mediação que Martín-Barbero introduz “desloca o olhar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade das matrizes culturais” (MARTÍN-BARBERO, 1987, p. 203). Trata-se de um deslocamento da

análise do meio de comunicação, propriamente dito, para onde o sentido é produzido, para o âmbito dos usos sociais, no qual ocorrem as “mediações culturais da comunicação”.

Em nossa análise queremos entender a mediação educacional do SEPAC na formação para a comunicação, como um espaço de criação, elaboração e reelaboração da comunicação, assim expressa: “a comunicação é questão de sujeitos, de atores e não só de aparatos e de estruturas; a comunicação é questão de cultura, culturas e não só de ideologias; a comunicação é questão de produção e não só de reprodução” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 150).

As discussões sobre a “questão da técnica”, seu uso instrumental e a essência da técnica, também compreendida como a atitude de quem faz algo e se serve de instrumentos técnicos, é hoje uma temática complexa. “Enquanto representarmos a técnica como instrumento, ficaremos presos à vontade de querer dominá-la. Todo o nosso empenho passará por fora da essência da técnica” (HEIDGGER, 1993, p. 35). O que se busca, neste estudo, é compreender as linguagens a partir da comunicação enquanto cultura e apropriação. André Lemos discute a questão de técnica e tecnologia dizendo que é preciso superar o sentido que os gregos deram à *Tekhnè*, o saber das coisas práticas, separando-o de *Epistémé*, o saber da contemplação teórica, o que gerou a cisão entre o conhecimento teórico e prático (LEMOS, 2002, p. 25 a 57).

Nessa tese, a educação para a comunicação está situada no contexto de uma sociedade midiaticizada, por isso explicita alguns referenciais teóricos da comunicação e, a partir dela, considera-a como processo relacional tanto a presencial quanto a mediada pelas tecnologias de massa e digitais. A formação envolve e analisa o processo de produção em diferentes linguagens, que expressam novos modos de narrar e de estar juntos, de sociabilidades. As linguagens são entendidas não apenas como técnicas de produção, mas “a linguagem em movimento” para expressão e circulação do pensamento em diferentes formatos. Tratar das linguagens é contribuir para que a Educomunicação possa tê-las presente no processo formativo e no diálogo com a sociedade contemporânea.

Não se pretende, também, entrar na discussão filosófica ou linguística, mas apenas nos servirmos de conceitos a serem aplicados à reflexão e à prática, adotados pelo SEPAC como metodologia. Tais conceitos supõem uma visão integrada e global que envolve o conhecimento teórico e o domínio da técnica, sobretudo na comunicação digital. Trata-se de aproximar a linguagem verbal em suas diferentes manifestações,

como sonora, imagética e digital, da diretriz vinculada à produção e à circulação da palavra nos meios de comunicação (CITELLI, 2006).

Nesta visão das mudanças de compreensão das linguagens comunicacionais e sua relação com a educação, alguns autores as discutem a partir da imagem e dos desafios dessa leitura para o uso didático do vídeo (FERRÉS, 1996); outros procuram compreender a geração do audiovisual e do computador a partir de uma nova lógica para o diálogo com as novas gerações (BABIN, 1989; 2005). As novas linguagens trazem a visão de abrangência e do envolvimento por uma “linguagem total” e uma nova pedagogia dos meios de comunicação (GUTIERREZ, 1978), as linguagens na cultura digital da Cibercultura (LEMOS, 2002), a conversação na rede (RECUERO, 2012).

No que concerne ao campo da formação para a comunicação e à Pastoral da Comunicação, o apoio se dará em documentos e estudos da Igreja Católica em nível mundial, latino-americano e de Brasil (DARIVA, 2003); estudos da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB, 2011, 2014), em pesquisas sobre o pensamento da Igreja e suas práticas comunicacionais, bem como sobre a necessidade da formação na área (PUNTEL, 1994, 2005, 2010). Também incluiremos em nosso referencial algum aspecto no contexto da Ciberteologia e como pensar o Cristianismo nos tempos de Rede e a temática das Redes Sociais na Igreja (SPADARO, 2012, 2013).

O que leva a priorizar a temática desta tese é observar o espaço de educação para a comunicação do SEPAC que, há 30 anos, reúne pessoas de todos os Estados do Brasil, interessadas em se preparar para atuar na comunicação, em suas instituições. Na sua maioria são lideranças responsáveis por áreas de comunicação em instituições: Dioceses, Congregações religiosas, emissoras de Rádio católicas, pastorais e da área da educação. Associar a educação para a comunicação à formação de lideranças na comunicação das bases, no espaço comunitário da Igreja, é prioridade da missão do SEPAC.

Outro aspecto que chama a atenção é o fato de que grande parte dos cursistas busca complementar seus conhecimentos na área da Comunicação a partir da formação em outras áreas e de sua atuação em pastorais, meios de comunicação, reforçando a interface comunicação e educação, comunicação e pastoral.

Além disso, o SEPAC é um espaço de mediação entre a comunidade e a universidade, realizando cursos livres e alguns conveniados, sempre ministrados por docentes ou profissionais da área da Comunicação, contribuindo para a constituição do

campo da Educomunicação. A produção de monografias no curso de especialização, de 1990 a 2012, é de 419 títulos. Esta produção de conhecimento refere-se à análise de diferentes aspectos da comunicação e cultura, desde o Jornal impresso, produções em Rádio, Publicidade, Televisão, Internet e mídias sociais, temas ligados à educação, à religião e práticas da comunicação em escolas, em diferentes regiões do País.

A escolha do objeto de estudo para esta tese deve-se ao envolvimento da pesquisadora na atuação e estudo nesta área de formação para a comunicação, no SEPAC e em outras entidades. Iniciado num contexto em que se buscava a democratização do país e da comunicação, quando havia um despertar para a necessidade da formação para a comunicação e muitas eram as iniciativas neste sentido, o SEPAC é um dos poucos projetos que permanece, capacitando agentes pastorais no campo da comunicação e está na raiz da reflexão e da prática da Educomunicação no Brasil. Daí a necessidade de estudar a temática a partir dos referenciais teóricos dessa matriz de pensamento, o sentido de sua atuação para a pastoral e para a sociedade.

Acresça-se a isso o envolvimento da pesquisadora na comunicação popular e alternativa, desde a década de 1980, na UCBC (União Cristã Brasileira de Comunicação), ministrando cursos de Leitura Crítica da Comunicação; na graduação de Jornalismo, no Projeto experimental, trabalhando a Leitura Crítica do Rádio com pesquisa em escola pública noturna da periferia de Niterói (RJ); colaborando na assessoria e criação de Rádios Populares no Rio de Janeiro e em Belo Horizonte (MG). A partir de 1993, atuando diretamente no SEPAC. Mais tarde ao descobrir que os conceitos que sustentam a Educomunicação são os mesmos trabalhados na comunicação popular.

Uma outra razão é porque o SEPAC contribui na capacitação de lideranças na área da comunicação na Igreja católica do Brasil, sobretudo das pastorais, que participam de cursos livres ou sistemáticos, bem como lideranças e escolas que o procuram para conhecer e introduzir a comunicação no espaço educativo, adotando o conceito da Educomunicação. Esse organismo tornou-se uma referência de formação para a comunicação na Igreja católica do Brasil caracterizando-se no aprimoramento formativo no campo da comunicação, na interface com as pastorais.

No contato com as pessoas, na assessoria às comunidades e grupos, fora do SEPAC, nos cursos e aulas em São Paulo, persistia o desejo de compreender e estudar mais profundamente a experiência que os cursistas vivem em um tempo intensivo, nesses cursos de comunicação. Este espaço de formação de lideranças leva a perguntar

se pode aproximar-se ou apropriar-se do conceito de “intelectual orgânico”, uma vez que a maioria dos participantes é responsável por áreas de comunicação em suas instituições no âmbito eclesial, pastoral, educacional.

Há uma busca de aprender, aperfeiçoar-se para intervir na realidade concreta e dialogar com a sociedade, podendo aproximar o seu perfil ao conceito gramsciano do modo de ser do novo intelectual: um “imiscuir-se ativamente na vida prática, como construtor, organizador” (GRAMSCI, 1985, p. 8). O que o autor aplicou ao universo da política, aqui está para o universo da comunicação na educação e na pastoral, que por sua vez, se insere no espaço público em instituições de referência para o exercício de políticas de comunicação na formação de cidadãos.

Sendo o SEPAC um centro de comunicação com a missão de formar e capacitar pessoas neste campo para terem voz na sociedade e serem sujeitos dos processos, que adotou, em sua gênese, os princípios da comunicação dialógica e participativa, a pergunta que se coloca é, em que contribuiu e continua contribuindo para a emergência e aplicação do conceito de Educomunicação no Brasil? Como é sua abrangência e atuação na formação para a Educomunicação entre os agentes pastorais nas diversas regiões do Brasil? Há algum aspecto novo na aplicação da Educomunicação na pastoral?

Por ser um projeto com 30 anos de caminhada, tem-se, como hipótese principal desta pesquisa, que a contribuição do SEPAC na linha de princípios e de ação foi decisiva para a emergência da teoria e prática educomunicativa e sua consolidação junto ao segmento da Pastoral da Comunicação no Brasil.

Uma hipótese secundária é que sua contribuição para a formação na área da comunicação é devida à metodologia teórico-prática, que contribui para um processo de apropriação do conhecimento reflexivo e no campo da produção, favorecendo a mudança no conceito e na prática da comunicação, por meio da experiência com as diferentes linguagens.

Uma terceira é de que a visão integrada de comunicação do SEPAC é um elemento inovador e integrador, que possibilita uma experiência nova na produção, reflexão e convivência, experienciada de forma articulada.

O primeiro objetivo desta tese é contribuir para o avanço da pesquisa acadêmica no que diz respeito à Educomunicação na pastoral a partir da educação não formal. Quer-se também demonstrar que a contribuição do SEPAC, na sua linha de princípios e de ação, foi decisiva para a emergência da teoria e prática educomunicativa e sua

consolidação junto ao segmento da Pastoral da Comunicação no Brasil; comprovar que a contribuição para a formação continuada na área da comunicação é devida à metodologia teórico-prática adotada pelo SEPAC, que contribui para um processo de apropriação do conhecimento reflexivo e no campo da produção, favorecendo a mudança no conceito e na prática da comunicação.

Nos procedimentos metodológicos da pesquisa foram adotados alguns critérios para o universo pesquisado e sua delimitação, tendo em conta o levantamento de dados quantitativos e qualitativos, outros descritivos e analíticos. Para reconstituir a história do SEPAC, visto que os artigos publicados são poucos, foram disponibilizadas entrevistas dos arquivos internos, realizadas em 1990, com a intenção de produzir um dossiê, que não foi publicado.

No recorte da pesquisa empírica, a amostragem centrou-se no levantamento de dados quantitativos e qualitativos. Como são extensas as informações em relação aos cursos livres, de formação para estudantes de Teologia¹, já estudados, produções de laboratórios (jornal impresso, rádio, publicidade, internet, vídeo, teatro), e outras produções monográficas não foram incluídas.

Para dados quantitativos foi feito levantamento das pessoas que participaram do Curso de especialização em Comunicação Social, de 1990 a 2012, com base na documentação disponível no SEPAC. Esses dados foram trabalhados em quatro categorias: em relação à procedência (Estados), gênero, formação acadêmica e atuação. Análise das Publicações do SEPAC de 1983 a 2012. Análise de monografias produzidas de 2002 a 2012². Questionário enviado aos cursistas que concluíram o Curso de Especialização “Cultura e Meios de Comunicação, uma abordagem teórico-prática” (2002 a 2012), pós-graduação *lato sensu* e extensão cultural. Essa opção deve-se à possibilidade de contato por e-mail desses cursistas (Apêndice B). Um questionário enviado a alguns docentes das disciplinas práticas (Apêndice C). Uma entrevista com a Profa. Dra. Joana T. Puntel, orientadora das pesquisas no SEPAC (Apêndice D).

¹ . A dissertação de mestrado de Silva, 2010, trabalhou o tema da formação: *A Igreja Católica e a Comunicação na Sociedade Midiatizada: Formação e Competência*, com pesquisa empírica no SEPAC, incluindo os estudantes de Teologia.

² . Dado o volume de monografias produzidas nos últimos 10 anos (195), no projeto inicial a proposta foi de analisar apenas as da temática Rádio e Novas Tecnologias, mas no Exame de Qualificação houve questionamento do por que não incluir as de Comunicação e Educação, por se tratar do tema da pesquisa. Avaliando o perfil do cursista em que 80% provém de instituições ligadas à Igreja ou trabalham nelas, optou-se por analisar todas, com uma nova categorização, por temáticas, conforme capítulo 5.

A tese estrutura-se em sete capítulos que envolvem aspectos teóricos e a pesquisa empírica realizada em relação ao SEPAC.

O **primeiro capítulo** apresenta a Educomunicação e a formação pastoral. Resgata o processo de construção do conceito de Educomunicação e algumas pesquisas na área e as interfaces comunicação e educação. Retoma tópicos da trajetória de busca por uma comunicação democrática e participativa em autores latino-americanos que trabalham a comunicação na dimensão antropológica, dialógica, participativa e interativa, tendo o interlocutor como sujeito do processo. Explicita o conceito de pastoral e de evangelização e algumas pesquisas sobre comunicação e Igreja.

O **segundo capítulo** trabalha a educação para a comunicação na formação pastoral apoiada nos documentos e estudos da Igreja Católica, em nível mundial, latino-americano e brasileiro. A formação é considerada em três eixos comunicacionais, o processo humano, a reflexão e a produção nas temáticas: formação para a comunicação, dimensão social, visão integrada, formação para o senso crítico e para a produção, interface e transversalidade, comunicação no espaço educativo, a intervenção com políticas de comunicação, a organização e desafios da formação na cultura digital.

O **terceiro capítulo** aborda as linguagens e a reconfiguração dos modos de narrar em suas diferentes expressões: verbal, sonora, escrita, imagética, e como elas mudam as formas de perceber o mundo e de produzir. Sendo as linguagens consideradas, muitas vezes, apenas técnicas, o conceito de dispositivo envolve as combinações existentes nas linguagens, impressa, audiovisual, digital com suas lógicas e as novas configurações com a Cibercultura e a conversação nas Rede.

O **quarto capítulo** relata a criação e o desenvolvimento do SEPAC, o contexto histórico, social, político e eclesial em seus primórdios, as propostas iniciais, o referencial teórico definido, a missão e projetos contemporâneos. Evidencia os princípios norteadores que passam pela formação de agentes multiplicadores, por meio de cursos, assessorias e publicações de 1982 a 2012, a contribuição das Paulinas para a comunicação na CNBB, e traz, ainda, uma síntese da metodologia que integra teoria e prática.

O **quinto capítulo** apresenta um levantamento com dados quantitativos do perfil do cursista do SEPAC, regiões de procedência, formação e a produção de monografias. O recorte da pesquisa são as monografias produzidas de 2002 a 2012 do Curso de Especialização Cultura e Meios de comunicação, uma abordagem teórico-prática do SEPAC, em convênio com a PUC-SP/COGEAE, aqui agrupadas em três categorias:

Interface comunicação e educação, Interface comunicação e Igreja, Produção e análise da mídia.

O **sexto capítulo** trata do pensar e do produzir comunicação na experiência dos cursistas, a partir das respostas ao questionário enviado aos cursistas com o objetivo de obter dados sobre o aproveitamento pessoal, a metodologia adotada e a continuidade em sua atuação. Inclui a participação de alguns docentes de disciplinas práticas sobre o processo de produção nos laboratórios, o envolvimento, dificuldades, resultados obtidos e o trabalho em equipe.

O **sétimo capítulo** sistematiza e rearticula os dados da pesquisa para a comprovação das hipóteses com o universo pesquisado. Retoma o percurso da pesquisa em relação às publicações, a metodologia, a reflexão das práticas comunicativas na interface comunicação e educação, comunicação e pastoral e na análise dos meios de comunicação.

CAPITULO 1

1. EDUCOMUNICAÇÃO E FORMAÇÃO PASTORAL

*A comunicação é questão de sujeitos, de atores
e não só de aparatos e de estruturas;
a comunicação é questão de cultura, culturas
e não só de ideologia;
a comunicação é questão de produção
e não só de reprodução.
Jesús Martin-Barbero*

Educomunicação e Pastoral são dois campos de estudo e de atuação com aspectos comuns que unem reflexão e práticas e expressam o ser e o atuar na sociedade. Educomunicação reúne conceitos de educação, comunicação e suas inter-relações. Pastoral refere-se à ação da Igreja no mundo, que aplicada ao campo comunicacional e utilizando-se dele, traz o conceito de educação na vivência e transmissão da fé.

As práticas educacionais carregam em si uma carga teórica de reflexão que as fundamentam tanto no espaço educativo quanto no da pastoral. A ligação entre teoria e prática estabelece uma dialética em que comunicação e educação se relacionam numa interação que requer um processo da comunicação dialógico e participativo.

No contexto latino-americano e brasileiro a Educomunicação tem sua origem nas reflexões de comunicadores e educadores a partir de um contexto social e político que buscou a liberdade de expressão como prática de cidadania para que o povo pudesse ser sujeito apropriando-se da palavra. Projetos internacionais foram organizados e aplicados em favor da democratização da comunicação, e levados adiante pelo Movimento popular, pelas igrejas e instituições de comunicação, tendo em vista seu compromisso social e educativo.

Essa matriz de pensamento, que por alguns segmentos da educação formal como política de comunicação a escola, e não formal, sobretudo as pastorais, é que originou o processo e a atuação educacional, com projetos no Brasil, em diversos países da América Latina e em alguns países do mundo.

A abordagem da Educomunicação e da formação para a pastoral no campo da comunicação, acompanha as pesquisas no processo de criação do conceito e sua aplicação no contexto atual em que a comunicação assume a centralidade nas práticas cotidianas, o que exige um repensar das mesmas no campo educativo e pastoral. A educação para a comunicação na pastoral indica uma modalidade de apresentar a fé

cristã, tendo presente o ser humano concreto, com linguagem acessível e ações de intervenção em relação a diversas áreas da organização e do cuidado no campo da comunicação.

Estudos realizados indicam que a Educomunicação não é somente uma área de conhecimento em construção, mas uma forma de compreensão e posicionamento perante o modo atual de produção da cultura e da reconfiguração dos espaços comunicacionais, dos modos de narrar que exigem estudos interdisciplinares, sendo a Educomunicação um meio de reconhecimento da centralidade da comunicação, conforme Citelli (2011).

Comunicação e Educação são, pois, duas áreas de conhecimento que interagem, buscando ver a comunicação e a educação como processo relacional em construção. Neste sentido o campo da comunicação trabalha nas inter-relações sinalizando que ela faz parte do cotidiano, na produção, circulação e mediação na sociedade contemporânea.

Nas pesquisas sobre comunicação, uma das visões que predominou até os anos 1970-80, foi o Funcionalismo norte-americano que considera a comunicação a partir dos meios. Entretanto, a abordagem que marca este trabalho parte do conceito de mediação, que sinaliza um deslocamento na interpretação da comunicação: “o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade das matrizes culturais” (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 258). Esta abordagem também se aplica à área das práticas de comunicação nas pastorais, que expressam o ser e o agir das comunidades na vivência da fé e no diálogo com a sociedade.

Por sua vez, a expressão Pastoral da Comunicação (PASCUM) nasce do conjunto de duas realidades que interagem reciprocamente: comunicação e pastoral. Comunicação entendida como processo de relações entre as pessoas de forma presencial ou mediada pela técnica. A PASCUM define-se como “um processo dinâmico, dialógico, interativo e multidirecional” (CNBB, 2014, p. 14), o que requer pessoas que conheçam, compreendam, apliquem e assumam esta visão para as diferentes realidades da comunicação contemporânea.

Os documentos do magistério da Igreja recomendam a organização do campo específico que é a Pastoral da Comunicação e introduzem a transversalidade e o diálogo com outras áreas, pedindo que a comunicação faça parte das demais práticas pastorais,

uma vez que tem sua contribuição a dar. A Igreja adverte que não é suficiente ter um plano de Pastoral da Comunicação, mas “é necessário que a comunicação faça parte integrante de todos os planos pastorais, visto que a comunicação tem, de fato, um contributo a dar a qualquer outro apostolado, ministério ou programa” (PCCS, 1992, p. 29).

Trabalhando neste campo em construção que é a Educomunicação, pelos estudos já existentes mais aplicados à educação formal, entendemos que é possível aplicar e identificar este conceito para o campo da pastoral. A partir da reflexão e das práticas de comunicação popular, a formação para a comunicação acontece de forma contínua na experiência do SEPAC, um projeto de comunicação, iniciado em 1982, voltado à formação para a comunicação na pastoral. Criado num contexto em que se buscava a democratização da comunicação no País, seu objetivo é de formar e capacitar multiplicadores para o campo da comunicação para terem voz na sociedade e se tornem sujeitos do processo comunicacional.

1.1 POLÍTICAS PELA DEMOCRATIZAÇÃO E EDUCAÇÃO PARA A COMUNICAÇÃO

As discussões sobre o modelo de comunicação voltado à educação, que incluísse a visão política e cultural, alimentaram um debate internacional, após a Segunda Guerra Mundial, quando a UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), voltou-se para o combate ao analfabetismo e aos trabalhos de educação para a comunicação, ante a dominação cultural dos países ricos sobre os países pobres. Em 1961 formou-se um movimento dos países não alinhados, contando com mais de cem membros em vista da NOMIC (Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação), segundo Puntel

concebido no contexto de luta contra o colonialismo e no aumento da polarização das relações internacionais, resultante da Guerra-Fria, o movimento centralizou seus princípios fundamentais na paz, no desarmamento e na independência – incluindo a autodeterminação e a igualdade econômica e cultural (PUNTEL, 1994, p. 293-294).

A NOMIC, referendada na Conferência Geral da UNESCO e na Assembleia Geral das Nações Unidas, em 1978, situa-se no contexto do desenvolvimento das instituições de comunicação, em que muitas nações novas eram influenciadas pela

difusão-modernização de grupos norte-americanos. Segundo Puntel, “Este grupo concebeu esse desenvolvimento como transferência de tecnologia das nações industrializadas para o setor modernizante das elites das nações menos desenvolvidas e, através destas elites, para os grupos urbanos e rurais de nível mais baixo” (PUNTEL, 1994, p. 294).

A XIX Conferência Geral da UNESCO realizada em Nairóbi (1976) reconheceu que os sistemas de comunicação das nações desenvolvidas apresentavam ainda estado de dependência e “ênfatisou a importância do fluxo livre e equilibrado da informação e a necessidade de intensificar os esforços para eliminar o desequilíbrio que caracterizava as relações entre as nações industrializadas e o Terceiro Mundo” (PUNTEL, 1994, p. 300-301). Diante disso, a UNESCO patrocinou vários encontros sobre o tema em países da América Latina e uma comissão internacional elaborou um relatório conhecido como McBride, publicado no Brasil com o título “Um mundo e muitas vozes” (1983). Esta proposta em favor da democratização da comunicação e da informação foi assumida por pesquisadores e pelas igrejas cristãs, o que resultou em muitos dos trabalhos na América Latina e no Brasil, entre eles, o “Documento de Quito”, resultado do seminário realizado de 29 de abril a 2 de maio de 1982, na cidade de Quito, Equador, e o “Documento de Embu”, resultado do seminário realizado na cidade de Embu das Artes, SP, de 8 a 12 de outubro de 1982.

Ao trabalhar as aproximações entre comunicação e educação e a emergência de um novo campo, Soares (1999), faz um percurso falando da “leitura crítica dos meios” e os propósitos da UNESCO com o Relatório McBride. Nos anos 1980 a UNESCO deixa de se preocupar com a influência do Primeiro sobre o Terceiro Mundo e passa a se preocupar com a educação formal e os meios de informação. Para Soares, é neste momento que entra Martín-Barbero, mudando o foco da discussão que era o de como se defender dos efeitos negativos dos meios, para “como o sistema de educação deve entender o sistema dos meios e construir ecossistemas comunicativos a partir da realidade mediática em que estamos todos inseridos” (SOARES, 1999, P. 22). Desenvolvem-se, então, linhas de pesquisa mais voltadas às tecnologias da informação denominada *Media Education*, ou “educação para os meios”. Com esse intuito, a UNESCO promove diversos seminários, na segunda metade dos anos 1990, em algumas cidades da América Latina como Santiago, Chile (1984); Curitiba, Brasil (1986); Buenos Aires, Argentina (1988) e Las Vertientes, Chile (1990).

Seminários de Educação para a Televisão, onde se consolidou o princípio de que o ideal seria que os programas de educação para a recepção incluíssem a análise das produções dos meios, o uso dos mesmos como instrumentos de expressão criativa, tendo como objetivo último o fortalecimento da democratização da comunicação em todo o continente (SOARES, 1999, p. 29-30).

Por sua vez, nos Estados Unidos adota-se a terminologia *Media Literacy*, que mesmo tendo iniciado nos anos 1970, obteve maior visibilidade nos anos 1990, e está mais voltada à alfabetização midiática e à formação de professores com visão mais centrada na alfabetização da mídia.

Depois da mudança de posição em relação à proposta da NOMIC, na assembleia de 1989, Puntel assinala que a UNESCO adotou “uma nova estratégia no campo da comunicação” que consiste em “desenvolver o treinamento de profissionais de comunicação e as facilidades para uma educação sobre a mídia, o que ressaltaria o desenvolvimento da capacidade crítica” (PUNTEL, 1994, p. 308). Essa estratégia se reflete nos projetos atuais voltados à formação de professores, denominados *Media literacy*, preocupados com a alfabetização para a mídia, a compreensão do fenômeno e, ao mesmo tempo, serem também produtores de informação.

A proposta do Manual da UNESCO (2013), para as escolas, também difundido e aplicado no Brasil, tem seu foco na formação de professores, com o objetivo de “sensibilizá-los para a importância da informação e da *literacia mediática* no processo de educação, que lhes permitam integrar informações e educação para os media no seu ensino e proporcionar-lhes métodos e currículos pedagógicos apropriados”. Esse manual para professores afirma que “A Matriz Curricular e de Competências em AMI (Alfabetização Midiática Informacional), da UNESCO, combina duas áreas distintas – a alfabetização midiática e a alfabetização informacional – em um único conceito: alfabetização midiática e informacional” (UNESCO, 2013, p. 18). O sentido de AMI é assim especificado:

Sigla de alfabetização midiática e informacional, que se refere às competências essenciais (conhecimentos, habilidades e atitudes) que permitem que os cidadãos engajem-se junto às mídias e outros provedores de informação de maneira efetiva, desenvolvendo o pensamento crítico e a aprendizagem continuada de habilidades, a fim de socializarem-se e de tornarem-se cidadãos ativos (UNESCO, 2013, p. 182).

Soares pontua que o conceito atribuído a *Mídia-Educação* traduz a preocupação da educação formal com a mídia, tanto no sentido de analisá-la quanto no de usá-la como recurso para garantir a melhoria da educação. O que está em jogo aqui “é a

relação entre o sistema de ensino e o sistema midiático visto sob a ótica da eficiência do ensino, replicando modelos europeus ou norte-americanos *media education, media literacy*” (SOARES, 2008, p. 47). A partir dessas referências é possível perceber e considerar que há diferentes visões em relação ao entendimento na relação comunicação e educação. Algumas mais voltadas à leitura dos meios como nova alfabetização, outras a partir da leitura crítica das imagens e dos conteúdos, revelam suas diretrizes educativas.

1.1.2 Processo de construção do campo da Educomunicação

Há um processo histórico das práticas de comunicação da América Latina e sua contribuição a partir de ações comprometidas, tanto no campo da reflexão, análise e produção, a partir dos anos 1960, que são referências para o conceito da Educomunicação. Para Soares, as realidades vividas no contexto dessa década nas experiências, a partir da formação, foram assumidas pelo movimento popular e por organizações católicas de comunicação, realizando cineclubes com intelectuais ou discussões em paróquias e escolas católicas. Na década de 1970, com a “leitura crítica dos meios”, desenvolvem-se projetos, sobretudo com a análise da televisão, a comunicação para o desenvolvimento, a comunicação como resistência cultural, na década de 1980, e a influência dos Estudos Culturais a partir dos anos 1990 (SOARES, 2014, p. 8-27).

O conceito de Educomunicação, empregado pelo comunicador argentino/uruguaio, Mário Kaplún, na década de 1980, em seu trabalho de educar pelo rádio, foi ressemantizado pelo Núcleo de Comunicação e Educação (NCE) da ECA/USP, no final de 1999, como um campo de intervenção social na interface entre a comunicação e a educação. Para Soares, “foi justamente este termo que o NCE/USP elegeu para classificar o que havia descoberto em 1998, ao concluir uma pesquisa junto a agentes culturais de 12 países da América Latina, Portugal e Espanha: a emergência de um novo campo de intervenção social” (SOARES, 2008, p. 43).

O conceito Educomunicação quer indicar um conjunto de elementos, para além dos meios de comunicação, reconhecidos nas práticas dos agentes culturais, como

constitutivo de um novo modo de se trabalhar a interface comunicação e educação. Dessa forma, a Educomunicação foi descrita pelo NCE/USP como o

conjunto das ações inerentes ao planejamento e avaliação de processos, programas e produtos de comunicação implementados com intencionalidade educativa, destinado a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos abertos, criativos, sob a perspectiva da gestão compartilhada e democrática dos recursos da informação no processo da aprendizagem (SOARES, 2008, p. 43-44).

Para Soares, esta compreensão do conceito se move num *ecossistema comunicativo*, não necessariamente com a presença das tecnologias. Trata-se de um conjunto de ações que favoreçam o diálogo social, levando em conta as tecnologias e as potencialidades delas no cotidiano. O *ecossistema comunicativo escolar* é entendido também como “área de intervenção” onde os sujeitos sociais passam a refletir suas práticas, que Soares caracteriza como áreas ou âmbitos do agir educacional. Esse conceito envolve educação para a comunicação voltada à formação para a prática sistemática da recepção midiática; a expressão comunicativa através das artes, a mediação tecnológica na educação, a *gestão da comunicação*, a *pedagogia da comunicação* orientada a garantir os benefícios da ação educacional para o cotidiano das práticas de ensino em sala de aula. Uma dimensão importante é a *área da reflexão epistemológica* que se ocupa com a sistematização de experiências e ao estudo do próprio fenômeno da comunicação e a relação Comunicação/Educação, procurando manter a coerência entre teoria e prática. (SOARES, 2011, p. 47-48).

Pelas possibilidades aqui elencadas e outras que possam emergir da prática educacional, é importante considerar que na Educomunicação, conforme Citelli, há vínculos entre os fazeres comunicativos e educativos e ela não pode ser vista no sentido pragmático e ser considerada apenas no campo da didática ou da capacitação para a aplicação das tecnologias da informação ou da comunicação no ensino, “mas como um campo de reflexão e intervenção social decorrente dos novos modos de organizar, distribuir e receber o conhecimento e a informação. Faz parte, portanto, de um ecossistema comunicativo situado na interface com a educação” (CITELLI, 2014, p. 70).

O processo histórico de construção do campo da Educomunicação que se revela em diversas abordagens de pesquisas acadêmicas, no âmbito nacional e internacional, demonstra que esta não é somente uma área de conhecimento, mas sim uma forma de compreensão e posicionamento quanto ao modo de produção da cultura e a reconfiguração dos espaços comunicacionais, que requer abordagens interdisciplinares.

Segundo mapeamento bibliométrico de Pinheiro (2013), realizado a partir das teses e dissertações disponíveis no banco de teses da Capes, de 1998 a 2011, o programa de pós-graduação da ECA/USP produziu 97 trabalhos, dos quais 79 dissertações de mestrado e 18 teses de doutorado. Em 2012³ estão registradas mais 18 dissertações de mestrado e 2 de doutorado, resultando 115 de mestrado e 20 de doutorado. Essas pesquisas foram feitas sob a orientação de professores pesquisadores como Maria Aparecida Baccega, Adilson Odair Citelli e Ismar de Oliveira Soares. Na Universidade de São Paulo há uma revista de caráter nacional dedicada ao tema, intitulada “Comunicação & Educação”, que circula há 20 anos ininterruptos, reconhecida como a mais consultada por autores de estudos acadêmicos no Brasil, dentre as revistas científicas da área da Comunicação. “Os últimos boletins do portal de revistas *Univerciencia.org* que serve como indexador de 21 publicações brasileiras do campo da comunicação, indica ser *Comunicação & Educação* a que recebe maior número de acessos, visitas e *downloads*” (CITELLI, 2014, p. 22).

Algumas pesquisas realizadas na área da Educomunicação na ECA-USP, podem ser lembradas como: “Educomunicação e sua metodologia. Trata-se de um estudo feito a partir de ONGs, no Brasil” (SILVA FILHO, 2004); no campo do rádio em escola pública, “Educom.Rádio: uma política pública em Educomunicação e políticas públicas” (ALVES, Horta, 2007); “Pelos caminhos de Alice: vivências na Educomunicação e a dialogicidade no Educom.TV” (SALVATIERA, 2009); “Educomunicação na educação a distância: o diálogo a partir das mediações do tutor” (MELLO, 2010); “Comunicação e diálogo com a literatura, mediação no contexto escolar” (NAGAMINI, 2012). A identificação e legitimação do campo da Educomunicação também são trabalhadas na dissertação de Pereira (2012).

1.2 A IGREJA CATÓLICA E O “MOVIMENTO” NA FORMAÇÃO PARA A COMUNICAÇÃO

As políticas internacionais voltadas à formação para a comunicação encontram eco também na Igreja Católica, que recomendou aplicar as propostas de mudanças e decisões do Concílio Ecumênico Vaticano II (1962-1965), em relação à comunicação,

³. <http://bancodeteses.capes.gov.br/> Acesso 28/10/2014, sendo que as de 2013 não estão disponíveis.

por meio de Conferências nos Continentes. Na América Latina, 1968 realizou-se a Conferência do episcopado latino-americano em Medellín (Colômbia), onde a Igreja assume a causa dos oprimidos, a liberdade de expressão, denunciando a opressão política. Ao falar de comunicação denuncia a opressão dos grandes conglomerados de comunicação; realizam-se diversos seminários, incentivando os pequenos meios de comunicação, as Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), a comunicação popular e alternativa nas várias frentes: jornais, rádios populares, produção de vídeo popular e leitura crítica diante dos meios de comunicação.

Dez anos depois, na Conferência de Puebla (México), em 1979, os bispos dão continuidade à reflexão sobre o contexto de pobreza em que vive a população e assumem a “evangélica opção preferencial pelos pobres”. Em relação à comunicação recomendam a formação de lideranças e se propõem a usar os meios próprios para serem “a voz dos sem voz”.

Conhecida a situação de pobreza, marginalização e injustiça em que estão imersas grandes massas latino-americanas e a violação dos direitos humanos, a Igreja, no uso dos próprios meios, deve ser cada dia mais, a voz dos desamparados, apesar dos riscos que isso implica. (PUEBLA, 1979, p. 343).

No capítulo sobre Comunicação Social, o documento incentiva a formação de lideranças e do público receptor. Em suas opções define: “dar prioridade à formação na comunicação social do público em geral e dos agentes de pastoral em todos os níveis” (PUEBLA, 1979, p. 340). Nas propostas pastorais, lembra que “a formação no campo da comunicação é uma tarefa prioritária” (PUEBLA, 1979, p.341).

Atendendo ao apelo da formação para a comunicação, grupos da Igreja no Brasil organizaram iniciativas para a formação na área, como a Escola de Comunicação Social (ECOS), 1979, em Porto Alegre, RS⁴. Os cursos intensivos realizados no período de férias, reuniram participantes de vários Estados, para essa formação de religiosos, presbíteros, lideranças das comunidades.

Intelectuais e movimentos populares se unem ao debate e à formação, buscando devolver a voz ao povo⁵. A capacitação tinha como público alvo as classes populares para a apropriação do conhecimento e não serem dominadas pelo sistema que passa pela mídia. Um projeto que marcou época foi o da Leitura Crítica da Comunicação (LCC),

⁴ . A ECOS foi uma iniciativa do Regional Sul 1, da CNBB, correspondente ao estado do RS e continuou até o ano 1998.

⁵ . Regina Festa organizou o livro “Comunicação Popular e Alternativa no Brasil”. São Paulo, Edições Paulinas, 1986; Eduardo Lins da Silva “Muito além do Jardim Botânico: um estudo sobre audiências do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores”. São Paulo: Summus, 1985.

levado adiante pela União Cristã Brasileira de Comunicação (UCBC), uma entidade ecumênica que reunia profissionais e estudiosos da comunicação, organizações e grupos afins, e se tornou um espaço de debate com estudantes, no período da Ditadura Militar, sobretudo em seus congressos anuais.

A necessidade de buscar alternativas para formar e conscientizar as pessoas envolveu também grupos de intelectuais com iniciativas de formação como Mário Kaplún, no Centro al Servicio de La Acción Popular (CESAP), projeto “Para La Leitura crítica de la comunicación de masas”, antes no Uruguai e depois na Venezuela. Moran destaca que “o conceito Leitura Crítica da Comunicação aparece escrito em 1979, por Kaplún, antes de a UCBC (União Cristã Brasileira de Comunicação), adotá-lo” (MORAN, 1993, p. 116).

O tema da formação para a comunicação foi pautado também no Encontro latino-americano dos Paulinos e Paulinas⁶ que, no Encuentro Paulino Lationoamericano (IV EPLA), em julho de 1982, na cidade do México, trabalharam o tema “La formación integral paulina, para el apostolado em América Latina”. Cada país compartilhou suas experiências e constatou-se deficiência na formação para a comunicação e a necessidade de formação na dimensão pessoal, de comunidade e na prática para o exercício da missão. O documento final traça políticas e estratégias para a formação inicial e permanente, indicando uma metodologia teórico-prática para os cursos, tendo como fio condutor a comunicação nas comunidades, na formação de formadores, a especialização em comunicação e o profissionalismo (IV EPLA, 1982, p. 21-28).

Neste contexto e proposta de formar o público receptor e as lideranças pastorais no campo da comunicação são elaborados os princípios orientadores da missão e objetivos do SEPAC: formação de lideranças e publicações populares para discutir a comunicação na sociedade de forma crítica⁷ e capacitar agentes multiplicadores para a Pastoral da Comunicação, que consiste nas práticas e políticas de comunicação nas comunidades.

Um marco teórico e pedagógico que caracterizou o “popular” era tornar as pessoas e comunidades participantes do processo para que se apropriassem do conhecimento e das linguagens da comunicação. A compreensão de que as lideranças

⁶ . Paulinos é o nome popular dado à Congregação dos padres e irmãos da Pia Sociedade de São Paulo; Paulinas, Irmãs da Pia Sociedade Filhas de São Paulo. Neste encontro participaram representantes dos países: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Espanha, Itália, México, Peru, Uruguai e Venezuela e era sediado cada vez por um país. Em 1979 o III EPLA foi realizado no Brasil.

⁷ . A consciência crítica compreende o processo dialético de análise da realidade, considerando as condições sociais em que se vive e o lugar social (Cf. Libânio, J.B. 1978, p. 84-86).

não deveriam “fazer para o povo, mas, com o povo”, orientava os processos de formação, ajudando as pessoas a participarem como produtores de comunicação. Soares, orientador pedagógico no SEPAC de 1982 a 1988⁸, explicita o referencial adotado: “Nós partíamos do pressuposto de que a única possibilidade de comunicação existente é a da Comunicação Dialógica e Participativa. Estávamos tomando o referencial da Teologia da Libertação e da Pedagogia Participativa-Dialógica de Paulo Freire”⁹.

1.2.1 Algumas pesquisas sobre comunicação e Igreja

Entre os estudos acadêmicos realizados em relação à comunicação e Igreja, formação para a comunicação, reflexão crítica no Brasil, citamos alguns pesquisadores como Melo que trabalhou o tema da Leitura crítica e da Comunicação eclesial (1985, 2005); Soares (1988) que abordou o percurso histórico da comunicação na Igreja, dos tempos de recusa e repressão à Teologia da Libertação; Puntel (1994), com a temática da Igreja católica e a democratização da comunicação na América Latina, incluindo a NOMIC e outros estudos situando a Igreja na cultura midiática como nova ambiência (2005), e a retomada dos documentos eclesiais com a releitura para os tempos que necessitam do diálogo dos saberes na cultura midiática (2010); Gomes (1995) faz uma pesquisa sobre a comunicação cristã em tempos de repressão e retoma o estudo da comunicação nas igrejas cristãs no processo da Igreja eletrônica à sociedade em mediatização (2010); Kunsch (2001) faz um resgate de teses realizadas na área da comunicação nas universidades brasileiras, sobretudo no período posterior ao Concílio Vaticano II perante os desafios da comunicação.

Pesquisas mais recentes abordam a mediatização da religião nos processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento, mediante programações televisivas de grupos católicos onde a técnica se coloca como fenômeno organizador das práticas sociais como o de Gasparetto (2011). A experiência religiosa na internet, um “ambiente” cultural que hoje faz parte do cotidiano, é objeto de pesquisa

⁸. “Convivi com as Irmãs Paulinas o cotidiano do SEPAC, de sua fundação, em 1982, até meu ingresso na USP, em tempo integral, em 1988” (Depoimento de Ismar de Oliveira Soares, em 24/02/2013).

⁹. Entrevista concedida ao SEPAC em 05/06/1990.

de Sbardelotto (2012), em sites católicos, que favorecem novas temporalidades, espacialidades e ritualidades mudando a forma da vinculação tradicional. A rapidez com que a instituição eclesial romana vem enfrentando a modernidade apresenta-se na pesquisa de Giraldi (2014) que mostra a assimilação das tecnologias digitais adotadas pelas dioceses brasileiras e mudança de mentalidade ao adotar novas formas de comunicação em seus sites.

Essas pesquisas são referência para compreender a comunicação da Igreja católica e sua relação com a sociedade em diferentes momentos históricos. A abordagem crítica mostra como a Igreja se relacionou com a sociedade em momentos críticos nos diversos períodos históricos, que também revelam as dificuldades de diálogo e de inserção. Enquanto em algumas épocas a postura foi defender a doutrina, em outras ela se posicionou em favor dos direitos humanos da democratização da comunicação. Como o foco desta pesquisa centra-se na formação para a comunicação, os trabalhos apontados são referências para a reflexão, mas há de se destacar que ainda são reduzidos os trabalhos voltados à formação para a comunicação, propriamente dita, para os agentes pastorais.

Em 1995 foi elaborada uma proposta para sistematizar a educação para a comunicação tendo em vista os Institutos de Filosofia e Teologia, coordenada pelo Setor de Comunicação da CNBB com a colaboração da respectiva Equipe de Reflexão, formada por especialistas e professores da disciplina de Comunicação. Em 2001 o mesmo projeto foi atualizado e publicado, contemplando as dimensões antropológica, científica, técnica, litúrgica e de espiritualidade para diversas etapas de formação, de modo progressivo (CNBB/Paulinas/SEPAC, 2001)¹⁰. Essas orientações são aplicadas nos institutos de Filosofia e Teologia na disciplina de Educação para a comunicação.

Um trabalho especificamente voltado à formação que trata do diálogo entre fé e cultura foi realizado por Puntel e Corazza (2007), sobre a Pastoral da Comunicação, evidenciando a necessidade da formação neste campo, na dimensão pessoal, espiritual, produção e organização das práticas comunicacionais. Trata-se de um texto de orientação que sintetiza o pensamento da Igreja sobre a formação e organização nas comunidades. Em sua dissertação de mestrado, Silva (2010), trabalha a comunicação da Igreja católica na sociedade midiaticizada, tendo em vista a formação com qualidade. Como estudo de caso traz alguns aspectos da experiência do SEPAC, mostrando a

¹⁰ . Por parte do SEPAC participaram da elaboração Joana T. Puntel e Helena Corazza, em diferentes períodos.

necessidade da competência para a atuação pastoral, que requer preparação cultural e comunicacional para dialogar com a sociedade. Essa preparação passa pela compreensão do conceito da comunicação uma vez que as lideranças religiosas necessitam de um repertório de reflexão e habilidade prática para atuarem de modo eficaz.

O Diretório da Comunicação da Igreja do Brasil (2014) é uma diretriz com os referenciais atualizados sobre comunicação, que recomenda a educação para a comunicação e a formação das lideranças eclesiais, em todos os níveis, que será citado no capítulo sobre formação pastoral. O plano de Ação da Comissão de Comunicação da CNBB (2012) dinamiza ações de formação na área.

1.3 EDUCOMUNICAÇÃO E PROCESSO COMUNICACIONAL

Ao situar-nos nos princípios da formação educ comunicativa é indispensável perguntar-nos de que *educação e formação* estamos falando: uma formação que modela de fora para dentro ou que trabalha o ser humano a partir de dentro, considerando sua autonomia e ajudando-o a despertar as potencialidades e assumir seu lugar na sociedade? Concordamos com Adorno quando diz que a formação não pode ser “chamada modelagem de pessoas, porque não temos o direito de modelar pessoas a partir do seu exterior; mas também não é a mera transmissão de conhecimentos, cuja característica de coisa morta já foi mais do que destacada, mas a produção de uma consciência verdadeira” (ADORNO, 2006, p. 141). Para o filósofo este aspecto é “da maior importância política” e uma exigência, pois uma democracia requer pessoas emancipadas.

A formação educ comunicativa no contexto da comunicação e cultura envolve o conhecimento e a reflexão das áreas da comunicação e da educação, pois vê o ser humano como sujeito situado numa teia de relações onde a comunicação se torna cultura cotidiana, não só pelo acesso às tecnologias mas pelo modo de se relacionar, produzir e distribuir as informações. Fazendo parte da vida cotidiana e dos espaços educacionais, a comunicação possui muitas formas de se manifestar e de ser entendida, desde o aspecto técnico e funcional ao de cultura em que os sujeitos apropriam-se, reinterpretam, recriam e produzem novos sentidos.

O boliviano Luís Ramiro Beltrán, em seu memorável trabalho *Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal* (1981) discute a necessidade de uma nova ordem na comunicação do Terceiro Mundo para se libertar do colonialismo, sobretudo, norte-americano. Ele considera a comunicação não como uma questão técnica, mas política e propõe “democratizar a comunicação tanto no conceito quanto na prática”. Para que aconteça a comunicação horizontal coloca alguns requisitos como: acesso, diálogo, participação, direito à comunicação. Para ele “o diálogo é o eixo da comunicação horizontal porque, se o objetivo é a genuína interação democrática, todas as pessoas deveriam ter oportunidades semelhantes para emitir e receber mensagens com o propósito de se evitar o monopólio da palavra no monólogo” (BELTRÁN, 1981, p. 32).

Para Peruzzo, as proposições de Beltrán sobre comunicação horizontal foram incorporadas no discurso e na prática de instituições ligadas à comunicação popular e alternativa como as igrejas e as ONGs na América Latina, num tempo em que se luta contra o autoritarismo e se buscam práticas participativas e protagonismo.

Em nível mais amplo, muitos autores da Escola Latino-Americana de Comunicação, buscam fundamentos em Antonio Gramsci, o que favorece a percepção da sociedade como movimento, e a entender o papel do intelectual orgânico no processo de transformação social e no estabelecimento de nova hegemonia. Esse modo de conceber a sociedade contribui para o fortalecimento e consolidação da proposta de comunicação horizontal, que se tornou conhecida pelo nome de comunicação popular, participativa e/ou alternativa. (PERUZZO, 1997, p. 95).

A busca de uma comunicação em que as pessoas sejam protagonistas e possam interagir na reelaboração das mensagens, faz com que se tenha um novo olhar. O caminho interpretativo da comunicação em suas teorias busca também explicar práticas comunicacionais e educativas coerentes com os novos modos de ver a comunicação a partir da cultura e não mais a partir dos meios. Essas e outras características constituem a matriz da comunicação comprometida com a transformação social e a cidadania.

Nesse caminho da democratização da comunicação a partir do popular e da busca de processos horizontais, levados adiante por pensadores comprometidos com as mudanças, há o deslocamento do conceito de análise dos meios para as mediações, conforme Martín-Barbero, que passam pelo vetor da apropriação do sujeito interlocutor neste processo.

Um dos desafios se coloca no processo relacional, na interação do ser humano com o contexto onde vive, por isso, reconhecendo-se comunicação por natureza, ele precisa aprender a ser. O que se é por natureza, precisa ser assimilado e aperfeiçoado

cada dia de novo, na atitude de aprendiz permanente, cultivando o que se é, mas também aprendendo a *conviver*. Esta é uma busca contínua exigida pelo ato de comunicar, o que requer capacidade e abertura constantes para viver a comunicação e exercitá-la, indo ao encontro do outro, em atitude dialógica, conforme Freire:

o que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo.[...] a educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados (FREIRE, 1983, p. 66ss).

Uma questão fundamental na comunicação é a possibilidade do diálogo, da escuta, da interação, da troca de saberes, entretanto, é um espaço conflitivo de competição e interesses. Ao lado desse modelo é possível se ter uma comunicação unidirecional que pode levar à submissão e não ao diálogo até pela falta de consciência de que o ser sujeito faz parte dele e não é algo a ser reivindicado mas precisa ser “consciente de si mesmo e que interage com o mundo e com os outros homens (FREIRE, 1973, p. 61).

A comunicação e a educação, que tem o ser humano como parte do processo de produção e circulação do conhecimento, assume uma postura mediadora de construir juntos o conhecimento e despertar a capacidade e o desejo de participar e criar: “A tarefa do educador, então, é a de problematizar aos educandos o conteúdo que os mediatiza, e não a de dissertar sobre ele e dá-lo, de estendê-lo, de entregá-lo, como se tratasse de algo já feito, elaborado, acabado, terminado” (FREIRE, 1982, p. 81).

O sujeito é uma categoria que se destaca na comunicação vista e produzida a partir do processo relacional e de sua inserção na sociedade, sendo ele compreendido como sujeito social que se constrói, interage e, ao mesmo tempo, é construtor de significado e ação social. São muitas as interpretações ao redor do conceito do sujeito, que assume diferentes facetas de acordo com os contextos socioculturais e diferentes temporalidades. Hall (1999) caracteriza três momentos e situações de como ele é entendido, de acordo com a realidade social e cultural: o sujeito do Iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno com modos de agir e reagir de acordo com as realidades.

Latour (2012) traz uma discussão complexa em relação à introdução da teoria ator-rede onde o sujeito se constitui na interação com as coisas. De fato, há uma relação que se estabelece entre o ser humano e os objetos, as coisas, os suportes tecnológicos que adquirem um valor social. Para o Autor, reagregar o social passa da ideia de

sociedade àquela de coletivo, um coletivo pensado como o que pode ser constituído por diferentes atores humanos e não humanos, em que “os objetos se fazem coisas ‘no lugar’ dos atores humanos” (LATOURETTE, 2012, p. 109).

Mesmo diante das diferentes compreensões e interpretações e dos limites vividos na sociedade “líquida”, a opção é por esta categoria que entende o sujeito como o ser humano, alguém capaz de influir em favor da mudança. Temos em TOURAINE:1994, que:

o ator não é aquele que age em conformidade com o lugar que ocupa na organização social, mas aquele que modifica o meio ambiente e sobretudo social no qual está colocado, modificando a visão do trabalho, as formas de decisão, as relações de dominação ou as orientações culturais (TOURAINE, 1994, p. 220).

Ao abordar a “ética do sujeito responsável”, Morin afirma que nossas finalidades não são impostas, no sentido que, nas nossas sociedades individualistas, a ética não se impõe imperativamente nem universalmente a cada cidadão. Cada um terá que escolher por si mesmo os seus valores e ideais, isto é, praticar a auto ética. Mas a escolha requer a capacidade de assumir e se comprometer. “Eleger nossas finalidades, implica integrá-las profundamente em nossos espíritos e almas, jamais esquecê-las, jamais renunciar a elas, mesmo se perdermos a esperança de constatar sua realização” (MORIN, 2000b, p. 68).

Segundo o autor, a ética política deve conter algumas ideias-guia entre elas, a ética da religião, do debate, da compreensão, da resistência. Para o pesquisador, a ética não se pode reduzir ao político: “Somente esta dialógica poderá fazer da política, essa arte da incerteza, uma grande arte que seja posta a serviço do ser humano”. (MORIN, 2000, p. 77). Uma educação que se baseie no processo dialógico entre “quem ensina” e “quem aprende”, onde tais papéis estariam intrinsecamente ligados e onde o sujeito, seja o formador ou o formando, possa transitar a partir da dinâmica do processo educativo.

Esta visão do processo da comunicação é entendida por Kaplún (2011) como algo que vai além dos meios, podendo incluir ou não as tecnologias, uma vez que o autor trabalha a partir da experiência comunicacional. O que se privilegia aqui são as mediações sociais e culturais, sem uma visão redutora de comunicação.

Cremos que é fundamental ultrapassar esta visão redutora e postular que a Comunicação Educativa abarca certamente o campo da mídia, mas não apenas esta área: abarca também, e em lugar privilegiado, o tipo de comunicação presente em todo processo educativo, seja ele realizado com ou sem o emprego de meios. Isso implica considerar a comunicação não como um mero instrumento midiático e tecnológico,

e sim, antes de tudo, como um componente pedagógico (KAPLÚN, 2011, p. 175).

Sendo a comunicação um componente pedagógico, que trabalha o processo da comunicação, é claro que o ponto de partida não pode ser o de um olhar fundamentado no ponto de vista tecnológico, e sim no processo relacional. Kaplún problematiza o paradigma de educação centrada no olhar das tecnologias e pergunta se uma racionalidade pedagógica, não representará um estancamento e, talvez, uma involução que retrata a "educação bancária", tantas vezes condenada por Freire, agora com moderna versão "de caixa automático dos bancos". Este olhar da formação a partir da comunicação enquanto processo privilegia o sujeito ator abrindo para a criação e a interatividade que envolvem intervenções sociais e culturais.

A partir da produção na comunicação Mário Kaplún criou métodos interativos como o conhecido "Casete Foro" (1978), e construiu sua teoria a partir da prática. Gabriel Kaplún o caracteriza como "intelectual orgânico" por recuperar o pensamento de Gramsci e os estudos culturais latino-americanos e ver a partir das práticas cotidianas, os processos da comunicação, entendeu que "mais do que pensar a comunicação educativa como espaço específico há de se pensar o caráter educativo de toda a comunicação" (KAPLÚN G. 2006, p. 37)¹¹. Esta afirmação é um indicativo da comunicação como eixo das práticas culturais sociais aplicadas de, modo transversal, ao seu caráter educativo e pedagógico.

1.4. A EDUCOMUNICAÇÃO E MEDIAÇÃO CULTURAL

Pensar a Educomunicação a partir da cultura é situá-la na reflexão dos Estudos Culturais, sobretudo latino-americanos, nos quais o conceito de mediações culturais que compreendem a produção e a recepção da comunicação enquanto cultura que requer um espaço de negociação. De fato, a reflexão e as práticas são perpassadas pela cultura, fundamental para interpretar os processos sociais por meio dos quais produtores e interlocutores vão atribuindo sentido às práticas sociais cotidianas. Essa atribuição de sentido vai sendo incorporada nos diferentes momentos do dia a dia, que inclui a relação com os produtos culturais que chegam pela mídia, em que se dá a "atribuição de sentido

¹¹ . Tradução da autora.

à realidade, à evolução de uma cultura, de práticas sociais compartilhadas de uma área comum de significados” (WOLF, 1995, p. 96).

Na América Latina, Martín-Barbero trabalha a comunicação a partir da cultura e considera que há um deslocamento, uma ruptura com o que se entende por comunicação midiaticizada, que se organiza em empresas, que produzem e transmitem com aparatos tecnológicos e sistemas de circulação, talvez, sem considerar os elementos culturais e os processos.

A cultura, por sua vez, é um conceito complexo e com muitos significados desde o cultivar o solo ao desenvolvimento das faculdades do intelecto por meio de práticas apropriadas. A cultura é uma ideia historicamente determinada, mas também um conjunto de práticas e modos de vida de uma sociedade. Com a indústria as produções culturais passam a ser consideradas como mercadoria e consumo, numa visão centrada nos meios como produtores e transmissores de cultura. Mas cultura também são as práticas culturais que se expressam na vida cotidiana, diferentes modos de ser e viver. Cultura e cotidiano encontrariam mútua relação de influência, sobretudo na acepção da vida cotidiana sustentada na capacidade de o indivíduo “conduzir a vida” (HELLER, 1987, p. 19).

Para entender as mediações, Martín-Barbero se serve do conceito de *hegemonia*, elaborado por Gramsci, que possibilita pensar o processo de dominação social não como imposição a partir de fora e sem sujeitos, mas na relação com alguém que representa interesses reconhecidos como seus pelo outro e sendo negociados. Dessa forma, a hegemonia é um processo que “se faz e se desfaz permanentemente num ‘processo vivido’, feito não só de força mas também de sentido, de apropriação do sentido pelo poder, de sedução e de cumplicidade” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 104).

Estabelece-se uma ruptura entre uma visão a partir do poder dos meios de comunicação e introduz-se uma nova forma de compreender as relações comunicacionais a partir da cultura, deslocando o olhar do emissor para o receptor, agora considerado participante ou interlocutor. Neste sentido o emissor, seja ele produtor de conteúdo ou educador, não é mais o alvo central da análise e compreensão dos processos comunicacionais, mas o interlocutor, tratado como sujeito do processo que vivencia as práticas culturais. Esse conceito passa a ser aplicado não só aos meios de comunicação mas às mediações acontecem de diversas formas, espaços e condições a partir das quais as pessoas produzem, consomem e se apropriam dos conteúdos e práticas.

Os *estudos culturais* aplicam-se a pesquisas sobre consumo da comunicação de massa e se tornam espaço de negociação de sentido entre práticas comunicativas diferenciadas. Dessa forma, as práticas sociais e o cotidiano se confundem, pois é ali que o interlocutor das mídias dá sentido à vida, ressignifica, reinterpreta, modifica as mensagens que recebe a partir de seu contexto e situação social, política, cultural.

Ao identificar outra chave de interpretação para a comunicação a partir das mediações, como nos estudos de recepção, o autor assegura que este “é um *lugar* novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa de comunicação”, não mais em etapas, mas a partir do processo. Ele parte do princípio de que a recepção não é somente uma etapa no interior do processo de comunicação, “um momento separável em termos de disciplina, de metodologia, mas uma espécie de outro lugar, o de rever e repensar o processo inteiro da comunicação” (MARTIN-BARBERO, 1995, p. 40).

O Autor acentua a indicação das mediações como processo importante para compreender a diversidade de práticas sociais, ou seja, a matriz diferenciada de construção de sentidos que existe na vida social cotidiana. “O eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade das matrizes culturais” (MARTIN-BARBERO, 1987, p. 203). No caso de produtos culturais trata-se de um deslocamento da análise do meio de comunicação ou de outras práticas culturais, onde o sentido é produzido, para o âmbito dos usos sociais, as “mediações culturais da comunicação”.

Vistos como mediações, os meios e os espaços tornam-se componentes de um contexto cultural e o que se verifica é o modo como as pessoas produzem sentido em sua vida, o modo como se comunicam e usam os meios. Dessa forma, “a comunicação se torna mais questão de mediações do que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimento, mas de reconhecimento” (MARTIN-BARBERO, 1987, p. 10).

A ruptura que se dá nos *estudos culturais* entre meios e mediações é indicativa de outra ruptura que permeia o processo cultural da comunicação. A pluralidade de sentidos da vida cotidiana não é oriunda, no caso da comunicação midiática, apenas dos emissores. Há uma pluralidade de outros atores na vida cotidiana, desde as instituições sociais básicas até o processo de mudança social, interferindo e mediando a condução da vida. Apropriando-nos deste conceito, as mediações culturais podem ser entendidas também em espaços de comunicação e cultura, em que a comunicação e a educação são trabalhadas com os pressupostos do diálogo, da produção e do compartilhamento de

saberes. É nessa relação que as pessoas se sentem sujeitos e interlocutores no processo comunicacional a partir das diferentes áreas, o que se identifica com o conceito de Educomunicação.

A cultura da comunicação aqui entendida como modo de vida onde a comunicação adquire centralidade pela presença na vida cotidiana conforme Martín-Barbero, que propõe pensar a educação a partir da comunicação. A comunicação como cultura envolve, portanto, as formas e expressões do ser humano enquanto sujeito do processo, ou seja, alguém que convive, lê a realidade e procura interferir com ações e também produz sentidos e não apenas reproduz. A comunicação como cultura leva a trabalhar não só a comunicação na educação, mas um pensar comunicacional nas interfaces, que incluem a interdisciplinaridade e a transdisciplinaridade. Entendemos que pensar comunicacionalmente não é apenas usar meios de comunicação ou as tecnologias na educação ou na pastoral, mas pensar e agir a partir do olhar da comunicação, dos processos, em qualquer temática, considerando a centralidade da comunicação independentemente do uso de meios ou tecnologias.

1.5 A CENTRALIDADE DA COMUNICAÇÃO E AS INTERFACES

Comunicação e Educação são duas áreas de conhecimento que interagem, buscando, no olhar comunicacional, a partir do qual são vistas as realidades da educação, da pastoral e das demais inter-relações que se estabelecem no processo relacional. As diversas tentativas realizadas ao longo do tempo como educar para os meios, a leitura crítica dos meios de comunicação, a alfabetização pela mídia são aspectos das buscas educativas onde a comunicação se coloca como eixo central.

A consciência de que há um “ecossistema comunicativo”, abre um campo de compreensão e análise das mudanças culturais em relação às mediações culturais e sociais e chama a atenção para a centralidade das tecnologias e dos sistemas de comunicação deste *sensorium* novo. Trata-se do reconhecimento do papel central da comunicação na vida cotidiana, nos diversos campos do conhecimento, e sua relação na sociedade contemporânea requer uma formação continuada que desperte para um pensar comunicacional, que está para além do uso dos meios e centra sua atenção no interlocutor, nos modos de comunicar na cultura cotidiana.

Essa mudança vivenciada na cultura atual, desperta para a busca de sistematizar o conhecimento na inter-relação ou interface da comunicação com outras áreas. A cultura da interface apresentada por Steven Johnson (1997) parte de uma visão, aparentemente apenas técnica, na interação com objetos ou suportes como o mouse, a tela, o teclado, a navegação, analisando como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Estes conceitos foram apropriados para se falar da cultura comunicacional que dialoga com outras áreas e permeia as formas de conhecer, relacionar e expressar o conhecimento. Chama-se de interface as inter-relações dos saberes, entre eles, o modo de expressar nas diferentes linguagens, possibilidades e expressões transmídia.

O conceito de interface muito utilizada na ciência do computador para falar dos diversos aspectos técnicos e operacionais entre textos, criação de imagens, sons e palavras que podem ser manipuladas na tela, é também empregada como o diálogo entre as diferentes áreas do conhecimento que são trabalhadas nesta pesquisa como comunicação e educação, comunicação e pastoral.

A cultura da interface, mais aplicada à era digital, tem como característica a velocidade. Para Johnson, ela se coloca como a “fusão de tecnologia e cultura”, que fez parte da experiência humana primitiva com pintores de cavernas e que traz uma dificuldade de enxergar, talvez pela velocidade em que as mudanças acontecem. Ao agregar esta realidade das tecnologias como parte do cotidiano tornando-se cultura como modo de vida, que desperta a consciência para novos modos de perceber e sentir o mundo, ao mesmo tempo ela é produção de significados. A interface traz em si a proximidade e o diálogo entre duas realidades ou campos de conhecimento, que interagem e se complementam.

Pode-se dizer que o processo de criação do conceito da Educomunicação resulta da inter-relação Comunicação e Educação e foi gestado a partir das práticas com grupos populares, assumido por instituições de referência como a UNESCO, igrejas, pesquisado e refletido no espaço acadêmico por pesquisadores e docentes inseridos nas realidades sociais e comunitárias, resultando na aplicação do conceito para o espaço escolar e pastoral. Esse trabalho de formação para a comunicação foi assumido pela Igreja católica, por suas associações e grupos, em nível continental e nacional, com o objetivo de educar para a comunicação de maneira comprometida com os valores sociais e cristãos no processo dialógico e participativo.

O próximo capítulo trabalha a educação para a comunicação na formação pastoral, resgatando o conceito de educação voltada para o ser humano enquanto sujeito do processo comunicacional, na visão da comunicação como cultura, bem como as orientações da comunicação nos documentos da Igreja católica para a formar lideranças nesta área.

CAPÍTULO 2

FORMAÇÃO PARA A COMUNICAÇÃO NOS DOCUMENTOS OFICIAIS DA IGREJA CATÓLICA

*O primeiro areópago dos tempos modernos
é o mundo das comunicações [...]
Não é suficiente 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.
Redemptoris Missio, 1991, p. 63*

Educar para a comunicação é uma necessidade num contexto em que as mudanças culturais, tecnológicas e sociais acontecem com grande velocidade, desafiando a entrada nessa nova cultura. Uma educação que envolve princípios como o diálogo com a sociedade, a interação e a intervenção nos ambientes da cultura midiática requer, de educadores e educandos, abertura para a formação continuada e o aprendizado para uma atuação cidadã, na sociedade contemporânea. Assim, educar para a comunicação na pastoral é a direção deste trabalho voltado a agentes pastorais da comunicação, atuantes na reflexão e produção da comunicação.

2.1 EDUCAR E FORMAR PARA A SOCIEDADE

A educação para a comunicação é aqui entendida nos aspectos humano, filosófico, antropológico, cultural, social. É um modo de estar no mundo e de se relacionar como ser humano situado numa sociedade que se organiza com direitos e deveres cidadãos. Pensar a educação para a comunicação e a formação continuada, remete-nos à “escola sem muros”, expressão cunhada por Walter Benjamin, entendendo que se aprende em todos os lugares e de todas as formas; remete também à “escola paralela”, a educação informal que chega pela mídia e, por isso mesmo, faz parte do cotidiano e influencia a realidade escolar ou educação formal. Educar e formar “será sempre uma arte em que todas as aplicações técnicas terão de ser transformadas, imaginativa e criadoramente, em algo de plástico e sensível suscetível a ser considerado antes sabedoria do que saber” (TEIXEIRA, 2006, p. 73).

A educação para a comunicação na pastoral diz respeito à compreensão e prática dos processos comunicacionais, ao relacionamento das pessoas com os meios de comunicação, tanto na recepção dos produtos midiáticos quanto no cotidiano. No caso desta pesquisa, trata-se da capacitação de pessoas que serão multiplicadoras junto às entidades ou associações. Trata-se de um processo de formação continuada em que os novos modos de relação entre conhecimento e produção social que passa pelas diferentes linguagens e também pela educação informal.

Ao expressar sua visão de formação na era contemporânea, Willi Bolle (1997), se serve da metáfora do “tableau”, a “escrivadinha” que Walter Benjamin (1987) usa para falar de uma sociedade dominada pelos meios de comunicação. Faz o contraponto entre a educação formal e informal, o dever e o prazer no processo educacional falando deste móvel, aquela escrevaninha que guardava, sem dúvida, certa semelhança ao banco escolar, “mas sua vantagem era que nela eu ficava protegido e dispunha de espaço para esconder coisas de que ele, o ‘tableau’, não devia saber. A escrevaninha e eu éramos solidários frente a ele”, (BENJAMIN, p. 120).

A partir dessa metáfora, Bolle (1997) tece suas considerações sobre o “lúdico” que vem ao encontro do modo de ser da criança, o prazer e a festa, a brincadeira, enquanto a escola, instituição oficial, representa o “dever”: “A escrevaninha é o palco de seus afazeres ‘prediletos’, suas ocupações ‘mais amadas’. Depois do ‘aborrecido dia da aula’, ela lhe dá ‘novo vigor’” (BOLLE, p. 10). O autor também faz considerações em relação aos valores e as linguagens adotadas na escola, diante da mudança cultural advinda das comunicações. E ao contrário do que se pode interpretar de que a visão crítica confunde-se com um olhar amargo e descontente em relação à sociedade, Bolle assim interpreta:

Lugar protetor e lúdico, a escrevaninha proporciona um olhar de distanciamento crítico sobre o que se aprende na escola [...] o crítico Walter Benjamin, questionando o legado e o valor da cultura livresca num mundo dominado pela mídia e a reprodutibilidade técnica – encontra-se prefigurado na criança que passa a “rever” seus velhos cadernos escolares (BOLLE, p. 10).

As reflexões sobre a crítica, tão necessária para o distanciamento e a elaboração do próprio conhecimento e práticas que envolvem, sobretudo, o processo de produção da comunicação, encontram eco na metáfora da escrevaninha. Não só para crianças mas, também para jovens e adultos, a questão da prática e produção da comunicação proporcionam a alegria da descoberta, da criação, e é algo mais prazeroso do que o simples pensar abstrato.

A educação para a comunicação, sobretudo no aspecto pastoral, assume esses conceitos de autonomia, de leveza, da formação trabalhada a partir de dentro, e se apoia num tripé: o processo humano, a reflexão e a prática. A dimensão humana contendo valores como o diálogo, a alteridade da pessoa que comunica como um ser situado num contexto social, cultural, político, econômico, religioso; a reflexão que leva a ter uma visão crítica, de distanciamento para discutir a sociedade no aspecto comunicacional; a atuação com práticas de produção e de intervenção que requer criatividade.

Este é um tema recorrente nas orientações do magistério da Igreja, em seus documentos e estudos sobre comunicação, seja em nível internacional, continental ou nacional. Essa formação para as lideranças e fiéis é percebida como necessária pela constatação das mudanças culturais que acontecem e pela missão da Igreja que precisa estar inserida nas realidades e dialogar com o mundo.

Uma das razões tem como fim orientar os fiéis para a convivência e escolha das mensagens que recebem pelos meios de comunicação; uma segunda diz respeito à missão que a Igreja tem de anúncio da Palavra de Deus e, portanto, a necessidade de capacitar para a produção nas diferentes linguagens, pois, para transmitir sua palavra, as lideranças precisam compreender e conhecer os processos e as linguagens. O Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (PCCS), uma instância no Vaticano encarregada das comunicações, elabora orientações que repercutem e tem sua aplicação por meio de estudos e documentos das Conferências dos bispos, como a CNBB, que por sua vez, é assessorada por pesquisadores e especialistas na reflexão e elaboração de diretrizes. Há estudos acadêmicos sobre Igreja e comunicação, mencionados no primeiro capítulo, por isso, fazemos aqui um resgate das principais orientações em documentos do magistério em nível mundial, latino-americano e brasileiro.

2.2 A COMUNICAÇÃO COMO CULTURA NO PENSAMENTO DA IGREJA

Depois de um período de hesitação em relação à chegada dos meios de comunicação, com as mudanças das tecnologias e sua inserção no cotidiano, a Igreja caminha no sentido de mudar seu pensamento sobre a comunicação. Segundo Puntel (2005), acontece uma “reviravolta”, um novo momento na relação Igreja-comunicação. Trata-se da chegada dos novos meios que provocam uma mudança no pensamento

eclesial, revelado na compreensão da “nova cultura” que está emergindo. Essa mudança de enfoque aconteceu a partir da encíclica do papa João Paulo II, *Redemptoris Missio* (A missão do Redentor), que aborda a importância que os meios de comunicação alcançaram na sociedade, sendo para muitos o principal espaço de informação e formação, guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais. Ao se referir a eles como lugares de evangelização, o papa serve-se da metáfora do “areópago”¹², no novo contexto, marcado pela cultura das comunicações.

O primeiro areópago dos tempos modernos é o mundo das comunicações [...] O uso dos meios, 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, dessa 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 que do próprio fato de existirem novos modos de comunicar com novas linguagens, novas técnicas, novas atitudes psicológicas... (RM, 1992, p. 63).

A afirmação de que há uma nova cultura, revela uma mudança de postura que compreende a existência de algo novo com o qual é preciso dialogar, insere-se no que a Igreja caracteriza como necessidade de formar os fiéis e as lideranças para viverem e atuarem neste contexto social, político e eclesial, com a presença marcante das tecnologias no cotidiano. Para Puntel essa referência do magistério eclesial é sinal de uma “mudança” na compreensão da relação entre Igreja e mídia, não mais sendo de desconfiança, nem de simples uso instrumental. A Igreja afirma e se dispõe a um novo modo de comunicar de forma inculturada, ou seja, inserindo-se “na” e “pela” “cultura midiática”. “É uma expressão que carrega um novo conceito para o esforço e o estímulo de usar os *media*, seja para disponibilizar cursos de formação para aprender a usar os *new media*” (PUNTEL, 2005, p. 132).

Há uma tomada de consciência de que a cultura da mídia cria novos hábitos cotidianos e novo modo de viver. Por sua vez, essa mudança cultural provoca as instâncias eclesiais a se posicionarem diante de um novo modo de comunicar, desafiam a inserção nesse contexto, trabalhando, ao mesmo tempo, uma atitude crítica diante

¹² . Tribunal de justiça ou conselho, célebre pela honestidade e retidão no juízo, que funcionava a céu aberto no outeiro de Marte, antiga Atenas, desempenhando papel importante em política e assuntos religiosos (Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa). Segundo o livro bíblico, “Atos dos Apóstolos”, (Capítulo 17, 21), “todos os atenienses e também estrangeiros aí residentes, não se entretinham noutra coisa senão em dizer, ou ouvir, as últimas novidades”. Atendendo ao sabor das novidades, o Apóstolo Paulo esteve no Areópago de Atenas para fazer sua pregação “ao Deus desconhecido” (Cf. At. 17, 22-34).

desse novo modo de ser e viver na sociedade, das mensagens recebidas, e o desafio de apropriar-se das linguagens e produzir a comunicação com novas linguagens.

Essa forma de ver e entender a comunicação, por parte da Igreja, revela-se na linguagem com que as Conferências da América Latina¹³ a denominam, observando que houve uma evolução progressiva no pensamento e nos modos de abordar o assunto. Nos capítulos relativos à comunicação, na conferência de Medellín-Colômbia (1968) foi tratada como “Meios de Comunicação Social”; em Puebla-México (1979), como “Comunicação Social”; em Santo Domingo (1992), Comunicação social e cultura; em Aparecida-Brasil (2007), “Pastoral da Comunicação Social”.

Levando em consideração que as linguagens da comunicação configuram-se, hoje, elas próprias, tanto elemento articulador das mudanças na sociedade, quanto meios de difusão [...]. No que concerne à comunicação, no *Documento de Aparecida* convivem tanto o sentido antropológico da comunicação, enquanto espaço de produção de cultura (espaço que precisa ser “conhecido e valorizado”), quanto o conjunto de recursos da informação como instrumentos a serem usados na evangelização (PUNTEL, 2012, p. 38-39).

No capítulo sobre comunicação, o *Documento de Aparecida*, traz um elemento novo que é o reconhecimento da comunicação como “nova cultura” que deve ser compreendida e valorizada. Os bispos se comprometem a “acompanhar os comunicadores”, empenhando-se para “promover a formação profissional na cultura da comunicação de todos os agentes e cristãos” (APARECIDA, 2007, p. 219). O tema da formação dos comunicadores para atuarem no campo da comunicação é constante em todos os documentos da América Latina e do Caribe.

2.2.1 Do senso crítico à cultura digital

As referências nos documentos do magistério da Igreja demonstram a preocupação com o senso ou a consciência crítica e podem ser agrupadas nos tópicos, desenvolvidos neste capítulo, que mostram a busca crescente para compreender e investir na formação continuada na área da comunicação: na consciência crítica e para a

¹³. Depois do Concílio Vaticano II (1962-1965), cada continente deveria realizar conferências continentais que aplicassem os ensinamentos da Igreja Católica Romana para o continente. A cada dez anos é realizada uma conferência com representantes do episcopado dos diversos países. As conferências e os documentos emitidos são denominadas pelo nome da cidade de sua realização.

produção, a formação profissional e integrada, a comunicação no espaço educativo, o aspecto da interface comunicação com as pastorais, a transversalidade, dimensão social e políticas de comunicação, uma temática mais contemporânea, sobre o contexto digital e a mudança no processo da comunicação e, ainda, as associações de comunicação e sua contribuição na formação dos comunicadores.

O senso crítico entendido como a capacidade de questionar e analisar de forma racional e inteligente envolve uma dimensão política para saber escolher e opinar sobre os conteúdos dos meios de comunicação, sobretudo tendo em conta a ideologia que os regem. Senso crítico e consciência crítica estão em sintonia com o pensamento de Paulo Freire, tema amplamente discutido na década de 1960-1980 pelas organizações cristãs de comunicação. Diversos segmentos da Igreja católica procuraram aprofundar e aplicar a temática da consciência crítica em congressos e cursos, resultando em publicações como Neotti (1979)¹⁴ e Libânio para quem “a consciência crítica compreende o processo dialético de análise da realidade, considerando as condições e o lugar social em que se vive” (LIBÂNIO, 1978, p. 84-86).

Os escritos do magistério da Igreja sobre comunicação orientam para o aspecto crítico em relação ao “perigo” para os receptores que uma programação não voltada a valores, mas “para os interesses políticos e econômicos” (PUNTEL, 1994, p. 43) pode acarretar. Mas foram os documentos da América Latina como Medellín (1968) e Puebla (1979), que assumiram a formação da consciência crítica conforme Paulo Freire. O tema é recorrente em diversos escritos do Autor que a entende como:

a representação das coisas e dos fatos como se dão na existência empírica, suas correlações causais e circunstanciais [...] e é próprio da consciência crítica a sua integração com a realidade, enquanto que na ingênua o próprio é sua superposição à realidade (FREIRE, 1967, p. 105).

Para Freire, há um primeiro nível que “se caracteriza pela quase centralização dos interesses do homem em torno de formas mais vegetativas de vida” por lhe faltar historicidade ou, mais exatamente, “teor de vida em plano mais histórico”, é a “consciência intransitiva”, uma limitação na esfera da apreensão. Outro nível da consciência se caracteriza por preocupações acima de interesses meramente vegetativos e “corresponde às zonas de desenvolvimento econômico mais forte. Esta consciência

¹⁴. A UCBC realizou um congresso em 1978 com o tema “Comunicação e Consciência Crítica”. NEOTTI, Clarêncio (Coord.), São Paulo: Loyola, 1979. A CRB (Conferência dos Religiosos do Brasil) também organizou cursos e três publicações por Libânio (1979).

transitiva é, porém, num primeiro estágio, predominantemente ingênua e num segundo, predominantemente crítica” (FREIRE, 2002, p. 32).

Na medida em que o homem amplia seu poder de captação e de resposta às sugestões e às questões que partem de sua circunstância e aumenta o seu poder de “dialogação” não só com o outro homem, mas com o seu mundo, se transitiva. Seus interesses e preocupações se alongam a esferas mais amplas do que à simples esfera biologicamente vital. Essa transitividade da consciência permeabiliza o homem (FREIRE, 2002, p. 35).

Por isso, do senso crítico à cultura digital, a atitude de vigilância para que a visão histórica e a reflexão teórica acompanhem o processo comunicacional, sendo a visão filosófica, psicológica ou política, devem ser consideradas “partes integrantes no processo da análise da comunicação digital” (DI FELICE, 2008, p. 14).

2.2.2 Formação ao senso crítico e à produção

A necessidade da formação para a comunicação, em diversos níveis, foi incentivada e recomendada pela Igreja e constata-se um caminho progressivo também em relação ao conceito de comunicação. Inicialmente a preocupação estava mais voltada aos conteúdos assistidos, por isso, a formação do *senso crítico* diante dos meios, tendo em vista a influência que esses meios podem causar às pessoas. Esta é uma postura mais voltada à leitura das mensagens veiculadas pelo cinema, televisão, jornais, publicidade, rádio, internet.

Por sua vez, percebeu-se também a necessidade da apropriação do conhecimento pelas comunidades para produzirem comunicação e intervirem na sociedade, pronunciando sua palavra. A formação para a produção em diferentes linguagens: texto, áudio, imagem, entre outras, é recomendada pelos documentos da Igreja. Diante disso, foram criados centros de formação para capacitar tanto os profissionais quanto pessoas das comunidades que atuam nas mídias ou em meios comunitários.

A partir do século XX observa-se nos documentos oficiais da Igreja a preocupação com a influência que os meios de comunicação teriam sobre os fiéis, sobretudo com o cinema. No tempo da indústria e desenvolvimento do cinema, o papa Pio XI publicou, em 29 de junho de 1936, a Carta Encíclica sobre o cinema, *Vigilanti Cura*, ou seja, uma vigilância sobre o conteúdo dos filmes. A ação foi a de classificar

os filmes para orientar os católicos, por isso, em muitas paróquias do mundo e também do Brasil, na década de 1950/1960 foram criados Cineclubes ou cinemas paroquiais para favorecer o lazer e a formação. Referindo-se aos existentes no Brasil, Neotti, diz que os Cineclubes tiveram papel importante no despertar de algum senso crítico e de vocações para a arte cinematográfica. Para ele, os Cineclubes eram fechados por pressão policial-militar nos anos 1970, porquanto eram proibidas reuniões de cunho político, cultural, religioso, e, especialmente de jovens e estudantes universitários. (CNBB Estudos, 1994, p. 93).

O papa Pio XII, na Carta Encíclica sobre o Cinema, Rádio e Televisão, *Miranda Prorsus*, de 8 de setembro de 1957, revela a preocupação com a “educação para os audiovisuais”. Dirige-se ao receptor para que não assista com passividade aos espetáculos e chama para a necessidade de “formar os espectadores para assistir de uma maneira consciente e não passiva os espetáculos [...] para compreender a linguagem própria de cada uma dessas técnicas (MP, 1957, p. 19-20)¹⁵.

A partir do Concílio Vaticano II com o decreto sobre os meios de comunicação social, *Inter Mirifica* (1963), a Igreja recomenda a formação dos receptores de diversas culturas e idades. O decreto também explicita a necessidade da formação para que as lideranças atuem no campo da produção, uma vez que a comunicação requer pessoal especializado. “É indispensável pensar em formar, desde cedo, sacerdotes, religiosos e leigos que desempenhem tais tarefas. É preciso começar por preparar leigos do ponto de vista doutrinário, moral e técnico, multiplicando escolas, institutos e faculdades de comunicação” (IM, 1963, p. 17).

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* sobre os meios de comunicação social (1971), elaborada pela Comissão Pontifícia para as Comunicações a pedido do Concílio Vaticano II, durante pontificado de Paulo VI, traz uma visão de formação continuada em relação à comunicação, pedindo que seja acessível e adaptada a todos e “continuamente aperfeiçoada com a colaboração de especialistas” (CP, 1971, p. 42). O

¹⁵. O envolvimento dos grupos católicos diante dos apelos do papa resultou em ações também no campo da produção. Em 18 de março de 1938, Tiago Alberione, Fundador da Família Paulina, destacou dois padres para iniciarem o apostolado cinematográfico com a produtora *San Paolo Film*. A primeira produção foi “Abuna Messias”, que ganhou o primeiro prêmio na Mostra de Veneza de 1939. Outros foram produzidos, sobretudo no campo bíblico. Em 1950 foi realizada a produção cinematográfica, “Mater Dei”, o primeiro longa-metragem colorido da Itália. Junto à produção, houve um trabalho de locação de filmes nas livrarias Paulus e Paulinas até a década de 1970 como serviço aos cinemas paroquiais. Outras informações: <http://www.stpauls.it/asp/storia/default.htm> (acesso 15/10/2013). No livro “L’Apostolato delle edizioni”, ALBERIONE, Giacomo, Roma: Edizioni San Paolo, 1998, dedica o capítulo III para falar do Cinema “L’Apostolato del cinematografo”, p. 336-348.

documento inclui a formação do jovem para que haja estímulo ao gosto artístico e, ao mesmo tempo, a apreciação crítica, a responsabilidade pessoal na escolha de leituras, filmes, emissões radiofônicas ou televisivas. Lembra e convida os pais e educadores a orientarem as crianças na escolha (CP, 1971, p. 43).

No caminho progressivo em vista da formação, a Instrução Pastoral *Aetatis Novae* (1992) traz um aspecto novo em relação à organização da comunicação, pedindo que esta faça parte dos planos pastorais. Mas para fazer parte desses planos é preciso formar-se, daí a afirmação incisiva de que “A educação e a formação para a comunicação devem fazer parte integrante da formação dos agentes pastorais e dos sacerdotes”, pois precisam ter uma visão de conjunto sobre as novas tecnologias e sua influência na sociedade e nas pessoas; capacitar-se ao diálogo e ao uso adequado; “aos que se dedicam a esta missão, competência profissional, formação doutrinal e espiritual” e além da preparação das pessoas, a urgência de um plano pastoral¹⁶ de comunicação (AN, 1992, p. 29-34), para organizar ações tendo em vista o campo comunicacional e a intervenção e diálogo da Igreja com a sociedade.

Outros documentos emitidos pelo Pontifício Conselho para as Comunicações do Vaticano, referentes à “Ética nas Comunicações Sociais” (2000) e “Ética na Internet” (2002), são recorrentes no sentido de formar os receptores para que saibam discernir e selecionar as mensagens, no sentido de compreender mais os conteúdos que as técnicas. “Mais do que meramente ensinar técnicas, a educação midiática ajuda as pessoas a formar padrões de bom gosto e de verdadeiro juízo moral, um aspecto da formação da consciência” (ECS, 2000, p. 34).

A consciência de que a mídia é uma espécie de “escola paralela”, se revela na insistência da necessidade da educação para a recepção aos meios de comunicação. Em documentos como Igreja e Internet (2002), há uma constante referência ao acompanhamento que os pais devem dar aos filhos no que diz respeito à Internet. É uma recomendação à “leitura crítica” e a orientar para escolhas, no âmbito familiar. A Igreja vê a família como a base onde o ser humano estabelece, nas relações primárias, sua visão e relação com o mundo, passando depois por outras instituições de referência como a escola e a própria comunidade eclesial. Com as novas mídias, a Igreja reitera que a educação e a formação precisam ir além da técnica, para que os jovens se sirvam

¹⁶ . A expressão Pastoral refere-se às ações práticas em relação a diversas áreas de atuação e ao cuidado das pessoas. Dessa forma, a Pastoral da Comunicação (Pascom) diz respeito ao cuidado nesse campo e provém do termo bíblico Pastor (Jo 10), aquele que cuida, que fala a língua que as ovelhas entendem, que guia e orienta.

das possibilidades das novas linguagens. O documento traz orientações, lembrando os jovens para que saibam escolher e agir de acordo com os valores humanos e cristãos no espaço cibernético. “Através de suas escolas e programas de formação, a Igreja deve oferecer uma educação midiática deste gênero” (II, 2002, p. 17).

A recomendação da formação se estende a toda liderança da Igreja, aos agentes de pastorais, aos educadores e catequistas – escolas, aos pais, às crianças e jovens e a toda pessoa de boa vontade, visando “ajudar a adquirir uma forma de comunicar que transmita uma mensagem às sensibilidades e aos interesses das pessoas na cultura dos meios de comunicação social” (Igreja e Internet, 2002, p. 23).

O papa João Paulo II, na sua última carta apostólica, *Rápido Desenvolvimento* (2005), dirigida aos responsáveis pelas comunicações, reconhece o trabalho dos profissionais da comunicação, fala da necessidade de mudança de mentalidade e destaca três aspectos fundamentais: a formação, a participação e o diálogo. Em suas constatações sobre o fenômeno da comunicação, João Paulo II diz que essas mudanças levam a Igreja a uma revisão pastoral e cultural para que esteja em condições de enfrentar adequadamente a passagem histórica que estamos vivendo. Lembra a necessidade da formação e atenção pastoral aos profissionais da comunicação e acentua a necessidade da formação em relação às novas linguagens que “modificam o processo de aprendizagem e a qualidade das relações humanas e, por isso, sem uma formação adequada corre-se o risco de que os meios de comunicação, em vez de estarem a serviço das pessoas, cheguem a instrumentalizá-las e condicioná-las inadequadamente” (RD, 2005, p. 20). A carta também recomenda a qualidade das transmissões, com mensagens que respeitem a lei moral e sejam ricas de valores humanos e cristãos.

2.2.3 Formação profissional e integrada

Segundo as orientações dos documentos da Igreja, a formação precisa ir além da competência profissional, deve ser uma integração de elementos agregadores de sentido, como a dimensão antropológica, uma adequada formação humana, formação doutrinal, o conhecimento do público e a reflexão. Em relação ao conhecimento do público afirma: “Quanto melhor conhecerem o público a que se dirigem o seu espírito e mentalidade, tanto melhor adaptarão as suas comunicações às exigências e aspirações

desse mesmo público” (CP, 1971, p. 45-46). A Igreja do Brasil reafirma a visão antropológica que entende a comunicação não como um mero conjunto de tecnologias e de produtos, mas como um verdadeiro processo de relações “mediante a integração dos sujeitos e grupos sociais em ecossistemas abertos e criativos onde toda ação do cristão se converte numa partilha” (CNBB, 2011, p. 26).

Em relação à formação dos estudantes que se preparam ao ministério presbiteral (sacerdotal)¹⁷, o documento entende que, por serem lideranças no anúncio da Palavra de Deus e educadores da fé, precisam se aprimorar por meio de cursos que os orientem sobre o significado da comunicação social e o conhecimento das condições que regem sua utilização. “Esta formação deve ser matéria de estudo sistemático nos seminários e casas de formação religiosa” (MEDELLÍN, 1968, p. 221)

A capacitação nesse campo diz respeito também aos profissionais católicos para que possam dialogar com a sociedade, chamados a ser fermento para cumprir melhor sua missão, integrando-se no conhecimento e atuação nos meios de comunicação “para ampliar os contatos entre a Igreja e o mundo, e, ao mesmo tempo, contribuir na sua transformação”. Para isso pede-se que ela integre diferentes áreas: “conhecimentos teológicos, sociológicos e antropológicos e a formação para o ‘senso crítico’” (MEDELLÍN, 1968, p. 217-223).

Diante da problemática latino-americana e suas implicações na evangelização o tema da educação para a comunicação torna-se prioritária e inclusiva, da hierarquia aos agentes da PASCOM, estudantes, religiosos, com a visão da especificidade e da transversalidade e interface para que a comunicação esteja presente em toda a ação pastoral “a fim de que se adaptem as respostas pastorais a esta nova realidade e se integre a comunicação na pastoral de conjunto” (PUEBLA, 1979, p. 340). Outro aspecto popularizado que respaldou o trabalho da *leitura crítica* provém da Conferência de Puebla:

Educar o público receptor para que tenha uma atitude crítica perante o impacto das mensagens ideológicas, culturais e publicitárias que nos bombardeiam continuamente, com o fim de neutralizar os efeitos negativos da manipulação e massificação (PUEBLA, 1979, p. 342).

No Brasil os Estudos da CNBB (1997 e 2011) voltam ao tema da *formação para a comunicação* para as lideranças religiosas, agentes da pastoral da comunicação, profissionais da comunicação, dando indicativos de um perfil do comunicador na Igreja

¹⁷ . A expressão presbítero designa o padre ou sacerdote que, na Igreja Católica Romana, faz parte das ordens ministeriais ou hierarquia: bispo, presbítero e diácono.

e incentivando o planejamento da Pastoral da Comunicação. Ao indicar as modalidades de formação reporta-se à necessidade de cursos sistemáticos¹⁸ e ao “Currículo para o estudo de comunicação nos seminários” (2001) elaborado por professores de comunicação com um plano de formação.

Na mesma direção o documento da CNBB (1997), retoma alguns princípios na formação, como a participação e o diálogo, a formação dos comunicadores e de lideranças, a especificidade do trabalho dos agentes de pastoral e da formação em nível local, regional e nacional. Recomenda, ainda, a mística da comunicação ou a espiritualidade, pois a formação para a comunicação tem um indicativo preciso voltado à reflexão: “A grande preocupação vai residir em valorizar o PENSAR. Isto é, compreender os mecanismos sociais que impedem os indivíduos e as comunidades serem sujeitos ativos de sua comunicação” (Estudos CNBB 75, 1997, p.15).

O documento de Aparecida (2007), ao tratar da Pastoral da Comunicação, dá um salto qualitativo, quando pede o conhecimento, a competência e o compromisso:

conhecer e valorizar esta nova cultura da comunicação, promover a formação profissional, formar comunicadores profissionais competentes e comprometidos com os valores humanos e cristãos na transformação evangélica da sociedade, com particular atenção aos proprietários, diretores, programadores, jornalistas e locutores, educar para a formação crítica quanto ao uso dos meios de comunicação a partir da primeira idade (APARECIDA, 2007, p. 219).

A Pastoral da Comunicação não envolve apenas a atuação em meios de comunicação, nem pode ser reduzida a isso, “pois ela é elemento articulador da vida e das relações comunitárias” (CNBB, 2014, p. 193). Este é um desafio uma vez que a formação integral e profissional faz parte de um projeto a ser colocado em prática em todas as comunidades e níveis.

2.2.4 A comunicação no espaço educativo

O pensamento da Igreja sobre comunicação não se restringe ao âmbito religioso, mas abre-se ao espaço educativo, graças à assessoria de pesquisadores e especialistas na

¹⁸ . Esse documento da Igreja indica diversos cursos e locais para realizá-los, entre eles, os do SEPAC (Estudos da CNBB, 1997, p. 79).

área, que são convidados para a reflexão. Isso se revela na publicação de Estudos da CNBB, “A comunicação na vida e missão da Igreja no Brasil” (2001), com uma abordagem do pensamento comunicacional contemporâneo, a nova cultura, as transformações sociais, culturais e antropológicas pelas quais passa o ser humano, as comunidades e instituições.

Ao considerar a formação e novas competências, o texto diz que é preciso pensar uma forma específica no âmbito da comunicação, tendo em vista a autenticidade e eficácia da comunicação na própria Igreja. A proposta é de uma comunicação que vá além da aprendizagem e dos elementos técnicos, “próprios do fazer midiático”, e tenha em conta as condições para uma comunicação dialógica. O que o estudo pretende é alargar a assimilação e o envolvimento da comunicação para além dos especialistas e produtores e que as pessoas entendam que ela deve estar presente nos percursos para formar o cristão, envolvendo a família, a escola, a paróquia, as associações. A insistência é de que o processo formativo acompanhe a missão de todos quantos fazem parte das comunidades.

O conceito de Educomunicação se faz presente no documento, entendida como o conjunto das ações voltadas a criar, desenvolver ambientes que favoreçam a expressão dos indivíduos e grupos humanos, “mediante a gestão compartilhada e democrática das linguagens e tecnologias da informação, de forma a garantir intencionalidade educativa a todo esforço comunicativo, tendo em vista o pleno exercício da cidadania” (CNBB, 2011, p. 43).

A visão de comunicação parte da dimensão antropológica, do ser humano em relação com o outro e a comunidade, na integração com grupos sociais “ecossistemas comunicativos abertos e criativos” onde se aprende como construir novas relações. Daí a necessidade de elaborar um referencial que possibilite “entender o processo de comunicação mais como um acontecimento centrado na pessoa e nas relações entre os homens, do que como um fenômeno mediado pelas tecnologias” (CNBB, 2011, p. 25). Essa rede de relações que se difunde pelas novas tecnologias tem em vista o diálogo com as diferentes culturas.

Considerando que a Educomunicação faz parte do olhar comunicacional nas comunidades, alguns aspectos são evidenciados no texto como: o ecossistema educativo, os âmbitos e formação no processo, as interfaces comunicacionais adotadas; a escola e a comunicação social e campos de intervenção que se evidenciam na gestão e no planejamento. A preocupação da Igreja quanto ao tema não se restringe ao âmbito

educacional ou à participação na comunidade mas compreende que a relação com a mídia passa pelo cotidiano em todos os momentos em que o ser humano está em relação com alguém ou com as coisas.

No que diz respeito à abrangência do processo comunicacional, o estudo da CNBB adota os conceitos da Educomunicação, falando de um projeto a ser desenvolvido nos âmbitos da educação para o processo comunicativo, em si mesmo, voltado a incluir a ação comunicativa entre as preocupações pastorais da Igreja, tanto em nível individual quanto grupal e setorial, de caráter eminentemente existencial e testemunhal; o da educação para o exercício da produção de conteúdos evangelizadores, de caráter enunciativo e o da educação para a convivência no mundo da informação, incluindo tanto a relação com a indústria da informação, recepção crítica da mídia, quanto o uso estratégico dos recursos da informação na ação evangelizadora (CNBB, 2011, p. 58).

A educação para a comunicação é acentuada e assumida pela Igreja no Brasil, dedicando um capítulo no Diretório (CNBB, 2014), que retoma orientações anteriores e a estende para suas lideranças, recomendando que esta formação seja sistematizada. Nos seus objetivos aponta três eixos: a educação para processos dialógicos, a análise crítica perante os meios de comunicação e oferecer formação para o uso adequado dos recursos para o bem comum e, ao mesmo tempo, para as novas linguagens, o que revela o empenho em trabalhar a comunicação como processo e não apenas como meios. (CNBB, 2014, p. 168-171). O documento também indica oito âmbitos de atuação na educação para a comunicação: familiar, escolar, comunitário, político, profissional, pastoral, da recepção midiática e da alfabetização digital (CNBB, 2014, p. 173-182), expandindo possibilidades de atuação, não só no interno, mas também em outros segmentos.

2.3 INTERFACE COMUNICAÇÃO E PASTORAL: NOVAS LINGUAGENS

A compreensão de que a comunicação permeia a sociedade e as ações pastorais da Igreja faz-se presente nos documentos que orientam esta reflexão e prática. Ao mesmo tempo em que é preciso formar pessoas para atuarem de modo eficaz nos trabalhos específicos de comunicação, promove-se a consciência de que não basta ter

uma área que a ela se dedique, mas um olhar transversal nos projetos pastorais. É incisiva a afirmação de que “não é suficiente ter um plano de pastoral da comunicação, mas é necessário que a comunicação faça parte integrante de todos os planos pastorais”, visto que a comunicação contribui para todas elas. (AN, 1992, p. 28).

Há uma consciência crescente sobre a necessidade de um pensamento comunicacional na educação da fé, tendo em conta a formação de educadores no campo da catequese e também da qualificação da comunicação nos momentos celebrativos, a comunicação na liturgia (PUEBLA, 1979, p. 341). Considerar a comunicação de modo transversal, passa pela maneira de comunicar, lembrando também a comunicação nas celebrações, nas mobilizações populares, na comunicação da Palavra, nas homilias, nas linguagens (CNBB, 1997, p. 14-15).

No campo das interfaces, coloca-se como objetivo do plano de pastoral, a mudança de mentalidade de todos os membros da comunidade, envolvendo visão mais abrangente à vida da Igreja. Aqui são considerados pontos como: “entender e falar as novas linguagens midiáticas”, “integrar a mídia com a pastoral”. Um aspecto novo está na atribuição de educador para um serviço de formação na linha da fé:

formar os catequistas como educadores – desenvolver nos catequistas e nos agentes de pastorais (...) a habilidade necessária para: a) entender o mundo da comunicação e os seus impactos na catequese; b) introduzir as novas tecnologias nos encontros de catequese para familiarizar os agentes no uso desses recursos, em benefício do processo catequético; c) renovar métodos da catequese, levando em consideração as contribuições oferecidas pelas tecnologias e processos comunicativos; d) ampliar a capacidade dos catequizandos em usar as tecnologias da informação e da mídia para a difusão da fé (CNBB, 2011, p. 76).

Diante das mudanças culturais que propiciam novas linguagens, novos modos de expressão, O Documento de Puebla falou de "situações novas que nascem de mudanças socioculturais a exigem exigem uma outra evangelização" (CELAM, 1979, p. 180) e também o de Santo Domingo insistiu na necessidade de uma “nova evangelização” (CELAM, 1992, p. 216). Mas é João Paulo II quem vai consagrar a expressão "Nova Evangelização", explicitando em que consiste a novidade: "novo ardor, novos métodos e novas expressões" (Idem, p. 18), que passam pelas linguagens. Ao falar das mudanças de métodos, necessárias ao diálogo com a sociedade atual são explícitas: “É exigência da missão, a renovação dos costumes, estilos, horários e linguagem” (CNBB 100, 2014, p. 37).

Adotar as novas linguagens da comunicação na educação da fé é um desafio, pois os educadores têm planos de aulas, conteúdos em aulas sistemáticas que exigem do especialista em catequese conhecimentos e habilidades de comunicação para trabalhar com o aluno, normalmente criança, adolescente ou jovem imerso nas tecnologias e com os referenciais que as mídias oferecem. Daí a necessidade do especialista em catequese adquirir as habilidades de educador, para lidar com diferentes saberes e gerações. Esta ideia é reiterada para que, na catequese, seja adotada uma metodologia educadora que favoreça a formação, “denominada prática educadora” (CNBB, 2014, p. 177), o que indica o assumir de uma nova postura em relação a novos métodos e à centralidade da comunicação nas pastorais.

A linguagem é um aspecto importante para que a comunicação esteja próxima do cotidiano e da realidade das pessoas, sobretudo das crianças e jovens.

Para maior eficácia na transmissão da mensagem, a Igreja deve lançar mão de uma linguagem atualizada, concreta, direta, clara e ao mesmo tempo, caprichada. Esta linguagem deve ficar próxima da realidade que o povo enfrenta, de sua mentalidade e religiosidade, de tal sorte que possa ser facilmente captada; por isso, é preciso levar em conta os sistemas e recursos da linguagem audiovisual própria do homem hodierno (PUEBLA, 1979, p. 342).

A consciência de que a comunicação faz parte do cotidiano e permeia as ações da Igreja nas diversas áreas, é reafirmada no Diretório da Comunicação que dedica o capítulo III em diversos aspectos da vivência da fé como religiosidade popular, catequese, celebrações litúrgicas. Há um reconhecimento da inter-relação com os demais campos: “Um dos aspectos da formação são os cursos de comunicação na catequese, na liturgia e nas demais pastorais” (CNBB 99, 2014, p. 195).

2.4 POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO

O campo das políticas de comunicação abordado nos documentos da Igreja mostra-se na sua participação enquanto parte da sociedade civil e no seu diálogo com ela. Ao declarar que a Igreja tem o direito e o dever de possuir e usar os meios de comunicação “úteis à educação cristã”, a Igreja recebe o mandato de participar da vida da sociedade. As políticas públicas e a intervenção na sociedade são consequência de uma visão, que se pauta por princípios e valores como “a participação pública nos atos decisórios acerca das políticas de comunicação. Em todos os níveis, essa participação

deveria ser organizada, sistemática e genuinamente representativa, não inclinada ao favorecimento de grupos particulares” (ECS, 2000, p. 32).

No caso das políticas públicas, coloca-se o interesse do interlocutor e das suas necessidades e não apenas os interesses de audiência e lucro, conforme palavras do papa João Paulo II, os comunicadores

devem procurar comunicar-se com as pessoas e não apenas falar a elas. Isso exige um interesse pelas necessidades delas, a consciência das suas lutas e a apresentação de todas as formas de comunicação com a sensibilidade que a dignidade humana exige (João Paulo II, *Discurso aos Especialistas da Comunicação*, Los Angeles, 15 de setembro de 1987).

As políticas também se voltam ao público das crianças pedindo a intervenção para “suscitar leis para promover uma cultura que proteja as crianças, os jovens e as pessoas mais vulneráveis, para que a comunicação não transgrida os valores e, ao contrário, criem critérios válidos de discernimento” (APARECIDA, 2007, p. 220).

As políticas da Igreja voltam-se para a dimensão social e da constatação da situação de pobreza, marginalização e injustiça que acomete grande parte da população latino-americana e “de violação dos direitos humanos, a Igreja, no uso de seus meios próprios, deve ser cada dia mais a voz dos desamparados, apesar dos riscos que isto implica” (PUEBLA, 1979, p. 343). A disposição de assumir a causa dos desamparados requer uma formação que não se restringe a aspectos técnicos ou a um trabalho no interno da comunidade, mas pessoas preparadas e capazes de interferir nos processos, em vista da transformação e do diálogo com a sociedade, o que é destacado no magistério do papa Francisco.

Apesar de se notar uma maior participação de muitos nos ministérios laicais, este compromisso não se reflete na penetração dos valores cristãos no mundo social, político e econômico; limita-se muitas vezes às tarefas no seio da Igreja, sem um empenhamento real pela aplicação do Evangelho na transformação da sociedade. A formação dos leigos e a evangelização das categorias profissionais e intelectuais constituem um importante desafio pastoral (EG, 2013, p. 85).

O Diretório de Comunicação, documento que orienta a comunicação da Igreja no Brasil, tem um enfoque nas políticas para os meios de comunicação, que dizem respeito a outorgas, conforme a Constituição Federal, direitos e deveres, à liberdade de expressão e contribuição no debate em favor de políticas públicas, à participação no debate político sobre diversos temas que dizem respeito à vida cidadã, tendo em vista garantir seu espaço para o diálogo neste espaço público, que são as comunicações (CNBB, 2014, p. 154-164).

Porém, as políticas de comunicação não estão explícitas no interior da instituição (Igreja), não obstante se possa considerar que a própria Pastoral da Comunicação se constitui em uma política. Agregue-se a isso o fato de que, ao falar de Educação para a comunicação e recomendar a metodologia da Educomunicação (CNBB, 2014, p.177), que inclui o processo dialógico e, portanto, uma comunicação horizontal numa instituição hierárquica, o que pode ser contraditório, abrem-se espaços para o diálogo. Ao falar de “Igreja e mídia”, o Diretório da Comunicação aborda a “Comunicação popular e alternativa” (CNBB, 2014, p.115-116), na qual o povo é protagonista, e que pode ser entendido como uma política, mas isso não está explicitado. Ao falar da presença na mídia e também dos meios próprios, a preocupação é do *como* estar na mídia, manter os valores éticos, trabalhar em conjunto, o que faz parte de seus princípios, mas sem referência a que esta seja uma política.

2.5 FORMAÇÃO NO CONTEXTO DIGITAL E MUDANÇA NO PROCESSO DA COMUNICAÇÃO

Ciente de que as mudanças tecnológicas afetam as pessoas e seu relacionamento, e de que as redes reconfiguram e indicam outra maneira de organizar a experiência humana, a Igreja se mostra atenta acompanhando não só as mudanças tecnológicas, mas procurando compreendê-la. Em 2002 o Pontifício Conselho das Comunicações Sociais publicou dois documentos abordando o tema da cultura digital: *Igreja e Internet e Ética na Internet*.

Há uma evolução no pensamento da Igreja sobre comunicação¹⁹, que demonstra o interesse, a pesquisa e a necessidade de compreender e orientar os fiéis sobre este tema tão atual, que interfere no cotidiano, reconfigura o modo de produzir cultura e de se relacionar de forma interativa, no processo da comunicação e na relação produtores e receptores. O documento assinala o caráter de mudança no processo da comunicação pela interatividade na Internet “já está ofuscando a antiga distinção entre aqueles que comunicam e os destinatários da comunicação, e dando uma forma a uma situação em que, pelo menos potencialmente, cada um pode desempenhar ambas as funções” (PCCS, 2002, p. 15).

¹⁹ . Os documentos da Igreja sobre comunicação estão reunidos no compêndio “Comunicação Social na Igreja. Documentos fundamentais”, organizado por Dariva, Noemi. São Paulo: Paulinas, 2003.

Os documentos sobre internet são estudados por Puntel (2010), que identifica a abertura da Igreja para a cibercultura e mostram que a educação e a formação constituem área de desafios e oportunidades e que a “Igreja deve oferecer uma educação mediática deste gênero” (PCCS, 2002, p. 17). Referindo-se à formação são lembradas crianças, jovens, lideranças para que se preparem e tenham discernimento. O incentivo é de que as pessoas estejam na Internet de forma criativa “para assumirem as responsabilidades que lhe cabem e para ajudarem a Igreja a cumprir sua missão”. Esse documento volta a recomendar a formação aos líderes da Igreja para que compreendam os meios de comunicação e saibam inseri-la nos planos pastorais. “Onde for necessário, eles mesmos deveriam receber formação no campo das comunicações” (PCCS, 2002, p. 22).

A importância do tema das mídias digitais se revela no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil²⁰, que traz um capítulo intitulado “Igreja e mídias digitais”, evidenciando a mudança na forma tradicional de relacionarem-se, as novas linguagens, a conexão e a interatividade. O documento fala da necessidade de que essa nova cultura seja compreendida e assumida, lembrando as possibilidades pastorais e de organizar-se para agir com criatividade e abrindo-se ao diálogo e à escuta, neste espaço que favorece a troca de informações. Organizar um capítulo sobre mídias digitais pode também revelar deslumbramento ou, novamente, a setorização existente nas mídias tradicionais, hoje desafiadas pela cultura da convergência.

As mídias digitais, pela sua interatividade, mudam e questionam o processo de comunicação também em relação à autoridade e a hierarquia estabelecida na sociedade. Em relação à autoridade, hierarquia e *network*, o teólogo italiano, Antonio Spadaro (2012), trabalha o exemplo da autoridade na Igreja e levanta três questões: a primeira, em relação à informação instantânea em que as pessoas podem acompanhar e seguir as informações do Vaticano em tempo real e importar-se menos com as comunicações locais. A segunda questão é em relação à autoridade “hierárquica”, antes colocada no centro e hoje, com as muitas informações, fica obscurecida. Para o teólogo, na rede a autoridade não desapareceu, mas há o risco de ficar ainda mais oculta.

O terceiro momento crítico e mais decisivo e geral desta horizontalidade é o hábito de prescindir de uma transcendência, o enfraquecimento da capacidade de retorno a uma realidade e a uma

²⁰ . Este Diretório foi uma iniciativa da Comissão Episcopal Pastoral da Comunicação, assessorada por especialistas e pesquisadores no campo da comunicação e Igreja, que trabalhou por diversos anos e que, na redação final, sistematizou-o em nove capítulos, sendo aprovado em 13 de março de 2014, na 83ª. Reunião ordinária do Conselho Permanente da CNBB, em Brasília, DF.

alteridade que nos supera em favor de um nivelamento do contato direto e da autorreferencialidade (SPADARO, 2012, p. 86).

Por cinco anos consecutivos, a mensagem do Papa Bento XVI para o Dia Mundial das Comunicações, celebrado no mundo inteiro no dia da Ascensão do Senhor, tratou da temática das tecnologias e redes sociais.²¹ Os textos orientam uma temática de reflexão em torno da convivência no mundo digital, colaborando no cultivo dos valores humanos e cristãos: “Desejo encorajar todas as pessoas de boa vontade, ativas no mundo emergente da comunicação digital, a que se empenhem na promoção de uma cultura do respeito, do diálogo, da amizade”. E convidando os jovens para que “povoem o continente digital”, o incentivo a viver esses valores e educar-se para estar neste ambiente.

O ambiente digital não é um mundo paralelo ou puramente virtual, mas faz parte da realidade cotidiana de muitas pessoas, especialmente dos mais jovens. As redes sociais são o fruto da interação humana, mas, por sua vez, dão formas novas às dinâmicas da comunicação que cria relações: por isso uma solícita compreensão por este ambiente é o pré-requisito para uma presença significativa dentro do mesmo (Bento XVI, 2013)²².

A cultura das redes sociais e as mudanças nas formas e estilos da comunicação colocam sérios desafios, por isso, a mensagem recomenda, aos fiéis, autenticidade nas redes sociais, evidenciando a partilha da fonte profunda da sua esperança e da sua alegria. Para o estudioso da Ciberteologia talvez tenha chegado a hora de dar um passo adiante, buscando um *status* mais preciso para esta disciplina que parece tão difícil de ser definida. O prefixo *ciber* está ligado à cibernética, aplica-se ao ciberespaço que tem relação com o mundo digital, envolvido por atividades eletrônicas, acesso à internet, navegação em páginas digitais, redes sociais digitais.

Aqui o prefixo *ciber* junta-se à Teologia, que é o estudo da fé. Por ser ainda pouco usado esse termo, o teólogo aponta que a reflexão ciberteológica se iniciou, mas na incerteza de ter um *status* epistemológico. Daí que há vários entendimentos sobre a compreensão da Ciberteologia: uma Teologia em termos de internet e de comunicação avançada, a reflexão pastoral de modo a comunicar o Evangelho na rede, o fenômeno

²¹. 2009 – “Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo e de amizade”; 2010 – “O sacerdote e a pastoral no mundo digital: os novos meios a serviço da Palavra”; 2011- “Verdade, anúncio e autenticidade de vida, na era digital”; 2012 – “Silêncio e Palavra, caminho de Evangelização”; 2013 – “Redes sociais: portais de verdade e de fé; novos espaços de evangelização”.

²². http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day_po.html - Acesso 12/11/2013.

religioso na internet, a rede como o lugar das capacidades espirituais. Entendendo que as tecnologias digitais modificam o modo de comunicar e até mesmo de pensar, a pergunta que se coloca é que impacto provocarão no modo de fazer teologia? A partir dessas e outras indagações, o autor assume a

Ciberteologia como o estudo da espiritualidade que se manifesta *na e através da* internet e das representações e imaginações hodiernas do “sagrado”. Portanto, trata-se da reflexão sobre as mudanças na relação com Deus e com a transcendência.[...] É necessário considerar a Ciberteologia como a *inteligência da fé em tempos de rede*, isto é, a reflexão sobre a “pensabilidade” da fé à luz da lógica da rede (SPADARO, 2012, p. 40).

Em seu artigo sobre o sagrado no ciberespaço, denominado por Rios como “cibersacro”, ou seja, a busca do sagrado na internet, o autor afirma que é cada vez mais crescente a busca dos jovens pelo sagrado no ciberespaço na contemporaneidade. Eles são seus maiores promotores e difusores, pois estão interagindo com a comunicação midiática e as redes telemáticas. No cotidiano, observa-se que os usuários mais frequentes dos aparatos tecnológicos são justamente eles, e isto cada vez mais cedo, sendo comum a crianças crescerem com as inovações eletrônicas, agregadas à realidade do dia a dia, tornando-se assim parte de seu processo de desenvolvimento. Para Batista, o cibernauta ao adentrar-se em um mundo virtual, além dos recursos hipermidiáticos que o seduzem,

caso ele seja católico irá ser atraído pelo cibersacro, em virtude da sua experiência no mundo real e sua vontade de estender para uma nova multiplataforma midiática suas buscas pessoais. Acostumado com a simbologia da sua religião e com as reproduções sígnicas do ciberespaço, não terá dificuldades em ser adepto e promotor do cibersacro. Será seu difusor, mesmo sem conscientemente conceber isso (BATISTA, 2008, p. 194).

Na nova *ágora*, esta praça pública e aberta, onde as pessoas partilham ideias, informações, opiniões, as novas relações e formas de comunidade podem ganhar vida porque reconfiguram outra maneira de produzir cultura, de se relacionar, de organizar a experiência humana, de testemunhar a fé.

Um dos desafios nos tempos de rede são também as novas relações que se estabelece com tecnologias mediadas, onde a autonomia e a liberdade do sujeito parecem estar mais restritas, devido à complexidade das redes de relações. A formação, no ontem e no hoje, em sua metodologia e linguagens, no espaço formal ou não formal, continua sendo o desafio não só no campo profissional, mas para as pessoas da comunidade. O conhecimento das linguagens e dos novos modos de comunicar

possibilita educadores e agentes comunitários e sociais a discutirem a sociedade em que estamos imersos e, ao mesmo tempo, capacitar-se para atuar com competência e compromisso para atuar nesse contexto.

A Carta Apostólica *Evangelho da Alegria* fala a partir de um contexto marcado pela cultura midiática, das redes e pela comunicação global. Assinala a importância da pessoa que comunica, o diálogo, o acolhimento, tendo em conta o interlocutor e não a comunicação de mão única. Em relação aos meios de comunicação, produção e recepção, recomenda atitude vigilante e crítica, no modo de fazê-la tanto no interno da Igreja quanto em relação ao Sistema para que não se abra mão da mensagem integral do Evangelho.

Entre os desafios do mundo atual, na cultura globalizada, com a influência dos meios de comunicação, o papa Francisco aponta a educação para a comunicação e uma atitude crítica para não nos deixarmos levar pela cultura dominante, que valoriza o imediato, o superficial, a aparência, o provisório, mas que ocupemos nosso espaço com ousadia, produzindo uma comunicação comprometida no anúncio do Evangelho. “Torna-se necessária uma educação que ensine a pensar criticamente e ofereça um caminho de amadurecimento nos valores” (EG, 2013, n. 64).

2.6 ASSOCIAÇÕES DE COMUNICAÇÃO, FORMAÇÃO E ARTICULAÇÃO

Antes mesmo de ter meios de comunicação próprios, a Igreja organizou associações de comunicação com o intuito de que a presença de profissionais católicos nas mídias fossem um diferencial, sobretudo nos conteúdos. Em 1928 surgiram três organizações em nível internacional, para a imprensa, cinema e vídeo, para o rádio e a televisão: Organização católica internacional de imprensa (UCIP), Organização católica internacional de cinema (OCIC), União de Radiodifusão católica (UNDA), para o Rádio e a TV. Na América Latina essas associações se organizaram²³ e colaboraram com a reflexão e orientações para as práticas da comunicação, especialmente a partir das Conferências de Medellín e Puebla. Soares explicita que nos encontros dos organismos

²³ . Como América Latina algumas das organizações conservam o nome acrescentando a final AL (América Latina), sendo que para a Imprensa chamou-se União Católica Latino-americana de Imprensa (UCLAP); para rádio e televisão, Associação Latino-americana para o Rádio e a Televisão (UNDA-AL) e para o cinema e vídeo, Organização Católica Internacional de Cinema para a América Latina (OCIC-AL).

continentais dedicados à implementação da pastoral dos vários veículos, foram “fundadas a partir de 1959, com a colaboração de especialistas brasileiros, tanto eclesiais como leigos” (SOARES, 1988, p. 77). No Brasil²⁴, as organizações católicas se inserem, em especial, na reflexão e nas práticas da comunicação da Igreja e no diálogo com a sociedade.

A partir de 2001, internacionalmente, foi criada uma única Associação para reunir e representar as mídias católicas, denominada SIGNIS, com a ideia de convergência para agregar os meios de comunicação e profissionais das diferentes áreas. No Brasil, houve um processo de reflexão para repensar a missão das entidades já existentes, uma vez que a SIGNIS teria este espírito convergente²⁵. Assim anunciada por Dom Orani João Tempesta, presidente da Comissão Episcopal para a Comunicação na CNBB: “acabamos de ver nascer neste ano a Signis Brasil”, criada em dois de dezembro de 2010, “que terá a importante missão de unir toda a mídia católica de nosso país, organizando-a por áreas de atuação e dinamizando-a, para que exerça ainda melhor o seu carisma como presença católica em nosso país” (CNBB, 2011, p. 5).

As entidades com seus profissionais e pesquisadores colaboraram com a Equipe de Reflexão de comunicação da CNBB, com especialistas das diversas áreas para assessorar o Setor de Comunicação, conforme documento:

A equipe começou em São Paulo, na sede da revista *Família Cristã*, em encontro de 25 e 26 de novembro de 1979, convocado por Dom Eduardo Koaik e coordenado por Irmã Maria da Glória Bordeghini, a fim de estudar a pastoral nos e dos Meios de Comunicação, com a participação de 12 especialistas. No final do encontro, o então Secretário Geral da CNBB, Dom Luciano Mendes de Almeida, transformou o grupo em Comissão Permanente de Assessoria à Conferência (CNBB 72, 1994, p. 20).

Bordeghini dedicou-se à organização do então Setor de Comunicação da CNBB, sucedendo ao padre Alfredo Novack que animava a Campanha da Fraternidade. A religiosa testemunha: “Planejamos a animação na criação dos Setores Diocesanos de Comunicação (viajei pra muitas dioceses do sul ao norte do Brasil), reuniões da Equipe

²⁴ . A UNDA-Brasil foi criada em 28 de Abril de 1976; a OCIC-Brasil, em 20 de maio de 1984; a UCBC (União Cristã Brasileira de Comunicação), em 18 de julho de 1969, para a Imprensa, e no espírito do Concílio Ecumênico Vaticano II, constituiu-se associação ecumênica. A ata de dissolução da UCBC foi realizada em assembleia, em São Paulo, no dia 27 de novembro de 2010.

²⁵ . Com a criação de Signis Brasil, as associações anteriores deixam de existir.

de Reflexão sobre Comunicação da CNBB, reunião das Editoras Católicas, com reuniões periódicas e outros Projetos”²⁶.

Neste mesmo estudo são lembradas as escolas de comunicação, institutos e centros dedicados à formação, alguns em nível regional e outros em nível nacional, com o objetivo de formar e capacitar pessoas para que tenham uma ação eficaz. Há alguns centros, sobretudo de comunicação popular, que mantêm cursos para líderes de comunidades e agentes de pastoral. Embora não correspondam ao nível universitário, são de capacitação e têm ajudado muito. “Entre todos se destacam por sua qualidade os dados pelo SEPAC em convênio com a Universidade São Francisco, em nível de pós-graduação *lato sensu* e de extensão cultural”²⁷ (CNBB, 72, p. 119).

A equipe de Reflexão, renovando-se em cada época, assessorou na produção de diversos textos publicados nos Estudos e documentos da CNBB em temáticas da comunicação na Igreja. Uma das mais recentes contribuições foi ao *Diretório da Comunicação para a Igreja no Brasil* aprovado em 2014.

A formação para a comunicação permaneceu na pauta, pois ainda no programa para o biênio 1986-87, constatou-se a carência de comunicadores comprometidos com a transformação da realidade, e a necessidade de que tenham uma visão eclesial. Portanto também as Escolas de Comunicação, deveriam ter um posicionamento pastoral mais claro de seu papel, não só quanto à qualidade profissional como também no compromisso com os valores éticos. Por isso é importante que “as Faculdades Católicas de Comunicação continuem a questionar sua identidade e seu papel na formação de agentes de pastoral e de lideranças no campo da Comunicação” (CNBB 72, 1994, p. 118).

A proposta da formação para a comunicação, na América Latina assumiu o compromisso de ser “dialógica e participativa” como uma alternativa à grande imprensa, ao sistema político e econômico e, ao mesmo tempo, para que as pessoas sejam preparadas para o diálogo com a sociedade com novas linguagens, no contexto da comunicação como cultura cotidiana. A evangelização está diante do desafio de uma “nova cultura criada pelas modernas comunicações [...] esta cultura nasce menos dos

²⁶ . Depoimento de Ir. Maria da Glória Bordeghini, por e-mail a Corazza, em 18 de julho de 2014, que trabalhou na CNBB de novembro de 1978 a 1985.

²⁷ . Trata-se do Curso de Especialização teórico-prático em Comunicação Social, realizado em módulos intensivos, que de 1990 até 2000 teve o convênio com a USF (Universidade São Francisco), realizado também como extensão cultural.

conteúdos do que do próprio fato de existirem novos modos de comunicar com novas linguagens” (JOÃO PAULO II, 1992, p. 64).

As expressões novas linguagens e novos modos de comunicar são um tema recorrente na pastoral para o diálogo com a sociedade contemporânea, já presentes nas orientações, que usa metáforas como deixar a “segurança da margem e se apaixonar pela missão de comunicar vida aos demais” (APARECIDA, 2007, p. 166).

Ao falar da evangelização o papa Francisco lembra que todos têm o direito de receber o Evangelho e é dever do cristão anunciá-lo, sem excluir ninguém, e “como quem partilha uma alegria, indica um horizonte estupendo, oferece um banquete apetecível. A Igreja não cresce por proselitismo, mas ‘por atração’” (FRANCISCO, 2013, p. 16).

O próximo capítulo trata das linguagens e a reconfiguração dos modos de narrar em suas diferentes expressões: verbal, sonora, escrita, imagética, que mudam as formas de perceber o mundo e de produzir, aspectos que incidem na evangelização, pois a comunicação como cultura traz novas linguagens que são um desafio na maneira das pessoas compreenderem os conteúdos. Essa mudança requer uma nova adequação, da linguagem impressa à digital com suas lógicas e novas configurações com a Cibercultura e as Redes.

CAPÍTULO 3

LINGUAGENS E A RECONFIGURAÇÃO COMUNICATIVA DOS MODOS DE NARRAR

*Enquanto representarmos a técnica como um instrumento,
ficaremos presos à vontade de querer dominá-la.
Todo nosso empenho passará por fora da essência da técnica.*
Martin Heidegger

A mudança nos modos de narrar, na cultura contemporânea, faz parte das linguagens e saberes marcados pela entrada de novos códigos e combinações, que criam sentidos, ampliando os modos de perceber, de sentir e de pensar, que articulam a lógica e a intuição. As expressões plurais e sensoriais na linguagem oral, escrita, sonora, imagética, digital, de forma linear ou não linear, são maneiras de conhecer e narrar o mundo com janelas simultâneas, potencializadas pelas conexões da comunicação mediadas pelas tecnologias.

A linguagem é uma característica própria do ser humano, enquanto racional, o que garante sua interação social. Essa capacidade comunicativa no convívio social favorece a troca de mensagens, produzidas por um sistema de signos verbais, sonoros, visuais e táteis, que evoluem com as combinações e a hibridização da linguagem, de modo que a comunicação está em trânsito, e se torna necessário estabelecer diálogos para a ampliação do campo educativo e comunicacional.

O ser humano manifesta de forma privilegiada a sociabilidade como dimensão essencial do existir. A linguagem unifica o mundo dos objetos e dos sentidos e é fundamental na organização da vida social, nas inter-relações, assumindo diversidade de formatos na produção pela mídia. O sentido das linguagens abordado é da complexidade das maneiras de narrar, assumidas pela mídia, da linguagem verbal, passando pelo texto escrito, visual, sonoro e do hipertexto; linguagens complexas, que “resultam da capacidade de se cruzar, numa mesma situação, vários tipos de signos, hibridizando-os” (CITELLI, 2006, p. 137).

Para pensar, de maneira ampliada, a circulação da linguagem verbal nos meios de comunicação, é necessário levar em conta os sistemas complexos de produção dos sentidos, os fluxos, cruzamentos, interpenetrações, interposições, ajustes e afastamentos de códigos e sistemas de linguagem que elaboram as significações nos ambientes midiáticos. Da mesma forma, palavras, sons, imagem, música, ordenados em uma nova

totalidade significativa, criam novos significados e linguagens. São combinações nesse mecanismo sinérgico, “toda ela movida por migrações, passagens e cruzamentos entre suportes, dispositivos técnicos, recursos digitais, linguagens” (CITELLI, 2006, p. 137).

3.1 LINGUAGENS COMO DISPOSITIVOS

Sem entrarmos em discussões filosóficas ou linguísticas e, considerando que não se reduzem à técnica, mas que há uma hibridização, podemos entender que as linguagens da mídia se configuram como dispositivos que são, conforme Agamben, “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, interceptar, modelar, controlar, assegurar os gestos, as condutas, as opiniões, os discursos dos seres viventes” (AGAMBEN, 2009, p. 40). O autor discorre sobre os diversos dispositivos como a caneta, a escritura, o cigarro, a navegação, os computadores, e “por que não, a própria linguagem, que talvez é o mais antigo dos dispositivos” (AGAMBEN, 2009, p. 41).

Esses dispositivos provocam uma confluência das linguagens nas mídias digitais, que Rodrigues e Soares (2010) entendem fazer parte da linguagem que nos conforma enquanto seres humanos, e entendem que o emprego da palavra “linguagem”, no singular, faz referência a um momento a partir do qual o ser humano é capaz de se comunicar de uma forma que lhe é própria, uma vez ciente, que a natureza inteira se comunica: “Todos os outros animais emitem sinais, de acordo com o que seus instintos pedem e segundo as circunstâncias do entorno em que vivem. No entanto, nunca chegaram a percorrer o trajeto de produção do fogo à produção das tecnologias digitais” (RODRIGUES e SOARES, 2010, p. 43). A linguagem mediada pelas diferentes tecnologias é, de fato, um universo plural e complexo.

Determinadas que são pela natureza de seu suporte, as linguagens se mostram em várias terminologias: visuais, verbais, audiovisuais, imagéticas, gestuais, sonoras, numéricas. A rigor, essas classificações oscilam entre serem definidas pelo meio que as realiza e pelos aparelhos sensórios ou dispositivos cerebrais que permitem tanto sua elaboração quanto sua captação (RODRIGUES E SOARES, 2010, p. 44).

As linguagens, nas formas de produção da cultura, apresentam-se integradas com recursos e suportes de expressão, com as possibilidades que a mobilidade das

tecnologias oferece. A não linearidade na comunicação digital se dá pelo hipertexto, que constrói outra lógica de raciocínio diferente da lógica do texto, mudando as formas de narrar pelas combinações e conexões que interferem na mudança da percepção e dos hábitos sociais de consumo e de produção da comunicação.

Se o texto escrito foi hegemônico por mais de quatro séculos, na cultura de Gutenberg, a contemporaneidade está marcada pela velocidade, componente determinante das novas formas de acesso ao conhecimento e à convivência na “galáxia da internet”. O avanço das mídias comunicacionais transformou a natureza da interação social, uma vez que elas não se restringem aos aparatos técnicos usados para transmitir informações de um indivíduo a outro; ao contrário, novas formas de agir e interagir são criadas entre pessoas e coisas, por linguagens, da oralidade aos *bits*.

3.2 MUDANÇAS NAS LINGUAGENS PELAS TECNOLOGIAS

As mudanças nas linguagens não são apenas uma dimensão constitutiva da vida social, nem dizem respeito somente aos meios de comunicação, mas têm a ver com uma forma determinada de a própria sociedade ser e se configurar, vinculada à revolução tecnológica da modernidade que elevou a técnica como parte do progresso e da felicidade do homem. Por esta nova configuração, ela provoca uma reelaboração do caráter simbólico da vida social enquanto tal, ligada à pretensão moderna da realização tecnológica dos desejos humanos.

A revolução comunicativa provocada pelo desenvolvimento dos meios de comunicação modificou profundamente a comunicação humana nas sociedades contemporâneas e reestruturou de maneira radical as relações entre as pessoas (THOMPSON, 1998, p. 11), passando da comunicação face a face para a comunicação mediada pelo computador. As linguagens se constituem a partir da cultura e da técnica, por isso não podem ser compreendidas apenas como algo técnico, mesmo se servindo de diferentes recursos para se expressar. Sem entrar em questões mais profundas do conceito de técnica ou tecnologias, por não ser objeto desta pesquisa, Santaella (2013) adverte sobre a necessidade de compreender a linguagem própria da máquina, porque elas seguem lógicas próprias. Neste sentido, procuraremos pensar sobre a técnica como

um elemento que faz parte das linguagens mediadas pelas tecnologias e que reconfiguram os modos de narrar.

Assim como a prensa manual do século XIV e a fotografia no século XIX exerceram um impacto revolucionário no desenvolvimento das sociedades e culturas modernas, hoje estamos no meio de uma revolução das mídias e uma virada nas formas de produção, distribuição e comunicação mediadas pelo computador que deverão trazer consequências muito mais profundas do que as anteriores (SANTAELA, 2013, p. 192).

No texto “A questão da técnica”, de 1953, Heidegger fala da construção de um caminho de pensamento que passa pela linguagem, considerada um meio para um fim e uma atividade do homem. A análise é conduzida de maneira a mostrar que a técnica é um modo de desencobrimento ou verdade (*aletheia*) e que sua essência é algo não técnico. A discussão da técnica como instrumento para produção e uso, e a necessidade de se ter o domínio sobre ela, faz parte das buscas da compreensão do seu lugar no campo produtivo, assim ela não é um simples meio, mas uma elaboração produtiva, não neutra; o simples fato de existir um aparelho, pressupõe seu uso e modifica as atitudes de quem o faz. Sendo a técnica uma abstração, uma ideia, só se pode falar de técnicas, no plural.

Na concepção dos antigos gregos, que criaram o termo técnica, não há razão de falar dela antes de sua civilização. A técnica é uma forma de saber, do qual o ser humano se serve para produzir o que a natureza não lhe proporciona espontaneamente, mas sempre de forma variável dentro de certos limites sugeridos a ele pela própria natureza. Originalmente, a técnica tinha a ver com a práxis criadora individual, o desenvolvimento das habilidades humanas, conforme as capacidades das pessoas. Para Rüdger, os modernos a reinterpretaram em termos epistêmicos e logicistas, empregando o termo tecnologia, convertendo-a no

conjunto de saberes que na condição de ciência, visa construir os meios para produzir efeitos previamente calculados, à revelia das diferenças de talento e inclinações dos seres humanos, sem referência à excelência ou capacidade de aperfeiçoamento individualizado com que as tecnologias haviam sido definidas na antiga Grécia (RÜDGER, 2014, p. 442).

O fenômeno técnico nasce com a aparição do homem, depois enquadrado pelo discurso filosófico onde a palavra técnica carrega o duplo sentido: de conhecimento de *technè*, a arte, o saber das coisas práticas, para depois entrar no processo de cientificação com o surgimento da tecnociência que hoje se chama tecnologia. A *epistemè*, o conhecimento, o saber das coisas teóricas, é mais identificada com o

pensamento abstrato. A técnica é uma forma de descobrir, desvelar as diferentes linguagens que transitam entre a *episteme* e a *technè*, o que requer novas habilidades e saberes para expressar.

Pensadores de diferentes áreas procuram compreender as linguagens para além do conhecimento teórico e abstrato desenvolvido pela inteligência racional, para abrir-se à compreensão de outros modos de compreensão com outros tipos de inteligência, as inteligências múltiplas, em que Gardner (1994) considera os sentidos e as percepções como formas de conhecimento, na inteligência espacial, visual, auditiva, tátil, a arte musical, o corpo. A racionalidade que encontrou sua expressão na escola, pela disciplina, pela lógica, pela escrita, pelas ligações conceituais, passa a ser questionada com a chegada das novas tecnologias que despertam outras formas de aprender e influenciam gradativamente nos hábitos cotidianos e são percebidos pelos sentidos e pela emoção.

3.3 LINGUAGEM AUDIOVISUAL E PERCEPÇÃO SENSORIAL

Na década de 1960, o canadense, Marshal McLuhan, da universidade de Toronto (1911-1980), vislumbrou a mudança de suportes culturais e sua incidência no ser humano. A “aldeia global”, preconizada por ele, é uma forma de olhar para as mudanças tecnológicas, deslocando o estudo da comunicação da análise dos conteúdos para o exame dos meios de comunicação. Nas três galáxias que o teórico canadense traz, a cultura oral ou acústica, dita e escutada; a cultura tipográfica ou visual de Gutenberg, muito identificada com o livro; a cultura eletrônica, dos sinais elétricos instantâneos, a velocidade, ele questiona os modos de apreensão do conhecimento pela escrita. McLuhan percebeu, por suas experiências com o livro, que este desenvolve a primazia do olhar em detrimento de outros sentidos e que as mídias eletrônicas passariam a envolver mais com o ouvir e os demais membros do corpo. Suas afirmações controvertidas e, para alguns, parciais, refletem uma questão de percepção das linguagens, a serem consideradas no contexto atual.

O livro foi a primeira mercadoria produzida em massa. A imprensa, que por definição é uniforme e repetível, não só criou o próprio conceito de ‘mercadoria’ como possibilitou o surgimento de mercados para esses artigos uniformes e repetíveis. É perfeitamente

natural pensar que a operação das formas e matrizes da linha de montagem da imprensa, quando se estendeu a todas as formas de produção, deve ter moldado também nossas atitudes para com as atividades da elite. (MCLUHAN, 2005, p. 37).

Seguindo essa lógica, a linguagem audiovisual desperta atitudes perceptivas, atinge a imaginação e investe na afetividade, na expressão dos sentidos para a percepção do mundo, enquanto a linguagem escrita desenvolve o rigor, a abstração e o espírito de análise. Para a cultura da escrita, a mensagem designa o conteúdo intelectual e está nas palavras, na coerência lógica que privilegia a consciência intelectual clara.

Ao contrário do homem de Gutenberg, treinado para a distância afetiva e para a desconfiança para com a imaginação, o homem da civilização audiovisual eletrônica liga intimamente a sensação à compreensão, a colaboração imaginária ao conceito (BABIN, 1989, p. 107).

Até a era da imprensa a tecnologia avançou em estágios lentos de modo que as mudanças eram menos percebidas e desestabilizavam menos. Da oralidade ao manuscrito, da indústria ao digital, a sociedade foi-se organizando tendo em conta as mudanças de suportes técnicos e a velocidade tornou-se um componente que interfere na mudança. A sociedade industrial vivencia e incorpora a emergência dos meios de comunicação com a Imprensa (1456) que vem para socializar o conhecimento pela máquina de imprimir no suporte papel. O livro foi hegemônico por quatro séculos e os jornais tiveram 200 anos para inovar. Quatro séculos depois vem o Cinema (1895) que trabalha a imagem em movimento, 30 anos antes de ser sucedido pelo rádio, que descobre a possibilidade da emissão da voz à distância; depois pela televisão que populariza e institui um ritual da comunicação com imagem e som, no cotidiano. Com o rádio e a televisão, surgem as formas de produção e armazenamento da informação em som e imagem, que passam por mudanças até chegar ao digital. Em seguida, vem o computador pessoal.

A velocidade faz sentir menor distância entre uma invenção e outra, para não mencionar a escala milenar do pintor das cavernas. Do homem tipográfico, passando pelo telégrafo à televisão, o tempo das mudanças foi se abreviando. “A explosão de tipos de meios de comunicação no século XX nos permite, pela primeira vez, apreender a relação entre a forma e o conteúdo, entre o meio e a mensagem, entre a engenharia e a arte” (JOHNSON, 1997, p. 9). A velocidade é a característica das mudanças que contribuem para a criação de novas linguagens que vão se hibridizando pelas combinações, nos diferentes meios de comunicação, interferem no modo de pensar e

criar. Com a televisão vem a supremacia da imagem sobre o texto e, em seguida, o *World Wide Web*, possibilitando a rede de conexões em alta velocidade.

A cultura da mídia traz elementos que são assumidos na vivência cotidiana como o sentido de *ground*, aplicado à fotografia como o pano de fundo, o entorno, o ritmo das luzes, que determinarão o valor da mensagem. Entretanto, o sentido do *ground* acaba sendo assumido no cotidiano e aplicado a ambientes presenciais com pessoas, aplicando a linguagem da mídia ao cotidiano. Conforme Babin, na linguagem das mídias o terreno, o entorno, é mais importante, fundamental e estrutural do que o ponto focal para onde os olhos convergem. Ou ainda, “o que se passa no plano de fundo da consciência é mais determinante do que aquilo que se agita no primeiro plano da consciência” (BABIN/ZUKOWSKI, 2005, p. 87).

Os pressupostos da comunicação sonora se estendem à comunicação audiovisual, na qual predomina a linguagem da modulação, o apelo aos sentidos, a sensorialidade, entre elas, o ouvido. O padre francês, Pierre Babin, que trabalhou com McLuhan, considera essa comunicação como linguagem de modulação, onde o sentir, o escutar é anterior ao falar e a tensão e receptividade são inerentes à expressão. Para o autor, a linguagem de *modulação* é a primeira que nasce já na vida intrauterina, é a relação com os pais, embalo do filho aos braços, a comunicação na praça, no interior da família. É o contato, o envolvimento, uma primeira comunicação, matriz de outras.

A modulação é *a vibração que chega às pessoas e as toca*. Ela não se restringe às palavras, mas envolve a percepção, a ambiência, o som, a presença. O discurso-palavra pode opor-se à modulação, se não contém aquela carga que contagia, enquanto a fala pode estar mais próxima da modulação, pois ela está em alguém, exprime uma intenção e uma presença que se revela. O exemplo da vibração das imagens e da música que toca o corpo é a FM (frequência modulada) e o conforto de escutá-la.

Muitos discursos são apenas música artificial ou turbilhão de vocábulos, não são falas. Hoje em nossa cultura audiovisual há necessidade de uma fala verdadeira e depois a prioridade da modulação para exprimir a fala. Se você quer ser seguido pelo seu público, suas falas devem ser modulação e de qualquer maneira exprimir essa benevolência calorosa pessoal que as crianças sempre esperam (BABIN, 1989, p. 56).

Kerckhove (1997), sucessor de McLuhan, trabalha a ideia dos meios eletrônicos como extensões não só do sistema nervoso e do corpo, como da psicologia humana. Baseado na ciência comportamental, aponta os efeitos físicos da televisão sobre o corpo e no sistema nervoso, entendendo que a televisão dirige o corpo e não o espírito por meio de respostas musculares subliminares. Nas mídias eletrônicas a ênfase é dada à

oralidade e ao tato, particularmente na sua relação com a linguagem e com a forma como processamos a realidade sensorial.

A sensorialidade envolve todos os sentidos, desde o pensar a produção de um texto escrito, sonoro, imagético ou musical, como as percepções pela vista, ouvido, tato parecendo estar em contradição com o pensamento e a educação que chame e desperte a consciência, entretanto, também Martín-Barbero e Rey (2001) caracterizam “uma nova era do sensível” e questionam a postura da elite intelectual que “nos faz insensíveis aos desafios culturais que a mídia coloca” a esta geração que se diverte com games, que vê cinema na televisão. Estas colocações podem ser um indicativo da busca de compreender as mudanças nos modos de comunicar que passam pelas diferentes linguagens como “uma educação em estéreo” que supere a visão fragmentada e favoreça o conhecimento falando com a imagem.

Se a epistemologia da televisão começa e quase termina no plano visceral, se mostra pessoa e situações diante das quais se relaciona de uma maneira quase que estritamente emocional, uma educação em estéreo utilizará a comunicação, o diálogo e a confrontação para facilitar a passagem das emoções ao hemisfério da reflexão e a racionalidade (FERRÉS, 1996, p. 17).

Nas considerações sobre as linguagens da comunicação da era eletrônica, que envolvem o pensar, o sentir, o produzir, a velocidade, as conexões, duas são as palavras-chave: *medium e ground*. O *medium* designa a pessoa ou grupo, uma infraestrutura da qual emanam os meios. O *ground*, a figura, é aquilo em que se pensa, no primeiro plano da consciência: as palavras, as ideias expressas; é também tudo o que nos cerca: cor, ritmo, forma, ênfases; é ainda aquilo que toca o corpo e o faz vibrar inconscientemente, que desencadeia a emoção e suscita o desejo e produz o efeito (BABIN, 1989, p. 9).

Referindo-se à visão de McLuhan no que diz respeito à informação eletrônica, que é mais da ordem do “ambiente” que da tecnologia, Sodré (2012) entende que há ali uma hipótese de uma “ecologia” intrínseca aos meios de comunicação, que não se trata apenas do ambiente, mas da interação humana com este e da decorrente experiência educativa. “O que está verdadeiramente em questão é a existência de um novo *bios*” (SODRÉ, 2012, p. 188) e a expressão “o meio é a mensagem”, cunhada por McLuhan, é uma formulação, embora incipiente, do *bios* virtual, por indicar que a forma tecnológica corresponde ao conteúdo. Esta compreensão é um indicativo de que a tecnologia é uma espécie de prótese que passa a fazer parte das relações sociais e da gestão nessa nova ambiência.

Essa nova forma de conviver em que técnicas, conteúdo e pessoas estão juntos e constituem uma única realidade cotidiana, “o *bios virtual* é, no limite, uma espécie de comunidade afetiva de caráter técnico e mercadológico, onde os impulsos digitais e imagens se convertem em prática social” (SODRÉ, 2012, p. 189). As economias se interconectam entre si e se integram ao mundo em redes globais criando um grande número de comunidades virtuais na interação digital, de acordo com os diversos interesses.

3.4 NARRAR NA LINGUAGEM DOS IMPRESSOS E DO RÁDIO

Cada tecnologia traz contribuições e desafios, desenvolvendo novos hábitos e modos de perceber e absorver o conhecimento. O historiador francês, Chartier, discute a perda da centralidade do livro com a chegada do digital, pela mobilidade nos suportes mais estáveis até agora, como é o livro. Sendo a imprensa a primeira forma de transmissão, disseminação e circulação do conhecimento a partir do século XV, o historiador considera que essa revolução é técnica e caracteriza-se como uma revolução do impresso. Para ele, “a revolução da imprensa não consiste absolutamente numa ‘aparição do livro’. Doze ou treze séculos antes do surgimento dessa nova técnica, o livro ocidental teria encontrado a forma que lhe permaneceu própria na cultura do impresso” (CHARTIER, 1998, p. 96). Segundo o historiador, a grande revolução que preocupa é a do texto eletrônico que se configura como uma revolução na leitura, pois

ler sobre uma tela não é ler um *códex*. Abrem-se possibilidades novas e imensas. A representação eletrônica modifica totalmente a sua condição; ela substitui a materialidade do livro pela imaterialidade dos textos sem lugar específico [...] A revolução iniciada é, antes de tudo, uma revolução de suportes e formas que transmitem o escrito (CHARTIER, 1998, p. 100 - 101).

As linguagens trazem em si modelos de comunicação conforme a sua influência com as tecnologias. Ao analisar a passagem do modelo de comunicação linear da era tipográfica, fundada com a invenção de Gutenberg, para a era eletrônica, dominada pelo rádio e pela televisão, McLuhan percebeu que a tecnologia cria uma ambiência por onde o homem transita. Esse ambiente presente na atmosfera é algo invisível e se traduz em formas de perceber o mundo, em hábitos e estilos de vida, com as tecnologias como

prolongamento do corpo, ou próteses, conceito trabalhado por outros autores. Para Del Bianco

A partir desse argumento, McLuhan concluiu que a era eletrônica abalou os fundamentos enraizados na experiência de mundo do homem tipográfico por que o colocou imerso num mundo visual, áudio-tátil, simultâneo e ‘tribalizado’ muito diferente do mundo linear e destribalizado criado pela cultura letrada. A palavra impressa fizera a civilização ocidental letrada homogênea, uniforme e unidimensional. O rádio, ao contrário estabeleceu conexão íntima com a cultura oral, graças ao seu poder de envolver e afetar as pessoas em profundidade (DEL BIANCO, 2005, 156).

Para a autora, “o rádio é a tecnologia da tribo”, ele também resgata o sentido de comunidade, a voz do quarteirão, o localismo, a magia tribal antes soterrada na memória, o acesso ao mundo não visual, a comunicação íntima e particular de pessoa a pessoa. Sendo parte da cultura oral, quando se aprende a produzir na linguagem radiofônica, entende-se que ela requer proximidade com a vida cotidiana, da conversa do dia a dia; daí a arte de escrever como se fala, de pensar na situação e no tempo do ouvinte imerso no seu cotidiano, dentro de casa, no trabalho, no trânsito, no hospital, nas mais diversas formas e, na era digital, ter em conta que ele ouve cada vez mais pelo celular. A cultura oral traz a proximidade como magia da tribo, o sentir-se juntos na linguagem nas temáticas regionais ou globais em cada segmento.

Rádio é linguagem, tecnologia, relacionamento, redes, convergência; é arte de comunicar com leveza, mais ligado ao lúdico e ao afeto; é fala que envolve a língua, a linguagem oral, a palavra, os sons, os efeitos especiais, a organização do discurso, a interlocução, a troca; compõe-se de técnica, também de linguagens e de vida cotidiana. Sua invenção está ligada à propagação da voz e de poder se ouvir a voz humana à distância. Esta foi a experiência do brasileiro, Landell de Moura, em suas descobertas pioneiras.

O que chamamos de técnicas (técnica de redação, técnica de reportagem) e, não raro, os gêneros (informativo, musical, dramaturgia) assumem em si linguagens próximas da cultura oral e da vida cotidiana. A linguagem da palavra bem articulada, clara, modulada para ser agradável ao ouvido do interlocutor; a construção do discurso na ordem direta, com a repetição dos aspectos mais importantes na notícia, é uma das características da linguagem radiofônica, diferente da cultura do livro. A mixagem torna-se uma linguagem que une a voz, a sonoridade com vinhetas, efeitos sonoros com noções de espacialidade que ambientam o ouvinte. Trata-se de outra característica que

considera a sensorialidade de criar imagens e sua própria narrativa a partir dos elementos verbais e sonoros oferecidos.

A portabilidade, tão decantada na tecnologia digital, é uma característica da linguagem do rádio, desde a invenção do transistor. Essa portabilidade favorece a atualidade do rádio, acima de qualquer outra forma de comunicação. Atualmente pode-se dizer que o rádio abriu novos canais de comunicação pela linguagem multimídia, sobretudo, no formato digital, com imagens, fotos, navegabilidade, num composto do hibridismo que caracteriza as mídias contemporâneas.

3.5 NARRAR NAS LINGUAGENS NA CIBERCULTURA

A cibercultura tem lógicas próprias com linguagem não linear e interativa, sendo potencialmente um espaço democrático, pela liberação do polo do emissor. O processo comunicacional muda pois, na rede, qualquer um pode produzir conteúdo, enquanto na comunicação de massa a competência é dos jornalistas, profissionais e empresas. Com o acesso ao código, qualquer pessoa pode produzir, postar em seu blog, site ou nas redes sociais digitais. Essa reconfiguração pode ser percebida na combinação de diferentes linguagens em texto, som, imagens estáticas ou em movimento e navegabilidade, conforme projeto da arquitetura da informação, culminando em redações convergentes com um novo profissional.

Desde a escrita, que separa enunciador e enunciado, ou seja, o espaço, e age como instrumento de memória, o tempo, passando pelo telégrafo, telefone, rádio, televisão e, hoje, a internet, é uma mesma ação de emitir informação para além do espaço e do tempo com diferentes temporalidades. Cada transformação midiática altera nossa percepção espaçotemporal. André Lemos caracteriza a cibercultura nas mudanças na cultura contemporânea, associadas às tecnologias digitais, que envolve o ciberespaço, a simulação, o tempo real, o processo de virtualização e como cria uma nova relação entre a técnica e a vida social.

Compreender os desafios da cibercultura nos obriga a buscar, nas raízes do fenômeno técnico, a compreensão da cultura contemporânea. Não podemos compreender os paradoxos, as potencialidades e os conflitos da tecnologia na atualidade sem uma visão da história da tecnologia e de seus simbolismos respectivos, sem ter percorrido as principais correntes da filosofia da técnica (LEMOS, 2002, p. 25-26).

Para o autor é preciso mudar o olhar e buscar novas ferramentas para compreender o fenômeno técnico-científico contemporâneo. Trata-se de um “novo paradigma sócio-cultural”, um novo tribalismo e formas de comunicação gregárias no ciberespaço. Lemos assinala um primeiro problema que se apresenta em relação à própria definição de cibercultura. Trata-se de uma relação que se estabelece pela emergência de novas formas sociais que surgiram a partir da década de 1960, a sociabilidade pós-moderna, e das novas tecnologias digitais. Esta sinergia vai criar a cibercultura e este novo quadro da civilização contemporânea é o seu berço, entendendo que o seu surgimento “não é só fruto de um projeto técnico, mas de uma relação estreita com a sociedade e a cultura contemporâneas” (LEMOS, 2002, p. 26).

O rádio é uma mídia que se adaptou à linguagem da internet abrindo novos canais de comunicação com seu público. Não se trata apenas de transmitir a programação já existente pela internet, mas de adequar-se a essa linguagem multimídia digital. A webradio pode ser configurada nesse modelo e o ouvinte que antes participava por telefone, pode interagir de forma colaborativa com informações e produções. Segundo Prata,

o casamento entre rádio e internet certamente acompanhará este processo e, num futuro bem próximo, soará como linguagem ultrapassada a emissora que não oferecer, além do áudio, também conteúdos imagéticos e textuais ao seu público, ampla possibilidade de canais, intensa interação com o receptor e possibilidade real de produção de conteúdo por parte do usuário (PRATA, 2009, p. 70-71).

Os novos canais para a comunicação radiofônica são uma realidade comprovada no cotidiano dos que se informam por dispositivos móveis, como o celular para ouvir e interagir pelo rádio a partir do lugar onde se encontram, narrando fatos, informando e opinando. A produção de conteúdos para a web que agrega as diferentes linguagens e requer um projeto editorial e a arquitetura da informação para macro e micronarrativas, que envolve a hierarquização da informação e a navegabilidade, é um recurso de linguagem e um desafio a ser incorporado pelos produtores: “escrever para ser ouvido, com as imagens ditando a narrativa” (SCHWINGEL, 2012, p. 99).

3.4.1 A conectividade como linguagem

Uma outra lógica é a “conectividade generalizada”, tanto de computadores conectados por cabos, quanto em dispositivos móveis, alterando consideravelmente a noção de tempo e espaço. A linguagem da rede é a conectividade em muitos pontos ao mesmo tempo, nesta configuração espaçotemporal, mantendo-se conectados apesar da distância e do tempo. Estar conectado é comunicar-se falando a mesma linguagem que passa pela tecnologia e pelo ser humano, produtor de conteúdos, tendo como característica a mobilidade.

A conectividade possibilita novas formas de vinculação e interação em que o ser humano se relaciona mediado pelas tecnologias, enviando e recebendo mensagens em tempo real em linguagens sonoras, textuais, imagética e também pelo simples contato de “estar” na rede, uma vez que a essência da rede é a conexão. “O meio (mídia) conectado por excelência é a tecnologia que torna explícita e tangível essa condição natural de interação humana” (KERCKHOVE, 1997, p. 25).

De fato, as redes não são apenas técnicas, mas espaços sociais, que configuram a sociabilidade na esfera pública. Elas “misturam lógicas, velocidade e temporalidade tão diversas como as que entrelaçam as narrativas orais, com a intertextualidade das escritas e a intermedialidade do hipertexto” (MARTIN-BARBERO, 2014, p. 111).

A linguagem da rede se constitui por relações descentralizadas, contrariando a habitual comunicação hierarquizada, própria da sociedade e das instituições, o que provoca uma desconstrução da estrutura do saber, antes centralizado e agora distribuído. Essas possibilidades colocam em jogo as lideranças educacionais e religiosas, a relação professor-aluno e a própria transmissão da fé.

Para falar do processo de comunicação na cultura da rede, nos servimos das reflexões de Babin (2005) que fala de três culturas: idade da cultura oral, idade de Gutenberg e idade eletrônica ou era das mídias, e como se dá a linguagem das lideranças nos modos de comunicar na evangelização. Ao colocar as formas de percepção e compreensão das pessoas em relação aos conteúdos, analisa o principal meio de comunicação em cada uma, os emissores, a mensagem, os receptores e a estrutura social.

As três culturas trazem formas diferentes não só de comunicar, mas de perceber a realidade e das pessoas compreenderem os conteúdos e se engajarem. Na cultura oral as pessoas se encontram presencialmente, face a face, sendo a palavra o principal meio de comunicação; os emissores falam, anunciam e os receptores ouvem, pertencem a uma comunidade; a mensagem é o discurso, a pregação; a estrutura social é a

comunidade tendo a pessoa como discípula. A cultura de Gutenberg já traz consigo o fruto da racionalidade, e tem como meio principal de comunicação o livro; os emissores ensinam, escrevem, explicam, demonstram enquanto os receptores aprendem, memorizam e procuram praticar; a mensagem centra-se na palavra, na doutrina, no catecismo e a estrutura social é a paróquia, a escola, o catecismo, ou seja, a delimitação do espaço geográfico.

Na era eletrônica o principal meio de comunicação são as mídias com suas linguagens sonoras, imagéticas e de conexão. Os emissores são meios de comunicação, ou seja, falam com sua presença, propõem, dialogam, programam, modulam (som-imagem); os receptores escolhem, conectam-se, clicam, vibram, pertencem, fazem corpo com. A mensagem é o meio, o corpo, a tecnologia, a comunicação e a estrutura social, a rede, comunidades de afinidade, pois, conforme Babin, a mensagem consiste em pertencer à rede, à *net*, ao corpo. A lógica da rede não só é diferente, mas constitui um novo modo de fazer parte e comunicar, pois, “não se compreende nada da Internet sem perceber que, para esta geração, não conta em primeiro lugar o conteúdo intelectual veiculado, mas a pertença ao veículo e à web, ou seja à teia de aranha mundial” (BABIN, 2005, p. 172).

Esta questão da linguagem também se coloca para a Educomunicação que tem como objetivo formar para o convívio na sociedade, de modo comprometido, a partir dos valores humanos e de cidadania. Diante dessas mudanças, qual o lugar do ensino? E ele mesmo responde que nada poderá substituir o ensino que é elaboração, explicação, transmissão. Entretanto, não pode ser abstrato e se reduzir à racionalidade, mas trazê-lo próximo à experiência e à comunicação com novas linguagens, procurando a pessoa tornar-se um meio de comunicação: “as tecnologias modernas dão prioridade às conexões e às escolhas: vibrar, apontar, clicar” (BABIN, 2005, P. 178), diferente da gramática da língua aprendida na escola, que é racional e associativa, trazendo a sentido do dever.

O que se aplica às pessoas e às instituições, também é pensado em relação à convivência nas cidades. Discutindo o conceito de corpos conectados, Martín-Barbero fala da articulação de telas em que um corpo é sustentado cada vez menos na anatomia e mais em suas extensões ou próteses, as tecnologias. “A cidade informatizada não precisa de corpos reunidos, mas apenas interconectados. Na hegemonia dos fluxos e na transversalidade das redes, na heterogeneidade de suas tribos e na proliferação dos seus anônimos”. (MARTIN-BARBERO, 2014, p. 115). Há sem dúvida alguma, uma

mudança cultural e tecnológica acontecendo para a qual educadores e lideranças precisam estar atentos e ver como integrar a gama de conhecimentos existentes com as novas linguagens que já se traduzem também pela presença ou ausência na rede.

3.4.2 Narrativa e linguagens no hipertexto

O hipertexto é uma forma de narrar não sequencial que permite ao internauta a capacidade de direcionar suas leituras através de múltiplas possibilidades. A hipertextualidade favorece a lógica da escolha, pela qual o internauta, por meio de links disponíveis nas páginas da internet ou por sites de busca vai construindo uma leitura de um texto em fluxo não sequencial e não linear, na busca de informações para o conhecimento. O fluxo da leitura é construído pela pessoa e, naturalmente, dentro dos limites que o sistema oferece, vai escolhendo e selecionando, o que requer também capacidade de escolha na interação entre o usuário e o sistema.

A não linearidade caracteriza a linguagem do hipertexto, diferentemente da cultura do livro que vai passando as páginas de forma sequencial seguindo a lógica de quem o escreveu. Na web 2.0 o hipertexto traz um conjunto de conteúdos em texto, imagens fixas ou animadas e sons, organizados de forma a permitir uma navegação não linear, baseada em associações de ideias e conceitos em forma de links. “Expandindo essa noção podemos pensar que o hipertexto é um modo de interação que leva o usuário a interligar informações de forma associativa e intuitiva” (SCHWINGEL, 2012, p. 16). O hipertexto também é a representação gráfica de uma rede, com pontos, os nós de conexão, de diferentes tamanhos, mostrando a quantidade de informações, vinculados por conexões.

Teixeira pontua que para alguns críticos da internet, a linguagem não linear, representada pela estrutura fragmentada do hipertexto pode favorecer a fragmentação do conhecimento e dispersar o internauta “que muitas vezes esquece qual o objetivo inicial de sua leitura, não contribuindo, e por vezes, atrapalhando para a construção de sentido” (TEIXEIRA, 2014, p. 225). Essa crítica ajuda na reflexão de que, sobretudo, na sociedade que possibilita escolhas, se faz necessário o planejamento e os objetivos para a busca do conhecimento, além do que a hipertextualidade não deixa de ser reflexo da

mente humana permeada de dispersão semelhante ao hipertexto, que se revela na convivência cotidiana.

Para Martín-Barbero, nas novas possibilidades de linguagens pela internet, o que está em jogo não é apenas uma hibridização das lógicas globais do capital, mas profundas transformações na cultura das majorias, e especialmente entre as novas gerações, que não deixaram de ler, “mas cuja leitura já não corresponde à linearidade/verticalidade do livro e sim a uma, ainda confusa, mas ativa hipertextualidade, que de algum lugar dos quadrinhos, dos videoclipes publicitários ou musicais e, sobretudo, dos *videogames*, levam à navegação na internet” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 92).

3.6 A LINGUAGEM COMO PRÁTICA DA CONVERSAÇÃO NA REDE

A complexidade das linguagens traz múltiplas possibilidades de escolhas em novas formas de conversação pelas mídias digitais com os *chats* ou conversas *on line* que trazem formas abreviadas do código da língua portuguesa. É uma retomada da conversação cotidiana pela comunicação mediada em tempo real, estando os interlocutores em interação recíproca e simultânea com uma dinâmica própria. São duas ou mais pessoas que se comunicam sob as diversas formas de interesse, das conversas para projetos comuns a estabelecer ou reforçar laços sociais.

Trata-se de uma linguagem, entendida como “internetês”, que retoma a escrita com outras características da internet, entre elas, a oferta de múltiplos recursos, a velocidade operacional em tempo real, a interatividade digital. O ambiente da internet traz consigo o texto, o som, a imagem estática ou em movimento e o sujeito sente-se livre para inovar sem aparente controle de normas linguísticas ou de pessoas, o que favorece a inovação na linguagem. O que ocorre é uma nova economia da escrita, uma nova forma de escrever no ambiente digital, na exposição das ideias, no hipertexto, sofrendo modificações para se adequar a esta realidade. Antes da internet a fala era realizada face a face em tempo real ou por telefone, a carta escrita não poderia ser interativa e, mais ainda, o cuidado com a coerência e coesão do texto, a clareza na exposição das ideias.

O componente da velocidade e da informalidade, que a internet traz na comunicação em tempo real, reúne as características da linguagem falada, suprimindo a formalidade da língua culta. Agregando o fator interatividade, com o bate-papo, com fins comunicativos levou seus usuários a elaborar uma linguagem própria, repleta de termos típicos, de modo a tornar compreensível aos participantes a estrutura adotada.

Apenas apontamos alguns aspectos da conversação na rede que, para Recuero, representam espaços de lazer, “lugares virtuais onde as práticas sociais começam a acontecer, seja por limitações do espaço físico, seja por limitações da vida moderna, seja apenas pela comodidade da interação sem face” (RECUERO, 2012, p. 17). Estas são novas formas de estar juntos na sociedade contemporânea a partir de práticas de relacionamento no ciberespaço, também utilizada para causas sociais. A conversação mediada pelo computador é uma apropriação de um sistema técnico para uma prática social, onde diferentes atores buscam afinidades e convivência com uma linguagem própria e, mesmo na linguagem da informalidade, há a possibilidade de rastrear cada *clik*.

Uma das características da conversação mediada pelo computador é que o meio transforma essa conversação, uma vez que a maioria dessa conversação opera sobre bases com predominância textual, introduzindo uma hibridização das linguagens escrita e oral, sendo que algumas vezes, com vídeo e voz. Outra forma de expressar a entonação vocal e a expressão facial, bem como os gestos que acompanham o enunciado é a apropriação de caracteres simbólicos como o uso de *emoticons*, ou seja, “conjuntos de caracteres do teclado que simbolizam expressões faciais como sorriso, tristeza” (RECUERO, 2012, p. 46), ou sons onomatopaicos com a repetição de letras para dar a sonoridade desejada. De outra forma, Citelli trata das “palavras em rede” como expansões hipertextuais em que “se fragmentam, acentos gráficos desaparecem, *emoticons* irrompem, números entram no lugar de letras [...] já se fala na existência do *internetês da tribo*, uma espécie de subcódigo de linguagem executado por grupos usuários” (CITELLI, 2006, p. 130).

A conversação na rede assume, portanto, um caráter híbrido, alinhando elementos da língua falada e da língua escrita e possui caráter dialógico próprio da fala, realizado na tela do computador. Melo entende que o que acontece com o *internetês* não é simplesmente a modalidade da escrita ou a modalidade falada da língua, mas outro nível mais complexo: “marcas da oralidade presentes na escrita eletrônica” (MELO, 2010, p. 46). Essas marcas atingem a conjugação verbal, a grafia fonética, a pontuação,

a estrutura paralinguística para expressar as emoções. Recuero mapeou conversações na rede, realizadas no *twitter*, onde também aparecem temáticas sociais como Belo Monte e observa a complexidade desta forma de comunicação na cultura contemporânea. Embora não seja nosso intuito aprofundar esta linguagem, que requer estudos especiais, apontamos aspectos de inovação no ambiente digital que reconfiguram novos modos de narrar que fazem parte dos estudos da comunicação nesta tese.

As novas linguagens, criadas pelas possibilidades e combinações com as tecnologias digitais que incorporam a velocidade e um processo de comunicação interativo, são um desafio para a comunicação e para a pastoral. Neste sentido, “a Igreja vem fazendo esforços para uma presença cada vez mais efetiva na *web*, mediante portais de notícias, *sites* e *blogs*” (CNBB 99, 2014, p. 136). Há uma tomada de consciência da necessidade de uma revisão de métodos de comunicação diante dessas mudanças, sobretudo com a cultura digital. Falando da nova evangelização, os documentos falam que “a cultura participativa e colaborativa, sobretudo com as redes sociais, pede uma revisão dos métodos pastorais, assim como o vem exigindo nos sistemas de ensino, nos processos políticos e na reorganização da sociedade em geral” (Idem, p. 140).

O próximo capítulo aborda a criação e o desenvolvimento do SEPAC, o contexto histórico, social, político e eclesial em seus primórdios, as propostas iniciais, o referencial teórico, a missão e os projetos contemporâneos. Apresenta os princípios norteadores que passam pela formação de agentes multiplicadores, por meio de cursos, assessorias e publicações de 1983 a 2012. Mostra, também, a síntese da metodologia adotada que integra teoria, prática e convivência.

CAPÍTULO 4

CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO SEPAC

O SEPAC Paulinas²⁸ é um projeto iniciado em 18 de outubro de 1982 com a missão de capacitar agentes pastorais para serem multiplicadores na área da comunicação. Desde o princípio adotou duas linhas de ação: os cursos e as publicações²⁹. Atualmente esse projeto insere-se no conceito de formação ou educação continuada, no campo específico da educação para a comunicação ou Educomunicação.

Os cursos que o SEPAC oferece são na área da comunicação e na interface para um público diversificado, com formação superior ou cursos técnicos e ensino médio. Entre as pessoas que o procuram há pessoas simples das comunidades bem como profissionais da comunicação, sendo a maioria de outras áreas que buscam conhecer e associar saberes, aprimorando-se na comunicação, em vista de objetivos pessoais, profissionais ou institucionais. A metodologia utilizada que articula teoria e prática, com reflexão e aplicação dos conhecimentos no sentido da apropriação na produção em diferentes linguagens, será apresentada no decorrer deste trabalho.

4.1 PASTORAL E EVANGELIZAÇÃO NO BRASIL

O sentido da palavra pastoral vem de Pastor, conforme o Evangelho de João capítulo 10, atribuída àquele que cuida, conhece, fala uma linguagem que as ovelhas entendem, guia, orienta, precede no caminho. Na sua aplicação prática, pastoral “é o agir da Igreja no mundo” (LIBÂNIO, 1978, p. 76) e indica um modo de apresentar a fé cristã, tendo presente o ser humano concreto, com linguagem acessível e ações práticas em relação a diversas áreas da organização e do cuidado desta ação.

Durante o Concílio Ecumênico Vaticano II (1962-1965), que pediu renovação para a Igreja, os bispos da América Latina e do Brasil buscaram formas de aplicar as decisões assumindo a *pastoralidade*, um dos desejos do papa João XXIII. “A Igreja do Brasil realizou uma assembleia permanente da CNBB (Conferência Nacional dos

²⁸ Paulinas é o nome popular da Pia Sociedade Filhas de São Paulo, congregação religiosa, fundada na Itália, em 1915, por padre Tiago Alberione. As primeiras religiosas vieram ao Brasil em 1931.

²⁹ As publicações, objeto de análise nesta tese serão apresentadas no final deste capítulo.

Bispos do Brasil), durante a IV sessão conciliar (14 de setembro a 8 de dezembro de 1965) para elaborar o *Plano de Pastoral de Conjunto*, aprovado em fins de novembro de 1965” (BEOZZO, 2013, p.14). Esse plano pastoral começou sua aplicação nos inícios de 1966, compreendendo ações articuladas do episcopado brasileiro que resultaram nas *Diretrizes Gerais da Ação Pastoral da Igreja no Brasil*, revisadas e completadas a cada quatro anos.

A partir de 1995 a Igreja do Brasil mudou a nomenclatura de Diretrizes da *ação pastoral* para da *ação evangelizadora* abrindo para o sentido do diálogo e ação na sociedade, não mais se restringindo à *pastoral* destinada “às comunidades cristãs que possuem sólidas e adequadas estruturas eclesiais, são fermento de fé e de vida” (CNBB, 1995, p. 7), atualizada a cada quatro anos. Nesta abertura de sentido, a Igreja convoca os fiéis a serem protagonistas da *nova evangelização* e a “articularem melhor fé e vida, anúncio e testemunho, comunhão com Deus e com os irmãos”, conforme objetivo assim formulado:

EVANGELIZAR com renovado ardor missionário, testemunhando Jesus Cristo, em comunhão fraterna, à luz da evangélica opção preferencial pelos pobres, para formar o povo de Deus e participar da construção de uma sociedade justa e solidária, a serviço da vida e da esperança nas diferentes culturas, a caminho do Reino Definitivo. (CNBB, 1995, p. 15).

Em sua Carta Apostólica “O Evangelho da Alegria”, o papa Francisco atualiza a missão da Igreja no mundo, falando agora a partir de sua missão como Sumo Pontífice, sobre a dimensão social da evangelização: “A partir do coração do Evangelho, reconhecemos a conexão íntima que existe entre evangelização e promoção humana, que se deve necessariamente exprimir e desenvolver em toda a ação evangelizadora” (FRANCISCO, 2013, p. 146). Missão essa que só tem sentido se atuante e inserida na sociedade.

4.2 SEPAC: TRAJETÓRIA E DESENVOLVIMENTO

O projeto SEPAC está inserido num contexto mais amplo de Paulinas, cuja missão é evangelizar com os meios e linguagens da comunicação no espírito do apóstolo Paulo. Nos inícios do século XX o jovem Alberione intuiu que a Igreja católica deveria inserir-se e atuar no campo da comunicação, entendendo que a evangelização,

de forma nova, se daria pela comunicação. Em 1926 escreveu: “O mundo tem necessidade de uma nova, longa e profunda evangelização” (ALBERIONE, 1926, p. 680). Para ele a pregação não deveria ser somente oral e nas igrejas, mas se dar pelas comunicações, naquela época com a imprensa. Entendeu que as mulheres deveriam ser incluídas para atuar na redação, produção, e trabalho tipográfico, imprimindo jornais, revistas, livros e divulgando-os, o que foi inovador em seu tempo.

No Brasil, as Paulinas montaram a primeira tipografia em 1934, iniciando as publicações com a revista *Família Cristã*, um periódico mensal de formação e informação para as famílias. Ao longo do tempo trabalharam junto às famílias e comunidades, se prepararam profissionalmente e se inseriram em novas formas e linguagens como a produção radiofônica, fonográfica, audiovisual e na internet. Além de publicar, a orientação do Instituto Paulinas é a “formação dos receptores”, formação de líderes de opinião, publicações pedagógico-formativas respeitando “a linguagem e o uso crítico dos meios de comunicação”. Dessa forma na sua cultura organizacional, o mundo da comunicação e as mudanças nesse campo fazem parte do cotidiano e da sua missão.

A criação do SEPAC se deu num contexto de mudanças, tanto na Igreja quanto na sociedade brasileira que buscava o espaço democrático para pensar a sociedade e a comunicação. Já no final da Ditadura Militar (1964-1985), havia grande movimentação em busca da liberdade de imprensa e para “devolver a voz ao povo”. A consciência da dominação do Norte e da situação de injustiça e aumento da pobreza na América Latina era tema de reflexão e busca de caminhos de solução entre as lideranças da sociedade civil e das igrejas cristãs, descrito no capítulo I.

4.3 PERÍODO FUNDACIONAL (1982-1988): PENSAR E FAZER O CAMINHO JUNTAS

Para registrar a síntese da história do SEPAC, vamos caracterizá-la em três períodos: fundacional, de 1982 a 1988; consolidação, de 1989 a 2000; qualificação e continuidade, de 2001 aos dias atuais.

O SEPAC Paulinas nasceu neste contexto de efervescência por parte da Igreja que procura aplicar as diretrizes do Concílio Vaticano II no Continente latino-

americano, mediante as orientações das Conferências de Medellín e, sobretudo, de Puebla, que traziam reflexões e desafios para renovar e atualizar a missão da Igreja e dos Institutos religiosos. Nos anos de 1978-1980 as Paulinas organizaram um curso de *Filosofia na ótica da Comunicação* no qual discutiam-se esses desafios em seminários, buscando atualizar sua missão e colocá-la a serviço da população mais carente, com o foco na formação de multiplicadores, neste contexto de Igreja e sociedade.

Segundo testemunho de Carmita Santana, aluna de Filosofia desse curso e diretora do SEPAC de 1990 a 1992, diante do contexto, os professores questionavam as Paulinas sobre sua inserção em meios populares e, naturalmente, as ideias iam circulando e se buscava novas formas de expressar a missão. Adriana Zuchetto³⁰, coordenadora do curso de Filosofia, relata que na mesma época emergia na Editora Paulinas a necessidade de publicar textos em linguagem popular

para despertar a consciência crítica do povo, visando ajudá-lo a libertar-se das inúmeras opressões a que estava submetido. Com tal objetivo refletia-se na oportunidade de se abrir, na periferia de São Paulo, um Centro de Animação Popular, que colocasse a serviço do povo os meios de comunicação disponíveis. Por um lado, esse centro ajudaria na formação da consciência crítica das comunidades e grupos, e estes, por sua vez, poderiam colaborar, com os autores, na elaboração e revisão da linguagem dos textos populares [...] Esse grupo de irmãs envolveu-se num processo de reflexão que culminará com a fundação do SEPAC, em 1982, algumas delas, pertenciam ao Conselho da Editora.

Entretanto, para a então diretora da Editora, Natália Maccari³¹, o embrião do SEPAC iniciou em 1981 quando a superiora provincial, Irmã Élide Pulita, a chamou para uma proposta: “Estamos para completar 50 anos de fundação no Brasil e gostaríamos de fazer algo no apostolado para marcar esta data, por exemplo, uma edição do evangelho para ser distribuída gratuitamente”. Seria destinado um valor para imprimir essa edição a ser distribuída aos pobres. Natália relata que quando ouviu a proposta, imediatamente lhe veio em mente a ideia de que uma edição do Evangelho passaria, mas se fosse criada uma “fundação, uma organização”, permaneceria e seria um destaque para Paulinas. Ela conta que a provincial também se animou, discutiu com o conselho e fez os devidos encaminhamentos para viabilizar a iniciativa, entre elas, destinar uma irmã para coordenar e levar adiante o projeto. Para ela “esta foi a semente: o SEPAC nasceu em comemoração aos 50 anos de Paulinas no Brasil; esta foi a

³⁰ . Texto “SEPAC: 25 anos fazendo a diferença na comunicação”, 03 de Outubro de 2007 (uso interno).

³¹ . Depoimento recebido por email de Irmã Natália Maccari, Roma, sábado 16 de fevereiro de 2013.

conversa inicial, o lançamento da ideia. Desse momento em diante eu passei a levar adiante a iniciativa com a aprovação do governo provincial”.

As discussões tomaram corpo, com propostas de diversas partes e envolveram o Governo Provincial das Paulinas, que foi instado a refletir e tomar uma decisão. O momento era de muita inquietação, busca e desejo de encontrar novos caminhos para a missão, incorporando a opção da Igreja junto ao povo, em favor dos pobres, conforme relato da então superiora provincial³².

Particpei da fundação do SEPAC na qualidade de superiora Provincial tomando, com o parecer do voto deliberativo de meu Conselho, a decisão última de fundação do SEPAC. Importante lembrar o horizonte da Província e da Igreja nos anos 80. A Igreja no Brasil estava no auge de sua atuação, particularmente como voz profética entre os pobres e como denúncia no campo político. Na Província havia uma efervescência na busca de caminhos novos de Evangelização. Havia nas irmãs, especialmente, entre as mais jovens, uma forte inquietação e uma busca de caminhos efetivos para concretizar – através do carisma paulino – a opção preferencial pelos pobres. Algumas irmãs se orientavam mais para o contato direto com populações pobres. Houve experiências ‘piloto’ durante as férias no Nordeste, e inserção parcial, aos domingos, e fins de semana em comunidades eclesiais de base, favelas e paróquias de periferia. Esse tipo de experiência não deu o resultado esperado. Quase simultaneamente nasceu a ideia ou intuição do SEPAC. Esta foi pensada e amadurecida por um grupo de irmãs que estudavam Filosofia. Foram incentivadas por vários professores. Elaboraram um primeiro esboço de projeto. O governo provincial acompanhou com interesse o apoio a essa instituição que finalizou com a criação do SEPAC.

Em seu relato, Pulita confirma a busca que a Editora Paulinas estava fazendo quanto às publicações populares: “duas irmãs visitaram os principais centros de comunicação da América Latina para estabelecer contatos, conhecer objetivos e funcionamento e recolher material” que pudesse ser traduzido ou adaptado para o Brasil. Segundo relato de Adriana, Natália levou as diversas ideias ao Governo Provincial e solicitou autorização para convidar como assessores para o projeto

Os professores Ismar de Oliveira Soares, presidente da UCBC e Reinaldo Matias Fleury, da PUC-SP, que eram também professores do *Curso de Filosofia na ótica da Comunicação* para colaborarem na elaboração do pré-projeto que incorporasse as ideias surgidas na reflexão das irmãs e suprisse a carência da Editora. O pré-projeto foi elaborado e evoluiu até culminar na indicação da Irmã Ivani Pulga para iniciar o novo centro. Os dois professores foram convidados a

³². Depoimento de Irmã Élide Pulita, sobre o SEPAC, 1990, em vista da elaboração de um Dossiê. Provincial é o termo jurídico aplicado à autoridade cuja jurisdição compreende, neste caso, o Brasil.

prestar assessoria pedagógica e a redigir os textos populares para a Editora³³.

Todo esse processo, que envolveu as diversas sugestões que foram incorporadas, conforme testemunha Natália: “O SEPAC nasceu com dois objetivos específicos: produção de material popular para ser editado e dar cursos de formação na sede e fora da sede: nas paróquias, nas periferias”. Um fragmento do relato de Liana Gottlieb³⁴ rememora a participação do prof. Ismar de Oliveira Soares no projeto.

Na verdade, as Edições Paulinas já vinham discutindo internamente uma proposta no sentido de prestar um serviço alternativo a seus clientes na linha da formação para a comunicação. Nesse sentido, as Paulinas aceitaram associar-se à proposta do professor Ismar, ainda que não tenham aprovado a ideia da parceria institucional: o núcleo a ser fundado deveria estar organicamente subordinado às Edições Paulinas.

A criação do SEPAC procurou dar uma resposta à situação da Igreja na formação de lideranças populares a partir da ótica dos pobres, da necessidade de produções populares, tendo em vista a linguagem e a situação social e da comunicação alternativa³⁵. Irmã Élide Pulita recorda o objetivo geral: “desenvolver a pastoral da comunicação para a formação de agentes no campo da comunicação social”. Ela relata que o Cardeal Dom Paulo Evaristo Arns, arcebispo de São Paulo, apoiou muito esta iniciativa.

O Governo provincial nomeou Irmã Ivani Pulga, formada em Relações Públicas, para levar adiante o projeto. Foi a primeira diretora do SEPAC³⁶. Ivani relata que o processo de fundação partiu de uma escuta da realidade, levantamento de dados, e por mais de um mês ficou conhecendo todos os centros populares de São Paulo, bispos, igrejas, para sondar a realidade, perguntando: “o que vocês esperam das Paulinas no campo da comunicação popular?” Conta que entre os professores do curso de Filosofia estava Ismar de Oliveira Soares, que passou a ser um colaborador e, desde o início, ajudou a pensar o projeto do SEPAC: “Como nós (Paulinas) somos da comunicação, pensaram de fazermos alguma coisa no campo da Pastoral da Comunicação popular”.

³³ . Texto de Adriana Zuchetto, “SEPAC: 25 anos fazendo diferença na comunicação”, 03 de outubro de 2007.

³⁴ Liana GOTTLIEB, artigo “Cristianismo e marxismo no pensamento educacional de Ismar de Oliveira Soares”, apresentado no V COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE A ESCOLA LATINO-AMERICANA DE COMUNICAÇÃO – CELACOM’2001.

³⁵ . A comunicação popular e alternativa é aqui entendida como a comunicação que vem do povo e alternativa ao sistema político. O grande empenho era capacitar, discutir a sociedade para produzir e fazer a leitura crítica das mídias.

³⁶ . Entrevista com Irmã Ivani Pulga em 10 de outubro de 2011, concedida a Helena Corazza é base para a reconstituição de alguns aspectos da história do SEPAC.

Para Ivani, o que caracterizou o processo de comunicação do SEPAC com os agentes pastorais:

Era fazer com que eles participassem do processo. Era a característica popular. Não nós fazermos para eles, mas eles participando do processo. E como a comunicação vinha de cima pra baixo, nós queríamos que eles produzissem a comunicação. Essa foi a semente forte do SEPAC. Chamar o povo para sujeito da sua história³⁷.

Pelos relatos até aqui são muitos os atores e as circunstâncias que envolvem os primórdios do SEPAC, e reunindo-os, pode-se dizer que um “movimento” envolveu o pensar e o sentir da comunidade Paulinas, imersa nas discussões do contexto latino-americano, neste processo que culminou com a criação do SEPAC. Embora os relatos mencionem alguns grupos como as irmãs que faziam Filosofia, o grupo da Editora, assessores convidados a colaborar para a concretização do projeto, colhemos pela história oral, que outras irmãs, entre elas estudantes de jornalismo e de outras áreas, bem como as responsáveis pela formação das futuras irmãs, também sonhavam com algo novo que pudesse favorecer a formação para a comunicação. O desejo de renovação e de dar uma resposta atual aos apelos da Igreja na América Latina com a missão paulina, para uma comunicação mais próxima do povo, foi um “movimento” coletivo no projeto fundacional. E neste processo, a autoridade competente acompanhou as discussões e tomou as decisões no momento oportuno, destinando pessoas para a sua realização. Dessa forma, torna-se claro que “O SEPAC surge nesse contexto e sob uma demanda bem específica: ser alimentador crítico de necessidades de grupos e comunidades” (PUNTEL, Revista da Intercom, 1994, p. 156).

4.3.1 Princípios norteadores: formação de lideranças e publicações

Desde os seus inícios, os princípios orientadores do SEPAC e seus objetivos foram a formação de lideranças e as publicações, sempre no sentido de discutir a comunicação na sociedade de forma crítica e capacitar agentes multiplicadores para a Pastoral da Comunicação, que consiste nas práticas e políticas de comunicação nas comunidades. Uma característica que acompanha o SEPAC é a parceria com

³⁷ . “A consciência crítica nasce, desenvolve-se no solo pátrio da liberdade, onde o homem se compreende como sujeito da história, como captador e transformador da realidade” (Libânio, J.B. 1974, p. 33).

universidades e outras instituições. No começo foi com a União Cristã Brasileira de Comunicação (UCBC), a Associação das Escolas Católicas (AEC) e, mais tarde, parcerias com universidades para cursos de especialização.

A formação de lideranças adotou o embasamento teórico da comunicação dialógica e participativa, Paulo Freire, do sujeito produtor de comunicação para ser multiplicador em suas comunidades. Nos cursos trabalhou-se a interface da comunicação com diversas temáticas como Comunicação e Liturgia, Comunicação e Catequese, Comunicação e Juventude, Comunicação e Dinâmicas de grupo. Cursos sobre Leitura Crítica eram programados conforme Ivani Pulga: “era época da Censura e tínhamos a ideia de que podíamos despertar no povo a consciência crítica mediante a análise do sistema de comunicação, um sistema de poder muito forte, era uma dominação ainda com resquícios marcantes da Ditadura. A partir daí foram montados alguns cursos na própria sede, com espaço para 40 pessoas, que extrapolava sempre por causa dos muitos participantes”³⁸.



Figura 1 - Folder SEPAC, 1983. Fonte: Arquivos do SEPAC Organização, CORAZZA, H.

4.3.2 Comunicação e Feiras Culturais nas escolas e cursos

A partir de 1983, a equipe do SEPAC fez um trabalho de orientação sobre a comunicação nas escolas católicas mediante Feiras Culturais, priorizando ações de

³⁸ A primeira sede do SEPAC foi à Rua 15 de Novembro, 71, centro da cidade de São Paulo.

comunicação com o tema da Campanha da Fraternidade de cada ano. No contato com a AEC, faziam-se projetos para o ano todo com o objetivo de desenvolver no educando a leitura crítica dos meios de comunicação. O SEPAC assessorava professores e alunos na produção e articulação da comunicação dentro da escola. Eram realizadas Feiras Culturais nos colégios mediante palestras, análise de filmes, produções de jornal e boletins.

Ajudava-se a produzir diferentes formas de comunicação, nas temáticas escolhidas: criar um jornal na escola, um programa de rádio, peças de teatro, programa de televisão. Os projetos envolviam o ano escolar e no final realizava-se uma apresentação para um grande público, como aconteceu no Ginásio do Ipiranga. Entre as escolas com quem o SEPAC desenvolveu projetos de comunicação, em 1983 e 1984, estão: Colégio *Regina Mundi*, Colégio *Emilie Villeneuve*, Colégio do *Rosário*, Colégio *Madre Mazzarello*. Em 1985, Ano Internacional da Juventude, participou do I e do II Congresso Paulista da juventude cristã³⁹. Na percepção de Ismar de Oliveira Soares

ao conceber o projeto de assessoria de comunicação às escolas, alimentava, pessoalmente, a hipótese de que uma nova metodologia estava sendo requerida quando o propósito fosse levar o tema da ‘educação para a comunicação’ para o ensino formal. Imaginava que melhor que promover uma prática linear de leitura crítica dos meios de comunicação no âmbito de alguma disciplina da grade curricular, seria mais adequado propiciar aos estudantes que procedessem a um mergulho no mundo da comunicação a partir de algum problema relevante para suas vidas, presente no próprio currículo das disciplinas regulares do currículo. A experiência das ‘Feiras de Comunicação’ do SEPAC, antecipou em 17 anos o trabalho que o Núcleo de Comunicação e Educação - por mim fundado na USP, em 1996 - passou a propor às escolas públicas municipais de São Paulo, através do Educom.rádio, em 2001: o emprego de uma metodologia de educação para a comunicação de forma problematizadora mediante a pedagogia de projetos, numa perspectiva construtivista e dialética. Afinal, uma experiência nitidamente educacional!⁴⁰

Para discutir a sociedade e o sistema, o SEPAC se serviu de estratégias, como a organização de eventos e de publicações populares, que marcaram época. O I Ciclo de estudos do com o tema “Comunicação e Poder”, realizado de 16 de março a 29 de Junho

³⁹ Na documentação disponível foi encontrado apenas um relato de Soares sobre a interrupção do trabalho com as escolas católicas: A crise Econômica de 1987 com o Plano Cruzado, o congelamento de preços, com o conflito entre direções e magistério nos colégios, fez com que o ensino particular católico passasse por uma crise profunda. Como consequência todos esses trabalhos pedagógicos foram abandonados. Foi nesse instante também que o trabalho de assessoria do SEPAC aos colégios acabou sendo abandonado (Entrevista ao SEPAC, 05/06/1990).

⁴⁰ . Entrevista concedida a Fábio Gleiser Vieira Silva, dissertação de mestrado na Faculdade Casper Líbero com o título *A Igreja Católica e a Comunicação na Sociedade Midiatizada: Formação e Competência*, São Paulo, 2010.

de 1983, no salão da Igreja São Judas reuniu 120 participantes e palestrantes ilustres como Dom Cândido Padin, Carlos Eduardo Lins da Silva, José Marques de Melo, Luís Eduardo Wanderlei e Regina Festa, entre outros.

O Curso “Comunicação e Sistema” foi organizado para discutir o poder da grande mídia. Mais tarde, o mesmo realizou-se por correspondência, sendo que a primeira experiência foi em nível interno com Irmãs Paulinas nos anos de 1986-1987, em formato de educação a distância.



Figura 2 - Fonte: Arquivos do SEPAC – Organização: CORAZZA, H.

As publicações são uma linha de ação do SEPAC desde seu projeto inicial. Na busca de uma comunicação democrática e participativa o desejo foi sempre o de produzir a partir da realidade das pessoas e com linguagem acessível. As produções populares têm o objetivo de formar a consciência e alimentar as discussões sobre questões dos meios de comunicação bem como sua influência na sociedade. Importante notar que essas publicações são da Editora Paulinas, com a marca do SEPAC, que serão apresentadas na página 114 e fazem parte da pesquisa empírica.

4.3.3 Reflexões sobre o contexto de sociedade e comunicação

A iniciativa do SEPAC insere-se no contexto dos anos 1960 a 1980, que corresponde a um processo de mudança no interior da sociedade brasileira e latino-americana. O tema da Educação para a Comunicação circulou nos meios acadêmicos e nos Movimentos Sociais, buscando compreender o sentido da Comunicação Popular que se expressa, sobretudo, nas práticas tendo em vista a construção da cidadania. Segundo Peruzzo, “é um momento da história em que o processo de antítese do *status quo* aparece com nitidez possivelmente devido à realidade sociopolítica, econômica e cultural concreta do país na qual predomina a negação da plenitude da cidadania à maioria da população” (PERUZZO, 1995, p. 28).

A autora diz ainda que o conceito de Comunicação Popular e Alternativa, que circulava na década de 1980, não é simples de se definir e tem suas ambiguidades e conflitos. Pelo menos três significados são enumerados como expressões culturais de danças e festas, crenças e costumes; a compreensão popular em relação aos meios de comunicação de massa e sua dominação junto às camadas populares; e outra ligada às lutas pela melhoria das condições de vida. No caso do SEPAC, uma de suas linhas de ação foi trabalhar a consciência crítica frente aos meios de comunicação de massa.

No período da Ditadura Militar, a comunicação popular mostrou-se como alternativa de um espaço estratégico para conscientizar e educar o público popular por meio de projetos, entre eles, o de “Leitura Crítica da comunicação”, diante da influência, sobretudo, ideológica dos meios de comunicação. Puntel assinala que havia um objetivo claro: “ajudar os comunicadores a terem uma ação prática na desmistificação da comunicação social, da comunicação de massa. Uma grande utopia, nascida das pessoas batalhadoras, habituadas a perceber as mudanças sociopolíticas e culturais da história”. (PUNTEL, 2010, p. 253-264).

O período fundacional do SEPAC foi caracterizado pela elaboração de um projeto voltado à formação para a comunicação e a introdução da temática da Comunicação e Educação no ensino formal, aplicada a escolas católicas. As publicações procuravam ser coerentes com as discussões do tempo, voltadas à Leitura Crítica da Comunicação e à capacitação do público popular para a produção. Foi um tempo de disseminação de ideias que foram sendo desenvolvidas em diferentes espaços educativos.

4.4 PERÍODO DE CONSOLIDAÇÃO (1988-2000)

Caracterizamos este segundo momento como de consolidação, pois com a chegada de novos membros na equipe do SEPAC, Carmita Santana e Elide M. Fogolari, em abril de 1988, ainda sob a direção de Ivani Pulga, algumas atividades realizadas até aqui precisaram buscar alternativas e, diante das demandas de formação mais consistente para agentes pastorais, a equipe começou a projetar cursos de maior duração. Com a mudança da sede do SEPAC para a Vila Mariana⁴¹ ampliou-se a oferta e diante da demanda para uma formação sistemática para agentes de pastoral, a equipe estudou novos projetos para sistematizar a formação no campo da comunicação que envolvesse teoria e prática.

Em 1988 e 1989 realizou-se, pela primeira vez, um curso Teórico e Prático de Pastoral da Comunicação em três módulos, num tempo propício em que a Igreja no Brasil refletiu e vivenciou como tema da Campanha da Fraternidade “A comunicação para a verdade e a paz”, em que o SEPAC colaborou na reflexão para elaborar os textos de reflexão para as comunidades, nesta campanha.

4.4.1 Sistematização de cursos no SEPAC e convênio com Universidade

Com a organização de um curso sistemático de comunicação, em três módulos, com duração de 15 dias cada um, a proposta foi de sistematizar a teoria e a prática da comunicação em conteúdos teóricos de reflexão, pensando na história da comunicação, nas teorias e políticas e em laboratórios de produção da comunicação, sobretudo, jornal, rádio, vídeo, publicidade e teatro. Segundo a coordenadora do curso, Ir. Elide M. Fogolari, o primeiro foi organizado para atender à demanda de formação tanto do público interno, irmãs e estudantes, quanto de agentes pastorais que sentiam a necessidade de se capacitar para atuar junto às comunidades, emissoras de rádio, rádios populares: “Em 1988 nós iniciamos um curso de Pastoral da Comunicação com o

⁴¹ . A sede do SEPAC passou para a Rua Joaquim Távora, 656 – Vila Mariana.

objetivo de capacitar agentes de Pastoral da comunicação [...] Esse curso, o primeiro, foi bastante proveitoso e tivemos agentes pastorais de 18 estados do Brasil”⁴².

1988

Cursos com

Metodologia

Teórico-prática

1990 a 2000

Curso de comunicação

***lato sensu* em convênio**

com a USF (Univ. São

Francisco)

2001 até hoje – Convênio

com a PUC-SP/Cogear



Figura 3 – Folder: Primeiro Curso Teórico-prático – 1988 - Rua Joaquim Távora, 756, Vila Mariana, São Paulo, SP. Fonte: Arquivos do SEPAC – Org. CORAZZA, H.

Na configuração inicial, o curso era livre, ou seja, sem um certificado de universidade. Segundo a coordenadora, o curso suscitou interesse e desejo dos participantes de terem algum reconhecimento público, conforme depoimento de Fogolari: “no final do primeiro curso, por solicitação dos próprios cursistas, comecei a procurar em várias Faculdades para estabelecer convênio”.



Jornal



Publicidade



Rádio



Vídeo



Figura 4 - Laboratórios do SEPAC – 1989 – Fonte: Arquivos do SEPAC Org. CORAZZA, H.

⁴² . Entrevista concedida ao SEPAC em 25 de maio de 1990.

A partir da primeira experiência buscaram-se Instituições de Ensino com quem o SEPAC/Paulinas pudesse fazer parceria. Depois de diversas tentativas, o convênio foi estabelecido com a USF (Universidade São Francisco) de Bragança Paulista, SP, em Janeiro de 1990 e se estendeu até janeiro de 2001, denominado Curso de Especialização teórico-prático em Comunicação Social. Para atender às necessidades do público que atua na comunicação e nem sempre tem graduação concluída, foi aprovado em duas modalidades: pós-graduação *lato sensu* e extensão acadêmica. A partir de 1993, a responsabilidade da orientação dos alunos de pós-graduação *lato sensu* e extensão cultural, passou para a responsabilidade de professoras da equipe do SEPAC.

Neste período houve uma reestruturação para adequar o curso às exigências acadêmicas, com a assessoria do prof. Dr. Mauro Wilton de Sousa, da ECA-USP. Na adequação do curso as reflexões caminharam em duas linhas: o conceito de comunicação, mantendo o popular e a diversidade do público que procurava os cursos. Ponderou-se também que, para pensar e produzir a comunicação, é preciso competência maior nas áreas de conhecimento, informação, onde as pessoas sejam competentemente críticas e não apenas denunciastas. A assessoria do professor Mauro Wilton de Sousa⁴³ colaborou com o processo de reflexão para adequar o acadêmico ao popular.

O popular não é necessariamente o anti-massa, o anti-padrão, nem também só a denúncia política da dominação dos Meios de Comunicação. Mas sim de como se dá o processo de reinterpretação de tudo isso na prática das pessoas e essa reinterpretação passa por uma melhoria da competência, mais do que propriamente do instrumental, ou seja, entender o processo. Nesse sentido a instituição é mais arejada, mais aberta. Eu vejo muito o SEPAC como um espaço de trocas.

Nesta retomada e pensando o público que procurava o SEPAC, considerou-se que o popular é uma espécie de pano de fundo que sustenta, mas que é preciso garantir a competência e a qualidade na formação e não simplesmente dar um verniz. A competência passa pelo conhecimento disponível na academia, tendo em vista a situação concreta das pessoas para quem o conteúdo é trabalhado. Não se trata apenas de fazer crítica ao modelo existente, mas adquirir competência para recriá-lo, de ser uma mediação para o debate, ouvir demandas e buscar soluções de forma criativa. No entendimento do professor Mauro Wilton (1990) “Quem procura o SEPAC é o *mediador*. É o agente de pastoral, é o mediador daquela relação escolar com o aluno, portanto, é o professor. É o agente de pastoral, portanto, são os líderes da comunidade”.

⁴³ . Entrevista concedida ao SEPAC em 22 de maio de 1990.

O Curso de Especialização teórico-prático em Comunicação Social, em convênio com a USF, foi organizado de forma intensiva, com três módulos, de 15 dias cada, em período integral para atender as demandas dos agentes pastorais, grande parte, vinda de diversos estados do Brasil. Visando atingir os objetivos da reflexão e o exercício prático de produção, a metodologia adotada é teórico-prática, ou seja, procura integrar as reflexões da comunicação com o exercício prático da produção no laboratório escolhido.

Estrutura do curso: 3 Módulos – 15 dias, cada um, em tempo integral ⁴⁴

Curso de Especialização Teórico prático em Comunicação Social.

Convênio SEPAC/USF (1990-2000)

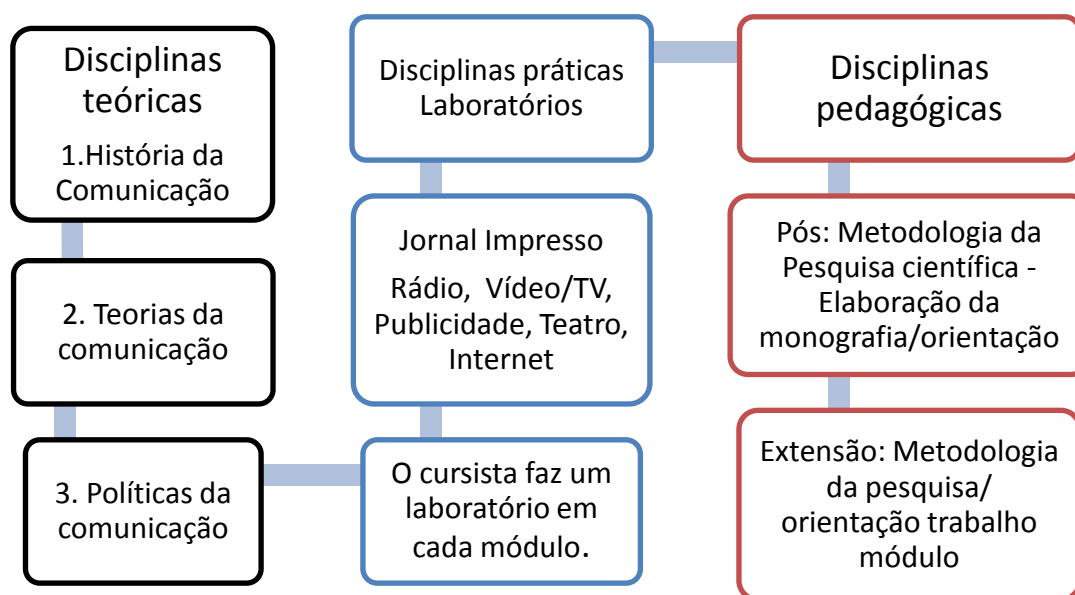
Curso de Especialização Cultura e meios de comunicação, uma abordagem teórico-prática - **Convênio:** SEPAC – PUC-SP (COGEAE) 2001 aos dias atuais.

Modalidades: Pós-graduação *lato sensu* – carga horária: 420h/a

Extensão Acadêmica: 360h/a

Coordenação compartilhada – PUC e SEPAC

Organização, administração e orientação da pesquisa - Prof. SEPAC



Os cursistas que participam do curso em nível de pós-graduação *lato sensu* preparam uma monografia, segundo as exigências da metodologia de pesquisa científica, com elaboração de projeto, pesquisa de campo, tendo um tema de comunicação. O curso de Especialização conveniado com a USF produziu 224

⁴⁴ . Nos dois convênios (USF e PUC-SP) o curso de Especialização foi aprovado com a mesma estrutura outro nome e atualização de conteúdos teóricos e laboratórios, conforme esta apresentação. Por mais de 10 anos o curso foi programado em período de férias e também em período letivo, sempre de forma intensiva (Folder do Curso, Anexo).

monografias sobre temáticas de Comunicação e Educação, Comunicação e Igreja e Análise da mídia, conforme serão analisadas no capítulo 5.

4.4.2 Cursos livres no período de consolidação

A partir de 1993 o SEPAC organizou outros cursos livres e assumiu a disciplina de Educação para a Comunicação junto a Institutos de Teologia. Membros do SEPAC participaram da equipe que elaborou o documento de orientação da CNBB sobre a Educação para a Comunicação bem como da edição atualizada por membros da Equipe de Reflexão do Setor de comunicação da CNBB⁴⁵, após a avaliação de professores de comunicação dos Institutos da formação nos seminários.

Um projeto que o SEPAC realiza, desde 1994, é *Educação para a Comunicação* em parceria com o ITESP (Instituto Teológico de São Paulo), em São Paulo, SP, que trabalha a formação teórica e prática para os estudantes de Teologia. De início, programado para três etapas, com um curso intensivo de duas semanas (PUNTEL 1994, p.159), atualmente realiza-se em dois semestres. O curso tem por objetivo desenvolver um programa básico de formação e está organizado em duas etapas: a primeira corresponde aos estudos introdutórios da Comunicação, comunicação e Igreja, ministrada no primeiro semestre letivo (de fevereiro a junho) no próprio Instituto. A segunda etapa realiza-se no SEPAC, num período de cinco dias durante o segundo semestre, e compreende teoria e práticas laboratoriais, envolvendo a formação da pessoa. Este curso também foi ministrado por professores (as) do SEPAC a estudantes de Teologia no *Studium Theologicum* de Curitiba, PR, de 1994 a 2011.

Neste período, o SEPAC organizou e realizou cursos livres, normalmente ministrados para atender a necessidades das comunidades e paróquias, entre eles, o de Pastoral da Comunicação com laboratórios com jornal comunitário, teatro e comunicação e liturgia. Outros foram realizados para aprimorar a comunicação pessoal, como Técnicas para falar em Público e o acolhimento nas comunidades com o Curso de Acolhida. Esses cursos livres não têm qualquer exigência acadêmica, favorecendo assim os agentes comunitários que tenham interesse e necessidade de preparar-se.

⁴⁵ . “Educação para a Comunicação nos Institutos de Filosofia e Teologia dos futuros presbíteros da Igreja no Brasil” (Paulinas/SEPAC, 2001).

4.5 Período de qualificação e continuidade

A partir de 2001 o SEPAC buscou nova parceria acadêmica com a PUC-SP (COGEAE) e o curso passou por algumas reformulações nas disciplinas teóricas, mantendo, porém, a mesma estrutura em relação aos módulos e laboratórios, conforme descrito na p. 103. A partir dessa data o curso foi aprovado com o nome de Curso de Especialização “Cultura e meios de comunicação: uma abordagem teórico-prática”, como pós-graduação *lato sensu* e Extensão Cultural⁴⁶. Alguns laboratórios novos foram introduzidos como o de Internet, tendo em vista as mudanças tecnológicas, sobretudo a digitalização. Continuam os cursos livres e assessorias, bem como as publicações com a coleção *Pastoral da Comunicação: teoria e prática*, no final deste capítulo, tendo em vista a reflexão de temas teóricos, o apoio às comunidades no aspecto formativo e a produção de conteúdo nas diversas linguagens, nos laboratórios de produção.

As linguagens da cultura digital estão, progressivamente, impulsionando o ensino para levar em conta as mudanças culturais e tecnológicas que exigem uma nova maneira de aprender e de ensinar, principalmente com a internet. Longe de imaginá-la somente como “revolução” instrumental, sua incidência transformadora atinge os processos educacionais. É nesse novo ambiente que os cursos Sistemáticos⁴⁷ e Livres prosseguem sendo atualizados.

Nesse período, houve continuidade do projeto *Educação para a Comunicação* em parceria com o ITESP (Instituto Teológico de São Paulo), em São Paulo, que o SEPAC realiza, desde 1994, para os estudantes de Teologia, realizado em dois semestres. A formação para a comunicação não só para agentes pastorais, mas para religiosos, sacerdotes e seminaristas é recomendada nos documentos da Igreja: “durante a sua formação, os futuros sacerdotes, religiosos e religiosas devem conhecer a incidência dos meios de comunicação na sociedade” (PCCS, 1971, p. 63).

Curso “Educação para a comunicação: leitura crítica”, como Extensão Acadêmica, firmou seu convênio com UNISAL (Centro Universitário Salesiano de São Paulo), em 2010. Trata-se de um projeto destinado a educadores(as) e objetiva favorecer

⁴⁶ . O levantamento dos participantes está no capítulo 5 e será objeto de análise.

⁴⁷ . Denominam-se “cursos sistemáticos” aqueles que têm uma sistematização e mantêm convênio com alguma universidade ou faculdade e conferem certificado.

o conhecimento e a reflexão sobre as mudanças culturais que acontecem na sociedade atual, sobretudo pelo avanço das tecnologias de comunicação.

Tendo em vista a transversalidade da comunicação nas ações pastorais, o SEPAC realiza o projeto Pastoral da Comunicação e Comunicação na Pastoral que tem por objetivo refletir a comunicação nas pastorais para que ela seja vista e aplicada como elemento integrador e articulador e qualifica o modo de comunicar nas pastorais. Esse projeto tem em conta a comunicação como processo relacional não só entre as pessoas, mas entre as pastorais e aponta novas fronteiras que precisam ser identificadas e acolhidas pelas lideranças, bem como a capacitação para ações evangelizadoras. A Pastoral da Comunicação enfoca o pensamento da Igreja, suas orientações para a organização e a prática da comunicação nas comunidades e dioceses. Programam-se cursos ou painéis com temáticas que possam ajudar os interessados em sua missão.

Diante da procura no aprimoramento da comunicação pessoal, seja no aspecto profissional quanto nas pastorais, a programação do SEPAC realiza o Projeto liderança na comunicação que tem por objetivo favorecer o desenvolvimento dos líderes em diferentes olhares: relacionamento, gestão, relação com o público, laboratórios de produção.

A formação continuada em relação ao aprendizado das novas tecnologias realiza-se no projeto Laboratórios, que compreende a capacitação prática no campo da produção com diferentes linguagens para exercer a comunicação no seu contexto do dia a dia, na área de Rádio, web rádio, produção de conteúdos para a Internet, Jornalismo e vídeo/TV, web TV. Faz parte da metodologia, a apropriação do conhecimento das técnicas acompanhadas da reflexão teórica, tendo em conta o conhecimento das diferentes linguagens na atuação em diferentes mídias.



Figura 5 - Laboratórios do SEPAC – 2012 – Fonte: Acervo do SEPAC
Org. CORAZZA, H.

4.6 Metodologia que integra o pensar, o produzir e o conviver

A metodologia do SEPAC, conforme consta de seu programa, adota um perfil teórico-prático em que o ser humano é sujeito do processo comunicacional. Essa metodologia se alinha com os princípios e valores assumidos pela instituição em sua missão de “capacitar agentes culturais e sociais na área da comunicação, qualificando a atuação profissional, cultural e pastoral, na totalidade do ser humano”⁴⁸. A competência neste campo é uma exigência que aliada ao compromisso com os valores da cidadania, torna mais eficaz a comunicação. Essa metodologia tem como eixo central a comunicação como processo integrado que inclui a reflexão, a ação e o relacionar-se de forma articulada. Trata-se de uma formação para *ser* e *atuar*, focando o ser humano como sujeito em sua interação e convivência na sociedade, com as tecnologias e ambiente comunicativo, o entorno.

Assim, insere-se a pessoa em sua formação humana, cultural, espiritual e intervindo na sociedade, em função de uma comunicação democrática e participativa. O processo de formação, sob o enfoque teórico-prático, faz parte da gênese Paulina, cujo carisma⁴⁹ é a comunicação. Para o seu fundador, Tiago Alberione: “a formação técnica

⁴⁸ Definição da missão do SEPAC, publicada na programação anual, 2014, p. 5.

⁴⁹ Carisma aqui, não tem cunho individual ou pessoal, mas se refere à missão da instituição, aprovada pela Igreja. No caso das Paulinas trata-se de evangelizar na sociedade contemporânea, tendo como mediação todas as invenções que o progresso humano apresentar e as necessidades e condições dos tempos exigirem.

é igualmente necessária a todas para o exercício prático do apostolado nas suas diferentes partes. Ocorre, portanto, que nas casas de formação haja um curso teórico-prático de apostolado para todas: aspirantes e irmãs” (ALBERIONE, 1961, p. 265).

Nesta visão, evidenciam-se três eixos que tratamos em separado apenas por uma questão didática, mas que acontecem de forma integrada: pensar, produzir e conviver. O *pensar* envolve a reflexão teórica, o conhecimento disponível com distanciamento crítico, conforme as teorias atuais de análise da comunicação, a recepção e análise de produtos midiáticos; o *produzir* envolve o conhecimento das diferentes linguagens e a habilidade do planejamento e da criação de produções que possam circular na sociedade; o *conviver* envolve o ser humano como sujeito do processo comunicativo, o ambiente, a comunicação visual, o acolhimento das pessoas com afeto, a infraestrutura que possibilite o exercício e a experiência da comunicação.

4.6.1 Pensar a comunicação e despertar a consciência crítica

Um dos aspectos trabalhados desde o início do SEPAC é a formação da consciência crítica. O contexto social, político e religioso, da década de 1980, buscava o espaço democrático para pensar a sociedade e a comunicação. Era crescente a organização da sociedade civil, sobretudo latino-americana, em favor da democratização da comunicação e da comunicação alternativa. Por isso, um dos projetos iniciais que perdura é a análise crítica dos produtos culturais a fim de discutir a sociedade e buscar a democratização. Esse pedido da Conferência de Puebla, México (1979), coincidiu com os propósitos do SEPAC.

Conforme Libânio (1978), a formação da consciência crítica requer uma concepção dialética da realidade que implica na dupla atenção crítica a respeito do objeto e do sujeito e da sua mútua relação. “A concepção dialética da realidade social implica também numa percepção de seu aspecto conflitivo e a ilusão das soluções meramente simbólicas, que não produzem nenhuma mudança real nas próprias relações sociais” (LIBÂNIO, 1978, p. 97).

A análise de produtos culturais midiáticos na área de impressos, rádio e televisão, na década de 1980, adotava uma metodologia que partia do ver e analisar em grupo, com roteiros próprios, envolvendo questões, sobretudo em relação à ideologia. O

foco da análise é a percepção do que a mídia produz e seus impactos nas pessoas e na sociedade e, ao mesmo tempo, o que poderia ser feito diferente ou modificado. A partir da análise da mídia, esse trabalho também ajudava as pessoas a se reverem na comunicação interna das comunidades.

A análise dos meios de comunicação apoia-se em estudiosos latino-americanos que trabalharam em favor da democratização da comunicação e de uma comunicação horizontal, como Luís Ramiro Beltrán: “Os meios de massa, em sua maioria, são instrumentos viciados das forças conservadoras e mercantilistas utilizados para controlar os meios de produção nacional e internacional” (BELTRÁN, 1981, p. 34).

A metodologia na análise dos produtos culturais é indutiva, para se obter distanciamento crítico e, dessa maneira, ver e refletir a partir do conteúdo apresentado, analisando o que faltou, se faltou e o que o grupo faria diferente. A partir do trabalho em grupos, da partilha da análise procura-se ver ângulos diversos e provocar a discussão em relação à sociedade e ao cotidiano.

Em sua programação atual o SEPAC mantém um projeto voltado aos educadores: “Educação para a comunicação: leitura crítica”, que envolve a formação para diversos temas ligados à comunicação e educação como: mudanças tecnológicas e a formação do imaginário pela mídia, análise do cinema, análise de telenovelas, games, redes sociais e sua relação com os processos educacionais. Essas temáticas favorecem a reflexão e as práticas comunicacionais em sala de aula, a fim de ajudar os educadores a fazer “pontes” entre o cotidiano e as práticas comunicacionais na educação.

A abordagem teórica da comunicação dá-se, sobretudo, nas leituras e reflexão sobre temáticas que apresentam a história da comunicação, as teorias que sustentam as práticas, bem como as políticas e práticas do poder público e do mercado, adotadas nos processos de produção nas diversas mídias e sistemas. No sistema complexo de comunicação existente torna-se às vezes difícil ter postura crítica, entretanto é vasta a bibliografia adotada nos cursos, o que favorece a abertura de horizontes para um pensar atualizado da comunicação contemporânea.

4.6.2 Produzir com diferentes linguagens

O processo de produção faz parte da metodologia, no SEPAC, desde os primórdios, e começou em escolas, com diretores e professores, para motivá-los a implementarem trabalhos de comunicação que pudesse mobilizar para realização de feiras culturais. Conforme Soares, fazia-se “uma proposta de se substituir a Feira de Ciências pela Feira da Comunicação” Algumas escolas iniciaram a produção de seu jornal ou vídeos, de modo a se apropriarem do conhecimento de produção.

A contribuição específica do SEPAC-EP está na assessoria que oferece aos estabelecimentos de ensino no sentido de amarrarem seus projetos educativos semestrais ou anuais em torno de um fio condutor que é a crítica ao sistema de comunicação vigente, quer na macrossociedade (através dos grandes veículos, quer na microssociedade) através das relações entre pais e filhos, entre instituições educativas e os grupos de alunos, entre os responsáveis pela pastoral e a comunidade dos fiéis (SOARES, 1988, p.12).

Com o passar do tempo o SEPAC sistematizou os laboratórios de produção, do jornal impresso às produções digitais para sites e mídias sociais. A orientação é que o cursista tenha a visão do processo da comunicação e trabalhe ao mesmo tempo em grupo, discuta a proposta e faça elaboração coletiva, independente da tecnologia adotada.

O grupo trabalha de forma participativa em todas as etapas da produção. O SEPAC inclui em sua metodologia a integração do grupo como elemento prioritário para a produção da comunicação. Ao mesmo tempo, esse exercício faz parte do processo de convivência, ajuda mútua e participação. Algumas vezes o grupo encontra dificuldades nesse processo, e isso é recuperado como parte do aprendizado para se obter uma produção com mais qualidade. Estimula-se também a criatividade individual. (CORAZZA, 1997, p. 109).

Referindo-se à produção radiofônica, também se evidencia o processo participativo: “Para os que atuam em ‘Rádios Populares’, insiste-se, sobretudo, no processo de comunicação participativa, tanto na equipe de trabalho como na relação com a comunidade, objetivando o processo participativo” (CORAZZA, 1995, p. 172).

A metodologia envolve a produção da comunicação, de forma a adquirir competência nas diferentes linguagens, ter uma atuação eficaz na comunidade e na sociedade. Na produção de conteúdo nos impressos, rádio, vídeo e mídias sociais, a metodologia é teórico-prática e participativa, com a reflexão, o planejamento e a realização em grupo. Em grupos pensa-se e planeja-se a produção, vai-se a campo em busca da informação, adotando técnicas de redação e de entrevista, fazendo a avaliação, sem esquecer-se do lugar de onde se fala. Busca-se que as pessoas se capacitem nas

diferentes áreas pastorais, na educação para adquirirem conhecimento e habilidades e produzirem a partir de suas realidades e comunidades. Dessa forma ajuda-se a valorizar e dar visibilidade ao cotidiano local, nem sempre visibilizado nas mídias. Os cursistas são desafiados a serem criativos e a buscarem respostas às necessidades pastorais e educativas, inovando e não reproduzindo ou repetindo o modelo hegemônico de comunicação.

A metodologia também pode ser constatada nas publicações do SEPAC. A partir de 2010 os cursos do SEPAC procuraram atender a demandas da era digital como produção e gestão da comunicação para Redes sociais, produção de conteúdo para a web, webrádio, webtv, planejamento editorial jornalístico voltado a sites, blogs, além de cursos na área de liderança na comunicação.

As diferentes linguagens carregam em si uma teoria própria aliada à prática, entendendo que “a práxis não é simplesmente a atividade material do homem. É também conhecimento teórico. [...] A práxis é esse conjunto de prática e teoria, numa dinâmica a transformar as relações sociais” (LIBÂNIO, 1978, P. 98). Por sua vez, a apropriação do conhecimento na prática de produzir comunicação, ajuda a pessoa a se tornar sujeito do processo, produtora de conteúdos que possam contribuir na sociedade.

4.6.3 Conviver e relacionar-se na comunicação

Um dos eixos da comunicação no SEPAC é o *conviver*, que envolve o ambiente e o acolhimento às pessoas que chegam, para que se sintam bem e possam vivenciar uma experiência positiva e produtiva. Considera-se que o aprendizado da comunicação não está só na reflexão e na prática, mas que o ambiente, a comunicação visual e sonora, as relações com as pessoas, bem como a infraestrutura e o entorno, fazem parte da metodologia do SEPAC, pois são condições para o *ser* e o *produzir* comunicação.

Nos textos que descrevem a experiência na “formação para a produção e recepção tanto do vídeo pastoral” e a “formação para o rádio” (CORAZZA, 1995, p. 171-177), o destaque é para a metodologia teórico-prática participativa, o trabalho em equipe, os desafios da linguagem e o profissionalismo. A integração do grupo é fator prioritário para a produção da comunicação. Os cursos estimulam e desafiam a criatividade e, ao mesmo tempo, a convivência e a ajuda mútua. A ênfase dada por

cursistas é “a *satisfação de aprender* coisas novas, a oportunidade de criar e exercer o domínio sobre a técnica. Isso proporciona ‘o prazer de sentir, eu estou vivendo mais e melhor’” (CORAZZA, 1997, p. 105-112).

Partindo do princípio de que a forma de comunicar é conteúdo, o SEPAC ministra cursos que trabalham a pessoa que comunica e o desenvolvimento do seu potencial, a organização do pensamento, o modo de expressão verbal e corporal. Cursos de técnicas para falar em público, o teatro voltado à comunidade, comunicação e expressão fazem parte da educação para a comunicação, e, esses aspectos, são também trabalhados nos laboratórios de produção de conteúdo.

A metodologia que abarca a reflexão, a prática e a convivência, poderá contribuir para que os comunicadores do campo pastoral para estabelecer coerência entre o pensar, o produzir e o conviver, partes do processo participativo e dialógico, das diferentes linguagens. Essas características educomunicativas podem ser um diferencial em seus ambientes de atuação.

4.7 PUBLICAÇÕES DO SEPAC DE 1983 A 2012

As Publicações, que são uma linha de ação do SEPAC, fazem parte da análise de dados desta pesquisa, e podem ser agrupadas nas Coleções: “Leitura Crítica da comunicação”, “Manuais de comunicação da ALER”; “Pastoral da Comunicação, teoria e prática” e algumas publicações avulsas, publicadas pela Editora Paulinas. As primeiras encontram-se em bibliotecas e nos arquivos do SEPAC, as demais, disponíveis em livrarias. Neste capítulo faremos a descrição dessas publicações e a análise correspondente fará parte do capítulo 7.

4.7.1 Publicações do SEPAC (1983-1989)

Nesse período as publicações centraram-se nas produções populares com o objetivo de formar a consciência e alimentar as discussões sobre questões dos meios de comunicação bem como sua influência na sociedade. O que se buscava era uma

comunicação democrática e participativa e de produzir a partir da realidade das pessoas, com linguagem acessível. Importante destacar que essas publicações são da Editora Paulinas, com a marca do SEPAC.

4.7.1.1 O processo e a Leitura Crítica da comunicação

A primeira publicação compreende o tema da NOMIC (Nova Ordem Mundial da Comunicação e da Informação) em versão popular, intitulada *Tramas da comunicação* (1983). Texto de Regina Festa que adaptou em linguagem popular o documento final do Seminário Latino-americano sobre “Igreja e Nova Ordem da Comunicação e Informação”, realizado em Embu, SP, de 8 a 12 de outubro de 1982, com o apoio das entidades católicas de comunicação em nível nacional e latino-americano, da CNBB e da UNESCO⁵⁰. Em 1984 o SEPAC iniciou a produção de uma série sobre “Leitura Crítica da comunicação”, com quatro títulos: *Para uma Leitura Crítica do Jornal* (1984, 80 p.) e *Para uma leitura crítica da publicidade* (1988, 100 p.) por Ismar de Oliveira Soares, ambos com duas edições; *Para uma leitura crítica da televisão* (1984, 70 p.) por João Luís Van Tilburg, coordenador do Programa Recursos Pedagógicos da FASE (Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional), com cinco edições; *Histórias em Quadrinhos* (1984, 92 p.), organizado por Sonia M. Bibe Luyten, jornalista e mestra em Comunicações pela ECA/USP. Os livros levam a marca SEPAC-EP e UCBC-LCC, sendo que o projeto de Leitura Crítica foi uma coedição das duas instituições. Além das publicações, fazia-se formação de agentes pastorais e culturais, em nível ecumênico, para aplicar esses cursos nas comunidades, nas diversas regiões do país.

Os conteúdos das publicações são organizados em capítulos, de forma didática, para cinco a dez encontros. A linguagem simples e direta é voltada ao cotidiano das pessoas e apresenta um processo de análise crítica das produções culturais de Jornais, Televisão, Histórias em Quadrinhos e Publicidade. A metodologia tem em vista facilitar

⁵⁰ . Essa publicação não leva a marca do SEPAC, entretanto a citamos aqui pela sintonia com as discussões do SEPAC naquele momento. É um caderno de 52 páginas, escrito em linguagem de história em quadrinhos com sugestões de quatro encontros para trabalhar em grupo, sendo que no último são colocadas as propostas do grupo. Todo o estilo leva à tomada de consciência das “tramas da comunicação” e da necessidade das pessoas tomarem posição como sujeitos do processo.

aos líderes comunitários a análise dos produtos dos meios de comunicação, com atividades práticas e muitas sugestões voltadas para os educadores e agentes comunitários.

Em 1989, a Campanha da Fraternidade trabalhou o tema “Comunicação para a verdade e a paz”, o SEPAC organizou a publicação de *Como organizar a Pastoral da Comunicação*, coordenada por Ismar de Oliveira Soares, em coedição com a UCBC. Participam 13 especialistas que tratam de temas ligados à compreensão do processo da comunicação, à comunicação no interior da Igreja, sobretudo símbolos e a linguagem nas celebrações; da comunicação com a sociedade, como o uso dos meios de comunicação na pastoral, a educação para a comunicação e método para a leitura crítica de produções em espaços informais, como família e comunidades.



Figura 6 - Publicações Paulinas/SEPAC/UCBC

Fonte: Acervo do SEPAC – Org. CORAZZA, H.

4.7.1.2 Manuais para formar comunicadores populares de rádio

O SEPAC realizou publicações populares na área da produção radiofônica, em coedição com a ALER/Brasil (Associação Latino-americana de Educação Radiofônica), IBASE e FASE do Rio de Janeiro. Foram traduzidos dez manuais de produção

radiofônica, com texto do cubano José Ignacio López Vigil⁵¹, especialista em comunicação popular, ilustrados no estilo de Histórias em Quadrinhos. Trata-se da série Manuais de comunicação, publicada em 1987 com os títulos: *A entrevista*, *Notícia Popular*, *Áudio-Debate / Disco Debate*, *Entrevista Coletiva*, *Noticiário Popular*, *Rádio Revista de Educação Popular 1 e 2*, *O Sociodrama*, *O riso (humor) na Rádio Popular*, *Adaptação de contos e Mulher e Rádio Popular*. A tiragem impressa foi de cinco mil exemplares cada um, sendo que o manual *A entrevista* teve uma segunda edição. O propósito foi o de “oferecer informações básicas para aqueles que desenvolviam experiências práticas de comunicação”; e destinava-se “a entidades, movimentos de base, sindicatos, associações de bairro, igrejas e pessoas que desenvolviam experiências alternativas de comunicação, especialmente no campo do Rádio” (A ENTREVISTA, 1987, p. 3). Observa-se que o autor quer falar a partir da realidade das pessoas e procura ajudá-las a tomar consciência de que a voz do povo foi roubada: “Não que o povo não tenha voz, nem que a tenha perdido: ELA FOI ROUBADA!” (p. 5). Objetivo de tais publicações era o de capacitar lideranças não para apenas aprender a fazer comunicação, mas para fazê-la a partir do lugar do oprimido.



Figura 7 - Manuais de comunicação - ALER-Brasil, IBASE, FASE, SEPAC/EP- 1987

⁵¹ . Em 2003, Paulinas traduziu e publicou a obra de Vigil: “Manual urgente para radialistas apaixonados”, 520 páginas, não analisado aqui por não se tratar de publicação do SEPAC.

Nas duas séries os autores eram especialistas comprometidos com a proposta da comunicação popular. Muitos trabalharam e assessoraram grupos populares, o que lhes confere a experiência e a proximidade na linguagem simples, direta e compreensível ao seu público, no processo participativo. Com as publicações, o esforço visa devolver a voz ao povo, de *empoderar* as lideranças populares para que possam atuar. O sonho de que um centro popular na periferia pudesse “colaborar na elaboração e revisão da linguagem dos textos populares”, conforme descrito por Adriana permaneceu como horizonte, pois conforme referenciais teóricos ligados à libertação do povo, entende-se que a educação popular, conforme Freire, “através de um processo participativo de aprendizagem, é importante para criar um ‘espaço democrático’ na sociedade e também para desenvolver o potencial que mobilizaria os setores populares a trabalhar pela transformação social” (PUNTEL, 1994, p. 259-260).

As publicações são uma linha de ação assumida pelo SEPAC, que atende à necessidade dos cursos e divulgadas ao público interessado. A Leitura Crítica diante dos meios de comunicação, na década de 1980, foi mais voltada à crítica da manipulação dos meios de massa, numa visão social e com o objetivo da conscientização pela denúncia e capacitação na produção. Foi um tempo em que a discussão estava focada na sociedade e na influência das mensagens dos meios de comunicação. A metodologia partia dessa realidade fornecendo elementos para a crítica e propostas alternativas.

4.7.2 Pesquisas acadêmicas sobre comunicação

Na fase de consolidação do SEPAC, constata-se que não houve um projeto organizado de publicações, mas algumas temáticas isoladas, como a comunicação interpessoal e pesquisas de membros da equipe do SEPAC. Em 1991, *Comunicação Interpessoal*, coordenado por Antonio Carlos Moreira, jornalista e professor, coleção “Educação para a Comunicação”, com esta única edição. Estruturado em cinco capítulos, trata da pessoa que comunica na relação consigo mesma, no seu potencial comunicativo e na comunicação com os outros. A linguagem é acessível e cada capítulo traz no final “Questões para refletir” com exercícios práticos que facilitam o aprofundamento.

Em 1994 foi publicada a tese de doutorado de Joana T. Puntel, realizada no Canadá, pela *Simon Fraser University*, intitulada “Igreja e a democratização da comunicação”. Essa tese analisa a trajetória histórico-cultural da Igreja na área da comunicação, que volta o olhar para a democratização, o processo participativo no contexto da NOMIC e da Teologia da Libertação. Tornou-se referência nos estudos da comunicação e Igreja também nos cursos do SEPAC. Joana faz parte da equipe, desde 1993, quando assumiu a orientação pedagógica do mesmo.

Em 2000, “Comunicação e Relações de gênero em práticas radiofônicas”, dissertação de mestrado de Helena Corazza, da equipe do SEPAC. Essa publicação trabalha a partir dos referenciais dos Estudos Culturais e faz pesquisa de recepção com as Rádios católicas do Brasil, com um tema polêmico, a questão de gênero na Igreja católica. A partir das emissoras, estuda a questão da categoria cultural de gênero aplicada a uma instituição masculina em sua hierarquia e onde, em suas conclusões, constata que a mudança do olhar sobre a mulher se dá pela sua competência.

A tese de Puntel sobre a Igreja católica e a democratização da comunicação é um trabalho sólido, ainda hoje referência de pesquisa, que faz o percurso da busca pela democratização da comunicação, uma bandeira assumida pelas igrejas cristãs, como a NOMIC, as lutas populares e os referenciais de teóricos latino-americanos. A dissertação de Corazza trabalha Comunicação e Relações de gênero em práticas radiofônicas da Igreja católica no Brasil, com pesquisa de campo seguindo a teoria das mediações, pesquisa quantitativa não só das emissoras católicas, mas dos funcionários, homens e mulheres, sua formação e atuação. Buscou saber como numa cultura, pautada pelo homem, a mulher pode fazer a diferença.



Figura 8 – Publicações - Acervo do SEPAC – Org. CORAZZA, H.

4.7.3 Produções na dimensão teórica e prática

A partir de 2003, um novo projeto de publicações é iniciado no SEPAC com a Coleção: *Pastoral da Comunicação: teoria e prática*, organizada em três séries: *Série Manuais* relativa aos laboratórios do SEPAC que podem ser utilizados na produção da comunicação em diferentes áreas; *Série Dinamizando a comunicação* que visa dinamizar a comunicação em grupos e comunidades com temas que envolvem a Pastoral da Comunicação; *Série Comunicação e cultura*, suporte cultural para aprofundamento de temas voltados à pesquisa. Essas três linhas revelam a visão de comunicação do SEPAC, que inclui a reflexão, a produção prática e o trabalho com o ser humano e aperfeiçoa o modo de comunicar.



Figura 9 – Publicações Série Manuais: a prática dos conteúdos dos laboratórios realizados no SEPAC – Acervo SEPAC – Org. CORAZZA, H.

A série *Manuais*, com nove volumes, traz os conteúdos dos laboratórios de produção do SEPAC, oferecendo elementos para uma produção de acordo com as exigências de linguagem de cada uma das mídias. Alguns buscam o aprimoramento da comunicação pessoal, como é o caso de “Teatro em comunidade”, “Oratória, técnicas para falar em público” e “Espiritualidade, consciência do corpo e comunicação”, que trabalham a pessoa que comunica na relação consigo mesma, com o corpo e nas relações com o público.



Figura 10 – Publicações Série Dinamizando a Comunicação, para formar agentes comunicadores. Fonte: Acervo SEPAC – Org. CORAZZA, H.

A série *Dinamizando a comunicação* visa favorecer processos de comunicação em grupos e comunidades com temas que envolvem a Pastoral da Comunicação e a interface com algumas pastorais, todos com autoria de especialistas na área. *Dia Mundial das comunicações sociais* (Maria Alba Vega, 2005); *Comunicação e família* (Ivonete Kurten, 2005); *Comunicação e liturgia na comunidade e na mídia* (Helena Corazza, 2005); *Pastoral da Comunicação. Diálogo entre fé e cultura* (Joana T. Puntel e Helena Corazza, 2007); *Homilia, a comunicação da Palavra* (Enio Rigo, 2010); *Geração NET. Relacionamento, espiritualidade, vida profissional* (Gildásio Mendes, 2012). Esta série concretiza a interface da comunicação com áreas como a família, as celebrações e a homilia, bem como a comunicação no interior das comunidades. Trabalham também a organização da comunicação na Igreja e o seu relacionamento com a sociedade, com a PASCOM. Desde 2012, todos os manuais, exceto Homilia, estão disponíveis na versão E-book.



Figura 11 – Publicações Série Comunicação e cultura - Fonte: Acervo SEPAC
Org. CORAZZA, H.

A série *Comunicação e Cultura*, com nove volumes, aborda temáticas atuais, de reflexão acadêmica, na sociedade midiática e em relação à Igreja, à fé, aos jovens, à informação, estudos de recepção e Cibercultura. Temáticas que provêm de pesquisas, a questão da cultura midiática, a Cibercultura, produção de conteúdo para mídias digitais e o diálogo entre fé e cultura.

Esta série quer ser suporte cultural para aprofundamento de temas voltados para a pesquisa em diferentes áreas. São publicações monotêmáticas de pesquisadores sobre temas específicos. *Cultura midiática e Igreja. Uma nova ambiência* (Joana.T. Puntel, 2005 – 2ª. Ed. 2008); *Comunicação diálogo dos saberes na cultura midiática* (Joana.T. Puntel, 2010). Essas duas publicações estão disponíveis também em E-book. *Comunicação eclesial: utopia e realidade* (José Marques de Melo, 2005); *INFOtenimento. Informação + entretenimento no jornalismo* (Fábica Angélica Dejavitte, 2006); *Recepção mediática e espaço público. Novos olhares* (Mauro Wilton de Sousa Org. 2006); *Manipulação da linguagem e linguagem da manipulação* (Claudinei Jair Lopes, 2008); *Cibercultura sob o olhar dos Estudos Culturais* (Rovilson Robbi Britto, 2009); *Jovens na cena metropolitana. Percepções, narrativas e modos de comunicação* (Sílvia H. S. Borelli, Rose de Melo Rocha, Rita de Cássia A. Oliveira, 2009); *Fé e Cultura. Desafio de um diálogo em comunicação* (Celito Moro, 2009).

Este capítulo trouxe uma síntese do projeto SEPAC, contexto, missão e objetivos no campo da formação de multiplicadores na área da pastoral. O percurso com 30 anos, objeto da pesquisa empírica desta tese com o recorte para publicações, análise

das temáticas das monografias em relação aos valores da Educomunicação como o diálogo, a participação e a intervenção na sociedade.

O próximo capítulo apresentará um levantamento com dados quantitativos do perfil do cursista do SEPAC, regiões de procedência, formação e a produção de monografias. O recorte da pesquisa são as monografias produzidas de 2002 a 2012 do Curso de Especialização “Cultura e Meios de comunicação, uma abordagem teórico-prática” do SEPAC, em convênio com a PUC-SP/COGEAE, organizadas em três categorias: Interface comunicação e educação, Interface comunicação e Igreja, Produção e análise da mídia.

CAPÍTULO 5

ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

5.1 LEVANTAMENTO DOS PARTICIPANTES E ANÁLISE DAS MONOGRAFIAS PRODUZIDAS PELOS CURSISTAS (2002-20012)

Este capítulo apresenta os dados quantitativos e qualitativos da pesquisa, com o objetivo de demonstrar a abrangência do SEPAC em território nacional e que sua contribuição na linha de princípios e de ação, foi decisiva para a emergência da teoria e prática educacional e sua consolidação junto ao segmento da Pastoral da Comunicação no Brasil, da Educomunicação no espaço pastoral.

Alguns critérios foram adotados e estabelecidos procedimentos para a pesquisa dos dados e delimitação do universo a ser pesquisado: dados quantitativos dos participantes e representatividade por Estado, regiões de procedência; perfil do cursista do SEPAC⁵², formação acadêmica e a produção de 219 monografias no período de 1990 a 2012. Esses dados foram levantados com base na documentação disponível no SEPAC e trabalhados em quatro categorias: em relação à procedência (Estados), gênero, formação acadêmica e atuação, sendo que os de Extensão Cultural somam 854. Esse levantamento foi realizado em 2012 e primeiro semestre de 2013 sendo que os dados são apresentados, nos dois convênios⁵³, em separado, pois o recorte da análise das monografias centra-se nos últimos dez anos.

Num segundo momento, conforme o recorte da pesquisa há uma análise das monografias produzidas de 2002 a 2012⁵⁴ do “Curso de Especialização Cultura e Meios de comunicação, uma abordagem teórico-prática” do SEPAC em convênio com a PUC-SP/COGEAE, agrupadas em três eixos: Interface comunicação e educação, Interface comunicação e Igreja, Produção e análise da mídia.

⁵² . Trata-se do Curso de Especialização realizado em convênio com universidades na modalidade de pós-graduação *lato sensu* e extensão cultural. Não foram levantados os cursos livres ou outras modalidades.

⁵³ . De 1990 a 2001 o convênio foi firmado com a Universidade São Francisco; de 2001 a 2012 com a PUC-SP (COGEAE).

⁵⁴ . Dado o volume de monografias produzidas nos últimos 10 anos (195), no projeto inicial a proposta foi de analisar apenas as da temática Rádio e Novas Tecnologias, mas no Exame de Qualificação houve questionamento do por que não incluir as de Comunicação e Educação, por se tratar do tema da pesquisa. Avaliando o perfil do cursista em que 80% provém de instituições ligadas à Igreja ou trabalham nelas, optou-se por analisar todas, com uma nova categorização, por temáticas.

5.1.1 Participantes do Curso de Especialização pós-graduação *lato sensu* – USF

A hipótese principal desta tese é que, nos 30 anos de caminhada, a contribuição do SEPAC na linha de princípios e de ação foi decisiva para a emergência da teoria e prática educomunicativa e sua consolidação junto ao segmento da Pastoral da Comunicação no Brasil. O levantamento com dados quantitativos foi realizado mediante consulta ao prontuário do cursista, dos arquivos do SEPAC, comprovam a abrangência nível nacional: “Curso de Especialização teórico-prático em Comunicação Social” do SEPAC em Convênio com a USF (Universidade São Francisco), de 1990 a 2001⁵⁵, nas duas modalidades: pós-graduação *lato sensu* (22 Estados) e Extensão Cultural (27 Estados). A representatividade é praticamente de todos os Estados da federação, mostrando a presença de pessoas de locais distantes, sobretudo, onde há mais carência de formação e onde há projetos de comunicação e para os quais as pessoas precisam se capacitar.

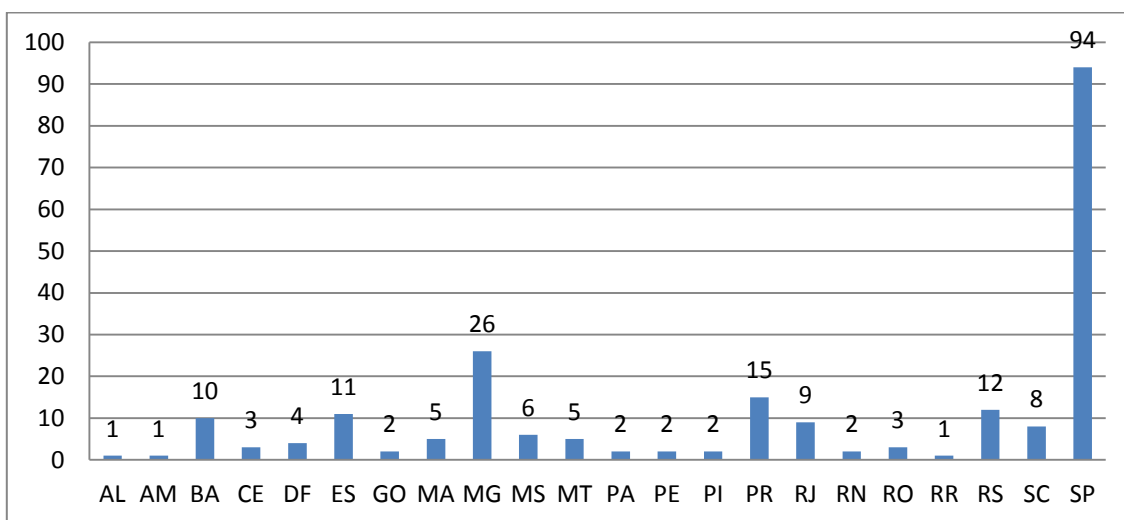


Gráfico 1 - Por Estado - Curso de Especialização USF - 1990-2001 – Fonte: CORAZZA, H.

⁵⁵ . Tendo em vista que uma parcela dos agentes pastorais das comunidades tem Ensino Médio, superior incompleto ou superior completo, não reconhecido pelo MEC, o curso é aprovado também na modalidade de Extensão Cultural. Veja estrutura do curso p. 103 e Anexo.

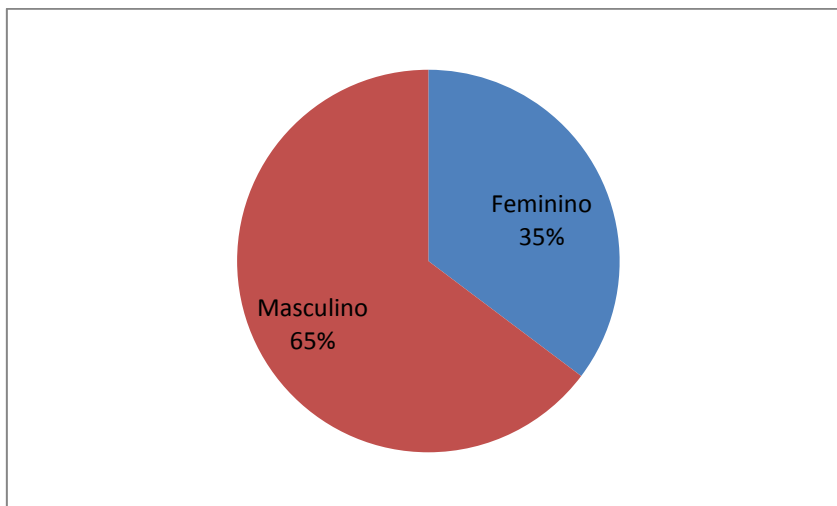


Gráfico 2 - Por sexo - Curso de Especialização USF 1990-2001
Total de 224, sendo 145 homens e 79 mulheres – Fonte: CORAZZA, H.

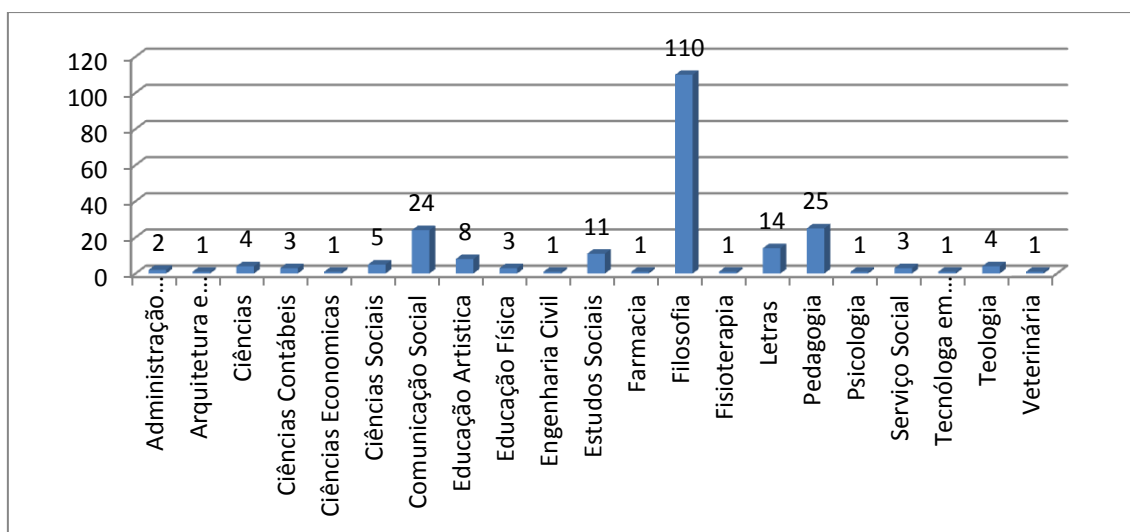


Gráfico 3 - Por formação - Curso de Especialização USF - 1990-2001 - Total 224
Fonte: CORAZZA, H.

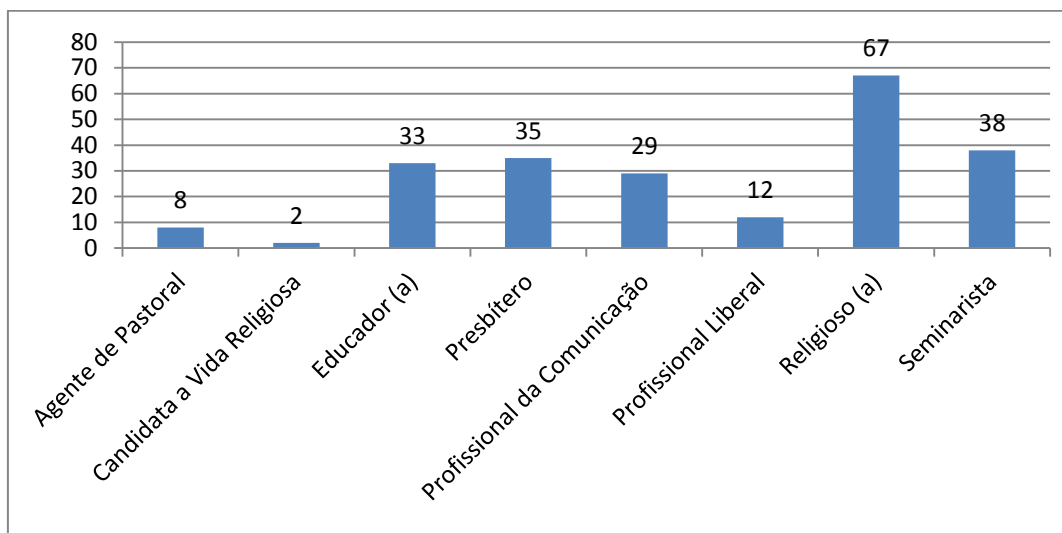


Gráfico 4 - Por atuação - Curso de Especialização USF 1990-2001 - Total 224
 Fonte: CORAZZA, H.

5.1.2 Participantes de Extensão Cultural – USF

A seguir, os dados dos cursistas que participaram do “Curso de Especialização teórico-prático em Comunicação Social” do SEPAC em Convênio com a USF (Universidade São Francisco), de 1990 a 2001. São 676 de 26 Estados, mais Argentina e Chile, que cursaram três módulos, dois ou um módulo, uma vez que para Extensão o curso tem exigências próprias.

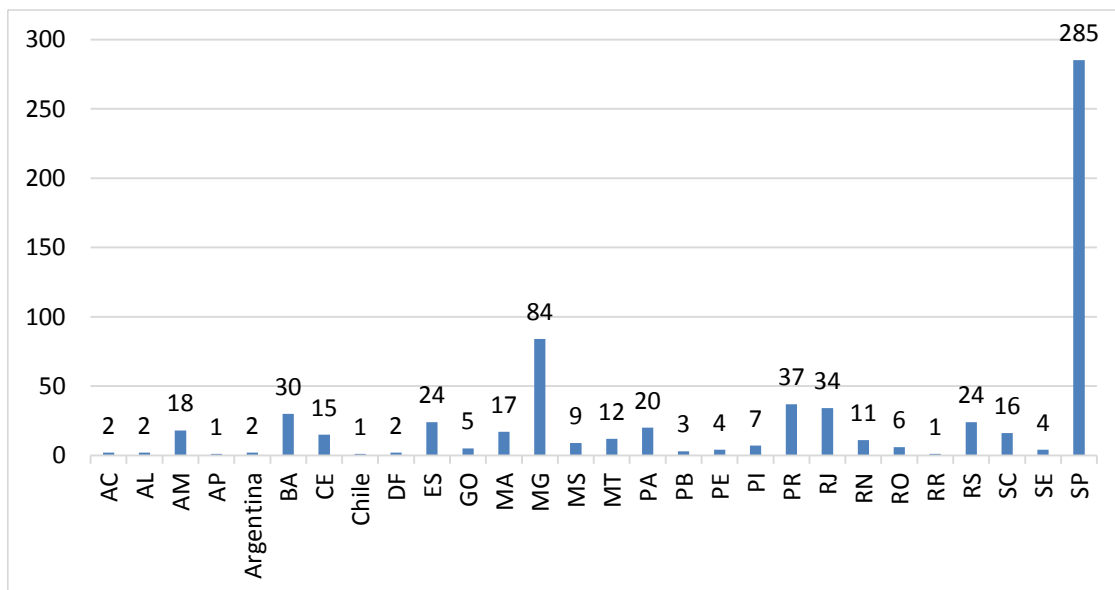


Gráfico 5 - Por Estado - Extensão Cultural/ USF - 1990-2001
 25 Estados, Distrito Federal e dois países da AL - Total 676 – Fonte: CORAZZA, H.

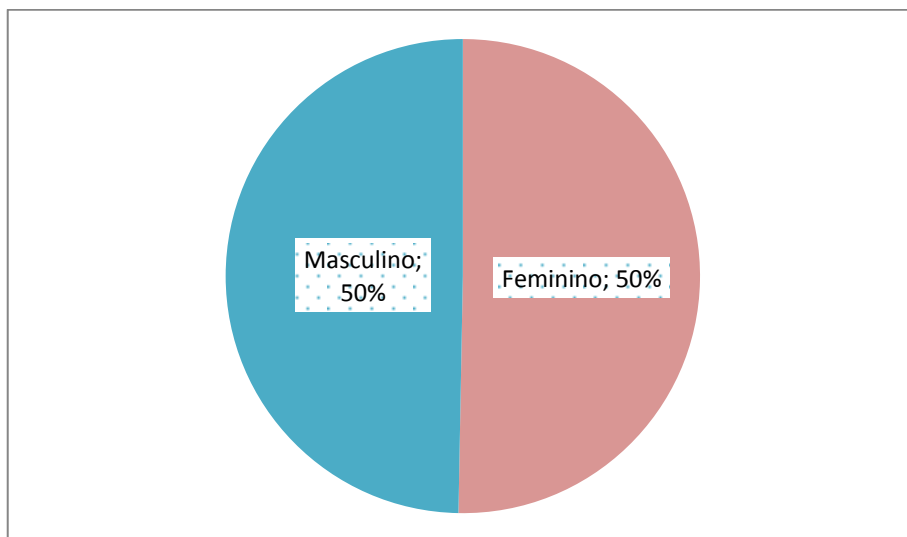


Gráfico 6 Por sexo - Extensão Cultural/ USF 1990-2001 Total 676
 Fonte: CORAZZA, H.

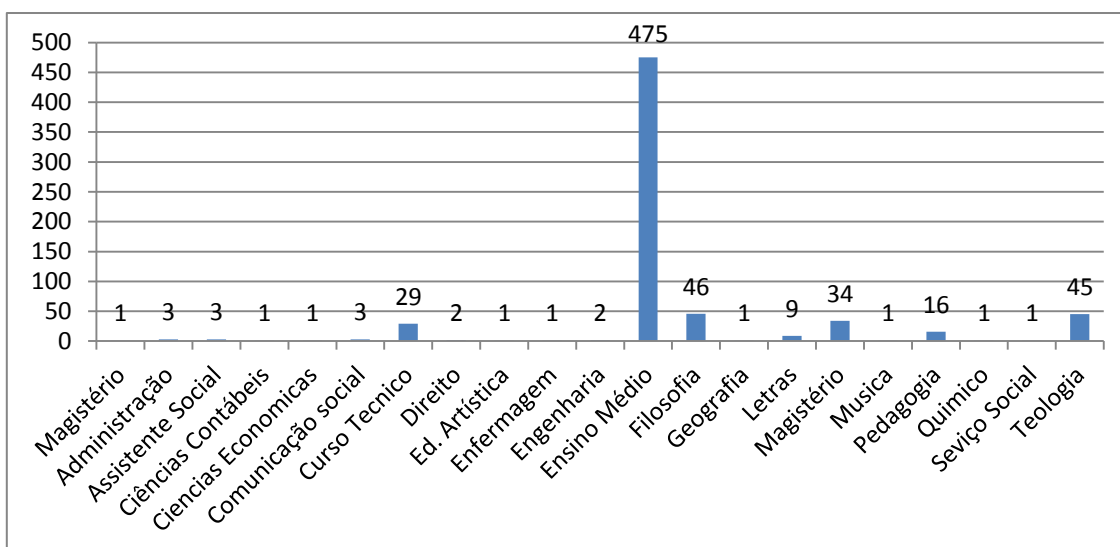


Gráfico 7 - Formação - Extensão Cultural/USF 1990-2001. Total: 676 – Fonte: CORAZZA, H.

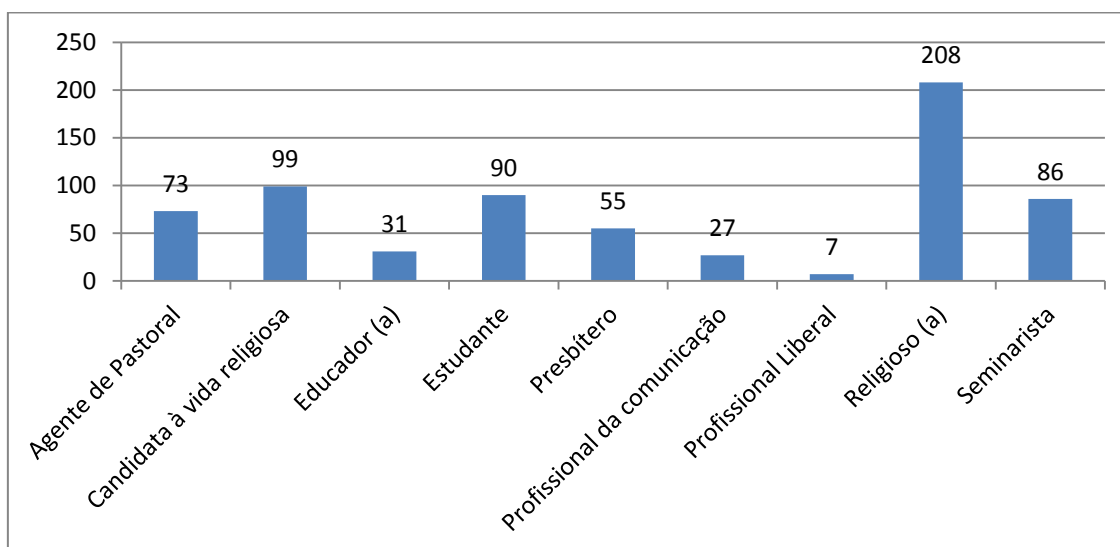


Gráfico 8 - Atuação - Extensão Cultural/USF 1990-2001. Total: 676 – Fonte: CORAZZA, H.

5.1.3 Participantes de Extensão Cultural – PUC-SP (COGEAE)

A partir de 2001 o SEPAC firmou convênio com a PUC-SP (COGEAE) com o “Curso Cultura e Meios de Comunicação, uma abordagem teórico-prática” e a

delimitação da pesquisa é de 2001 a 2012, levantando, num primeiro momento, os cursistas de Extensão Cultural, com os três, dois o um módulo, que somam 178 de 18 Estados do Brasil.

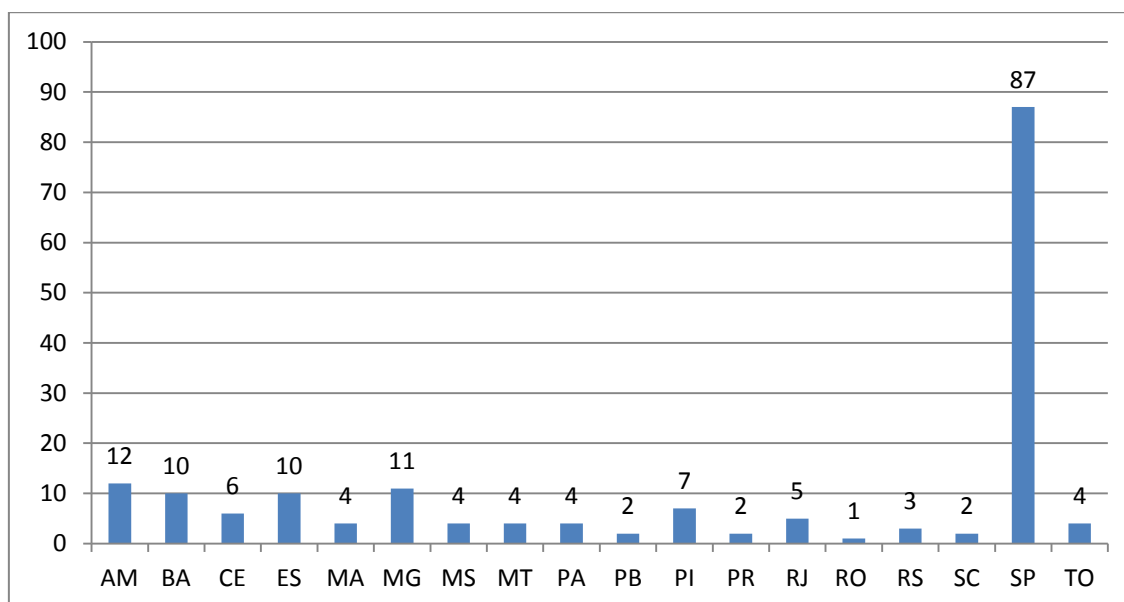


Gráfico 9 - Por Estado - Extensão Cultural PUC-SP (COGEAE) 2001- 2012
Total 178 – Fonte: CORAZZA, H.

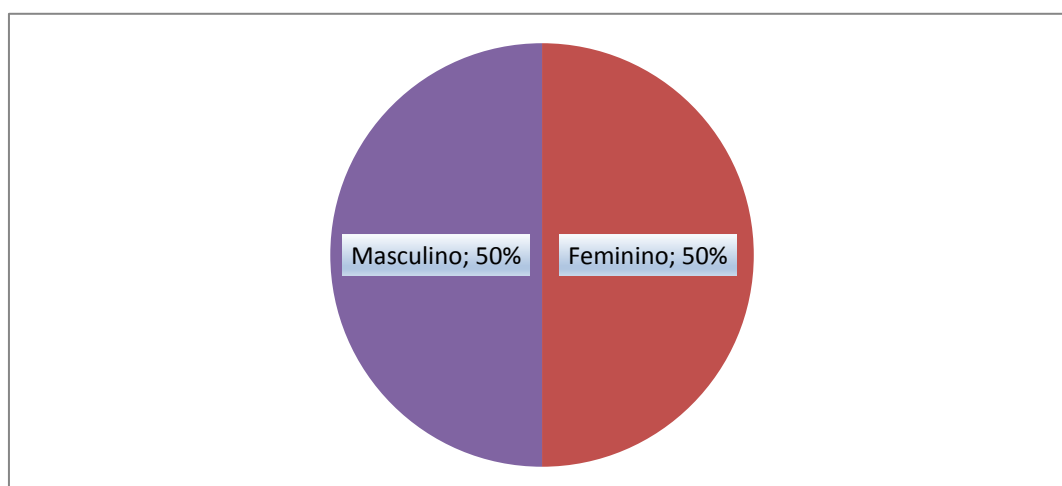


Gráfico 10 - por sexo - Extensão Cultural PUC-SP (COGEAE) 2001 - 2012 - Total 178
Fonte: CORAZZA, H.

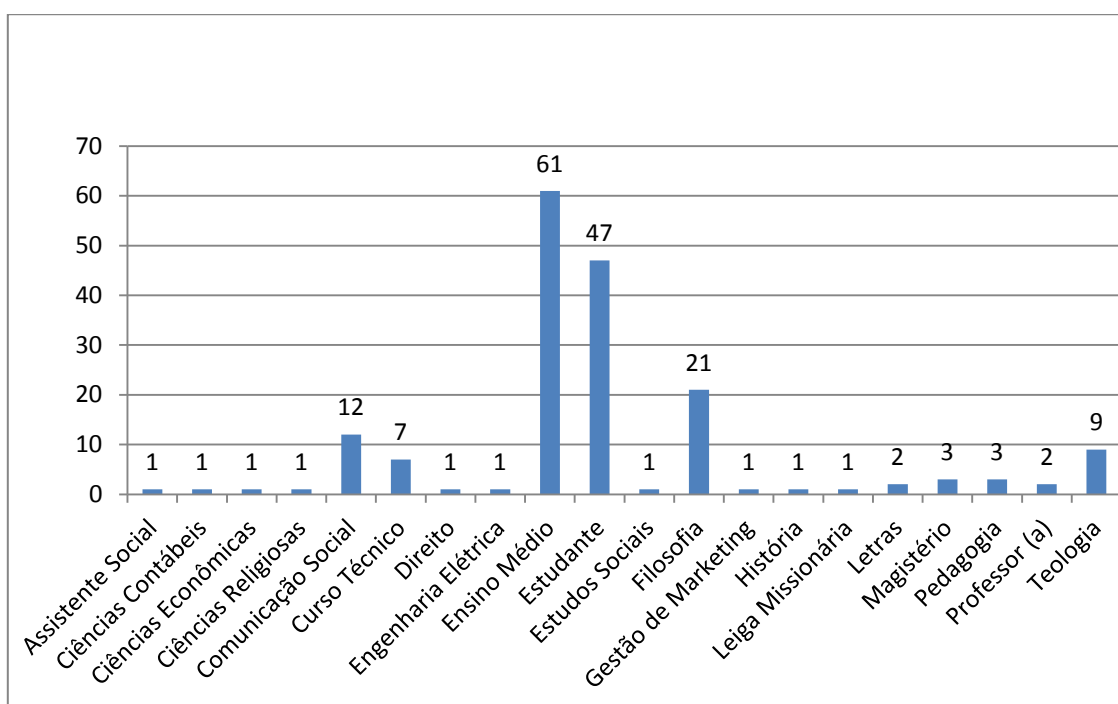


Gráfico 11 - Formação - Extensão Cultural PUC-SP (COGEAE) 2001- 2012 - Total 178
Fonte: CORAZZA, H.

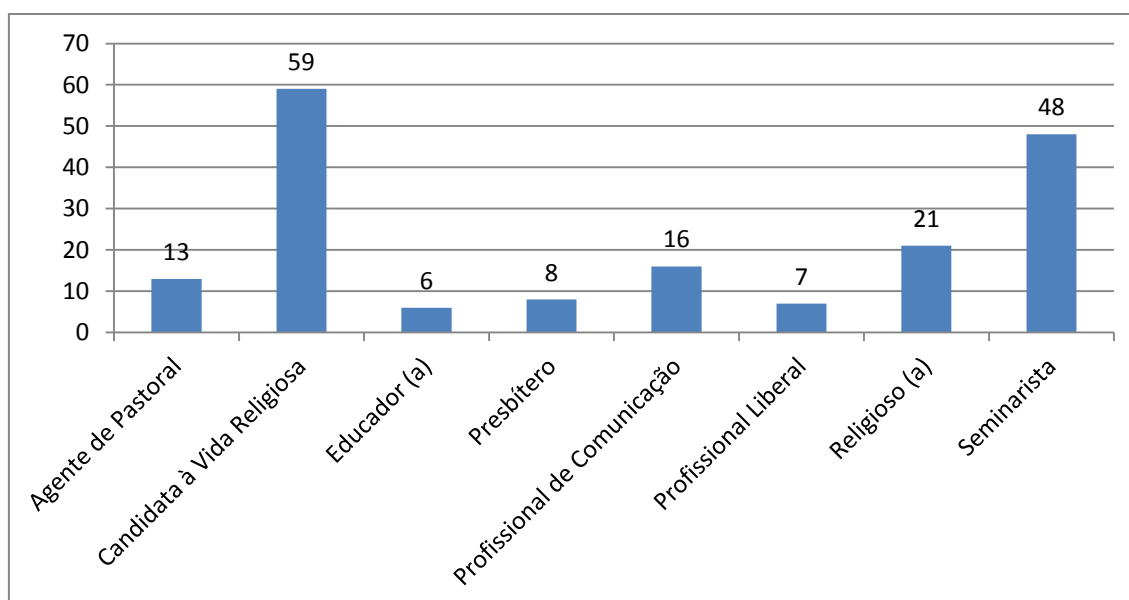


Gráfico 12 - Atuação - Extensão Cultural PUC-SP (COGEAE) 2001- 2012 - Total 178
Fonte: CORAZZA, H.

5.1.4 Participantes de pós-graduação *lato sensu* – PUC-SP (COGEAE)

A amostra aqui colocada refere-se a 195 alunos de pós-graduação *lato sensu* do Curso de Especialização “Cultura e Meios de Comunicação, uma abordagem teórico-prática” do SEPAC em convênio com a PUC-SP (COGEAE), que concluíram sua monografia de 2002 a 2012, que serão analisadas neste capítulo. Os participantes são de 23 Estados de procedência.

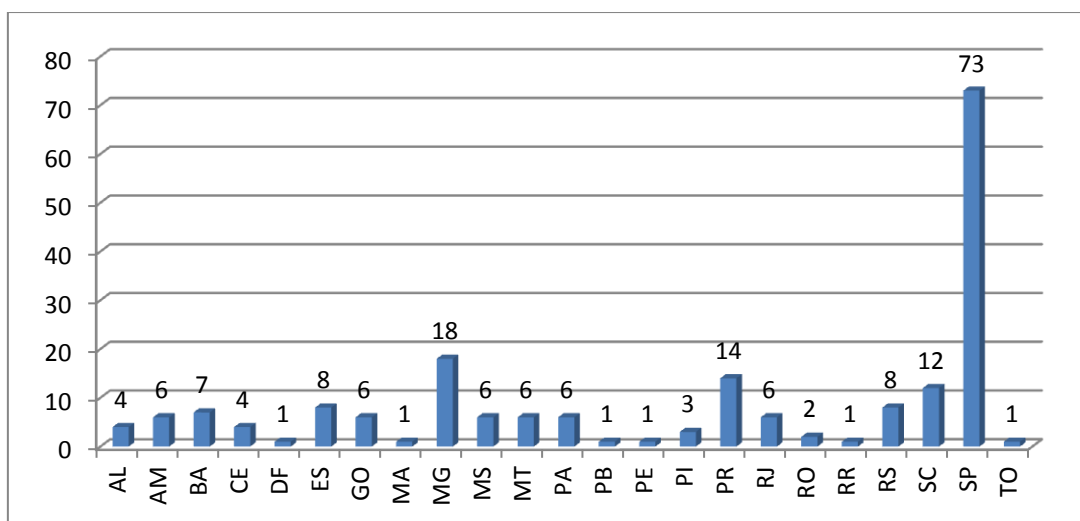


Gráfico 13 - Por Estado - Pós-graduação *lato sensu* PUC-SP (COGEAE) 2001- 2012 Total 195

Fonte: CORAZZA, H.

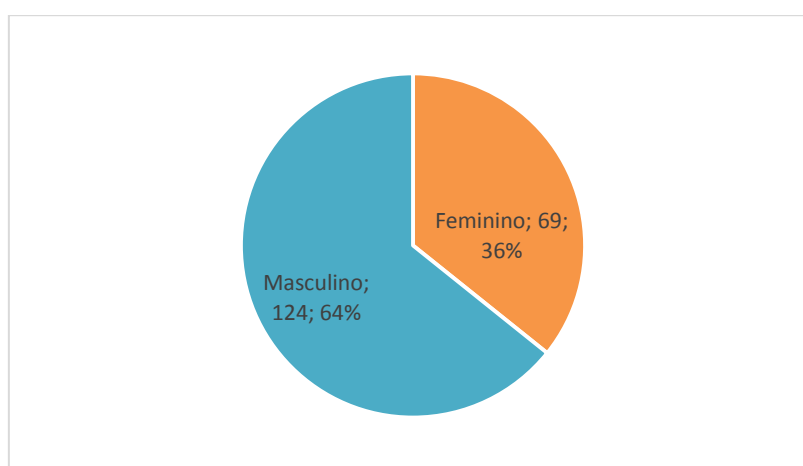


Gráfico 14 - Por Sexo - Pós-graduação *lato sensu* PUC-SP (COGEAE) 2001- 2012

Total 195 Fonte: CORAZZA, H.

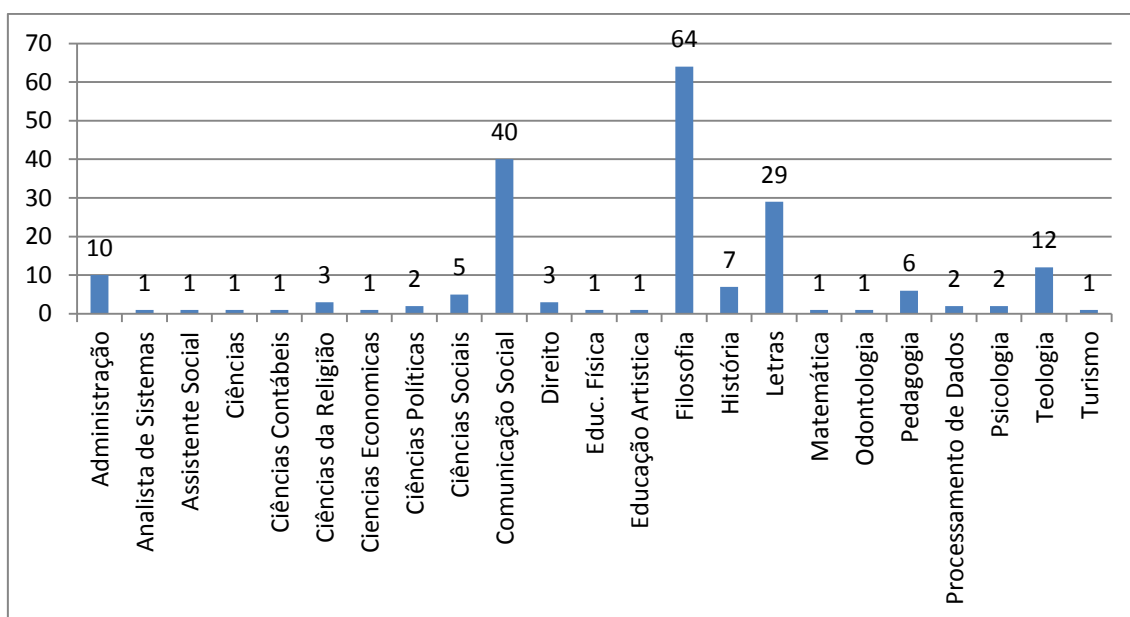


Gráfico 15 - Formação - Pós-graduação *lato sensu* PUC-SP (COGEAE) 2001- 2012
Total 195 – Fonte: CORAZZA, H.

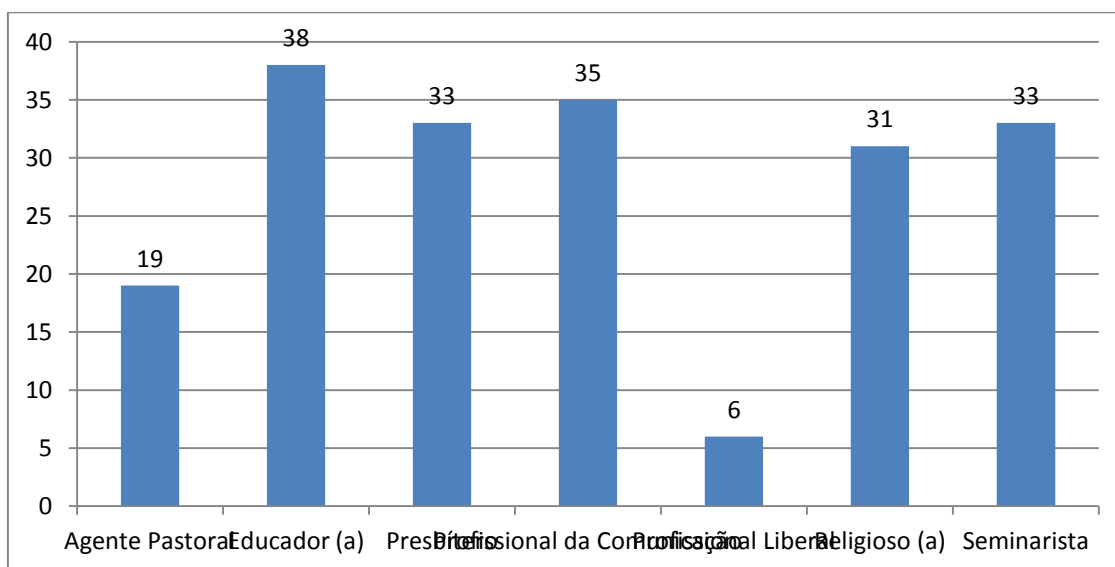


Gráfico 16 - Atuação - Nível: Pós-graduação *lato sensu* PUC-SP (COGEAE) 2001- 2012
Total 195 – Fonte: CORAZZA, H.

5.1.5 Algumas considerações a respeito dos gráficos

A primeira consideração refere-se à participação dos cursistas por Estado, que mostra a abrangência nacional de 26 Estados da Federação, incluindo todas as regiões do País. Esses cursistas são, em grande parte, de cidades do interior onde a carência por formação é maior. Entre os de extensão, há também pessoas de países como Argentina e Chile. Observa-se que, nos primeiros 10 anos, a afluência de pessoas foi maior, sobretudo no curso de Extensão Cultural, devido a muitos agentes pastorais e lideranças religiosas serem de ensino médio e um número expressivo com curso superior não reconhecido pelo MEC. Uma das razões da maior demanda é que nos primeiros 10 anos, eram realizados quatro módulos por ano, nas férias de janeiro e julho e durante o período letivo, em maio e outubro. Uma terceira razão é que a carência de formação era maior, sendo que, atualmente, as universidades também oferecem cursos de especialização e de extensão em muitas regiões do País.

Os gráficos visibilizam a questão de gênero, com maioria masculina nos cursos de especialização. Nos primeiros dez anos (1990-2000), 65% são homens e 35%, mulheres; de 2001 a 2012 a porcentagem se mantém praticamente a mesma 64% são homens e 36%, mulheres. Em relação aos cursistas de Extensão cultural há uma equivalência de homens e mulheres, na porcentagem de 50% de homens e de mulheres, sendo que muitos são estudantes. Os seminaristas estão no período de estudos e na sua maioria não tem uma graduação ainda reconhecida pelo MEC, o que os leva a se prepararem no campo da comunicação como Extensão Cultural. As mulheres também são, na sua maioria estudantes, com ensino médio ou superior incompleto. A constatação de que a busca por preparação no campo da comunicação pela liderança masculina ser superior à feminina nos indica o lugar que o homem ocupa na Igreja católica na coordenação de meios de comunicação, nas comunidades e no ensino. Pode mostrar também maiores condições e interesse, uma vez que o espaço da visibilidade na Igreja é, predominantemente, masculino, reforçando a questão cultural e hierárquica, conforme estudo de Corazza (2000).

Uma terceira observação refere-se à diversificação da formação dos cursistas, predominando as graduações na área da Filosofia, Comunicação, Letras, Pedagogia. Como o curso não exige ensino superior na área da comunicação, possibilita formação continuada nas interfaces com a mesma. Observa-se nos gráficos sobre formação, dos

dez anos iniciais, pessoas graduadas em Teologia que cursaram como Extensão Acadêmica devido ao não reconhecimento do curso pelo MEC (Gráfico 7). Quanto à atuação, pode-se dizer que em sua maioria são pessoas ligadas à pastoral, sendo que a grande maioria dos educadores provém de escolas católicas onde há projetos de comunicação ou buscam conhecimento nesse campo.

O perfil dos cursistas também aponta a diversidade de atuação profissional e a necessidade e oportunidade da formação continuada buscando a interface com a comunicação. O perfil de educadores e de lideranças religiosas, que corresponde a mais de 80%, são ligados a instituições católicas e buscam a formação continuada na comunicação atendendo a demandas na missão que assumem como docentes, coordenadores ou por serem gestores em setores de comunicação, direção de emissoras, programas de rádio ou TV, internet e, até mesmo, assessorias.

Diante do apresentado pode-se afirmar que a abrangência é nacional e que o campo da Pastoral da Comunicação, coordenação e produção em meios de comunicação ligados à Igreja, nas diversas áreas e linguagens, é ocupado por leigos, denominados agentes pastorais; presbíteros, seminaristas, religiosos e religiosas, que tem formação religiosa, doutrinal e comunicacional para isso. Há profissionais de diversas áreas que também atuam na comunicação da Igreja e estão entre os que buscam cursos no SEPAC.

5.2 ESTUDO DAS MONOGRAFIAS PRODUZIDAS DE 2002 A 2012

A partir do perfil dos cursistas e da sua área de interesse no campo da comunicação, das diversidades regionais, culturais, de formação e da constatação de que a maioria deles provém da área pastoral e da educação, de instituições ligadas à Igreja católica, observa-se a área de interesse nos trabalhos monográficos. As monografias são elaboradas segundo orientação metodológica da pesquisa científica, sendo que o objetivo desta tese não é de avaliar as monografias, e sim analisar a temática e a abordagem no que diz respeito à educação para a comunicação, Educomunicação no espaço educativo ou pastoral.

Conforme delimitação prévia, neste capítulo serão analisadas 195 monografias produzidas no Curso de Especialização “Cultura e meios de comunicação, uma abordagem teórico-prática” do SEPAC em convênio com a PUC-SP (COGEAE) de

2002 a 2012⁵⁶. Para esta análise foram criadas algumas categorias, em base às temáticas estudadas, que agrupam as interfaces Comunicação e Educação, Comunicação e Igreja, Diálogo com a sociedade: produção e análise da mídia. Também as subcategorias em cada tópico foram organizadas a partir das produções e a sintonia com as bases epistemológicas da Educomunicação que as pesquisas apontam.

Com as palavras-chave foi criado um gráfico, “nuvem”, no qual fica evidente que a Comunicação é o eixo condutor da reflexão e da análise das práticas de comunicação nas diversas realidades de estudo (Apêndice a.).

Essas categorias nos permitem inserir a comunicação e a educação a partir do eixo da comunicação, tendo em conta que as instituições de referência como a Escola e a Igreja, estão no contexto da comunicação midiática e não como nichos isolados na sociedade ou na justaposição das tecnologias com a prática pedagógica. Procuraremos demonstrar que as reflexões, debates, produção e usos dos meios de comunicação, quando tratados em seu contexto, passam a fazer parte do agir cotidiano, também em sala de aula. Consideramos que as produções monográficas refletem sobre práticas de comunicação e produzem reflexões que contribuem para elaborar um pensamento educacional, por isso, são analisadas e agrupadas por segmento, na mudança de olhar em que Martín-Barbero (2002), convida a pensar a educação a partir da comunicação, e poderíamos acrescentar, a pastoral a partir da comunicação, o que se aplica à reflexão e à prática dos agentes pastorais. Essa é uma mudança de perspectiva que vê a comunicação como processo e não sob o prisma instrumental.

5.2.1 Interface Comunicação e Educação

No recorte da comunicação presencial, face a face, consideramos que a sala de aula é um espaço de comunicação que, em princípio, possibilita a interação e o diálogo e onde é possível avaliar também as relações fundamentais da Educomunicação. Constata-se que há, ainda, uma dissociação do saber escolar com o saber midiático e uma tensão entre o conhecimento o acesso e sua integração com a escola. Os alunos que chegam à sala de aula, independentemente da classe social a que pertençam, estão

56 As monografias estão citadas nas Referências desta tese, conforme normas da ABNT. Estão disponíveis para consulta na Biblioteca do SEPAC, em São Paulo, SP. <http://www.sepac.org.br>

impregnados da cultura midiática, do saber disponível nas redes, sobretudo com o acesso às tecnologias móveis. Esta é uma mudança cultural considerada pela educadora francesa Geneviève Jacquinot: “A casa não é mais o ‘lar’, não é mais um lugar que permite conservar a criança ao abrigo do mundo exterior, mais do que a sala de aula!” (JACQUINOT, 1997, p. 5). Para ela é preciso aproximar a escola da mídia e vice-versa, pois ambos têm algo a compartilhar e, ao mesmo tempo, é preciso formar os educadores para que possam fazer essa integração.

Entre as monografias produzidas nesta área, há uma diversidade de enfoques e algumas tratam do tema da comunicação entre educador e educando na construção de uma pedagogia da autonomia, apoiando-se em Paulo Freire. Outras trabalham aspectos da comunicação e educação e o conflito de gerações em sala de aula, que também diz respeito à formação dos docentes.

5.2.1.1 Relação educadores e educandos

A monografia “Interface Comunicação - Educação em Escolas Públicas de Ensino Médio de Salvador (BA): Um Estudo de Caso da Recepção da Lei de diretrizes e bases da Educação (LEI 9.394/96)” discute a preparação dos profissionais da educação, no contexto de mudanças sociais e tecnológicas que afetam os educandos e a escola. Para a pesquisadora

É preciso ainda estar ciente de que a integração da interface comunicação-educação vai muito além do simples fato de dotar a escola com aparatos tecnológicos, pois esta exige antes de tudo reflexão sobre a possibilidade de convergências dessas duas áreas do saber em abordagem teórico-prática ao mesmo tempo em que impetra aguçada capacidade crítica para aprender as implicações socioculturais, econômicas, políticas e educacionais da revolução midiática e problematizá-la de modo que a inserção das TIC's no ambiente escolar não seja realizada de forma superficial, ou seja, para que não se transforme em repetição de antigas práticas pedagógicas utilizando ferramentas modernas (ALVES, 2012, p. 57).

Alves conclui em sua monografia que em relação à interface comunicação-educação a Lei 9.394/96 legitima o caminho a ser arquitetado, entretanto, sua construção está em aberto e dependerá da criatividade e da ousadia individual e coletiva

de conceber o que nunca fora criado, ou seja, de reinventar o espaço educativo em contínua mudança.

O pensamento emancipatório na relação professor aluno na educação, apoiado em Paulo Freire, é trabalhado na monografia “Do esteticamente consciente ao conscientemente emancipador. O exercício da palavra como processo de recriação e ressignificação da relação professor-aluno-professor na escola pública e privada”, demonstra que ambas têm o potencial de novas relações que ressignificam esta relação:

O estudo comparativo pode constatar que tanto a escola pública quanto a escola privada carregam consigo o potencial do exercício da palavra em sua prática educativa [...]. A escola afirma-se como espaço privilegiado onde o exercício da palavra assume uma função humanizadora e redefinidora dos papéis de alunos e professores (SOLON FREIRE, 2004, p. 95-96).

A busca do lugar social da escola em momentos de mudança apoia-se em referenciais da educação como o trabalho “A comunicação entre educador e educando na construção de uma pedagogia da autonomia. Uma abordagem segundo o pensamento de Paulo Freire” (SLONGO, 2009), com pesquisa em escolas públicas da Zona Sul de São Paulo e, entre as constatações, a falta de confiança entre professor aluno.

As relações de poder na escola são trabalhadas, analisando o uso da palavra no Conselho da Escola, onde o eixo de estudo está centrado em quem, e como se transmite a palavra falada nas reuniões do Conselho, pelos profissionais do ensino aos pais e estudantes que acatam. O estudo aponta contradições que se expressam não apenas como simples enfrentamentos, “mas expressões da dinâmica de relações sociais entre classes, na disputa pela construção de suas hegemonias” (SANTOS FILHO, 2004, p. 107). Por sua vez, na monografia “Conflito de Gerações em Sala de Aula”, Soares (2006) demonstra que este conflito entre professores e alunos passa pelo maior ou menor acesso e conhecimento das novas tecnologias.

Esses estudos apontam para um olhar crítico do educador em sala de aula, desde os princípios de educar para a autonomia, de uma educação consciente e emancipatória, nas relações professor aluno, nas quais deveria existir um clima de confiança e as análises constataam a desconfiança. Também o estudo que analisa as relações de poder entre conselho escolar e pais revela a falta do espírito democrático nas instituições de ensino e na comunidade. Isso denota que “a escola deixou de ser o único lugar de legitimação do saber, pois existe uma multiplicidade de saberes que circulam por outros canais difusos e descentralizados” (MARTÍN-BARBERO, 2011, p. 126). Outra questão estudada é das tecnologias na escola pública e a necessidade de integrar comunicação e

educação e a capacidade crítica em adotar as NTICs (Novas tecnologias da informação e comunicação) com mentalidade e pedagogia nova e adequada, uma vez que os educandos estão imersos em outras linguagens.

5.2.1.2 Educomunicação no espaço educativo

O tema da Educomunicação é tratado sob diferentes enfoques: como a sala de aula como espaço educativo, como um repensar a escola a partir da cultura da comunicação, ou seja, tendo em conta as mudanças culturais e sociais que ocorrem na sociedade e a necessidade de evidenciar a centralidade da comunicação no trabalho educacional. As pesquisas analisadas a seguir adotam o referencial da Comunicação e Educação e da Educomunicação.

A primeira monografia com o título “EDUCOMUNICAÇÃO: As Ondas do rádio sintonizando escola e comunidade sob a perspectiva da participação e mudança de conceitos” (2005), com o projeto *Educomunicação nas Ondas do Rádio*, do NCE (Núcleo de Comunicação e Educação) da ECA/USP, faz um resgate histórico do processo de criação do projeto, o Projeto de Lei N. 556/02 que institui o Programa “EDUCOM - Educomunicação pelas ondas do rádio”, no Município de São Paulo, com pesquisa de campo em 10 polos da cidade. A pesquisadora relata que esta é uma iniciativa da universidade pública, com seu papel educativo, humanista e científico, em conjunto com a Secretaria Municipal de Educação. Em relação à postura da educação vislumbra horizontes positivos no processo.

Uma nova educação vem sendo implementada, tratando o aluno como agente de seu aprendizado, e o professor colaborando como facilitador que constrói com ele o conhecimento, visando atingir um grau de pedagogia mais atualizada e mais humana, capaz de colaborar com o ambiente social (MORAIS, 2005, p. 62).

Outro estudo trabalha a criação de uma Radioweb em escola particular com jovens de 2ª. série do ensino médio, classe A e B “Educomunicação e a Radioweb na escola: possibilidade de uma nova cultura, aprendizado e diálogo. Um estudo de caso no Colégio Franciscano Sant’Anna Santa Maria (RS)”. A partir dos hábitos de consumo de cultura como leituras, música, rádio, cinema, TV, tecnologias móveis a pesquisadora trabalha as possibilidades de uma nova cultura na escola com a criação de uma

radioweb, o que requer a formação dos professores, pois entre os alunos “ficou muito visível que fazem uso da mídia para entretenimento” (DA VEIGA, 2011, p. 57). A webradio pode ser configurada nesse modelo e o ouvinte pode tornar-se um produtor de conteúdo. Segundo Prata,

o casamento entre rádio e internet certamente acompanhará este processo e, num futuro bem próximo, soará como linguagem ultrapassada a emissora que não oferecer, além do áudio, também conteúdos imagéticos e textuais ao seu público, ampla possibilidade de canais, intensa interação com o receptor e possibilidade real de produção de conteúdo por parte do usuário (PRATA, 2009, p. 70-71).

Um olhar educacional é buscado na monografia “Comunicação educativa uma proposta para além dos usos tecnológicos. Análise de escolas estaduais salesianas em Mato Grosso”, tendo como objeto de pesquisa cinco escolas estaduais conveniadas com o Estado, desde 1972. A problemática colocada é a inserção das novas tecnologias com laboratório de informática e métodos de educação tradicional em que o aluno não se sente inserido ou desmotivado pelo acesso às tecnologias no seu cotidiano, ainda que seja em *lan house*. Em suas conclusões a pesquisadora constata o despreparo dos professores, mesmo seguindo os parâmetros curriculares, para integrar os conteúdos curriculares com as tecnologias disponíveis na escola: “Realmente, em relação ao uso, pelos professores, dos meios como recursos eficientes na apresentação de conteúdos em suas aulas, ficou constatada a indiferença, para não dizer a rejeição, e essas tecnologias fazem parte da vida da maioria dos alunos, mesmo nas escolas estaduais” (ALMEIDA, 2009, p. 49).

Esta constatação revela a necessidade da formação continuada para professores, que leva a uma mudança de mentalidade e a compreender as mudanças que ocorrem com as novas possibilidades da tecnologia, não apenas como técnicas, mas como novas linguagens pela internet. O que se percebe é que além de uma hibridização das lógicas globais do capital, ocorrem profundas transformações na cultura das majorias, e especialmente entre as novas gerações, que não deixaram de ler, “mas cuja leitura já não corresponde à linearidade/verticalidade do livro e sim a uma, ainda confusa, mas ativa hipertextualidade, que de algum lugar dos quadrinhos, dos vídeos publicitários ou musicais e, sobretudo, dos *videogames*, levam à navegação na internet” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 92) para compreenderem a conviver com este novo sujeito que é o aluno.

A monografia “A Educomunicação como acompanhamento formativo do jovem. Um estudo de caso no Instituto Maria Auxiliadora de Rio do Sul (SC)” se propõe

trabalhar a aproximação da comunicação e educação a partir do acompanhamento pessoal do jovem em seu cotidiano, a partir da filosofia salesiana, não pelo uso de tecnologias na escola. A pesquisa de campo mapeia os relacionamentos presenciais e mediante as tecnologias como, escola, família, amigos, internet, TV, amigos *online*:

Esta pesquisa será de grande utilidade para fundamentar a implantação da Educomunicação no ambiente educativo escolar, reforça a necessidade de buscar uma integração maior entre comunicação e educação e a força que a comunidade educativa possui no processo de formação e acompanhamento juvenil (KOFFERMANN, 2012, p. 49).

“Educomunicação: Formação à Cidadania de crianças de 7 a 12 anos. Na associação Civil JEDA. Um desafio. Um estudo de caso em Santo André (SP)”, analisa o trabalho da Associação Juventude Esperança Do Amanhã (JEDA), aberta a crianças e jovens de 7 a 17 anos. A pesquisa foi realizada com agentes educadores e crianças, sendo que estas, que ali estão, tem a idade de 8 a 10 anos, moram com a mãe ou com mínima estrutura familiar e gostam do lúdico, sobretudo de jogos. Em sua análise, a pesquisadora relata que a qualificação profissional dos agentes nem sempre corresponde ao desejável e que “os educadores do JEDA ainda não possuem um referencial teórico suficiente para realizar escolhas educacionais com intenção explícita de propor valores de cidadania” (REZENDE, 2006, p. 32).

A partir da constatação de que há um novo quadro sócio-educacional, que apresenta desafios para as instituições e agentes educativos, a pesquisa “O Agir comunicacional do educador Salesiano em tempo de travessias”, centra-se na pessoa do educador como um ser que estabelece relações de afeto e reciprocidade: “O encontro do educador salesiano com os educandos se faz em um autêntico ambiente familiar, de calor humano de maneira que todos se sintam amigos” (FERNANDES, 2005, p. 7). E em suas conclusões constata que as mudanças socioculturais estão exigindo uma reconfiguração nos modelos escolares, e que a escola não é a única instituição educadora e não tem a primazia da educação na sociedade. Coexistem diversos agentes educacionais.

Os estudos monográficos que utilizam a palavra Educomunicação indicam uma postura educativa em escolas particulares, públicas e associações voltadas a valores propostos pelo campo, enquanto trazem a crítica que aponta para as dificuldades com o professor da educação, quanto a sua preparação e interesse, bem como a revisão do sistema escolar. Algumas pesquisas apontam também para a necessidade e o cultivo da

comunicação com o envolvimento da família em vista das relações de afeto entre educador e educando.

5.2.1.3 As artes e o lúdico como meio de intervenção

Algumas monografias trazem a temática das artes e do lúdico na inserção escolar como forma pedagógica de inclusão e inserção da criança em seu ambiente, tendo o lúdico como instrumento de intervenção. Para Melo, “a pesquisa não é conclusiva e indica a necessidade de estudos complementares como o processo de inserção escolar da família, o papel do brincar como instrumento de mediação e inserção” (MELO, 2009, p. 48). A monografia “A importância do ensino de artes na escola pública” tentou verificar o lugar dessa disciplina e, mesmo tendo encontrado um referencial teórico que mostra sua importância, constatou que “muitos alunos encaram artes como a disciplina para fazer desenho” (BIANCOLIN, 2004, p. 51).

A estética, a transformação, a busca da libertação são pesquisadas na monografia “O caráter transformador do Teatro do Oprimido fora do espaço estético”, que faz um percurso sobre Augusto Boal e sua proposta com pesquisa de campo em grupos. O pesquisador destaca:

Em tempos de amores líquidos, o Teatro do Oprimido se transforma e recupera o contato humano presencial. No contexto atual de constante mediação tecnológica, ainda há pessoas que trabalham pela forma mais elementar da comunicação para por em ação a arte de contar histórias, usando o corpo e alguns objetos (RODRIGUES, 2006, p. 93).

Na visão da antropologia filosófica, “a esfera lúdica revela a complexidade e, ao mesmo tempo, a harmonia do ser humano. Nela se opõem em movimento todas as faculdades, sem subordinações, sem submissões, em espontânea coordenação, e em vista de alegre auto-realização do sujeito” (MONDIN, 1980, p. 222).

Essas pesquisas recordam que a Educomunicação suscita, conforme SOARES (2011) a *expressão comunicativa através das artes*, que potencializa a comunicação dos agentes do processo educativo, através do domínio das diferentes linguagens e da apropriação das manifestações artísticas a seu alcance, tendo em conta o protagonismo dos sujeitos sociais na produção e veiculação de significados, o que se realiza na

produção no contato com as artes e do teatro que possibilita a criação e a expressão do ser humano.

5.2.1.4 Instituições educacionais repensam os processos de comunicação

A preocupação das instituições educacionais se reflete em estudos que vão do repensar a cultura comunicacional, a comunicação no espaço educativo, a adoção das tecnologias como o trabalho em rede e o endomarketing. Cinco monografias, de diferentes regiões do país, trabalham a questão do marketing interno, comunicação em rede em instituições de ensino católicas.

Ao estudar a comunicação no espaço educativo, a pesquisa “A comunicação no espaço educativo do colégio Imaculada Conceição, Videira (SC). Um estudo de caso”, pretende “repensar as relações interpessoais, reconhecendo limites e perspectivas no espaço educativo” do colégio. Trata-se de um colégio particular católico, com proposta institucional educativa que pretende ser repensada sob o olhar da comunicação. Procedimentos metodológicos foram aplicados para verificar as falhas no processo de informação e comunicação e que tipo de comunicação predomina no interior do colégio. Entre as conclusões: “É preciso sair do nível informacional para o nível comunicacional, superando o excesso de informação fragmentada, falta de comunicação autêntica, conteúdos cristalizados e abrir-se para práticas mais interativas com seus educandos e com toda a comunidade educativa” (DALLA COSTA, 2004, p. 56).

A Educomunicação é analisada ao repensar e ressignificar instituições a partir de políticas em relação à comunicação. Tendo em conta que as novas tecnologias não se reduzem a instrumentos, mas influem na mentalidade da vida cotidiana e de que os lugares de encontro são cada vez mais midiáticos, a proposta dessa pesquisa é propor algumas políticas de gestão da comunicação no âmbito educativo escolar, que favoreçam a cultura comunicacional. Nas conclusões, Ravanhani diz ter percebido em sua pesquisa que cabe aos coordenadores da área pedagógica “assumir um projeto educacional que contemple a pessoa toda e toda a pessoa, o jovem todo e todo o jovem [...] pedir às comunidades educativas que adquiram a competência em relação à cultura que estamos imersos” (RAVANHANI, 2009, p. 50). A proposta de favorecer a

cultura comunicacional e compreender a comunicação como um processo relacional com a centralidade em todos os aspectos e não apenas nos conteúdos.

A temática do marketing interno de escola particular verifica os processos de comunicação, o nível de satisfação dos docentes e funcionários, os valores da instituição, são trabalhados na monografia “Endomarketing: estratégia de comunicação nas instituições educacionais. Estudo de caso no colégio Bom Conselho de Passo Fundo (RS)”. Em suas conclusões, assinala: “O Endomarketing precisa ser compreendido numa visão holística como todo processo integrado. Este processo gera motivação, relacionamento cooperativo, de responsabilidade compartilhada e de coesão que perpassam por toda instituição” (CERICATO, 2004, p. 68).

A visão de que a comunicação e o marketing são utilizados para levar adiante a missão é objeto da pesquisa “Comunicação em rede. Um estudo de caso na comunicação da rede La Salle de educação” (DAMASCENO, 2011). Por sua vez, “A informação na Internet um estudo de caso na inspetoria Salesiana de Manaus” (ALMEIDA, 2010), trabalha a questão organizacional e se propõe pensar a comunicação em tempos modernos, centrando-se na comunicação pela internet de um boletim interno, na Região Amazônica, fluxo de informações, onde procura identificar problemas e falhas na comunicação.

As ações analisadas nestas pesquisas dizem respeito ao *ecossistema comunicativo*, um conjunto de ações que favoreçam o diálogo social, entendido também como “área de intervenção” onde os sujeitos sociais passam a refletir suas práticas, que Soares (2011) caracteriza como áreas ou âmbitos do agir educomunicativo. Um aspecto novo é ressignificar o espaço educativo a partir da cultura da comunicação, com práticas interativas, a essência do pensar comunicacional e da Educomunicação. Destaca-se também o diálogo da escola com a comunidade nas relações de marketing e endomarketing, servindo-se das tecnologias digitais.

5.2.1.5 Análise de produções da mídia em sala de aula

A análise das produções da mídia em sala de aula, servindo-se dela para analisar a sociedade, muito utilizada nos exercícios da Leitura Crítica dos Jornais, Soares (1984), continua sendo objeto de análises por educadores. Em se tratado dos meios de

comunicação de massa, a preocupação que se revela nas pesquisas, é quanto a leitura de jornais, influência da publicidade e do cinema em sala de aula. A pesquisa “A importância do incentivo à leitura de jornais impressos nas escolas de ensino fundamental” (MINUTO, 2007), faz um levantamento com professores e alunos sobre o uso do jornal em sala de aula e constata que o êxito desta comunicação depende do incentivo dos professores.

Por sua vez, “Adolescentes e leitura literária em tempos de tecnologia. Como as novas tecnologias vêm afetando a recepção da leitura entre os jovens” tem como proposta investigar se as tecnologias influenciam o desinteresse pela leitura literária entre as novas gerações. Em suas conclusões, a pesquisadora avalia que “pouquíssimos entrevistados marcaram a leitura como primeira opção de entretenimento (3%), enquanto 87% marcaram games ou internet como primeira opção” (PRADO, 2011, p. 94). Mas ela também aponta o dado de que 82% dos adolescentes entrevistados costumam fazer leituras espontâneas com frequência. Após considerar o que se entende pelo *ato de ler*, a pesquisadora percebe que o desinteresse pela leitura literária canônica pode decorrer da baixa qualidade da educação no País e da desigualdade social, uma vez que muitas pessoas não conseguem interpretar o que leem, o que as afasta da leitura de textos eruditos.

A pesquisa “A cultura visual em sala de aula: um estudo de caso sobre as propagandas comerciais da televisão” analisa, com os alunos, propagandas comerciais e observa como a razão está misturada com o simbólico e o lúdico: “Importante conclusão é que a racionalidade econômica gerada pelo *sapiens*, forçosamente convive, e mais do que nunca na atualidade, com as constantes manifestações do lúdico e do simbólico que acompanham o *demens* desde o seu aparecimento” (SANTOS, 2005, p. 63).

Na monografia que trabalha a influência da publicidade televisiva em crianças de 7 a 8 anos numa Escola Municipal de Dourados (MS), a publicitária faz pesquisa com os pais ou responsáveis e com as crianças e diz sentir-se perplexa diante das estratégias de marketing elaboradas para conquistar os pequenos consumidores, e mesmo sendo publicitária, não imaginar tamanha influência nas crianças: “O fato é que a influência gerada pelos meios de comunicação na vida das crianças é gigantesca. Elas vestem o que veem, comem o que veem, imitam o que veem” (LIMA, 2004, p.7).

Três monografias trabalham o cinema como recurso pedagógico em sala de aula como: “Cinema: Recurso de reflexão crítica na Educação” (MEDEIROS, 2012), com os filmes “Kiriku e a feiticeira” e “Azur e Asmar” de Michel Ocelot com crianças da rede

oficial de ensino em São Paulo; “O Cinema na sala de aula. Um estudo de caso na E.E. ‘Vicente de Paula Almeida’, Arapeí (SP)”, adota o programa de incentivo do projeto do Governo do Estado para introduzir o cinema em sala de aula. Segundo a educadora o que a levou a fazer esta pesquisa é o intrigante desafio de por que os professores usam tão pouco o cinema em sala de aula (NUNES, 2012).

O fato de os professores usarem pouco o cinema em sala de aula também pode ser o desconhecimento da linguagem audiovisual ou cinematográfica, conforme pesquisa de Almeida com estudantes de Letras e Pedagogia. Na exibição e análise de diversos filmes de diferentes gêneros, a pesquisadora pode constatar que a partir do conhecimento da linguagem dos diferentes gêneros, cresce a motivação e o interesse não apenas pelo enredo e personagens e que

os índices de polifonia, o maior ou menor engajamento nas assertivas parecem nos revelar que os autores dos relatos estão tentando se justificar, de certa forma, por terem de dizer o que estão dizendo, ou seja, por desconhecerem o gênero de filme em questão (ALMEIDA, 2014, p. 138).

A pesquisadora trabalha a análise de filmes seguindo o processo da dialogia e do envolvimento dos discentes e entre suas considerações observa que “o caminho para estimular o gosto de jovens adultos, sujeitos da pesquisa, por filmes que fogem ao que eles conhecem, passa primeiramente pelo contato e pela observação do que eles têm a dizer” (Idem, p. 161).

As possibilidades de inclusão do vídeo em sala de aula é sem dúvida alguma, um desafio que requer a formação do professor para lidar com diferentes linguagens, que não se restringe apenas à mediação da técnica, mas de uma mudança de mentalidade. Conforme Ferrés, a integração do vídeo no ensino gera um dilema. “Ou é aceita a nova tecnologia com toda a sua capacidade inovadora, assumindo então a transformação de todo o sistema educativo, ou se subjugam a nova tecnologia, tirando dela suas vantagens inovadoras e colocando a serviço da velha pedagogia” (FERRÉS, 1995, p. 32).

No estudo “A recepção fora da veiculação dos ‘mass media’. Um estudo de caso sobre o filme ‘Cidade de Deus’ em escolas públicas e privadas, tendo o professor como mediador”, a pesquisadora entende que a

A escola não perdeu seu papel de educadora e o cinema contribui com as vivências e experiências de uma história ficcional, baseada em fatos reais e problemas sociais enfrentados diariamente por milhões de brasileiros”. Por sua vez, “O estudo mostrou que o cinema, quando inserido em sala de aula, pode ser um facilitador no incentivo a qualquer tipo de reflexão (DURÃES, 2006, p. 62).

Os temas transversais nos parâmetros curriculares como linguagem em construção no contexto curricular da escola com a função didático-pedagógica é fornecer dinâmica à comunicação possibilitando trabalhar temáticas como cidadania, pluralidade cultural, ética, saúde, trabalho e consumo, entre outros. A análise dos parâmetros na ótica da comunicação no cotidiano da escola é estudada em monografia que constatou: “Embora familiares aos professores as mídias não são igualmente utilizadas em sala de aula. Há algumas discrepâncias. O vídeo/cinema é o meio mais utilizado em sala de aula, seguido do jornal e da revista” (BARRADAS, 2004, p. 45).

Uma Nova Forma de Educar: TV Educar Ponte Nova (MG) analisa um programa feito por jovens como atividade extraescolar, “Jovens na Tela”. O pesquisador destaca o protagonismo juvenil como participação ativa, construtiva, solidária e a Educomunicação como espaço de elaboração de valores (RODRIGUES, 2006, p. 47-49), sendo que os professores que participam do projeto o fazem na condição de aprendizes, como os adolescentes e não de professores. Em sua análise ao mesmo programa, Filho avalia que o projeto “nasceu com a finalidade de proporcionar aos jovens e educadores a oportunidade de aprenderem todo o processo de produção de programas televisivos, despertar a consciência crítica, habilitar para o uso das linguagens audiovisuais” (GENÉSIO FILHO, 2004, p. 132).

A análise da influência de produtos da mídia em sala de aula: jornais, publicidade, televisão, cinema é recorrente nas monografias. A linguagem do cinema e do vídeo também é expressiva como recurso pedagógico, entretanto, é ainda pouco usada em sala de aula, seguido pelos jornais e revistas. Em relação à leitura, a necessidade de insistir no ato de ler em novos contextos e linguagens para o texto e contexto. O conhecimento nos diferentes saberes remete à necessidade de se aprender a conhecer em diferentes linguagens para promover um conhecimento que abarque a totalidade, ou seja, que relacione as partes ao todo que as engloba.

5.2.1.6 Tecnologias digitais no ambiente educativo e linguagens

Os estudos sobre adoção e convivência com as novas tecnologias abrangem diversos estudos de caso de redes sociais no Orkut e outras, incluindo mobilidades

como o celular. A investigação passa também por inovações da língua portuguesa com o “internetês” e o ensino a distância. “A comunicabilidade da Sala de Aula Virtual na educação a distância. Estudo de caso nas Faculdades da Região de Registro (SP)”, tem como objetivo apresentar a Sala de Aula Virtual (SAV) e verificar se ela é um meio de comunicação eficiente que possibilita a interação entre professor-aluno, aluno-professor, aluno-aluno, bem como oferecer aos estudantes a possibilidade de conhecimento suficiente para atingir as metas de um curso de graduação. Entre suas conclusões o pesquisador afirma: “Não dá para negar a real possibilidade de comunicabilidade da sala de aula virtual na educação a distância. Ainda é preciso melhorar o desempenho dos alunos e dos professores e a estrutura da própria sala de aula virtual” (SILVA, 2008, p. 53).

O uso do celular na escola teve como foco da pesquisa 56 alunos de terceiro ano do ensino médio, idade de 15 a 19 anos, uso do celular para fins de *ciberbullyng*, com a monografia: “O amigo celular: as práticas da juventude a partir do celular. Um estudo de caso dos alunos do terceiro ano do ensino médio do Colégio São Bento de Salvador (BA)”. A hipótese foi de que por ser o celular um espaço sem controle, contribui e potencializa a prática do *ciberbullyng*. Entre as conclusões a pesquisadora evidencia que “O *ciberbullyng* é efetivado pelo celular na escola. Ratificou a hipótese de que em decorrência da não apropriação pedagógica, outros usos, entre eles, a indevida crueldade da violência virtual ocorre e tem sua contribuição e incidências no celular” (SENA, 2011, p. 48). Para esta análise acreditamos que se possa aplicar o conceito de dispositivo no sentido da tecnologia como poder que pode capturar e controlar: “Aquele que se deixa capturar no dispositivo ‘telefone celular’, qualquer que seja a intensidade do desejo que o impulsionou, não adquire, por isso, uma nova subjetividade, mas somente um número pelo qual pode ser, eventualmente, controlado” (AGABEN, 2013, p. 48). Essa violência por mídias interativas é um desafio para pais e educadores, que são interpelados a orientar e promover uma cultura de paz por meio da comunicação.

Estudo realizado também em escola particular “As duas faces da moeda. O impacto do bem e do mal na utilização do ciberespaço por adolescentes. Um estudo de caso no Colégio Claretiano de São Paulo”, analisa a inserção de adolescentes na apropriação do uso da internet, verificando qual o limite do bem e do mal no acesso ao ciberespaço, baseando-se em pesquisa realizada com adolescentes de ensino médio. “Internet é sinônimo de comunicação e espaço de lazer. Não ultrapassam a barreira de consumo dos conteúdos da mídia. Não aproveitam as inúmeras possibilidades de

produção e divulgação da sua comunidade, da sua cultura, do que gostam de aprender. Assim como não aproveitam o potencial democrático da Internet, de participação e de reivindicação no espaço público” (MENEZES, 2012, p. 109). A temática da cibercultura também foi estudada em diversas escolas de Porto Alegre (RS): “O impacto da cibercultura na vida do jovem contemporâneo. Um estudo de caso da juventude Porto-alegrense em período escolar de 15 a 20 anos de idade” (DA GAMA, 2009).

Dois estudos realizados em obras sociais com o objetivo de verificar se a internet oferece aos jovens a possibilidade de educação e aprendizagem em que a pesquisadora constata que “quando a Educação e a Comunicação se cruzam é que se realiza o que se propõe, a Educomunicação. Sendo assim, no processo de Educomunicação, a educação deve ser assumida como um percurso comunicativo a ser construído, analisado e avaliado juntos (pais, alunos, educadores) permanentemente”. Afirmo também que “uma adequada formação do professor é de fundamental importância para o exercício de sua prática, pela postura que irá adotar no encaminhamento de suas ações” (PESSOA, 2012, p. 74). A Internet vista pelos adolescentes é um estudo sobre o Orkut com os adolescentes do centro Salesiano do Menor (CESAM), que Rodrigues (2009) discute o posicionamento dos jovens e como se relacionam com as novas mídias e a importância para eles, bem como benefícios, riscos, comunidades, privacidade, a necessidade de educar para conviver nesse universo.

Pesquisa também foi realizada com professores e alunos sobre o uso do Orkut na educação em escolas da Zona Leste de São Paulo, trabalhando esta rede social como possibilidade de educação para os jovens. Entre as conclusões, a pesquisadora afirma que as instituições educacionais que adotaram o Orkut como forma de pesquisa e interação nas salas de aula, “conseguiram fazer com que os alunos se tornassem mais participativos, estreitando a relação com os professores e outros colegas da escola” (MOLINA, 2010, p. 60).

Outro desafio para educadores e linguistas são as inovações na língua, que se desenvolvem nas conversações pela web, o “internetês”. O pesquisador analisa fatores que atuam na elaboração do *internetês*, entendido como nova vertente da língua portuguesa na sua modalidade escrita advinda da conversação web. A questão de como há uma apropriação da escrita “oralizada”, nesta mediação que o computador popularizou, onde as expressões procuram expressar o que as expressões faciais o fazem presencialmente, “como uso de onomatopéias e a repetição de letras para caracterizar a prosódia” (RECUERO, 2012, p. 47). Em suas conclusões, Melo assinala: “Urge à escola

e ao professor de língua portuguesa trazer essa realidade para a sala de aula, mostrando, por exemplo, como redigir um e-mail, como fazer uma pesquisa na rede com seletividade, como compreender um discurso de um *chat* ou de um *blog*, entre outros” (MELO, 2010, p. 91).

Essas pesquisas apontam que as tecnologias digitais no ambiente educativo são eficazes desde que as instituições educacionais e os educadores se apropriem das linguagens com uma nova pedagogia. Faz-se necessária a formação aos educadores para que o entretenimento se transforme em cidadania e as inovações na linguagem possam ser compreendidas e orientadas.

5.2.1.7 A comunicação e pessoas com deficiência

A busca de novos caminhos na educação é trabalhada em quatro monografias, que aprofundam aspectos da comunicação em escolas, na família e em empresa com pessoas que apresentam alguma deficiência como a surdez. O trabalho pedagógico interdisciplinar percorrido com alunos surdos do Ensino Fundamental I de escola pública no que diz respeito à compreensão do Hino Nacional⁵⁷. Em relação à escolha do tema, trabalhado de forma interdisciplinar, “permitiu uma maximização da leitura de mundo dos alunos, visto que a metodologia de ensino aplicada se valeu de conteúdos oriundos de diferentes áreas do conhecimento, além de um discurso banhado de valores como ética, justiça e respeito ao semelhante” (MIGUEL, 2009, p. 81).

Estudo da comunicação com pessoa com deficiência envolvendo o relacionamento familiar e escolar, procurou compreender como se dá a codificação do relacionamento mãe e filho com necessidades educacionais especiais. “O resultado da pesquisa demonstra que para dez mães correspondentes à amostra, 70% dizem ser possível significar a mensagem emitida pelo seu filho, pessoa portadora de deficiência” (SOUZA, 2005, p. 50). A comunicação pela expressão artística aplicada com pessoas com deficiência mental, buscando sua inserção e novas relações com a sociedade, contou, como parte da pesquisa, uma exposição de arte montada pelas pessoas com

⁵⁷ . A construção do entendimento do Hino Nacional por parte de crianças surdas pertencentes a uma classe exclusiva para surdos. Um estudo de caso com alunos surdos do Ensino Fundamental I do Projeto MAIS da Escola Municipal Crispiniano Soares em Guarulhos (SP).

deficiência. Entre as conclusões, a pesquisadora afirma: “Observamos que a exposição atingiu os convidados de forma a reconhecerem os protagonistas da mesma e a pensarem ou repensarem a relação e a visão que tem sobre as pessoas com deficiência mental, atingindo o objetivo que o grupo esperava” (RACY, 2011, p. 70).

A participação de pessoas com deficiência em programas de TV a Cabo é uma ação que favorece a inclusão, aproveitando o tema da Campanha da Fraternidade⁵⁸, que conclamou a sociedade a ter atenção com este segmento, conforme estudo de programa de televisão. A pesquisadora identifica que essa busca de inclusão necessita de preparação também dos profissionais da comunicação e é vista como uma atividade de comunicação alternativa, entretanto, é preciso ter a proposta, a preparação e a parceria. Entre as conclusões, afirma que “a inclusão é possível quando há uma parceria entre excluídos e incluídos” (ALVES, 2008, p. 57).

Ações de inclusão social fazem parte dos princípios da Educomunicação tendo a centralidade da comunicação e a intervenção social como seu eixo. Isso requer a preparação de profissionais de comunicação, educadores e pessoas que desenvolvam sensibilidade ao semelhante reconhecendo a comunicação em diferentes situações e condições: “Os homens não podem ser verdadeiramente humanos sem a comunicação, pois são criaturas essencialmente comunicativas. Impedir a comunicação equivale a reduzir o homem à condição de ‘coisa’”. (FREIRE, 1982, p. 149).

5.2.2 Interface Comunicação e Igreja

Na interface comunicação e Igreja as pesquisas trabalham abrangências da comunicação diversificadas, tendo como eixo a comunicação na avaliação das práticas, algumas voltadas ao aprofundamento de temas teóricos e teológicos, outras a aspectos da formação e avaliação da comunicação no interno das comunidades. Os estudos se ocupam do diálogo e presença da Igreja na sociedade em diversas linguagens como a oralidade, na comunicação presencial, às da comunicação mediada como o impresso, rádio, televisão, internet e redes sociais.

⁵⁸ . A Campanha da Fraternidade é um projeto que a CNBB propõe durante a Quaresma de cada ano. Em 2006 o tema foi “Fraternidade e pessoas com deficiência”. Este estudo foi feito com pessoas que participaram em programas da TV Horizonte (MG), com o foco da campanha deste ano.

O enfoque dado à comunicação no processo avaliativo interno e o modo de comunicar a mensagem revela um desejo de aprimorar o anúncio da Palavra. Ao mesmo tempo, mostra a necessidade de aprofundar a dimensão comunicacional em assuntos teológicos, bíblicos, de espiritualidade com novas linguagens tendo em vista a sensibilidade do ser humano contemporâneo.

5.2.2.1 Estudos voltados à fundamentação teórica

Nos estudos categorizados como ‘fundamentação teórica’ os pesquisadores trabalham a interface temática a partir de suas realidades e da necessidade de encontrar o lugar da comunicação nas práticas cotidianas⁵⁹. Não discorreremos sobre cada uma em seu conteúdo, apenas será destacado que elas são realizadas sobre temas que surgem de práticas do dia a dia e sua repercussão na ação evangelizadora como compreender os anseios profundos que estão no imaginário das pessoas, a necessidade e o desafio de novas linguagens e ações para o diálogo com a sociedade contemporânea. Nas conclusões do estudo afirma-se que “O homem e a mulher de hoje não aceitariam nunca um Deus ‘arcaico’ no sentido que muitas vezes é apresentado e representado. A este contemporâneo é preciso levar, numa linguagem nova, o amor de Deus através de gestos de amor humano” (SPAKI, 2011, p. 57). Importa aqui o indicativo de que há novas sensibilidades percebidas e o desafio das linguagens e de um universo comum para comunicar também conteúdos teológicos e de espiritualidade.

Uma das pesquisas aborda o processo de comunicação educativo e simbólico exercido pela palavra e gestos, na obra de São Cirilo de Jerusalém, do século IV, trazendo-o para o hoje e verificando como acontece a comunicação no imaginário religioso. Outra, procura ressignificar a linguagem do imaginário religioso na vida cotidiana a partir da palavra e dos gestos dos padres da Igreja. Em suas conclusões aponta: “O desafio de ser cristão é saber comunicar a partir de uma mensagem que liberta e transgride o convencional sabendo utilizar os meios a partir de uma cultura da comunicação que é troca e não simples fala” (MENDONÇA, 2010, p. 50). Esse desafio

⁵⁹ . Alguns títulos: “Uma Leitura Teológica Vocacional da Comunicação”; “Jesus Cristo o Comunicador do Pai”; “A construção de imaginários nas parábolas do Evangelho de Jesus segundo Mateus na ótica da comunicação”; “A Espiritualidade do comunicador cristão. Enfoque espiritual a partir dos documentos das conferências episcopais latino-americanas”.

das linguagens lembra as reflexões do padre francês, BABIN (1989), que chama a atenção para as mudanças e que a comunicação precisa ser modulada e não se restringe às palavras, mas é percepção, ambiência, som, presença onde as pessoas passam a compreender a mensagem de maneira nova.

Outros estudos buscam o diálogo entre fé e cultura com o imperativo de que “a Igreja deve entrar em diálogo com o mundo em que vive” (PAULO VI, 1976, p. 38). A monografia “Fé e cultura: desafios de um diálogo em comunicação” considera que o diálogo supõe escuta das perguntas fundamentais que as pessoas fazem “habilitação técnica, nova linguagem, inculturação e testemunho qualificado, para poder dialogar *com e no* mundo dos modernos *mass media*” (MORO, 2009, p. 93). Entre os estudos teóricos estão outras monografias⁶⁰ que trabalham temas específicos da Igreja como a dignidade humana e o protagonismo do leigo nas comunidades.

A temática da Ética e comunicação faz parte de um estudo que engloba três Documentos Pontifícios: Ética nas Comunicações Sociais, Ética na Internet e Ética na Publicidade, que orientam a ação neste campo, tema esse que evidencia os princípios teóricos que fundamentam a comunicação na Igreja “proporcionando princípios éticos que configuram-se na solidariedade, subsidiariedade, justiça, equidade e verdade” (MADEIRA, 2007, P. 64). O pesquisador enfatiza que a questão da ética e da dignidade humana perpassa os princípios da comunicação cristã e cidadã.

Essas pesquisas revelam uma preocupação quanto ao imaginário e a linguagem e como as pessoas percebem os conteúdos a partir de sua realidade. Mesmo não entrando diretamente no campo da Educomunicação, como é concebida, dialoga com outros saberes e fazem a autocrítica aos próprios métodos investigando as novas percepções e a necessidade da mudança.

5.2.2.2 Formação para a comunicação para lideranças religiosas

A formação para a comunicação para os futuros presbíteros é uma orientação clara nos documentos da Igreja sobretudo depois do Concílio Ecumênico Vaticano II. Durante sua formação, os futuros sacerdotes, religiosos e religiosas “devem conhecer a incidência dos meios de comunicação na sociedade [...] Tal conhecimento faz parte da

⁶⁰ . “A dignidade humana como fundamento da liberdade de expressão” (Barbosa, 2011); “O leigo na Igreja: o pensamento do magistério sobre o leigo” (Jordão, 2010).

sua formação” (CPMCS, 2000, p. 63-64). Duas monografias trabalham especificamente a formação dos presbíteros, com pesquisa de campo e constatam que ela é insuficiente e que as lideranças estão pouco preparadas. Os dois estudos mostram que o lugar da comunicação na carga horária da grade curricular da Teologia, bem como na ementa apresentada é insuficiente, mostrando que é preciso qualificar a formação em todo o processo: “Dar um passo qualitativo na formação dos seminaristas, uma mudança efetiva no sentido de superar o caráter redutor da tecnologia, sem perder suas contribuições” (LIMA, 2005, p. 66). Recente publicação do Brasil reforça que “A educação e a formação para a comunicação devem fazer parte integrante da formação de agentes pastorais e dos sacerdotes” (CNBB, 2014a, p. 195).

No campo da formação em comunidades religiosas estudam-se também questões de ética, cultura e comunicação nas relações entre as pessoas, buscando compreender como se dão essas relações interpessoais, sobretudo nas etapas iniciais. A constatação é de que “a conduta ética e moral dos jovens oscila muitas vezes, de acordo com os interesses pessoais [...], grande maioria se organiza em grupos e partidos que defendem interesses comuns ou que se aproximam por afinidades” (SILVA, 2003, p. 61).

Mesmo sendo expressivo o número de seminaristas e presbíteros que fazem o curso de especialização, apenas duas monografias pesquisam diretamente o tema da formação para a comunicação, um tema com insistência constante nos documentos da Igreja, o que pode indicar que a comunicação ainda é uma disciplina que está à margem da formação nos cursos de Teologia.

5.2.2.3 Comunicação nas celebrações e na educação da fé

A comunicação nas comunidades é um momento presencial que se caracteriza pela proximidade, mas requer preparação para ser realizada com qualidade. Uma das monografias pesquisa o processo de comunicação na Pastoral com foco nas celebrações, verificando como a gestualidade, o corpo, o relacionamento e o diálogo, e não somente a comunicação verbal, tem sua importância e significado. O pesquisador conclui que a prática da descentralização nas comunidades abriu lugar ao diálogo, à comunhão e à participação, quando a comunidade parte para uma pastoral missionária. “Isso é uma

verdadeira conversão pastoral desde as Comunidades de Base⁶¹ motivadas pela formação continuada de antigos e novos agentes evangelizadores” (CARVALHO, 2011, p. 37). Os elementos do diálogo e do compromisso, neste estudo, revela-se uma comunicação mais comprometida com a transformação da realidade e dos processos de comunicação.

Há pesquisas que avaliam a comunicação nas comunidades como no aspecto da saudação inicial, nas missas, acolhida das pessoas e de Deus. Abordam o tema da pessoa que comunica, quando preside uma celebração e como seu relacionamento com os fiéis mediante a acolhida, a expressão do corpo ajudam ou não na experiência espiritual, tendo o corpo como participante ativo no processo da comunicação. Em sua avaliação, o pesquisador conclui que os presbíteros com suas expressões de afeto e entusiasmo favorecem a acolhida dos fiéis, para que se sintam acolhidos no mistério trinitário. “A acolhida inicial, fraterna, alegre expressa na saudação realizada por eles, tem comunicado eficazmente a força de Cristo ressuscitado, fazendo com que os fiéis constituam relações cada vez mais humanas, calorosas” (PEÇANHA, 2005, p. 60-61).

Outras temáticas avaliam a comunicação na Liturgia entendida como o espaço amplo em que os fiéis se reúnem, compartilham e preparam celebrações onde, nem sempre está presente a figura do presbítero. O pesquisador analisa a dimensão orante na celebração da Palavra em comunidades e traz como resultado da investigação que, para 95% dos entrevistados, a oração é uma atitude muito importante na vida do cristão e consideram que os gestos e símbolos ajudam a comunicação com Deus, transmitem espiritualidade e precisam ser valorizados. Segundo levantamento 89% valorizam a Celebração da Palavra e 82% sentem dificuldade em rezar na celebração, sendo que “As maiores dificuldades aparecem devido à falta de valorização ou de conhecimento dos gestos, das ações simbólicas, da ritualidade e da gestualidade, ou seja, da comunicação nas celebrações” (PANDOLFI, 2011, p. 57).

Três monografias pesquisam o tema da Comunicação na Catequese, ou seja a educação da fé procurando verificar, sobretudo, a linguagem e o planejamento. Em locais diferentes verificam como é a preparação das aulas, a linguagem e a formação para os educadores da fé. Entre as conclusões “Constatou-se também que o mote principal das dificuldades está na falta de formação na catequese” (FERREIRA, 2008,

⁶¹ . A expressão Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), refere-se a pequenos grupos que se reúnem para celebrar a fé e refletir sobre a Palavra de Deus, são grupos comprometidos com o testemunho e a transformação social.

p. 67), sendo que, além da preparação dos conteúdos doutrinários, o catequista precisa compreender o universo do seu interlocutor, na sua maioria crianças, adolescentes de jovens.

Quatro pesquisas analisam o jovem e sua participação na comunidade, bem como a mobilidade religiosa, a dificuldade de compromisso, a evasão e, dificuldades da Igreja em dialogar com eles. Com relação à temática da mobilidade religiosa, que envolve as demais, o pesquisador reconhece que as dificuldades passam pela linguagem: “é muito mais que um modo de falar, mas uma atitude no modo de olhar para o espírito do século e traduzir em gestos os valores tão necessários para a formação do caráter das pessoas” (SILVA, 2007a, p. 68). Talvez se faça necessário abrir o olhar para o interlocutor, uma vez que para aos membros da geração net, a experiência é que tem valor. Conforme conclusões: “O que é experimentado torna-se referencial de alegria, de entusiasmo, de sonho e empenho para o crescimento e a realização de um projeto de vida” (MENDES, 2012, p. 53).

A análise da comunicação em diversos momentos da educação da fé, promovem a autocrítica sobre a necessidade da formação e do diálogo com as novas gerações para educadores no campo religioso. Ao mesmo tempo demonstra como os pequenos grupos favorecem o diálogo e o compromisso, o que está em consonância com as orientações em relação às pequenas comunidades “no sentido de ampliar a interação e o engajamento de muitas pessoas” (CNBB, 2014b, p. 129).

5.2.2.4 A comunicação da Palavra nas homilias e celebrações: uma avaliação crítica

A temática da comunicação da Palavra nas homilias, ou seja, nos sermões, é um tema recorrente nas monografias, o que mostra a preocupação não só com o conteúdo, mas com o modo de expressar pela linguagem oral, postura, gestual, voz, uso do microfone e assimilação que os fiéis fazem dos conteúdos. A comunicação da Palavra na sua proclamação faz parte da preocupação cotidiana dos cursistas que avaliam a comunicação em seus locais de origem, em confronto com os conhecimentos teórico-práticos adquiridos⁶². A comunicação da Palavra nas celebrações e na homilia também é

⁶² . Títulos das monografias sobre o tema: Homilia: a comunicação da Palavra; A comunicação nas homilias, efeito na vida dos fiéis. Estudo de caso na paróquia Cristo Rei de Várzea Grande, e na Catedral

valorizada pelo papa Francisco que dedica diversas páginas em sua Exortação Apostólica: “A homilia é o ponto de comparação para avaliar a proximidade e a capacidade de encontro de um Pastor com o seu povo” (FRANCISCO, 2013, p. 113).

Nas pesquisas de campo alguns pesquisadores estabelecem um diálogo com a sociedade, com o interlocutor, aplicando questionários, levantando dados para verificar se a comunicação chega e é entendida. Uma pesquisa sobre a comunicação da Palavra de Deus na escuta e vivência da comunidade, centra-se na participação e preparação dos momentos celebrativos em comunidades com ou sem padre. Em sua avaliação, o pesquisador conclui que se descuidou da formação litúrgica permanente permitindo que as celebrações sejam, “para muitos, algo ritualista, monótono e privado, a ponto de não se fazerem conscientes da presença transformadora de Cristo e de seu Espírito, nem de a traduzirem em um compromisso solidário para a transformação do mundo.” (QUIRINO, 2009, p. 69).

Na temática da comunicação na Igreja, em missas pela televisão como momento de evangelização e experiência de Deus na vida de idosos e enfermos, realizada em comunidades que assistem missa pela televisão a avaliação é de que favorecem a aproximação dessas pessoas com a Igreja: “O que constato é que a missa pela TV é algo importante na dinâmica e vivência da fé, ajuda sim a fazer experiência de Deus, alimenta e, sem dúvida, sustenta a sua fé [...] Há uma identificação com o que veem, escutam; e com a fé recebida se sentem bem” (OLIVEIRA, 2008, p. 77).

Duas monografias trabalham o uso de equipamentos como Data show nas celebrações eucarísticas. Por mais discutida que seja a questão, pois não é pacífico o uso dessa tecnologia que, se não for usada adequadamente, pode desviar as pessoas da centralidade do mistério, o pesquisador considera, que há um novo sujeito, novas sensibilidades e novas formas de comunicar, e observa que há um “despreparo muito grande das comunidades em adaptar esses novos instrumentos, tanto na estrutura do tempo, como também na vida das pessoas [...] houve transformações positivas que ajudaram a participação dos fiéis” (NARUISHI, 2012, p. 60-61). A introdução do uso das tecnologias nas celebrações também foi estudada por Ramos, envolvendo o sentido amplo dos símbolos e de toda a ritualidade nas celebrações. Em suas conclusões a

Bom Jesus de Cuiabá (MT); Comunicação Homilética; A homilia como meio de comunicação. um estudo discursivo em paróquias de São Paulo (SP); Homilia: comunicação oral na liturgia católica. Um estudo de caso na Diocese de Presidente Prudente (SP); A arte de falar e escutar em público. Um estudo de caso nas celebrações eucarísticas (Caiteté, BA); A comunicação verbal na homilia – uma pesquisa real entre fiéis e sacerdotes de Igrejas de Salvador (BA).

pesquisadora afirma: “Com o trabalho foi possível constatar a carência da formação litúrgica nas comunidades, não só por parte dos agentes de pastoral, como também do clero” (RAMOS, 2012, p. 60).

Os estudos sobre a palavra na Igreja, sobretudo nas homilias, indicam o quanto ela é importante e que há abertura para o questionamento em relação ao modo de comunicar. Ao mesmo tempo a tensão entre a necessidade da mudança no uso de recursos tecnológicos e o significado dos ritos litúrgicos.

5.2.2.5 Comunicação não verbal, gestual e empática

A partir do estudo das teorias da comunicação e da constatação de alguns autores de que a primeira língua do homem foi o gesto, monografias analisam a gestualidade, a comunicação corporal e empática nas celebrações e na relação interpessoal. A gestualidade na comunicação não verbal na Celebração Eucarística é uma pesquisa que se propõe a verificar a gestualidade nas celebrações litúrgicas, com questionário a presbíteros (padres) de diferentes tempos de ministério. O pesquisador traz presente que a rotina é uma realidade, entretanto, afirma que “ficou evidente, a partir do questionário, que a repetição dos gestos nas celebrações diárias não leva a repetição mecânica, mas a uma prática dos gestos com maior fluência, com maior riqueza, com maior expressão litúrgica” (CAES, 2009, p. 71).

Um estudo que segue a mesma linha da comunicação não verbal do corpo humano na celebração eucarística, privilegia os fiéis na pesquisa de campo. Para o autor, ela

veio comprovar que a comunicação não verbal do corpo humano é de vital importância na caminhada e para a organização e formação efetiva das reformas litúrgicas em nossa Igreja e, principalmente, a formação dos sacerdotes e agentes de pastorais litúrgicas das comunidades para que as missas sejam celebradas com mais dinamismo, usando a corporeidade e a gestualidade (PIRES, 2008, p. 73).

A comunicação entre as pessoas requer empatia e outros atributos que favoreçam a relação interpessoal, conforme estudo sobre comunicação empática entre o padre e o fiel no sacramento da reconciliação, em que acontece um encontro para conversa pessoal. Nas conclusões o pesquisador analisa que o tipo de relação empática só é

possível quando existem alguns elementos como “ambiente adequado, acolhida incondicional, tolerância, humildade, escuta de qualidade, estar atento à linguagem não verbal expressa, transmitir compreensão e transparecer um sentimento de perdão” (NETO, 2006, p. 62), o que contribui para estabelecer um canal de comunicação com o fiel.

Os três trabalhos analisam a comunicação não verbal, que tem elementos da pessoa e do contexto que se somam ao êxito da comunicação, que Babin (1989) caracteriza como o *ground*, uma atmosfera que envolve o local que pode sincronizar pensamento, gesto e palavra, ambiente, cores, música, símbolos. Entretanto, conforme as análises indicam, tudo requer escuta, pesquisa e capacidade de revisão dos próprios métodos e abertura para novas linguagens.

5.2.2.6 Políticas de comunicação

O tema das políticas de comunicação é trabalhado em relação a instituições religiosas e as políticas de comunicação adotadas em relação a um grupo de trabalho e também em relação às propostas da CNBB aplicadas em uma Arquidiocese e no caso desta pesquisa, as políticas nacionais são aplicadas ao contexto local. A Pastoral da Comunicação (PASCOM) é uma política, enquanto organiza as ações das comunidades num projeto comum que estabelece um trabalho norteador. A pesquisa de campo indaga quais paróquias tem a PASCOM, entrevista lideranças e conclui: “Como se pretendia demonstrar, não existe um projeto que norteie a atuação da Pastoral da Comunicação, tanto da equipe arquidiocesana quanto das paróquias” (SILVA, 2012, p. 61).

Nas Políticas de comunicação, um dos aspectos é a linha filosófica ou postura adotada nas práticas comunicacionais, como um levantamento dos meios de comunicação dos quais se serve uma Igreja local, que trabalha cultura midiática e desafios para a ação evangelizadora da Igreja. A pesquisa de campo teve o objetivo de ver como é percebida a comunicação pela mídia e mesmo realizada pela Igreja. Para o pesquisador, o estudo

ajudou a entender que formar para a comunicação significa pautar um processo de educação que permita à pessoa um pensar e um fazer comunicacionais não exclusivamente técnico-operacionais,

comprometidos com a onda mercantilista, mas promotores de cidadania e de uma prática reflexiva” (PINTO, 2012, p. 61).

Uma das formas de implementar políticas de comunicação nas paróquias é organizar ações articuladas em projeto unificado de PASCOM para superar a falta de sintonia interna entre diocese e paróquia e “integrar-se junto ao projeto da Diocese, estudando-o e usando a rádio comunitária e a comunidade para tal intento” (BARBOSA, 2004, p. 49). Nessa tentativa de verificar aspectos da organização do agir da Igreja no mundo mediante a comunicação, as experiências estão a caminho, mas deixam a desejar. Em suas orientações para a comunicação o documento dedica um capítulo às Políticas de comunicação, que envolvem participação política na sociedade, liberdade de expressão, trabalho por uma comunicação democrática, deixando a Pastoral da comunicação como um aspecto de organização interna (Cf. CNBB, 2014, p. 153-165).

O tema das Relações Públicas nas Pastorais Sociais também pode ser entendido como parte das políticas de comunicação e da articulação das pastorais, uma vez que estabelece o diálogo com a sociedade. “A pesquisa trouxe à tona o conhecimento da realidade sobre os pontos que precisam ser implantados e/ou melhorados em prol da interligação das Pastorais Sociais que compõem a Diocese” (DUQUE, 2009, p. 46), e abriu o horizonte para a perspectiva de um projeto que responda às necessidades. As políticas de comunicação sejam elas voltadas a melhorar e articular a comunicação no interno das instituições ou para a sociedade são elementos que compõem o sentido da Educomunicação, quanto ao processo da comunicação com fluxos democráticos e participativos.

5.2.2.7 Produção e presença evangelizadora no rádio

A temática do Rádio é uma das mais abordadas nas monografias, seja do ponto de vista da análise de programas quanto da produção, uma vez que o rádio é um dos veículos mais acessíveis às lideranças comunitárias e educativas, sobretudo no interior do país. Nas 29 monografias produzidas sobre o tema, provenientes de 14 estados brasileiros, observa-se a proximidade e inserção das pesquisas na realidade local. A maioria delas parte de estudos em emissoras católicas, com temas que dizem respeito à

educação, cultura e ao diálogo com a sociedade ou avaliação de programas. Nas análises sete estudos trabalham o tema das rádios comunitárias de diferentes regiões do país.

Uma série de estudos dedica-se à temática do *Rádio formador de opinião*, da consciência crítica, sua capacidade de integração, mobilização e formação da consciência solidária, como é o caso da análise do programa. Seu objetivo é de apresentar o exercício de formação da consciência crítica de um povo, a partir do programa “Conversando é que a gente se entende” e sua contribuição na região Norte do estado do Ceará. Sob o prisma da educação, ser formador de opinião a ponto de conduzir o receptor a uma reflexão crítica da realidade e fazer com que se torne protagonista da história. A meta do programa é a construção da cidadania e em seu processo de pesquisa o autor registra: “Era muito bom chegar nas comunidades e perceber que as pessoas vinham debater conosco assuntos que discutíamos no programa” (ARAÚJO, 2010, p 48).

A pesquisa “Rádio Alvorada como instrumento de integração das pessoas na diocese de Parintins, no Amazonas” (BRUCE, 2010) “tem a finalidade de mostrar a importância da comunicação radiofônica como instrumento de integração das comunidades rurais na região amazônica”, regiões com grandes distâncias de dificuldade de acesso. O Jornalismo radiofônico é analisado em emissora católica em que a pesquisadora “defende que a veiculação de informação através do rádio é uma forma de garantir seu caráter público, social e plural e a emissora se torna a voz do que não tem voz” (DOS SANTOS, 2006, p. 7). A informação também é trabalhada em programa de Debate, evidenciando a importância do Rádio na formação de opinião e como espaço para mobilizar colaborando na formação da consciência solidária.

O tema específico da evangelização e da missão das emissoras católicas é abordado em oito⁶³ monografias de diversos estados do país e acreditamos que isso se justifica pela missão, das emissoras, um espaço em que o anúncio do Evangelho se faz em linguagem cotidiana. Esta incidência do rádio no cotidiano das pessoas, com programas em diversos horários, reforça a missão de veículo de evangelização para o fortalecimento da fé, conforme MARTÍN-BARBERO (1998) as pessoas “pedem que as acompanhe, que fique com elas, que as eduque” e, poderíamos acrescentar que converse e reze com elas. Programa sobre a dimensão missionária, ou seja, ir ao encontro das

⁶³ . Devido ao grande número sobre o tema, não analisaremos cada um dos programas, mas vamos extrair os elementos ligados aos valores da Educomunicação.

peças é produzido e realizado com crianças e adolescentes que se apresentam e conversam com os ouvintes, conforme VITAL (2012). Programas realizados com crianças em que elas elaboram e apresentam o programa, se constitui, sem dúvida alguma, uma das características da comunicação educacional e cidadã, também em programas de evangelização que valorizam a criança enquanto sujeito do processo.

Entre as rádios católicas educativas, o enfoque do espaço educativo encontra-se no estudo do rádio como recurso para um processo educativo, onde a emissora se coloca como uma alternativa de informação, formação e programas educativos e culturais marcando presença na cidade (ALMEIDA, 2008). Nesta análise, a dimensão educativa se evidencia pela informação e formação e pelo diálogo com a cultura.

Os aspectos analisados na produção e missão das rádios revelam a preocupação de estudo da insistência de programas formadores de opinião, debatendo temáticas de forma crítica, bem como a presença no dia a dia, na interação e no diálogo com a sociedade. Merece destaque experiência realizada com crianças possibilitando a elas serem sujeitos participando na produção e apresentação de programas. Barbosa Filho acentua a função social do rádio como agente de informação e formação do coletivo, prestando serviços, facilitando o diálogo entre indivíduos e grupos, mobilizando para fins pessoais e comunitários. Daí a importância do comunicador ter em conta “que a prestação de serviço público por intermédio do rádio possui força e poder inimagináveis” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 50).

5.2.2.8 Rádio & comunidade: comunicação participativa

As monografias sobre rádios comunitárias colocam em discussão o processo de comunicação participativa e a democratização com a possibilidade das pessoas participarem. São seis monografias que analisam as relações sociais, discutem a verdadeira função da Rádio Comunitária, sua ideologia e um espaço privilegiado de comunicação, impulsionando o espaço democrático.

Os pesquisadores trabalham a partir do conceito de democratização e participação da comunidade local, apoiados em referenciais teóricos de Paulo Freire, Mário Kaplún, Cicília Peruzzo, Denise Cogo, Martín-Barbero, Canclini, Mauro Wilton de Sousa, entre outros. Uma das pesquisas estuda as Rádios Comunitárias no desenvolvimento integral da comunidade em uma região em que a comunidade participa

na manutenção e na produção de notícias de cinco emissoras. O pesquisador conclui que “o estudo realizado tanto na pesquisa bibliográfica quanto na pesquisa de campo mostra que, apesar das limitações próprias de uma rádio comunitária, é possível interferir, de forma positiva no processo de desenvolvimento social da comunidade” (OLIVEIRA, 2007, p. 45). Peruzzo lembra os princípios que embasam experiências das rádios comunitárias

transmitir uma programação de interesse social vinculada à realidade local, não tem fins lucrativos, contribui para ampliar a cidadania, a democratizar a informação, a melhorar a educação informal e o nível cultural dos receptores sobre os temas diretamente relacionados com suas vidas (PERUZZO, 2007, p. 1).

Neste sentido, quanto mais a participação acontece, tanto mais a emissora cumpre sua missão ou estará fora da proposta. Duas pesquisas analisam experiências em que a Rádio comunitária perdeu a dimensão participativa a partir do momento em que o dinheiro entrou em cena por interesses políticos partidários. Conforme o pesquisador isso acontece ao “concentrar a direção na mão de um pequeno grupo e não acolher novas entidades: fechar-se num grupo limitado de sócios” (LIMA ALVES, 2007, p. 65). Leitão analisa uma rádio que foi montada a partir de um grupo de interessados e não a partir das necessidades da comunidade, resultando que “o fim a que se destina esta emissora é a satisfação de um grupo de pessoas sem procedência comunitária, cujo prazer é manter a rádio em funcionamento” (LEITÃO, 2009, p. 55).

Ao estudar rádios comunitárias da cidade de São Paulo, Gomes constata a marginalização em que se encontram, mesmo depois de legalizadas, e as dificuldades com a sustentabilidade, dentro da lei que proíbe veicular publicidade comercial, “apenas estão autorizadas a receber apoio cultural de entidades localizadas na área de cobertura de suas antenas, ou seja, veiculando apenas o nome, o endereço físico e eletrônico e o telefone do patrocinador” (GOMES, 2014, p. 189). Daí se observa que, se por um lado a comunicação comunitária precisa manter a fidelidade aos princípios coletivos em favor da comunidade, em muitos casos a missão das rádios comunitárias não é cumprida, conforme demonstram essas pesquisas que trazem fragmentos da realidade da comunicação comunitária, regida pelos critérios da participação e do envolvimento com a comunidade local e, ao mesmo tempo, o desafio da sustentabilidade.

5.2.2.9 Análise de mídias católicas como televisão, jornal, marketing

Estudo sobre televisão católica, na Amazônia legal, pergunta se esta é uma televisão a serviço do povo numa região ainda carente de recursos humanos e técnicos. Após levantamento do que as pessoas veem de produções em nível nacional procura identificar a necessidade local como “um programa voltado a noticiar acontecimentos e programações das paróquias, divulgação de festas e programações”, (MEES, 2012, p. 27), após identificar que as pessoas apreciam a produção local, ainda que com mais limites.

Duas pesquisas se debruçam sobre a análise de Jornais diocesanos, de caráter formativo e informativo, em diferentes locais como Campo Mourão (PR) e Duque de Caxias (RJ). No momento em que o cursista reflete sobre suas práticas, procura conhecer a história, o público, fazendo uma pesquisa no campo da produção e da recepção com os leitores. No estudo de recepção do jornal, uma das conclusões é de que “o contato com o leitor é importantíssimo, seja abrindo espaço para eles no jornal, seja o jornal indo até eles [...] o contato com o público é necessário para o crescimento e a solidificação de um veículo de comunicação” (CARRARA, 2007, p. 50). A análise de Roteiro assumido como metodologia de reflexão para grupos que se reúnem semanalmente, em Caratinga, MG, estuda a relação do Folheto para encontros com os grupos que o adotam para verificar se ele ajuda no crescimento da fé e no compromisso. Entre as sugestões de mudança, “colocar mais equilíbrio para que os encontros não permaneçam apenas na racionalidade, mas que sejam mais orantes para responder às várias tendências dos fiéis” (CARDOSO, 2006, p. 93).

No campo das livrarias católicas da Grande São Paulo temos uma pesquisa que verifica como são utilizados os recursos de comunicação e marketing segundo as tendências modernas da administração. Das 12 livrarias pesquisadas, “apenas duas possuíam um departamento de marketing com ações planejadas e implementação de ferramentas de comunicação e marketing” (OLIVEIRA, 2005, p. 48). A importância do marketing também é trabalhado por LIMA (2009), tendo em vista a melhoria e autossustentação de uma rádio católica educativa, para o cumprimento de sua missão eclesial e legal.

A publicidade e a propaganda em sites de Dioceses é objeto de estudo, demonstrando que com a cobertura de eventos, produção de notícias, há divulgação do

próprio site, pelos acessos, e conseqüentemente, anunciantes que permitem a manutenção do site. ”Evangelizar na internet usando a publicidade é algo real e possível mesmo tendo que enfrentar as dificuldades que nascem com a falta de recursos financeiros e humanos” (PITA SOUSA, 2012, p. 47).

As diversas análises identificam possibilidades e limites nos diferentes campos, sobretudo no campo da administração e do marketing, que fazem parte da comunicação na sociedade atual. Elas não estão incluídas, até agora, como elemento da Educomunicação, entretanto, fazem parte da gestão e do planejamento para a autossustentação de projetos educativos e culturais que podem adotar uma gestão participativa.

5.2.2.10 Análise de fenômenos midiáticos na Igreja católica

Um novo fenômeno é o catolicismo midiático, que está acontecendo em grau maior ou menor em redes de rádio e televisão, com a presença de presbíteros que se destacam e utilizam uma estrutura de marketing adequada ao projeto midiático. É um novo cenário de midiatização da fé que perpassa as ações da vida cotidiana. Para estudiosos do fenômeno, não se escapa da mídia, uma vez que ela está presente na vida cotidiana. Na cultura da mídia, entretanto, é indispensável “interessar-se pelo que a mídia faz como também pelo que fazemos com ela” (SILVERSTONE, 2002, p. 13).

Dois estudos pesquisam o fenômeno midiático do padre Marcelo Rossi sob diferentes aspectos: como fenômeno de massa e como líder, os quais apresentam contradições. Em relação ao fenômeno, o pesquisador verifica que a linguagem e representação dos novos padres e artistas midiáticos católicos extrapolam as fronteiras da própria Igreja.

Possuem identidade católica, mas enquanto fenômeno pertence à cultura de massiva [...] seus seguidores podem até comunicar o que a Igreja diz, mas não representam institucionalmente a própria Igreja, em uma cultura na qual o sentimento de pertença não é uma instituição, mas uma afinidade individualizada (SILVA, 2009, p. 61).

A pesquisa do programa líder de audiência pela Rádio Globo AM, com o padre Marcelo Rossi, é analisado com o objetivo de identificar qual o segredo de um líder, na condição de comunicador popular, a habilidade com que trabalha a linguagem do rádio

e a relação com os ouvintes nos aspectos da intimidade, pautada na empatia, e na identificação. A pesquisa de recepção do programa “Momento de fé” foi realizada entre católicos praticantes de Petrópolis (RJ). Entre as conclusões, “no caso da intimidade, ela se dá principalmente a partir do espaço que os ouvintes abrem a própria vida. A empatia é fruto de um esforço do apresentador em compreender e sentir o drama vivido por aqueles que o escutam” (MEDELLA, 2009, p. 52).

Outro estudo com programas de evangelização, líder em audiência no rádio, analisa o que liga os fiéis ao programa religioso “Experiência de Deus” do padre Reginaldo Manzotti, veiculado em emissoras em nível nacional, cuja pesquisa foi realizada em Palmas (PR). O pesquisador entrevistou ouvintes e conclui que “em relação à eficácia na vida das pessoas, no ser capaz de tocar alguma área e situação da vida, 100% dos entrevistados acreditam que ele é eficaz” (SUSTIÇO, 2010, p. 62).

Pesquisa investiga o impacto da mensagem da novena televisiva, “Filhos do Pai Eterno”, apresentada diariamente, pela Rede Vida de Televisão, com crescente audiência por estar numa TV de abrangência nacional. O objetivo é verificar a relação da mídia com o fiel por meio de um marketing organizado na associação Filhos do Pai Eterno (FIPE) em Trindade (GO) e como essa novena provoca o sentimento de pertença. O pesquisador conclui que 75% dos entrevistados disseram que foram pela primeira vez a Trindade o que se deduz que “a ocorrência de muitos devotos acontece graças à ação televisiva, enquanto que outros desconhecem o projeto” (SILVA, 2012, p. 55).

A análise de programas de audiência no rádio e na televisão analisados em monografias, indicam um conflito existente entre o anúncio da mensagem do Evangelho e o modo de fazê-lo, uma que a mídia impõe lógicas mais voltadas ao sucesso pessoal e ao mercado. Ao mesmo tempo, a necessidade de visibilidade, audiência e expansão desses programas religiosos.

A midiaticização da religião é um fenômeno contemporâneo complexo, também presente na Igreja Católica, que afeta as práticas sociais e religiosas, alvo de indagações sobre as formas de pertencimento, em programações religiosas mediaticizadas que apontamos. O tema requer mais pesquisas e muitas são as questões, entre elas, essas tendências “indicam uma mudança capital, que obriga a Igreja Católica a pensar o lugar que deve ocupar no mundo atual mediaticizado [...] uma espiritualidade descomprometida com os grandes problemas mundiais, tais como a fome, o desemprego, o meio ambiente e as migrações” (GASPARETTO, 2011, p. 189).

5.2.2.11 Jovens e a linguagem *ciber* no contexto da evangelização

O ciberespaço compreende a digitalização da informação, seja em áudio, vídeo, texto, em que não se trabalha de modo analógico e sim pelos pares binários (0/1). Tem relação com o mundo digital, envolvido por atividades eletrônicas, como o acesso à internet, processos digitais, navegação em páginas digitais, redes sociais digitais. Estudos de portais, sites, blogs, relacionamentos pelas redes digitais para diferentes usos e seu compromisso com a evangelização, procuram compreender os desafios de um relacionamento presencial para a imaterialidade que a internet oferece, o que leva a inovações em relação à linguagem e aos relacionamentos na rede. Não se trata apenas de tecnologias, mas de relacionamento, que se estabelece por meio de plataformas digitais. Os estudos aqui apresentados procuram investigar por onde passam as mudanças nas linguagens digitais e a linguagem que os jovens adotam nos relacionamentos *ciber*.

A investigação de novos hábitos nos jovens, a partir de sua interação com o ciberespaço, tem a intenção de averiguar como se dá a necessidade de comunicação que há no ser humano e se os jovens suprem essa necessidade por meio do relacionamento no ciberespaço. O pesquisador serve-se do termo “cibercostume” para designar uma cultura permeada de novos hábitos, graças ao aparato digital, buscando verificar o que é descartável nas relações via mídia digital. E confirma a hipótese de que “o virtual contribui na descartabilidade do aprofundamento das relações, mas a necessidade do outro leva os jovens a buscarem o de que sentem carência através do ciberespaço”. (MALANQUINI, 2010, p. 56).

Análises são feitas também em sites para saber o que os jovens católicos procuram nestes espaços. O objetivo é de “percorrer as esferas deste mundo virtual e analisar a busca dos jovens católicos pelo que denominamos “cibersacro” e a partir daí servir de estímulo para que o meio digital seja utilizado veementemente para uma evangelização e formação” (BATISTA, 2008, p.7). O pesquisador inova com a expressão “cibersacro” inspirando-se em ciberícone:

O conceito de ciberícone designa as unidades de representação gráfica e imagética concernentes a funções técnicas claras e distintas ou a desejos operacionais específicos. Implica-se aí toda a sinalética

hipertextual dominante: não só figuras, desenhos e logogrifos, mas também relevos virtuais estampados por palavras e letras, grafismos e tracejados, diagramas e palhetas, setas e demais indicadores (TRÍVINHO, 2007, p. 119).

Apropriando-se deste conceito, Batista o aplica para as imagens do sagrado presentes no site, objeto de estudo que analisa com referências a um aspecto transcendental, por ele denominado de “cibersacro”. “Não é apenas um espaço delimitado como um site religioso, que expressa em seu conteúdo nuances do sagrado. Em nosso entendimento, o ‘cibersacro’ vai além disso. Qualquer ciberícone sagrado é um símbolo do ‘cibersacro’. É o próprio ‘cibersacro’”(BATISTA, 2008, p. 44).

A apropriação da internet para a missão que a Igreja católica tem como o anúncio de Jesus Cristo analisa sites católicos como *CançãoNova* e *Amaivos*. “A intenção desta monografia é compreender e analisar como se pode anunciar Jesus Cristo, verbo feito carne, pela internet, tendo como base alguns documentos da Igreja e observação de alguns exemplos práticos”. (GODOY, 2004, p.10). No documento sobre Igreja e Internet a orientação é de que se faça uma “justa utilização para o desenvolvimento, a justiça e a paz da humanidade” (PCCS, 2002, p. 8).

Um dos estudos objetiva analisar a presença de uma comunidade no Orkut e quais mecanismos levam a essa permanência. A pesquisa teve indicativos de que o jovem permanece em sites de relacionamento porque se identifica com os conteúdos, há espaço de participação como fazer pesquisas, participar de fóruns e atende à necessidade de entretenimento. O pesquisador conclui que “os recursos audiovisuais, como perfil, recados, fotos, vídeos, depoimentos e comunidades são os principais motivos da permanência dos jovens nesse site, sendo a ferramenta ‘recados’ a que lidera o *ranking* de preferência” (GUIMARÃES, 2010, p. 82), sendo que 70% dos entrevistados disseram não ter nenhuma dificuldade em manusear este site de relacionamento.

Nos diversos pontos do país, agentes pastorais e religiosos procuram compreender os relacionamentos e as práticas nas redes sociais. Um estudo verifica o porquê da pouca aceitação a blogs católicos e avalia a comunicação *online*, objetivando analisar o porquê da não aceitabilidade dos jovens em acessarem os blogs especificamente aqueles com endereço eletrônico no portal da diocese de Uruaçu (GO) e o que deve mudar. Nas conclusões o relato da “falta de divulgação, conteúdos inadequados e muitos extensos, a linguagem desatualizada (...) fazer com que seus conteúdos sejam variados e atuais utilizando vídeos, fotos e áudios do universo jovem”

(ARANTES, 2010, p. 43-47). Esse resultado confirma que a linguagem digital tem outra lógica, e os conteúdos, sejam de informação, educação ou religiosos, precisam ser atrativos, com interatividade e de interesse.

Outra questão é se os relacionamentos virtuais podem vir a substituir os presenciais, o que foi estudado na monografia sobre a influência da internet na vida de jovens que fazem parte de um grupo. A proposta foi pesquisar se a internet provocava nos jovens características de isolamento, individualismo e pouca liberdade de expressão. A hipótese não se confirmou porque eles têm participação efetiva na Igreja. “O que o jovem busca pela internet é ter voz e vez diante da sociedade em que está inserido [...] não basta a sociedade olhar para o jovem, perceber seus problemas. Os jovens só serão melhores se a sociedade não os excluir e se der espaço para que possam exercer sua criatividade” (TONIAL, 2011, p. 74-75).

As novas tecnologias também fazem parte do cotidiano de comunidades religiosas, o que requer conhecimento e formação. Um dos estudos teve por objetivo demonstrar o papel das novas tecnologias, sobretudo da internet, na vida religiosa consagrada, bem como a necessidade da formação “para que as religiosas possam adquirir conhecimento sério da linguagem própria das novas tecnologias, o que as levará a usufruir desses meios sem medo e preconceito, em vista da melhoria do bem-estar pessoal, do crescimento das relações interpessoais e da vida de comunidade, e possam, ainda, contribuir para a edificação de uma sociedade onde todos se sintam irmãos e irmãs, na construção do Reino de Deus” (PINHEIRO, 2012, p. 7-8).

A entrada no ambiente digital sob os diferentes enfoques aqui estudados mostram o grande desejo de educadores e agentes pastorais de compreenderem as mudanças, a inserção e apropriação com o fim de analisar e de ser um espaço de propostas, conforme o apelo do papa Bento XVI⁶⁴ que convida a serem atuantes no continente digital: “Desejo encorajar todas as pessoas de boa vontade, ativas no mundo emergente da comunicação digital, a que se empenhem na promoção de uma cultura do respeito, do diálogo, da amizade” (BENTO XVI, 2009, p. 6).

5.2.3 Diálogo com a sociedade: análise da mídia

⁶⁴ . 43º. Dia Mundial das Comunicações – 24 de maio de 2009: “Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade”.

A análise da mídia, nas diferentes linguagens, ocupa número razoável de monografias, sendo que alguns estudos são teóricos, sem pesquisa de campo, enquanto outros fazem análise de produtos midiáticos. A partir da observação e pesquisa, cursistas analisam suas práticas numa multiplicidade de enfoques, que fazem parte da cultura do cotidiano, em temáticas ligadas à questão cultural e social, de comportamento, de gênero, etnias, influência da televisão e da publicidade, o lugar da internet nas relações que se estabelecem na cultura digital, demonstrando outros aspectos da Educomunicação na análise da sociedade.

Entre os temas teóricos há um estudo sobre a cultura do simulacro em Jean Baudrillard e a relação entre informação televisiva e massas em São Paulo, que o pesquisador aponta: “Apesar de não provarmos a hipótese de nosso trabalho, acreditamos concretamente que os campos do imaginário brasileiro em sua relação com a televisão devam ser mais explorados e estudados” (MACARI, 2004, p. 117). As tecnologias digitais em Pierre Levy embasam a pesquisa de Zanata (2010), que estuda, a partir dos conceitos de cibercultura e inteligência coletiva, o “espaço do saber” e as possibilidades de reconfiguração do sujeito. Pesquisa da comunicação na sociedade líquida aborda o pensamento de Bauman em três obras e procura identificar, a partir delas, o conceito de comunicação. Entre as constatações, mudança no *ethos* da comunicação que “pode designar os usos e costumes e o modo de ser das diversas áreas que compõe o vasto campo comunicativo” (DE PAULA, 2009, p. 69). No entanto, o *ethos* da comunicação não é estático mas em processo, em permanente construção, assim como a identidade dos sujeitos e nações passíveis de mudanças.

5.2.3.1 Questões sociais e sua relação com a mídia

As questões sociais e culturais permeiam pesquisa de cursistas com análise de realidades que os envolvem no cotidiano. Uma delas, sobre a linguagem dos homens ao vento, que estuda moradores de rua no centro de São Paulo surgiu do desafio de ver e observar a situação desses seres humanos. A partir de sua forma de apresentação, a pesquisadora conclui que “a linguagem empregada não é só verbal e escrita, mas também se manifesta no gestual, corporal, olhar, tom de voz, vestuário [...] A

comunicação começa pelo vestuário como uma segunda pele, o espelho da sociedade” (VICENTE, 2006, P. 52). Em outra análise, o trabalho comunicacional com crianças em situação de risco e vulnerabilidade social com metodologia própria, estuda a reunião de sentimentos numa obra social em Ponte Nova (MG), onde uma das propostas pedagógico-comunicacionais da pesquisadora é trabalhar a roda para recuperar crianças e adolescentes.

O estar em roda para ampliar os horizontes e perceber o mundo além das mazelas humanas. Na roda é que encontramos nossa identidade. Redescobrimos que fazemos parte de um todo e que fragmentamos a nossa existência. Na roda sentimentos não tem nome, tem vazão, consolo e paz. O outro é suporte e desabafo. Na roda se fala do ontem com a mesma intensidade do hoje e se vive o amanhã com o entusiasmo do momento presente (CESARINO, 2008, P. 5).

A análise da comunicação como instrumento de luta para entidades e movimentos sociais é abordada nas temáticas da Comissão Pastoral da Terra (CPT), como a apropriação dos meios de comunicação por entidades e movimentos sociais. A pesquisa centra-se nas práticas comunicacionais da CPT e do Movimento de trabalhadores rurais Sem Terra (MST), elucidando “como a comunicação e suas ferramentas podem ser utilizada estrategicamente nas lutas de cada uma dessas organizações, traz à tona outras propostas e avaliações” (SILVA, 2008b, p. 67). A comunicação continua mobilizando a sociedade mediante publicações e relatórios anuais elaborados e divulgados pela CPT e pelo Conselho Indigenista Missionário (CIMI) que dão clara informação sobre o aumento do conflito agrário em relação à disputa pela terra dos camponeses e povos indígenas, “conflito este que é alimentado pela omissão tácita ou explícita dos organismos governamentais encarregados da política fundiária” (CNBB 101, 2014, p. 19).

Cinco monografias analisam a temática indígena partindo de diferentes realidades, como a concepção do índio sobre o índio na mídia, um estudo do discurso sobre a imagem do indígena nos meios de comunicação, com o objetivo de explicitar a concepção do índio na representação televisiva, da sociedade *Kaingang*, no sudoeste do Paraná. “No contexto desta pesquisa pudemos verificar que o sujeito, o índio, não aceita a identidade cultural veiculada pela mídia em relação à sua realidade. Podemos afirmar que há uma outra realidade do ‘ser índio’ no cotidiano” (FOCHZATO, 2005, p. 51).

A questão também aborda a invisibilidade e distorção da questão indígena no jornal impresso de região da *Terra Kaingang*, um estudo realizado no Município de Ortigueira (PR). A pesquisa foi realizada em três jornais de Telêmaco Borba (PR) com

o objetivo de investigar questões socioambientais: “Vale ressaltar o agravante de que nenhuma das edições entre maio e outubro de 2007, os *Kaigang*, que moram na região foram entrevistados [...] O poder econômico, no modelo atual tem ditado as normas e a pauta da imprensa” (TARACHUQUE, 2007, p. 55-56). Essas pesquisas se dedicam à questão da identidade e da resistência em relação à imagem do índio veiculada na mídia, em que o poder econômico é dominante, entretanto o compromisso com a mudança pode estar na resistência e na presença de mediadores no campo comunicativo em favor das minorias indígenas. Reporta também ao que Martín-Barbero chama de *o popular não representado* “constituído pelas tradições culturais [...] o mundo das culturas indígenas” (MARTÍN-BARBERO, 1987, p. 39).

A publicidade é uma armadilha em que os indígenas se envolvem, conforme estudo sobre a influência da publicidade televisiva na mudança de hábitos na cultura do povo Xavante da Aldeia Indígena de São Marcos (MT), onde os índios consomem televisão mediante antena parabólica em quase todas as casas da Aldeia. A pesquisa indaga como mesmo uma cultura passada pela tradição oral e por imitação, acaba sendo influenciada, na mudança de hábitos dessa população.

A publicidade televisiva influencia a comunidade Xavante; eles não querem mais ser índios, querem ser os homens brancos e viver na cidade com as comodidades dela [...] A influência televisiva já desencadeou grande mudança na cultura Xavante, colocando-os como escravos do consumo, fator que entra em choque com sua estrutura de subsistência. Este é um fator perceptível nos mais novos que não querem mais o sistema antigo de trabalho, e sim o trabalho assalariado para ter o dinheiro e poder comprar (SOUZA, 2004, p. 50-51).

A questão da mudança cultural entre os indígenas também é estudada em pesquisa que procura fazer o resgate cultural, com a criação de um Centro Cultural em Meruri (MT), que analisa a cultura indígena e a inserção nas novas tecnologias, mediante oficinas, acervos culturais e outras atividades de comunicação. Essa pesquisa sobre o resgate cultural auxiliado pelas novas tecnologias na aldeia indígena Bororo em Mato Grosso, conclui que o Centro Cultural “resultou num reascender a chama quase apagada de uma cultura. Fez pulsar um coração e valorizar com responsabilidade, criatividade, a cultura de um povo que busca a sua alma” (SANTANA, 2004, p. 58).

Há também a pesquisa sobre a estandardização do português brasileiro por influência da telenovela *A Favorita* na língua falada em uma comunidade tradicional em Jureia (SP), composta de famílias tradicionais *Caiçara*, um grupo culturalmente

diferenciado que se reconhece como tal, que tem sua organização própria e ocupa territórios para sua produção cultural, social e econômica. Para a pesquisadora

É importante pensar o sujeito *Caiçara* como elemento significativo do processo comunicacional, o que é produtor de sentido, pois se assim não fosse toda a comunidade caiçara teria seu léxico dicionarizado, e isso não ocorre. O que há são sujeitos que estão em processo de perda da identidade local, refletida no seu falar (DE SOUZA, 2009, p. 87).

As mudanças que afetam culturas tradicionais pelas inferências do contato com a cultura da mídia, nos remete ao sujeito da pós-modernidade que Hall (1999) caracteriza na mobilidade que o afeta de modo a assumir identidades diferentes, que passam pela linguagem e pela ressignificação do seu ser e estar na sociedade.

A telenovela também influencia comunidades Quilombolas como é o caso do estudo sobre o imaginário da comunidade ‘Invernada Paiol de Telha’, localizado em Guarapuava (PR), que estuda a realidade social dos negros na região e, com essa comunidade analisa novelas brasileiras, a partir do interlocutor. A pesquisadora identifica como “a estilização no negro tem sido feita à base de estereótipos impregnados de alusões à sua estética, ligados à descategorização social e à sua suposta frouxidão de costumes, como no caso dos malandros, preguiçosos ou bandidos” (MENDES, 2008, p. 48).

As questões sociais e a organização comunitária em Salto da Divisa (MG) são analisadas em monografia com o objetivo de apresentar as relações de comunicação no processo de negociação entre a população ribeirinha com a empresa hidrelétrica Itapebi Geração de Energia S/A, Grupo Iberdrola. As famílias atingidas foram acompanhadas pelo Grupo de Apoio e Defesa dos Direitos Humanos (GADDH), que segundo a pesquisadora, ajudou na conscientização e na formação para a cidadania. “Os meios comunitários e a Rádio Comunitária ‘Voz do Povo’, recuperaram a palavra dos excluídos e deram voz aos que não tinham voz” (BARBOZA, 2006, p. 104). A mediação de comunicação realizada entre a empresa e as famílias, servindo-se de grupos de apoio e dos meios de comunicação comunitários, remete ao intelectual orgânico, entendido como “um imiscuir-se ativamente na vida prática, como construtor, organizador, ‘persuasor permanente’” (GRAMSCI, 1985, P. 8).

As pesquisas que envolvem populações indígenas, negras, trabalhadores rurais, crianças em situação de risco, populações ribeirinhas analisam situações concretas. O esforço de identificar os conflitos, tentar intervir e, tanto na análise da mídia quanto no

apoio para que a comunicação comunitária organizada favoreça os grupos que estão à margem da sociedade a se fortalecerem, fazem parte da intervenção social.

5.2.3.2 Questões culturais e mídia

As expressões da cultura também envolvem a música que acaba sendo absorvida pela mídia, dando-lhe novo significado, e também o folclore, sua dificuldade em manter-se na originalidade, sendo apropriado pelo mercado e perdendo essas características próprias. Uma pesquisa sobre o maior São João do mundo, de 2010, analisa notícias sobre cultura popular nos jornais impressos que circulam em Campina Grande (PB), além da programação oficial. A análise das notícias das festas de São João em três jornais locais verifica a mercantilização da festa e seu diminuto compromisso com a cultura popular.

Comprova-se que apenas 5% da área destinada à cultura nos jornais que circularam em Campina Grande na semana do dia de São João, em 2010, publicaram informações sobre as manifestações da cultura popular de Campina Grande e região, além da programação oficial do Maior São João do Mundo (APOLINÁRIO, 2011, p. 45).

Já o estudo sobre conceito de folclore de Antonio Gramsci foi realizado em Potunduva (SP), na pesquisa com a população do pequeno distrito, seus moradores, procedências, a identidade, a questão do folclore e do pertencimento cidadão. (FRANÇA, 2012), observando que a maioria já desconhece as raízes da cultura local, também pela mobilidade de novos moradores. As histórias em quadrinhos voltada para à cultura Mato-Grossense, com a produção de dez anos, revela “a disposição e a persistência em se fazer quadrinhos em Mato Grosso, aliada a uma tendência a se trabalhar a cultura de forma visual no estado” (CUYABANO, 2005, p. 28).

Temáticas sobre a ética ambiental e comunicação são temas em duas monografias sobre jornalismo ambiental e sustentabilidade em que Rabelo (2011) verifica como os meios de comunicação influenciam na formação de uma ética ambiental e a mídia como formadora de opinião que pode contribuir para despertar uma consciência ecológica. O jornalismo ambiental e sustentabilidade, nas diferentes mídias, “pode contribuir para mudança de atitudes, transformar hábitos, mentalidades” (DA SILVA, 2011, p. 36). Esses estudos trazem aspectos mais amplos da comunicação no

sentido integrado, não só de pessoas e meios, mas do meio ambiente e como o jornalismo pode ser mediador de processos em favor de projetos comunicacionais.

Duas pesquisas trabalham o tratamento dado à mulher na mídia e na sociedade analisando o lugar da mulher a partir do programa *Caldeirão do Huck* na Rede Globo, em que a mulher brasileira é tratada como um produto tipo exportação. Com esta análise o pesquisador conclui que “Por mais que a mulher esteja insatisfeita com sua imagem na mídia, a fim de transformá-la, ela precisa superar muitas barreiras criadas pelo machismo que ainda está em voga na sociedade” (OLIVEIRA, 2011, p. 56).

Outro estudo analisa a revista feminina “Boa Forma” com o objetivo de compreender qual o olhar das leitoras em relação à revista; verificar se percebem as relações comerciais existentes nos conteúdos veiculados e como esta leitura influencia o ideal de beleza e as práticas da vida. Conforme a pesquisadora, na busca da igualdade de poderes entre homens e mulheres, transparecem muitos desequilíbrios e um deles diz respeito à imagem do corpo da mulher, ainda permeado por discriminações, “pois atrás da aparência de independência da mulher, esconde-se sua submissão, dependência e inferioridade, visto que ao corpo da mulher é embutida a obrigação de estar sempre belo e jovem, vítima da sociedade de consumo e de seus modelos de identidade” (DE SOUZA, 2010, p. 57).

As duas pesquisas em relação à mulher partem de análises de programa de televisão e de revista, reforçam a questão cultural que a coloca como objeto de desejo na sociedade de consumo, ficando o desafio da tomada de consciência em vista da mudança. A análise de aspectos culturais como o folclore e a cobertura que a mídia dá a esses eventos pode enfraquecer a cultura local; a mobilidade humana em pequenas cidades e o desconhecimento da história também é fator de esquecimentos das raízes culturais.

5.2.3.3 Análise da mídia: Jornal impresso, rádios comerciais, televisão, publicidade

A preocupação de educadores e profissionais da comunicação passa pelo cultivo da leitura impressa em livro ou jornal, pelo rádio, televisão e publicidade. A leitura da mídia impressa foi objeto de pesquisa realizada com 100 jovens entre 15 e 25 anos sobre hábitos de leitura; entre os que responderam “ 64% que defendem a supremacia do livro sobre a imagem, argumentam com frases de conteúdo crítico, cultural

consistente, enquanto 36% afirmam a supremacia da imagem sobre o livro com motivações mais baseadas num sistema light” (PEREIRA ALVES, 2004, p. 47). O tema da mídia impressa também é analisado criticamente em relatos de acidentes de trânsito na mídia impressa de Cacoal (RO), chegando a esta conclusão: “Como resultado, obteve-se a detecção de uma tímida atuação da mídia no que tange a divulgação dos acidentes de trânsito, limitando-se a um relato superficial e momentâneo do fato em si, não promovendo qualquer atitude reflexiva no público leitor” (OKABAYASHI, 2007, p. 43).

Monografias também pesquisam as mudanças no Rádio, de meio convencional ao *online* e sua relação e importância na Segunda Guerra Mundial, tendo como referência o filme “Um sinal de esperança com Robin Williams”. A pesquisa “Imaginário & mídia: análise do programa “Rádio Atitude” da FM Vale do Xingu em Altamira (PA)” faz análise de um programa de rádio, cujo objetivo é criar uma imagem favorável do patrocinador, em relação à responsabilidade social e ambiental, produzido por ele, com a linguagem e assuntos de interesse da região. Em suas conclusões, o pesquisador afirma: “através do programa ‘Rádio Atitude’ com seus apresentadores, está solidificada uma imagem de empresa comprometida com a região, na tentativa de fazer com que o ouvinte não veja os malefícios que ela causa no subsolo paraense” (NETO, 2007, p. 58). Semelhante temática é trabalhada no programa “A ‘fala verdade’ e o rádio”. A comunidade, “fala verdade” de Corguinho (MS), e o rádio, no ano de 2003”, mostrando a influência cultural a partir de programas com interesses comerciais em comunidades tradicionais. Essas análises favorecem a consciência crítica, em que há, ao mesmo tempo uma imersão e estabelece-se um distanciamento de análise, numa relação dialética.

O tema da publicidade é objeto de pesquisa sobre a influência da mídia em crianças e jovens, as cores na embalagem, a persuasão do texto publicitário na mídia impressa. “Criança midiaticizada, publicidade infantilizada. A publicidade utilizando signos do universo infantil em campanhas de produtos e serviços com público-alvo adulto” é uma pesquisa realizada com crianças de 5 a 7 anos por Kawakami (2007). O consumo pelas novas mídias e envolvem as novas gerações que buscam ter para pertencer conclui que “a apropriação do celular pelos jovens, independentemente da classe social a que pertença, vem consolidar a sociedade informacional, aumentando ainda mais a importância dos dispositivos de acesso” (DALL BELLO, 2006, p. 91).

A temática das telenovelas e sua influência na família, na cultura, nas relações com os jovens, ocupa diversos trabalhos como na análise da telenovela “Rebeldes” e os adolescentes da Parnaíba (PI), verificando a influência da novela junto a crianças e adolescentes e conclui que “crianças e adolescentes passam mais tempo em frente à televisão do que na escola e são mal assistidos pelos pais [...] Fica comprovado que a novela ‘Rebeldes’ provoca mudança de comportamento nas crianças e adolescentes da cidade de Parnaíba (PI)” (SANTOS, 2008, p. 61).

A monografia “A (in) visibilidade dos grupos juvenis nas telenovelas. (Análise de Paraíso Tropical e Malhação)”, investiga a presença do jovem no programa e verifica a sua ausência: “Numa trama contemporânea e repleta de jovens como Malhação, que tem uma proposta de entretenimento educativo, é de se estranhar que dentre as experiências associativas vividas não haja grupos jovens” (MAGALHÃES, 2008, p. 50). A questão cultural também é trabalhada em programas como “Sem Censura” da TVE do Rio de Janeiro: “A investigação acerca do programa *Sem Censura* e a TV provocou um confronto entre os elementos que sustentam a organização da sociedade contemporânea: a mídia, a cultura e o capital” (BUENO, 2004, p. 66).

A análise da programação da mídia e de suas abordagens em relação a temáticas que dizem respeito à sociedade e à comunidade, numa postura de distanciamento crítico, é uma das linhas de atuação da Educomunicação. A análise da produção de notícias, de programas de rádio com a apropriação da cultura local, da invisibilidade dos jovens e outras temáticas contribuem para a formação de um pensamento crítico educacional das mediações culturais.

5.2.3.4 Cultura Digital: o jovem na sua relação com a sociedade e as tecnologias

O jovem e sua relação com o mundo digital nas diversas plataformas, e em diferentes situações de conexão, é um tema recorrente nas monografias. Uma das pesquisas trabalha o impacto das novas tecnologias de comunicação na juventude imigrante da África do Sul, centrando-se em jovens moçambicanos e angolanos, e observa como se dá seu relacionamento. Para a pesquisadora é uma tentativa de compreensão dos impactos provocados pelas novas tecnologias de comunicação, especialmente o uso da internet na vida dos jovens imigrantes que chegam à cidade de

Joanesburgo, bem como as razões que os levam a permanecer na internet por tanto tempo. “Pela pesquisa pode-se observar que muitos passam a maior parte do seu tempo diante do computador estudando, e mais que tudo, acessando sites de relacionamento e comunicando-se com pessoas que estão longe (familiares, amigos) e, muitas vezes, se esquecem de quem convive com eles”. (LAMPERTI, 2010, p. 122).

Os jovens e suas conexões pela internet nas *lan houses*: se propõe traçar um perfil dos jovens frequentadores das *lan houses* de Presidente Prudente (SP) e fazer um paralelo com os estudos sobre cibercultura. Trata-se de novas formas de relacionamento em que fazem parte das relações cotidianas com a mediação técnica, introduzindo o neologismo *ciber*, que vem de cibernética, somado a cultura, cultivo. Para Lemos, “a tese de fundo é que a cibercultura resulta da convergência entre a sociabilidade contemporânea e as novas tecnologias de base microeletrônica” (LEMOS, 2002, p. 16).

A pesquisadora procura identificar se as *lan houses* são locais de integração social, apropriação das novas tecnologias e da internet e se influenciam na inclusão dos jovens em novas turmas ou tribos; ou se, ao contrário, favorecem o isolamento do mundo real e a valorização apenas dos vínculos e amizades do mundo *off-line*. Para Gásperi “os jovens frequentadores de *lan houses* em Presidente Prudente encontram nos espaços verdadeiros pontos de comunicação e integração e fazem delas mais um espaço alegre e interativo para o convívio com amigos do mundo real e do mundo virtual” (GÁSPERI, 2010, p. 47).

A internet é também um espaço, percebido pelos jovens como de livre expressão, como demonstra a pesquisa realizada com jovens na periferia de São Paulo, na qual o pesquisador conclui que a busca de relacionamento e conexão “passa pela necessidade primordial da autoafirmação e espaço de livre expressão: percebeu-se que muitos deles não são ouvidos ou compreendidos pelos familiares, professores e amigos. As redes sociais tornaram-se um espaço da livre expressão e das possíveis conquistas” (COSTA, 2012, p. 49). O deslocamento das relações primárias, como a família, e também da escola para com os amigos, é um fenômeno que acontece na comunicação presencial e se potencializa nas redes sociais.

Um estudo, realizado na região Norte do país, busca compreender o impacto das redes sociais na cultura amazônica. A pesquisadora acreditou, inicialmente, que por ser realizada na Amazônia, uma região com cultura tradicional própria, essa pesquisa poderia ter chegado a padrões diferentes do uso das redes. Entretanto, “o que se conclui é que o uso e a exposição nas redes sociais traz aos amazônidas tantas consequências, e

tão semelhantes quanto poderia trazer a outros povos. O local, neste caso específico, não determinou peculiaridades” (SANTOS, 2012, p. 39).

O tema das relações humanas na era digital é objeto de estudo em que o pesquisador se propõe refletir, o que considera uma ousadia, porque entende que o foco desse relacionamento não é ele em si, mas a lucratividade. Procura identificar carências e faz uma pesquisa de campo entre estudantes de uma universidade local, aplicando 47 questionários a estudantes de 15 a 28 anos, 19 mulheres e 27 homens para conhecer seus hábitos de consumo cultural como leitura, rádio, cinema, televisão, internet (CANSI, 2004).

Outra monografia estuda o Orkut, sua entrada no Brasil, uma rede praticamente em desuso, substituída pelo *Facebook*, que discute questões pertinentes a todo tipo de participação e pertencimento na rede, “de um mesmo movimento de ocupação inesperada de um sistema computacional por um país sem tradição em qualquer visibilidade no que se refere à tecnologia [...] mostra novo talento: a capacidade de se servir habilmente de novas tecnologias” (JUNIOR, 2006, p. 31). O autor parafraseia Caetano Veloso com a questão: “não desejo saber o que a internet fará do Brasil, mas o que o Brasil fará da internet”, despertando para o sujeito que se apropria do conhecimento e trabalha em favor da educação e da cidadania.

Análise de blogs noticiosos de credibilidade na mídia política nacional, em 2005, na CPI dos Correios, o outro lado do jornalismo *online*. Na pesquisa de dois blogs em determinada data, foi possível constatar a interatividade com a participação de opiniões de internautas. Uma das peculiaridades constatadas foi a “rapinagem” de informações, ou seja, “na maioria das situações as páginas da internet se apropriam de notícias e dados que já foram divulgados por outros meios ou mesmo em outros endereços eletrônicos. A proposta de novidade minuto a minuto passa a ser questionada” (RAQUEL, 2006, p. 66).

5.3 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES ÀS MONOGRAFIAS

O percurso deste capítulo desenvolveu três eixos de análise que incluem os estudos da Educomunicação: interface comunicação e educação, interface comunicação e Igreja e o diálogo com a sociedade na análise de produções da mídia. Pode-se aqui

encontrar as diversas formas de comunicação como a presencial na escola e nas igrejas, a comunicação de massa, com frequentes análises de programas em emissoras católicas e da mídia de massa. Número significativo de estudos procuram compreender as mídias digitais, sobretudo na apropriação e como se dá o relacionamento dos jovens nas redes e sua interferência no campo pastoral e educativo, um indicativo de busca de aproximação do universo das lideranças adultas com as novas gerações.

Nesses três eixos de análise encontram-se a maioria das monografias que trazem a realidade da educação para a comunicação, insistindo na necessidade da formação de professores e educadores para compreenderem a comunicação como cultura e como condição de diálogo com as novas gerações, uma vez que elas já estão nesse universo e linguagens. Os estudos trazem também o pensamento da Educomunicação que permeia não só as escolas particulares, mas as públicas, na busca de novos caminhos. Fica claro que a escola, a Igreja e as demais instituições precisam admitir que a comunicação faz parte do cotidiano e que não é possível pensar o ensino ou a pastoral sem considerar a ambiência que nos cerca sob a influência das tecnologias, sobretudo móveis, e com o acesso à informação.

Muitos estudos se voltam para o jovem e para o adolescente analisando os relacionamentos nas redes sociais e o uso que fazem delas. Há empenho por parte dos educadores e agentes de pastoral em compreender as mudanças para ter um universo comum com os jovens no convívio social, na educação, nas comunidades e na evangelização. Um fio condutor que perpassa as discussões é a distância entre a realidade vivenciada, em sala de aula, e na Igreja e as dificuldades do diálogo, da evasão de jovens, por exemplo, das igrejas, o que pode denotar que a linguagem da religião também está distante do universo em que hoje vivem as novas gerações.

Chama a atenção que na maioria das monografias, que estudam temas ligados à Igreja, sejam avaliadas as práticas comunicacionais no interno da comunidade como, por exemplo, acontece a educação da fé, as homilias, o modo de comunicar nas celebrações, a comunicação não verbal e gestual, uma avaliação crítica mediante pesquisa com os interlocutores, o que denota a importância desse momento da comunicação, que na Igreja é tido como fundamental. Trata-se, enfim, de uma autocrítica que busca meios de avaliação e propostas para qualificar essas práticas.

As monografias trabalham o eixo central da comunicação com temáticas bem diversificadas, mas que estão ligadas à Educomunicação pela análise do processo da comunicação, as linguagens diante das mudanças culturais, o diálogo com a sociedade

sob aspectos sociais e culturais até conflitivas. A auto avaliação, sobretudo, nos estudos da comunicação no interior da Igreja também chama a atenção e pode ser visto como um indicativo de que as novas gerações já percebem a centralidade da comunicação na pastoral.

O próximo capítulo enfoca o pensar e o produzir a comunicação a partir da experiência dos cursistas e das respostas ao questionário enviado aos cursistas e traz uma identificação dos que responderam, o aproveitamento pessoal, a metodologia adotada e a continuidade com projetos de intervenção na atuação pastoral e educativa. Conta, ainda, com a participação de alguns docentes de disciplinas práticas sobre o processo de produção nos laboratórios, o envolvimento, dificuldades, resultados obtidos e o trabalho em equipe.

CAPÍTULO 6

PENSAR E PRODUZIR COMUNICAÇÃO NA EXPERIÊNCIA DOS CURSISTAS DO SEPAC

Um dos critérios adotados, na pesquisa empírica, foi o de ouvir os cursistas quanto a sua experiência no Curso de Especialização “Cultura e Meios de Comunicação, uma abordagem teórico-prática”, tanto os de pós-graduação *lato sensu* quanto os de extensão cultural. O objetivo é o de reunir dados sobre o aproveitamento pessoal em relação ao curso, à metodologia adotada e à continuidade em sua atuação e projetos de intervenção, específicos da Educomunicação. Um questionário também foi enviado a alguns docentes das disciplinas práticas com o objetivo de ouvi-los sobre o processo de produção nos laboratórios de produção, o envolvimento dos cursistas, dificuldades, resultados obtidos e trabalho em equipe (Apêndice b e c).

A pesquisa de campo consistiu num questionário, enviado por e-mail aos cursistas com seis questões. O recorte aplicado foi para os que participaram dos cursos de 2001 a 2012, uma vez que para os de 1990 a 2001 não há cadastro atualizado e não dispunham de e-mail pessoal e os resultados estão organizados nos tópicos que seguem.

6.1 IDENTIFICAÇÃO: CURSISTAS QUE RESPONDERAM À PESQUISA

Como já era previsto, muitos e-mails retornaram e não houve possibilidade de estabelecer a comunicação com algumas pessoas. Dos 195 enviados aos que fizeram Especialização, 44 responderam, uma porcentagem de 22%; dos 178 de Extensão Cultural, 19 responderam, numa porcentagem de 11%, conforme, Gráfico 17. A organização deste capítulo foi realizada a partir das respostas ao questionário e, seguindo a lógica de relatos, elaboradas as categorias. A sistematização e interpretação dos dados serão descritas no capítulo 7.

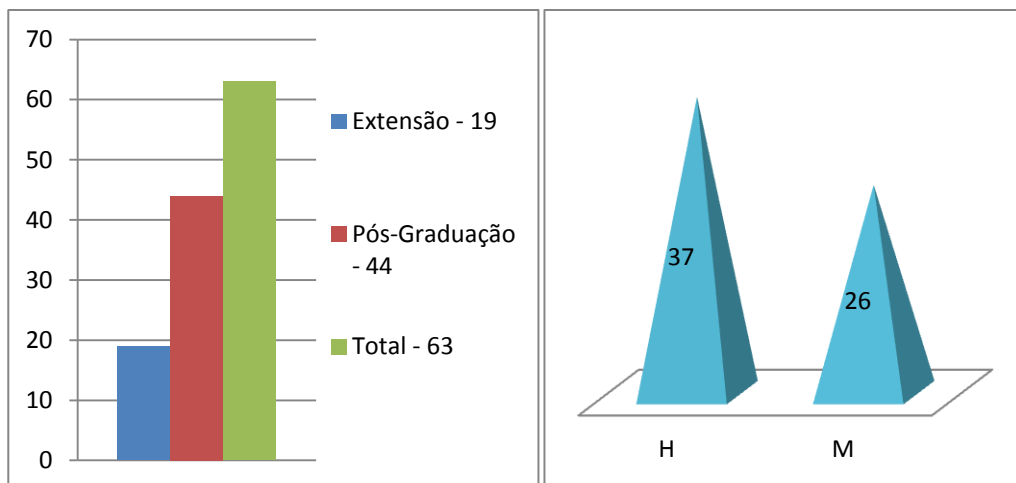


Gráfico 17 – Respostas à Pesquisa
Fonte: CORAZZA, H., Outubro 2013

Gráfico 18 – Homens e Mulheres
Fonte: CORAZZA, H., Outubro 2013

A porcentagem de homens e mulheres, sobre os 63 que responderam, está no gráfico 18, indicando que houve maioria masculina nas respostas à pesquisa, confirmando sua atividade e participação. Em relação à procedência, os que responderam representam 18 estados, dos 23 em que houve alunos no curso do SEPAC neste período, na dimensão nacional. Como já observado, a maioria é do estado de São Paulo, por ser o local do curso uma metrópole que concentra grande número de estudantes de diversas procedências geográficas. Outros Estados com maioria de representantes são Minas Gerais e Paraná, seguidos por estados do Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

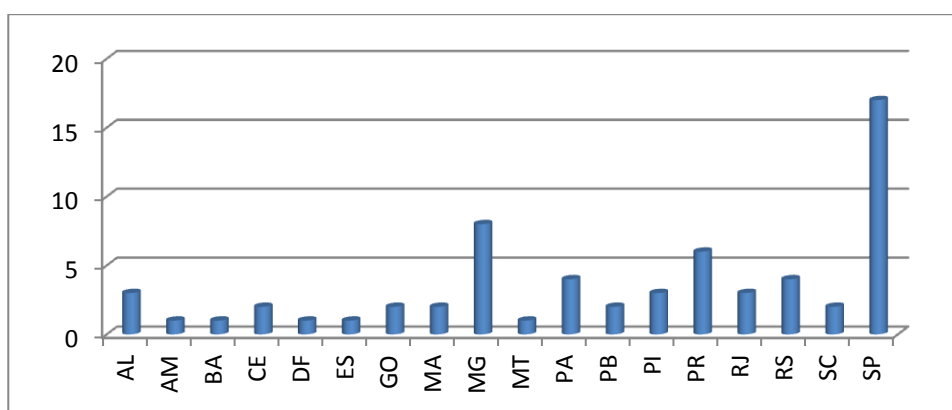


Gráfico 19 – Representatividade por Estado – Fonte: CORAZZA, H. - Outubro 2013

Quanto à profissão o quadro é bastante diversificado, sintetizado em 17 qualificações, ratificando o afirmado anteriormente que a maioria vem de outras áreas e buscam o conhecimento teórico e prático da comunicação. Confirma também que a

presença, em sua maioria, é de religiosos, presbíteros, estudantes, religiosos e religiosas e educadores. Poucos declaram uma única profissão, sobretudo entre os ligados à pastoral, que são religiosos e radialista, professores, jornalistas. Observa-se que são as lideranças da área religiosa que empenham seu tempo, em período de férias, para buscar conhecimentos no campo da comunicação. Há um número significativo de profissionais liberais, entre eles, advogados, dentistas, por assumirem tarefas na pastoral, sentem a necessidade de se aprimorar na área da comunicação. (Gráfico 20)

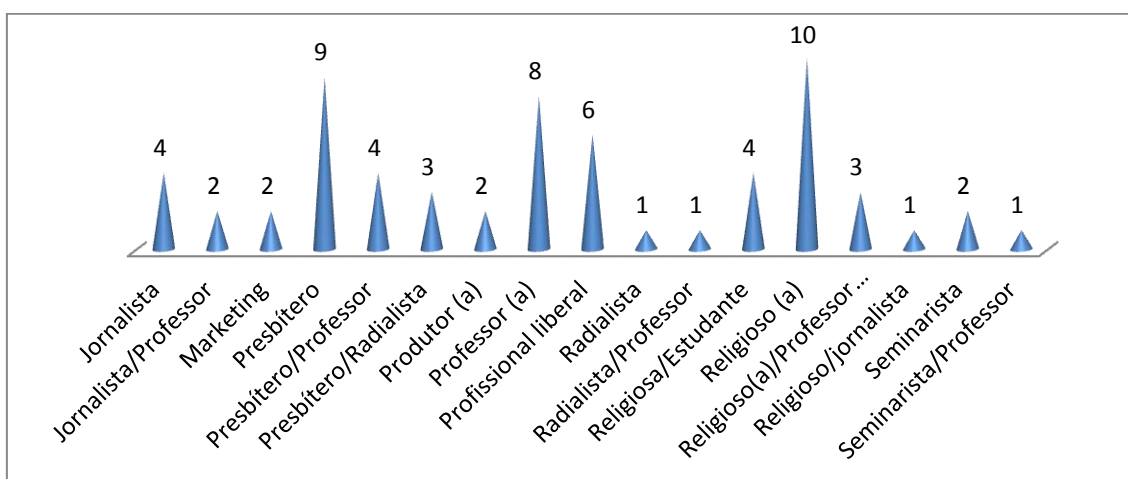


Gráfico 20 – Profissão dos cursistas – Fonte: CORAZZA, H. – Outubro 2013.

Na área de atuação o questionário evidencia a proporção das opções: pastoral (45), educativa (24) e de comunicação (10), evidenciado na profissão, quando muitos profissionais da área pastoral também atuam na educação ou na comunicação como será constatado no Gráfico 23 (Projetos de continuidade).

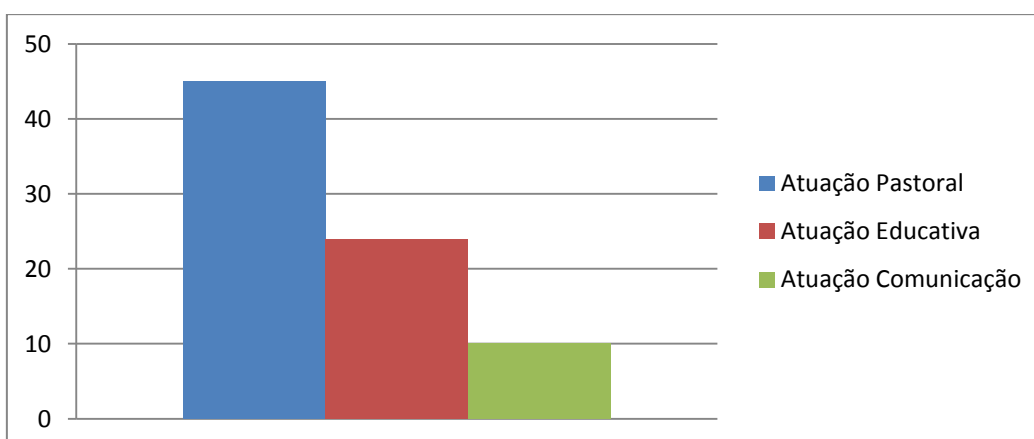


Gráfico 21: Área de atuação – Fonte: CORAZZA, H. Outubro, 2013.

6.2 MOTIVOS DA PROCURA PELO CURSO E FORMAÇÃO

A primeira e a segunda questão versaram sobre as razões da busca do curso e da necessidade da formação continuada na área da comunicação. As respostas foram diversificadas, podendo ser agrupadas em alguns eixos como: a busca de conhecimento de qualidade, de forma integrada e interdisciplinar; conhecimento no campo de comunicação e Igreja; as referências institucionais de seriedade e competência; refletir sobre teoria e prática; o período de férias e modalidades acessíveis. As outras questões do questionário serão desenvolvidas em outros tópicos.

6.2.1 Necessidade de atualizar-se perante as mudanças da sociedade

Entre os motivos que levaram a buscar o curso do SEPAC são repetidas as expressões como: adquirir conhecimento, reciclar, ampliar o conceito e a reflexão sobre comunicação, expressões repetidas 25 vezes. A consciência da inserção da comunicação e da importância da cultura em mudança é um desafio percebido na formação continuada, conforme o depoimento de uma advogada⁶⁵: “Não estar inserido no contexto da comunicação em pleno século XXI é estar fechado para as mudanças significativas que acontecem na sociedade. É imprescindível para qualquer profissional”. As rápidas mudanças fazem com que as pessoas busquem mais formação, conforme esse religioso: “Dadas às rápidas mudanças sociais e tecnológicas e o relevo crescente que a comunicação tem adquirido no mundo, na vida e na missão da Igreja, percebo que, neste campo, precisamos caminhar sempre e buscar sempre aprimoramento”.

O fato de perceber as mudanças que acontecem e a necessidade de acompanhar as discussões e reflexões e continuar dialogando com a sociedade, sobretudo com os jovens, reflete-se nas expressões dessa religiosa, atuante no Norte do Brasil: “pela preocupação em adentrar na cultura da comunicação, presente em todos os âmbitos de

⁶⁵ . Os nomes dos cursistas serão omitidos para salvaguardar a fonte.

nossa vida pessoal e das instituições. E, especificamente, nesse contexto atual, buscar alternativas para dialogar com o jovem no mundo atual dentro e fora da Igreja”, mostra o quanto os educadores estão percebendo a mudança cultural que afeta os jovens e procuram soluções. Uma religiosa, educadora, do Norte do Brasil, expressa suas razões:

Antes de tudo, para entender melhor o “mundo digital, onde os jovens estão inseridos. Fui induzida, principalmente, observando o interesse dos jovens (meus alunos) pelos meios de comunicação; na leitura dos documentos da Igreja, que nos ajudam a enxergar a importância da Comunicação Social hoje para a Evangelização. Com isso, senti a necessidade urgente de conhecer para compreender a influência positiva e negativa que trazem os meios de comunicação social não só para os jovens, mas também para nós religiosos.

A necessidade de compreender as novas gerações e estabelecer o diálogo entre fé e cultura revela-se um desafio que se busca vencer a cada momento, por meio do conhecimento e do acesso às novas linguagens, de acordo com esse religioso educador: “Trabalho especificamente com jovem e a evolução na área de comunicação cresce assustadoramente. A necessidade da formação continuada é justamente por não acompanhar e perceber o pensamento cibernético do jovem contemporâneo”. Esse é um desafio para educadores, preocupados com as mudanças que os jovens apresentam, entretanto as mudanças culturais vão muito além e não podem ser reduzidas aos “valores dos inovadores tecnológicos [...] mas a fontes de valores que moldaram comportamentos e a organização social” (CASTELLS, 2001, p. 46).

A procura pelo curso é também devida à necessidade da formação continuada de educadores como observa essa professora: “para reciclar meus conhecimentos, pois já havia sete anos que me formara; porque desejava obter o título de pós-graduação; porque tinha a ver com minha área de atuação, uma vez que sou docente de Língua Portuguesa”. A interdisciplinaridade é outro aspecto mencionado pelos cursistas como revela esse professor e radialista com formação acadêmica em sociologia: “Diante do cenário buscava um referencial das Teorias da Comunicação para um cotejamento às teorias das Ciências Sociais. O curso do SEPAC apresentou a congruência desejada para formação acadêmica e profissional”. A formação continuada não acontece apenas no aperfeiçoamento da área de atuação, mas é procurada por profissionais liberais, conforme depoimento dessa advogada:

Sempre procurei um curso que trabalhasse de modo interdisciplinar, que abordasse a comunicação social em diversos aspectos: política, história e teoria, até porque não sou formada na área. Então não me interessava ser especialista num único aspecto. Além de ser o único

curso no Brasil com tal abordagem, eu teria a possibilidade de experimentar diversos laboratórios práticos.

A aproximação do campo da comunicação realiza-se de forma interdisciplinar porquanto os profissionais que participam do curso atuam em campos distintos como em programas de rádio, colunas de jornal, cursos que ministram em suas áreas, conforme relato dessa profissional de odontologia: “Além disso, as redes sociais, relacionadas às minhas áreas de atuação têm grande importância na atualidade e tento usá-las como divulgação de nosso trabalho, além de tentar colaborar com a sociedade. Hoje em dia sou apaixonada por comunicação”.

O lugar e a importância dos meios de comunicação requerem atualização para responder, de forma adequada, às exigências da sociedade e de presença para não ficar à margem do processo, conforme depoimento desta religiosa, responsável pelo campo da comunicação.

A necessidade de atualizar-se diante das mudanças rápidas do mundo da comunicação, e para responder às novas exigências da sociedade, pois, aqueles que não sabem usar adequadamente os MCS estão correndo o risco de ficar marginalizados pois, podem ser considerados que não existem para o mundo, ao não estar bem posicionados neste campo.

O lugar e a importância de conhecer para melhor posicionar-se e marcar presença nos meios de comunicação, evidenciado nesse depoimento, revela o quanto pessoas e instituições sentem a necessidade de se aprimorarem como condição de inclusão e de continuar dialogando com a sociedade: “A própria sociedade, seus indivíduos e instituições passam a tomar as mídias, suas práticas e lógicas como referência no estabelecimento de seus processos internos” (CNBB, 2014, p. 19).

6.2.2 Conhecimento no campo da comunicação na pastoral

Na resposta à questão do porquê procuram o curso do SEPAC, um número significativo afirma que é por motivos pastorais e para associar aos seus conhecimentos a comunicação, conforme um seminarista⁶⁶ do Mato Grosso do Sul: “o objetivo primordial foi para ter um aperfeiçoamento na área comunicacional e implantar a PASCOM na Diocese por meio de informativos diocesanos, sites, blogs, programas de

⁶⁶ . São chamados de seminaristas os que estão no processo de estudos e formação para serem presbíteros.

rádio e outros recursos comunicacionais”. A mesma razão é de um religioso do Paraná que buscou o curso “a partir da necessidade de organizar e atuar na PASCOM”. Há também a descoberta da aptidão pessoal e a necessidade da Igreja local, conforme relata um seminarista do Nordeste: “tendo em vista uma aptidão à comunicação, e por contribuir com a Pastoral da Comunicação local [...] a fim de me especializar e melhor contribuir com a PASCOM”.

Observa-se que muitos buscam o curso para resolver questões práticas e responder a desafios de produção e organização do trabalho pastoral nas comunidades e que, muitas vezes, é uma prática sem reflexão. No curso o contato com os conteúdos teóricos os ajudam a realizar suas práticas com mais reflexão, conforme Puntel: “na maioria das vezes eles repensam suas práticas e dizem ‘não sabia que era assim’” (PUNTEL, Entrevista, 06/06/2014). A procura pelo curso, tendo em vista a formação pastoral com foco na evangelização, é descrita por um seminarista, responsável pela programação religiosa da emissora diocesana:

Porque é o melhor curso teórico-prático oferecido por uma instituição religiosa e que nos capacita com espiritualidade, profissionalismo, pastoralidade, para assim evangelizarmos na cultura da comunicação, fazendo bom uso dos meios de comunicação em favor da evangelização.

Por não ter formação específica na área da comunicação, os cursistas buscam agregar conhecimento, conforme um padre diretor de emissora de Rádio: “aperfeiçoar os conhecimentos na área de comunicação social, na Igreja” ou “para ajudar na pastoral e por causa da proposta do SEPAC”, conforme este padre que também é professor. A metodologia teórico-prática revela-se como uma necessidade, sobretudo para pessoas de outras áreas, como um educador com formação filosófica e teológica: “Ao ver a grade do curso percebi que era essencial para meu trabalho pastoral. Tendo a junção de teoria e prática foi perfeito para o meu trabalho”. A prática pastoral também requer reflexão teórica mais aprofundada, conforme depoimento de um padre responsável pela programação religiosa na emissora de sua diocese.

Buscar uma formação mais aprofundada e continuada foi algo que surgiu a partir de uma prática pastoral, o "fazer comunicação" foi aos poucos exigindo um "pensar a comunicação"; assim fui despertando, com a ajuda do meu bispo e dos meus formadores de seminário, a querer me apropriar mais da dimensão teórico-prática da comunicação.

A busca da integração do conhecimento adquirido na graduação com o conhecimento de comunicação na Igreja foi o motivo apontado por um seminarista que

também é jornalista: “integrar o conhecimento adquirido no Jornalismo com a realidade eclesial. O curso do SEPAC me pareceu uma proposta interessante dessa integração”. O mesmo que buscou uma radialista que trabalha numa instituição religiosa: “para ampliar o meu conhecimento e formação na área da comunicação a fim de atuar melhor na atividade que exerço dentro da instituição religiosa da qual faço parte”. Há uma consciência acentuada entre as lideranças da Igreja de que a comunicação é uma nova cultura que precisa ser compreendida e incorporada na linguagem e no cotidiano, conforme o Documento de Aparecida recomenda “Conhecer e valorizar esta nova da comunicação”, após constar que

A revolução tecnológica e os processos de globalização formatam o mundo atual como uma grande cultura midiática. Isso implica uma capacidade para reconhecer as novas linguagens, que podem favorecer maior humanização global. Essas novas linguagens configuram um elemento articulador das mudanças na sociedade (CELAM, 2007, p. 218).

O curso é buscado também para aprimorar a comunicação pessoal em vista da missão, conforme depoimento de um seminarista: “para aperfeiçoar a minha capacidade de comunicação, visto que eu estava prestes a ser ordenado presbítero e esta ‘habilidade’ é imprescindível para o exercício deste ministério”, o que reitera as orientações da Igreja no sentido da formação pessoal e para os meios de comunicação das lideranças religiosas (CNBB, 1997, p. 14-17).

6.2.3 Referências institucionais e busca de competência

As referências às instituições que promovem e realizam o curso são citadas pelos cursistas e, para muitos, determinam a escolha. O fato de o curso estar vinculado à PUC-SP, uma universidade conceituada no campo do ensino, os cursistas associam qualidade e boa formação pelos docentes que ministraram as aulas e sua titulação. “Sempre tive interesse neste campo e, também, porque atuo na área da comunicação social. O curso é reconhecido e sério”, diz um padre escritor. Para os intelectuais da área filosófica e teológica da Igreja a comunicação é pouco conhecida teoricamente, ficando às vezes na visão instrumental.

Certa influência pela escolha do curso revela-se devido à reputação que as instituições têm para as pessoas da Igreja e, ao mesmo tempo, o interesse acadêmico:

“Pela referência excelente que temos do SEPAC na nossa Igreja”, diz uma bancária. Um educador do Distrito Federal também expressa as razões do curso: “para qualificar minha formação com um curso oferecido por uma instituição de confiança que é o SEPAC, bem como conhecer mais e no âmbito acadêmico, outras dimensões da comunicação”. Na afirmação de uma professora de Língua Portuguesa e Literatura: “fui instigada pelo desejo de pesquisa e busca de novos conhecimentos e numa instituição de referência como o SEPAC”. A busca por cursos de entidades de referência e pela sua metodologia também define a postura de um assessor de imprensa de uma Diocese.

Porque encontrei na grade curricular, na qualidade dos professores, no renome das Paulinas e da PUC-SP, bem como na estrutura das aulas teórico-práticas e dos encontros semestrais, uma grande oportunidade de aprendizado e relacionamento com profissionais da comunicação oriundos de várias regiões do Brasil. Tudo em busca de uma melhor qualidade pastoral e profissional.

Esses depoimentos manifestam a necessidade da qualidade no ensino, bem como o respaldo para um conhecimento, hoje fundamental para o desempenho da comunicação tanto em sala de aula quanto em serviços prestados pela Igreja. Em sua entrevista Puntel confirma: “A gente percebe que o curso é intenso e extenso, mas se percebe a trajetória em que eles (os cursistas) refletem suas práticas, adquirem mais competência, mais segurança e mais qualidade” (PUNTEL, Entrevista, 06/06/2014).

Outros elementos que favorecem, sobretudo, educadores e docentes é o fato de ser intensivo e em período de férias “que facilita o acesso para quem mora distante dos centros ofertantes de cursos nesta área”, conforme um professor do Paraná. Dessa forma outros profissionais também têm como organizar o tempo e investir na própria formação. “O valor bastante acessível” e o parcelamento foram apontados, por diversos alunos, como uma das possibilidades, “por ser financeiramente acessível”.

6.3 TEORIA E PRÁTICA EM AVALIAÇÃO

A terceira questão perguntou se o curso correspondeu às expectativas no campo teórico. Dos 63 que responderam 100% afirmaram que correspondeu às expectativas, atribuindo à escolha das disciplinas, qualidade do corpo docente: “os professores são bem qualificados e o conteúdo da grade de programação bem elaborado”, disse um

seminarista que também é jornalista. “A parte teórica foi um fator motivador para subsidiar minha monografia, como também futuros trabalhos”, afirmou uma bancária.

“Os conteúdos, professores, recursos e bibliografias são de boa qualidade e atualizados, possibilitando aprofundamento posterior”, afirmou um padre missionário. “Correspondeu porque me levou a aprofundar e avançar na evangelização e na educação de forma mais eficaz, rápida e atual”, disse um padre responsável por uma paróquia. A excelência do corpo docente foi bem avaliada conforme o depoimento de um seminarista também radialista:

O SEPAC não só respondeu as expectativas, como também me motivou a querer sempre mais aprofundar meus conhecimentos sobre este fenômeno tão marcante que é a comunicação. Todos os conteúdos e temas trabalhados nas aulas nos introduziram numa atmosfera de novos conhecimentos e novos conceitos, e claro, nos deram impulso para querer aprofundar mais nossos conhecimentos.

Como a procedência dos cursistas, em sua maioria, vem de graduações em diferentes campos do conhecimento, conforme já indicado no gráfico referente à formação acadêmica, é compreensível que não haja crítica alguma em relação aos conteúdos teóricos, até pela carência de conhecimento nesta área. Por outro lado, há um empenho por parte da coordenação do curso de que os docentes atendam a uma reflexão atual nas disciplinas ministradas.

A questão número cinco perguntou se o curso correspondeu às expectativas em relação à experiência dos laboratórios, que têm o objetivo de dar a visão geral do processo de produção. Cada laboratório é realizado com a média de 15 alunos, um professor e um auxiliar para a parte técnica. A orientação é de que o trabalho seja realizado de forma individual e coletiva, seguindo um processo que tenha em vista as etapas da produção. Em cada módulo o cursista escolhe uma disciplina prática, de acordo com seu interesse, entre as seis opções: jornal impresso, rádio, vídeo/tv, publicidade, internet e teatro. Um dos professores do laboratório de Rádio (Apêndice c), descreve o processo, desafios e conquistas:

O processo é dividido em duas etapas: dois encontros estabelecendo conceitos teóricos e os outros de exercício práticos que envolvem a produção, edição e apresentação de programas radiofônicos. As conquistas são a possibilidade de ver o desenvolvimento do aluno ao longo do laboratório, partindo, em muitos casos, "do zero" para a apresentação de um programa radiofônico em nível profissional. Os desafios são a luta contra o tempo exíguo para a realização das atividades propostas e o bom andamento do trabalho em equipe. Além disso, destaca-se a conciliação entre as realidades culturais,

econômicas, religiosas dos alunos e o conteúdo e a dureza do mercado nesta área.

Quanto às disciplinas práticas, nos laboratórios, 76% dizem se sentir atendidos na expectativa do aprendizado prático. A síntese das respostas é agrupada em quatro tópicos: a metodologia e a competência dos professores, o interesse pessoal e aproveitamento dos cursistas, o ambiente e estrutura favorável ao aprendizado, as tecnologias, criatividade e trabalhos em grupo. Os que responderam “em parte” somam 24%, cujas razões versam sobre o tempo limitado para o laboratório, alguns aspectos da tecnologia e *softwares* que deixaram a desejar. As observações passam pelo tempo insuficiente, conforme a observação deste radialista e professor: “o tempo disponível para a prática é relativamente pequeno diante das complexidades que apresentam as várias linguagens e meios”.

Além das dificuldades apontadas pelos cursistas, os docentes de rádio confirmam: “a única dificuldade é o tempo, que considero curto para desenvolver tudo o que gostaria, do modo que gostaria”, conforme Maria Luiza. O professor Anderson aponta outros aspectos, entre eles, a dificuldade na redação, a heterogeneidade cada vez maior na sala de aula. “Há diversos níveis de conhecimento entre os alunos sobre as mídias. E isso não depende apenas da idade. Outra grande dificuldade é o próprio uso da palavra escrita. A redação é sempre uma dificuldade para muitos dos alunos”.

Alguns cursistas referem-se a problemas técnicos, *softwares*, conexões com internet que gostariam mais ágil e robusta, o que se coloca como limite em meio a tão rápidas mudanças nas tecnologias. Para a professora Carla, entretanto, “o suporte ao professor é muito bom no geral e há interesse por parte dos alunos”. A técnica é um desafio na aprendizagem e, por mais que o foco não seja o aspecto técnico, na cultura da mídia ela precisa estar sempre atualizada e funcionando, caso contrário, parece ser também este um aspecto da linguagem e da eficácia da educação para a comunicação, no sentido de ser profissional.

6.3.1 Metodologia teórico-prática e a formação do sujeito

Por serem desafiados pela realidade em que vivem, tendo que atuar na comunicação, identificamos como traço comum a necessidade de aprender para atuar. E

a dinâmica do curso leva a pensar e produzir comunicação de forma integrada. Um dos diferenciais apontados nas respostas é a metodologia que inclui o aprender as coisas práticas, uma vez que não é comum um curso de especialização, mesmo em comunicação, ter disciplinas práticas que permitam o aprendizado da produção ou que trabalhem o modo de comunicar das pessoas. “Ele traz a simbiose entre teoria e prática, o que torna o curso satisfatório e agradável”, afirma um padre do MS. Introduzida para atender a uma necessidade do público que precisa desse conhecimento em seu dia a dia, a parte prática é reconhecida também por profissionais da comunicação como um jornalista, assessor de imprensa.

Os laboratórios são um grande diferencial do curso que, mesmo sendo de pós-graduação, nos proporciona uma formação prática contribuindo para uma reciclagem nos usos das técnicas, mas também fortalecendo as discussões nas aulas teóricas. As aulas teóricas e práticas se complementam, nos ajudam a refletir e construir um aprendizado mais consistente.

A ligação entre teoria e prática é mencionada por cursistas como este seminarista/jornalista: “os laboratórios tornam a teoria palpável nas práticas comunicacionais. Além disso, por conta da metodologia, dão dinamicidade ao que é proposto, tornando-os agradáveis de serem feitos”. Pessoas que não tem contato direto com a produção, avaliam o aprendizado como um especialista em liturgia e professor.

Através do laboratório fizemos a experiência da comunicação em tempo real. A teoria despertava o interesse pela busca. O laboratório comprovava “in loco” o quanto é necessário o exercício, a experiência, o “fazer aprendendo”. A exigência de exercitar-se com os diferentes meios e formas da comunicação nos ajudou a compreender sua natureza, os fins a que podem servir.

O aprendizado da produção envolve os cursistas e ajuda, sobretudo, as lideranças a darem-se a oportunidade de aprenderem a fazer, entretanto, conforme pondera Puntel, “a formação não se reduz a oficinas, mas elas são consequência de colocar em prática um conteúdo que dá mais visão e abertura para a pessoa e, portanto, essa atualização, esses referenciais novos vão sendo conjugados na parte prática, da produção (PUNTEL, Entrevista, 6/6/2014).

Sabendo que cada laboratório é uma nova experiência que abre um horizonte de ação e aprofundamento, “os laboratórios foram positivos e ajudaram a desmistificar o uso dos meios”, afirma um jovem padre. De fato, entender o processo de produção, apropriar-se do conhecimento, saber o que se passa nos bastidores, abre outro nível de consciência e cria um distanciamento já muito discutido e recomendado nos estudos de

Leitura Crítica, conforme apontado no primeiro capítulo desta tese. A compreensão de que a teoria e a prática são partes da mesma realidade, são explicitadas pelo padre Manoel Oliveira Filho, coordenador da Pastoral da Comunicação em Salvador, que fez curso há mais tempo:

Dentre os inúmeros contributos que o SEPAC me deixou, o mais significativo, o que mais influenciou meu caminho pastoral foi compreender que teoria e prática são complementares e devem andar juntas no ser da Pastoral da Comunicação. Somos sempre muito tentados a um experimentalismo, apostando num fazer que busca dar respostas imediatas às demandas do nosso tempo. E, em função desta necessidade, sempre pensamos que o fazer deve se sobrepor ao pensar⁶⁷.

Com frequência há afirmações de que “os laboratórios nos levaram a utilizar as ferramentas adequadas às necessidades de cada realidade comunicacional e desenvolver as técnicas por meio dos recursos oferecidos”, conforme afirmação de um padre responsável por uma paróquia. A prática “é a oportunidade que se tem para poder aprender a manusear certas técnicas e instrumentos que são necessários para se fazer um bom trabalho na área da comunicação”, segundo afirmação de um educador do Nordeste. As expressões ferramentas, técnicas e instrumentos, revelam um olhar bastante instrumental e utilitarista, sendo que algumas pessoas ainda não conseguem perceber que nessas técnicas e recursos há novas linguagens que facilitam o aprendizado e o exercício da comunicação.

6.3.2 Interesse e participação: a mudança do olhar e do produzir

As práticas da comunicação, em sua produção nos laboratórios, dão a oportunidade de aprendizado no contato direto com os meios, proporcionando satisfação e segurança como a de um padre do interior do Nordeste: “Hoje, tenho um novo olhar com relação ao rádio, ao vídeo e ao jornal impresso, fruto do que aprendi no SEPAC”. A associação dos saberes também favorece o crescimento, conforme um professor de ensino médio: “adquiri técnicas de aperfeiçoamento e até mesmo pude melhorar aquelas que já possuía, por causa do que desenvolvia pastoralmente”.

⁶⁷ . Revista Paulinas. *SEPAC 30 anos*. Ano 12, N. 47, Junho de 2013, p. 9.

A mudança descrita se dá no modo de produzir, passando a ser mais dinâmico e com a participação de ouvintes e representantes regionais, conforme esta cursista descreve em relação ao seu programa de rádio:

Antes era um programa que acolhia algumas pessoas das paróquias repassando notícias das festas das padroeiras ou outros eventos que iriam acontecer na comunidade. *Após o curso*, o programa passou a ter uma nova roupagem com a participação sistemática de correspondentes de cada Região Episcopal da nossa Arquidiocese de Fortaleza (09 regiões), como também Setor Juventude e Pastorais Sociais, resultado do meu projeto.

Para a docente Carla Schwingel, “o cursista do SEPAC tem um interesse diferenciado. Geralmente sabe o que quer, tem clareza de seus valores e atuação social”.

O processo desenvolvido no laboratório é descrito pelo professor Ricardo Lulai:

O cursista invariavelmente recebe os conteúdos com considerável interesse e perplexidade perante a complexidade e os meios de operação nesse ambiente. Em um primeiro momento ele não acredita ser possível a realização das propostas diante das dificuldades e do tempo disponível, contudo, no encadeamento do curso ele verifica que paulatinamente os objetivos vão sendo atingidos.

Os laboratórios “facilitam o exercício profissional no dia a dia”, conforme uma produtora de televisão em uma diocese. Também pessoas que não tiveram contato com a prática se surpreendem positivamente, como um padre diretor de rádio: “eu necessitava da prática laboratorial, a teoria foi ótima e necessária, mas a prática deu qualidade, organicidade e produtividade profissional àquilo que eu já fazia, mas necessitava fazer melhor, com profissionalismo”. É frequente também a afirmação de que os laboratórios ajudaram a “aprimorar aquilo que eu já fazia, e agora faço com profissionalismo; o laboratório de rádio é um deles, por exemplo, hoje faço produção, edição e locução de programas”, afirma um seminarista, responsável pela programação religiosa de uma emissora. Um jovem padre do Nordeste dá seu depoimento:

Fiz três laboratórios: teatro, rádio e internet. Neles tive a oportunidade de aprimorar meus conhecimentos e minhas habilidades no manuseio destes três meios de comunicação. A maior contribuição foi a obtenção de *know how* para lidar com eles na minha realidade local. Para isso contamos sempre com professores bem preparados que nos faziam tirar o máximo proveito na assimilação de saberes técnicos e operacionais desses meios. A parte prática nos deu um preparo condizente com a realidade, habilitando-nos concretamente para usar, no meu caso, o teatro, o rádio e a internet a favor do trabalho pastoral e educacional.

O objetivo dos laboratórios, percorrendo o processo de produção que envolve o pensar e planejar a realização tem em vista capacitar as lideranças para que, com a visão do processo, possam coordenar suas equipes. A professora Carla confirma: “Acredito

que os alunos são habilitados a coordenar equipes para a produção/elaboração de conteúdos para a web ao término do laboratório”.

O aproveitamento dos laboratórios vai além da produção, conforme uma jovem religiosa que fala da apropriação do conhecimento, nas entrevistas que dá: “a técnica do laboratório de Rádio me ajuda sempre nos programas e entrevistas nas rádios e as técnicas para falar em público foram fundamentais e também, é claro, o conteúdo teórico respondeu muito mesmo às minhas expectativas”. Outra cursista fala da sua experiência: “A partir da oficina de rádio que participei no curso passei a ser produtora de dois programas que realizo na rádio Dom Bosco. O programa “Iluminados pela fé” vai ao ar diariamente das 21 às 23 horas e o “Vida Missionária”, aos sábados, das 7 às 8 horas. Conforme os depoimentos percebe-se que a satisfação do cursista resulta da percepção de seu próprio crescimento na aquisição de novas linguagens que o ajudam a dar uma resposta mais satisfatória à sua comunidade quanto ao pensar e produzir comunicação integrada à realidade.

Em relação ao corpo docente, manifestam-se positivamente, como um padre e professor: “O curso superou as minhas expectativas. Professores competentes, dedicação das diretoras e coordenadoras do curso”. A metodologia e a capacidade dos docentes de irem ao encontro das necessidades e do lugar onde está o cursista, é avaliada também por um doutor em teologia e professor: “A parte prática também é de alto nível. Os professores têm a capacidade de partir do nível onde os alunos estão e conseguem fazer os alunos crescerem e se entusiasmarem com a experiência prática que se faz”. Trabalhar a partir do cursista é tratá-lo como sujeito do processo, despertando nele não só o potencial, mas o gosto e a alegria de crescer e ter entusiasmo pelo que faz sendo protagonista do processo educativo-libertador da comunicação.

A apreciação dos profissionais e o aproveitamento pessoal também são colocados por um padre do interior do Nordeste: “Com profissionais capacitados nos orientando, percebemos que não é difícil trabalhar na prática a comunicação. Depois do SEPAC já consegui organizar alguns folhetins e o site de minha Diocese, que eu mesmo administro”. Para Maria Luiza Rinaldi, professora do laboratório de rádio, o que mais lhe dá satisfação “é perceber o quanto os alunos são capazes de aprender e se desenvolver. Além, é claro, do enorme interesse; algo que não vivencio ou percebo em outra instituição”. Anderson Zotesso, também professor do laboratório de rádio, reforça sua satisfação em perceber “o processo de desenvolvimento dos alunos ao longo do

curso. Ver cada um ultrapassar limites sequer imaginados”, o que confirma que a metodologia desafia a trabalhar a partir da realidade dos cursistas.

As respostas sobre o aprendizado teórico e prático leva a analisar a postura de quem se apropria de conhecimentos teóricos e práticos numa área de conhecimento necessária para certa autonomia no exercício da própria liderança que possibilita novas experiências. Esta capacidade de criar algo novo mediante a apropriação de conhecimentos, recorda que todo trabalho requer e nele “[...] existe um mínimo de qualificação técnica, isto é, um mínimo de atividade intelectual criadora” (GRAMSCI, 1985, p. 7).

6.3.3 Novas tecnologias e trabalho em grupo

Um dos aspectos para a reflexão é a mudança do enfoque de um trabalho individual para o coletivo, pois o uso da tecnologia, que induz a um trabalho individual e pouco coletivo, contrapõe-se à proposta do SEPAC que incentiva a criação e a produção participativa nos grupos. Assim, o processo de comunicação requer que as pessoas se empenhem na produção coletiva, tanto pelo enriquecimento mútuo, como pela resistência ao modelo neoliberal. A comunicação alternativa e de grupo é recomendada pelo documento de Puebla por favorecer o diálogo e o compromisso (CELAM, 1979, p. 342). Uma das questões feitas aos docentes dos laboratórios do SEPAC é se do trabalho participativo que realiza no laboratório resulta melhor qualidade na produção coletiva (Anexo 2). O docente Ricardo Lulai justifica a riqueza do grupo e o ganho na busca de soluções.

As ideias são a matéria prima deste laboratório e vindas de uma única cabeça tornam-se míopes, engessadas e perde-se a oportunidade da espontaneidade, da reflexão sob a ótica dos diversos indivíduos, da confrontação, que no conjunto só fornece ganhos. Ganhos de soluções, de originalidade e de viabilidade em um tempo muito mais reduzido, além de diminuir o *stress* de ter que chegar a uma solução plausível e viável sozinho.

A docente Maria Luiza observa a riqueza da discussão e o esforço dos cursistas em ultrapassar esses desafios: “o maior aproveitamento vem do exercício e do esforço de ouvir o outro, aceitar ideias, olhares e abordagens diferentes sobre um mesmo objeto

ou assunto”. As tecnologias são compatíveis com o exercício do diálogo na produção coletiva, possibilitam incorporar os valores humanistas, conforme seu depoimento.

Por mais que tecnologia facilite o trabalho dentro dos meios de comunicação, sozinha ela jamais dará conta de um conteúdo de qualidade. Ou seja, não acredito que o conteúdo possa ser feito apenas com ela. Penso ainda que a criatividade é uma habilidade pessoal, mas o diálogo e a participação que permeiam as relações sem dúvida a potencializam. Portanto, a compatibilização entre inovação tecnológica, diálogo e criação não só é possível como imprescindível para uma comunicação humanista responsável e esteticamente melhor.

No campo da *Internet* e da produção em rede, o trabalho participativo também é fundamental, conforme a docente Carla. Para ela produzir conteúdos qualificados para o jornalismo na internet, o Ciberjornalismo, “é uma tarefa interdependente de vários profissionais, cada qual se dedicando mais a seus interesses específicos. Não há como fazer conteúdos diferenciados no Ciberjornalismo de maneira individual, pois há muitos níveis de complexidade”.

Em relação à mudança de perfil dos cursistas pelo acesso às tecnologias, um professor aponta: “hoje eles são muito mais próximos dos recursos de produção, além de terem objetivos muito mais concretos para o uso dos conhecimentos adquiridos com publicidade”.

6.4 AMBIENTE E ACOLHIMENTO COMO PARTE DA COMUNICAÇÃO

A cultura da mídia traz elementos que são assumidos na vivência cotidiana como o sentido atribuído ao ambiente, comunicação visual, estrutura, chamados de *ground*, termo aplicado à fotografia, como o pano de fundo, o entorno, o ritmo das luzes, que influenciam no valor da mensagem. Conforme Babin, na linguagem das mídias o entorno é mais importante, fundamental e estrutural do que o ponto focal para onde os olhos convergem: “o que se passa no plano de fundo da consciência é mais determinante do que aquilo que se agita no primeiro plano da consciência” (BABIN/ ZUKOWSKI, 2005, p. 87), elementos que compõem a comunicação de forma integrada, onde pessoas, ambientes, cores, sons, relacionamentos, tecnologias convergem.

A comunicação vista de forma integral, envolve não só a capacitação para pensar e produzir conteúdos teóricos e práticos, mas o relacionamento entre as pessoas e espaços propícios para a assimilação da comunicação. Alguns desses aspectos percebidos e mencionados são a “Acolhida calorosa e simpática”, “trocas de experiências animadoras”, “lugar de experiências, de troca de experiência, de aprender”.

Contar com espaços adequados torna-se um componente do aprendizado conforme depoimento de um cursista, também professor de Teologia: “desenvolvimento das técnicas em ambientes apropriados, bem preparados para o ensino, bem como professores *super* qualificados”. Uma professora do interior da Bahia também faz notar: “A experiência da prática laboratorial foi muito interessante, pois tanto os professores como a estrutura física e de equipamentos do curso permitia aos alunos um aprendizado vivenciado”.

Os momentos da prática são também espaços que provocam encantamento e expressão do afeto, conforme o depoimento deste padre da cidade de São Paulo: “Os laboratórios são maravilhosos. Além de ajudar a aproximar os alunos, nos permitem um aprofundamento prático e, portanto, muito mais profundo daquilo que muitas vezes seria somente teoria”. A sensação de que os laboratórios proporcionam momentos agradáveis em que se produz comunicação, no diálogo e na troca e de forma lúdica, nos remete às linguagens que envolvem os sentidos: a visão, a audição, a criação, a interação no trabalho coletivo, numa experiência que vivencia o apoio, o afeto e a alegria.

Uma jovem cursista relata a experiência de atribuir novo sentido às suas ações, após ter feito o curso: “tudo foi se tornando muito melhor, a comunicação foi ganhando um novo sentido, ou seja, fui dando mais importância em tudo aquilo que faço e vivo”. Essa percepção revela a compreensão da comunicação para além do uso dos meios e de como se sente uma pessoa que dá sentido à sua comunicação no cotidiano. Interpretação próxima a esta é dada por uma jovem religiosa, quando afirma: “na pastoral que faço, de certo modo, produzo comunicação, pois trabalho diretamente com as pessoas e me comunico de forma verbal e também escrita”, revelando compreender que a comunicação é processo e está em diferentes modos de comunicar. O despertar do potencial e possibilidades na experiência comunicativa, revela-se no depoimento de um padre que trabalha com a juventude:

Ampliou a condição do conhecer o que é comunicar. Aumentou o desejo de prosseguir nesse processo formativo de comunicação. Algo

que eu já tinha um carinho muito particular e com a presença e vivência do curso ajudou a crescer e perceber que ainda se pode avançar mais e é preciso ir mais além. Um bom modo de comunicar colabora para um melhor modo de se fazer compreender.

A compreensão de que o ambiente comunica, pois a percepção é intuitiva e sensorial, confirma-se no depoimento do professor Ricardo Lulai: o que mais gratifica esse trabalho é “a harmonia e o ambiente acolhedor do SEPAC”, destacando: “As pessoas fazem a diferença nesse curso. Desde a recepção, passando pelos serviços como secretaria, coordenação, incluindo o bem-estar do cafezinho, permite que estejamos em uma aura positiva e ativa para o sucesso de qualquer proposta”. Essa experiência de imersão que acontece neste curso intensivo reforça a experiência aliada à reflexão e convivência: “A imersão designa um modo de formação no qual se aprende mais pelo *contexto* global que pelo ensino formal, pelo *fazer* que pelo *dizer*, pela *relação* com os mestres e a companhia do que pelo estudo individual” (BABIN, 1993, p. 36).

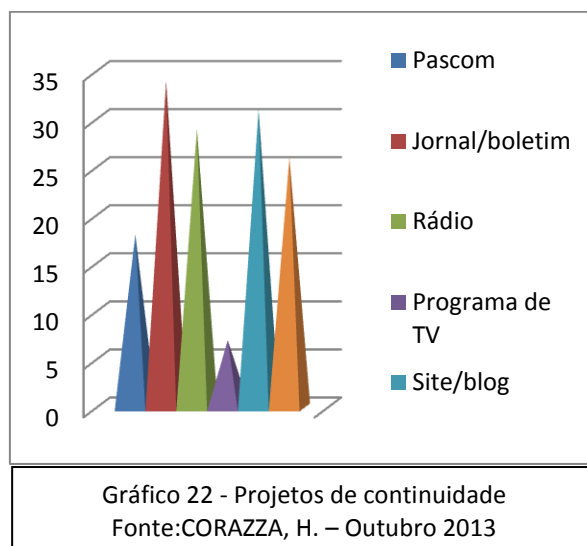
6.5 PROJETOS DE CONTINUIDADE DOS CURSISTAS

A fim de verificar se há uma aplicação prática, no pensar e no produzir a comunicação, caracterizada entre os pressupostos de uma ação educacional (SOARES, 2011), a pesquisa realizada com os cursistas, indagou das práticas, pedindo para apontar e descrever: após o curso houve, de sua parte, iniciativas novas no pensar e no produzir a comunicação? (Apêndice b)

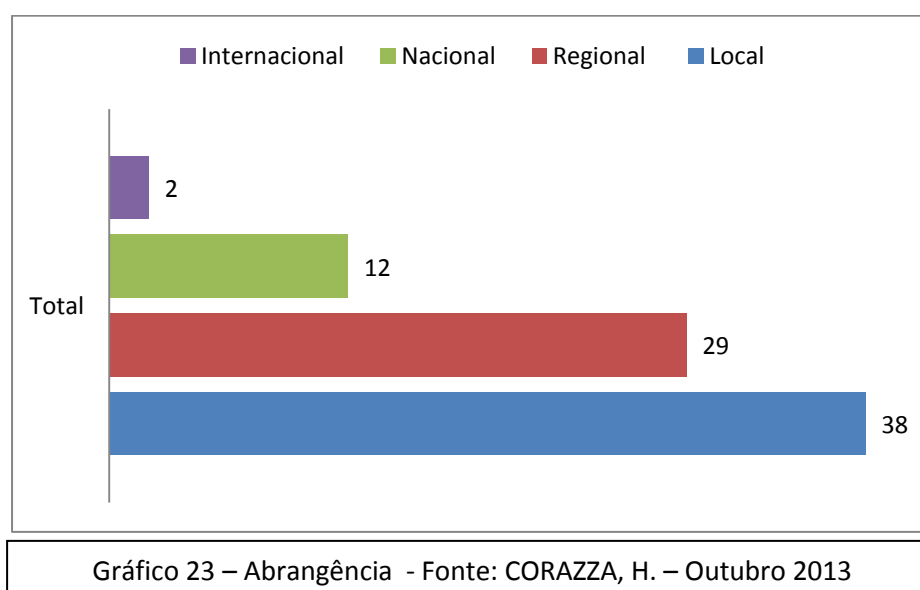
Como cada cursista fala a partir da realidade onde está inserido, as respostas confirmam sua atuação a partir do campo da pastoral, evangelização, educação e atuação de profissionais em diferentes áreas, demonstrando mais uma vez, a questão da interface presente como realidade consolidada. Os resultados podem ser agrupados em alguns pontos como: uma nova visão da comunicação, ou seja, a compreensão do processo da comunicação na mudança do olhar; a reflexão e o diálogo com a sociedade ocupando espaços na mídia; o reinventar o modo de produção da comunicação e, ao mesmo tempo o profissionalismo para atuar com competência e ética; a continuidade em projetos acadêmicos, o despertar da importância da comunicação pessoal e das novas linguagens; o ambiente como componente que favorece a comunicação.

A última questão perguntou: você trabalha ou contribui com algum trabalho de comunicação? As opções indicadas foram: Pastoral da Comunicação 18; Jornal/boletim,

34; Rádio, 29; Programa de TV, 7; *Site/blog*, 31; Educação, 26. Nesta questão os entrevistados colocaram mais de uma opção, uma vez que, grande parte atua em mais de uma forma de comunicação. Como pode ser observado no gráfico a seguir, a atuação no Impresso supera a Internet e o Rádio, o que pode demonstrar o significado que ainda tem para as pequenas comunidades.



Em relação à abrangência do trabalho de continuidade, se é local, regional ou nacional, os resultados mostram que a grande maioria entende que sua comunicação é local ou regional, mesmo atuando na *internet*, de alcance desterritorializado. Revelou-se também a abrangência internacional porque dois que responderam estão em outros países.



As respostas a esta última questão que diz respeito à atuação dos cursistas em seus projetos, estão agrupadas em cinco pontos a partir das respostas: a comunicação como processo cultural, na pastoral e na educação; o diálogo com a sociedade; profissionalismo na produção e presença na mídia; a necessidade de qualificar a comunicação da Igreja; a atuação internacional no campo da pastoral; a continuidade de projetos acadêmicos e a interface comunicação e teologia.

6.5.1 A comunicação como processo cultural, na pastoral e na educação

Entre as ações relatadas, o que se destaca é a mudança em relação ao olhar da comunicação, tanto para quem trabalha na área da pastoral, quanto na educação. O conhecimento e, sobretudo, a fundamentação teórica no campo da comunicação, desperta para novos saberes antes desconhecidos. Uma docente de Língua Portuguesa relata que o curso trouxe uma visão mais ampla sobre a pós-modernidade, as novas tecnologias, a teoria da recepção: “Normalmente, as pessoas pensam a comunicação centrada no emissor. O curso levou-me a perceber o quanto o receptor é ativo no processo de comunicação”. A reelaboração dos conteúdos recebidos e a capacidade de recriar a comunicação estão de acordo com a afirmação de Martín-Barbero (1995) “A comunicação é questão de sujeitos, de atores e não só de aparatos e de estruturas [...] a comunicação é questão de produção e não só de reprodução”.

A mudança acontece também na capacidade de criar programas que façam com que o outro se torne protagonista e sujeito, inclusive as crianças na produção do programa e alimentação do *blog*, conforme descreve esta cursista:

Rádio Criança é um projeto que apresentei e foi abraçado. Este programa é feito por criança com idade de 5 a 13 anos, em sistema de rodízio, sendo a cada domingo apresentado por cinco crianças. Atualmente trabalhamos com 30 crianças de diversos bairros. As crianças são protagonistas no programa e semanalmente elas alimentam seu *blog*.

A comunicação vista como processo e não de forma mecânica, muda o olhar e ajuda a obter argumentos de como a comunicação vai para além da técnica: “Temos a tendência de ver a comunicação com um viés mecanicista. O curso dá ênfase aos processos comunicacionais, mais do que aos meios. Isso ajudou deveras a defender uma

comunicação que vai além da técnica”, afirma um seminarista e jornalista. Essa visão favorece o repensar a comunicação nos diferentes campos, uma vez que o processo aplica-se à pastoral e ao uso dos meios, conforme o depoimento deste estudante de filosofia:

Ao compreender que comunicação é um processo, compreendi também que seu conhecimento não pode ser esgotado. Ao longo do curso, novas provocações incentivaram-me a continuar buscando compreender a globalidade do fenômeno, relacionando-o a outros campos, inclusive. Depois, uma consciência pastoral do processo, relacionando-o à vida eclesial, foi significativa para mim, ajudando-me a dedicar-me à implantação da PASCOM em nossa diocese. E, por fim, uma série de ideias aprendidas no curso ajudaram nossos meios a se aperfeiçoarem.

A integração entre teoria e prática requer reflexão e não apenas assumir as novidades técnicas como um modismo, mas compreendendo “como a formação para a comunicação pode se dar hoje, não somente para um aprendizado técnico, importante, mas a questão da formação que é integrada com conteúdos, por teorias” (PUNTEL, Entrevista, 6/6/2014).

Uma religiosa que atua no Norte do País acredita que abrir mais espaço para a interatividade e à participação ajuda as pessoas a se comprometerem: “Isso faz diferença no processo, porque as pessoas acabam se envolvendo e assumindo mais”. Uma das mudanças relatadas é em relação à visão mecanicista da comunicação, principalmente no que se refere ao uso dos meios, que um jovem padre relata que antes pensava na comunicação como uso das ferramentas: “o curso abriu minha visão para o uso dos meios, mas também para sua correta análise a partir de várias perspectivas, principalmente na comunicação como conquista de dignidade e avanço social e comunitário”.

A comunicação no processo do cotidiano e na produção requer um olhar mais crítico, não só para quem recebe, mas para quem produz, conforme essa profissional de odontologia, atuante também na área da comunicação.

Escrevo e participo do programa de rádio com mais consciência e enxergo o mundo com outros olhos. Tento fazer tudo melhor, respeitando os embasamentos que tive durante o curso. Sinto-me mais segura e observo como alguns profissionais e certas empresas da área de Comunicação deixam a desejar e não se empenham como deveriam. Meu olhar é mais crítico e realista.

A compreensão do processo da comunicação também oferece aos educadores novas formas pedagógicas e comunicativas para a sala de aula, conforme a docente de

Língua Portuguesa e Literatura: “Após o curso e trabalho de pesquisa sobre o uso do cinema na sala de aula; melhorou a minha forma de trabalhar filmes e tenho certeza que a de alguns colegas também. Sinto que meus alunos assistem a filmes hoje, com olhares diferenciados”. Proporciona aos educadores novo repertório na leitura dos meios, conforme o relato desse educador: “Sei que não sou um “produtor” direto de comunicação, mas sei que meu filtro de leitura de meios e mensagens ficou mais afinado, bem como maneiras de lidar com grupos escolares na educação básica e superior”. O empenho desse professor de Ensino Médio é adequar a sala de aula ao cotidiano vivido pelos adolescentes: “E hoje, com as mudanças na educação, mais precisamente em se tratando do ‘Reinventando o Ensino Médio’, estou defendendo nas duas escolas que leciono a área profissionalizante de Tecnologia e Comunicação, pois fará um bem para nossos adolescentes”.

A aplicação prática de conceitos e trabalhos produzidos mostra a formação de lideranças que multiplicam e transformam os conhecimentos recebidos, conforme esse assessor de imprensa: “Após a especialização também iniciei minha experiência na docência acadêmica, na qual tenho colocado muitas das teorias e práticas aprendidas no curso”. Ele testemunha a reelaboração de conceitos de comunicação aplicados em programas de uma TV Educativa:

Mas um destaque que faço foi a oportunidade de trabalhar, durante um ano e meio, como repórter, produtor e apresentador da TV Itararé (Afiliada da TV Cultura, em Campina Grande, PB). Nessa experiência profissional o curso foi decisivo porque, para garantir a vaga de repórter, apresentei ao então diretor de jornalismo uma matéria produzida no laboratório de vídeo, realizado na Especialização do SEPAC/PUC-SP (COGEAE), na qual fui também o repórter. Além disso, durante toda a experiência na TV, que é educativa, contei com a contribuição de discussões que fizemos no curso.

O campo de atuação dos cursistas é também qualificado em suas pesquisas e na atuação prática pela teoria que fundamenta, conforme depoimento desse educador e professor de teatro: “Mantive minha pesquisa sobre meu objeto de estudo ‘O Teatro do Oprimido e suas relações com a comunicação de massa’. Em minha produção artística o tema da crítica à mídia passou a ser constante, com maior base teórica”.

A interface da comunicação é uma descoberta entre os cursistas, quando aprofundam o tema em seus projetos de pesquisa. Ela perpassa a vida cotidiana, as ações e o relacionamento entre as pessoas nos diferentes campos, conforme depoimento dessa profissional de odontologia:

Com a pós fiquei mais próxima do mundo da TV, do Rádio e da Internet. O convívio com o tema da monografia me levou para um universo muito diferente das áreas que atuava, apesar de conseguir *linkar* todas as minhas atividades a esta nova etapa de minha vida. Consegui identificar que odontologia, homeopatia e comportamento social colaboram para que os comunicadores possam ter mais qualidade em suas funções.

O conhecimento no campo comunicacional favorece a mudança da visão de mundo e dá um diferencial, conforme a afirmação desse professor do Ensino Médio: “Hoje vejo que a comunicação é de extrema importância na vida do ser humano, pois é na convivência com meus colegas professores que percebo o quanto sou diferente deles, pois, afinal de contas tenho um domínio maior da comunicação”. Sem dúvida, o olhar comunicacional, aplicado no ensino é um diferencial de competência que é transitar em diferentes conteúdos, reflexão, linguagem apropriada no campo educacional.

6.5.2 Diálogo com a sociedade: profissionalismo e presença na mídia

Um dos desafios para a Igreja na sociedade atual é o diálogo entre fé e cultura, conforme o pensamento da Igreja sobre a evangelização no mundo contemporâneo (PAULO VI, 1976, p. 22). O diálogo com as pessoas, imersas na cultura da comunicação, passa pela preparação de lideranças que tenham conhecimento das diferentes linguagens e não se preocupem apenas em multiplicar a palavra do Evangelho e os ensinamentos da Igreja (JOÃO PAULO II, 1991, p. 63), sendo capazes de estabelecer diálogo com a sociedade atual, mediante um trabalho qualificado e competente. Esta pesquisa aponta que a maioria dos participantes do curso são presbíteros (padres), já com formação acadêmica na área de Filosofia e Teologia, alguns são mestres ou doutores na área da Teologia.

A presença no campo da comunicação é citada por cursistas como esse doutor em Teologia, que fez o curso de especialização no SEPAC: “Tenho um programa semanal de rádio, FM, de dois minutos. E tenho participado de diversos debates promovidos na TV da Universidade Franciscana, com os alunos no curso de comunicação. Participo de temas polêmicos”. Outros são responsáveis pela comunicação em suas instituições como esse religioso, que faz um programa de rádio diário na cidade de São Paulo: “o curso foi fundamental para atuação no serviço junto à

Frente de Evangelização da Comunicação em nossa Província, assim como na compreensão do exercício de comunicar e da amplitude que esta prática abrange”. A inserção no campo da comunicação abre espaços de participação com produções de manifestações culturais da região, conforme o depoimento de um padre no MS:

Terminada a formação no SEPAC tive a possibilidade de celebrar várias missas televisivas, participei de programas televisivos e entrevistas. Recentemente a TV Cultura do MS realizou um documentário sobre a importância da Festa do Divino Espírito na tradição do homem pantaneiro, aqui na paróquia onde atuou pastoralmente, que será lançada e exibida em nível nacional.

As publicações e atuação na mídia local estão entre os relatos de cursistas, como esse religioso de uma capital no Norte do País: “Após o curso publiquei a monografia, entrei a fazer parte dos programas da *Rádio Rio Mar* com programa semanal e entrevista, escrevo também para jornais da cidade, participo da equipe de comunicação da Província religiosa”. Um professor universitário e radialista sinaliza que em sua atuação, “houve um salto qualitativo no fazer/produzir/emitir, principalmente porque que vivo ininterruptamente o mundo da notícia”.

A atuação em emissoras locais, jornais e *sites* é uma constante com motivação pessoal e reconhecimento local que amplia a atuação e o idealismo, conforme este relato de seminarista: “A mais nova contribuição é que fui convidado para ser entrevistador num programa católico na TV Maceió, canal local, em TV fechada da NET. Ressalto que em todas essas contribuições meu trabalho é voluntário. Não recebo nada pelos mesmos, mas faço com muito amor e doação”. A mudança acontece também na interação com as comunidades, que se despertam a fazer promovendo a interação e participação com o ouvinte. Referindo-se ao programa religioso, “Iluminados pela fé”, essa cursista descreve:

Antes era somente entretenimento, música, interatividade com o ouvinte. *Após o curso* passamos a trabalhar com quadros fixos semanais como: quadro saúde, entrevistando profissionais da área, ao vivo; quadro Juventude no AR, trazendo os ministérios e bandas jovens das paróquias e comunidades. Ainda neste programa apresentei uma proposta de ser criada “Calçada de Dom Bosco”⁶⁸ nos bairros de Fortaleza, na qual temos a oportunidade de realizar o programa diretamente da calçada do ouvinte, saindo um pouco do estúdio e nos aproximando ainda mais do ouvinte, podendo sentir de perto sua própria realidade.

⁶⁸ . Trata-se de um programa que interage com grupos e famílias que escutam o programa na calçada das casas, enquanto convivem e conversam. A partir dessa interação, a equipe da Rádio vai ao encontro desses grupos que denominou “Calçada de Dom Bosco”, em referência ao nome da rádio.

A formação e capacitação teórico-prática proporciona elementos para associar saberes e conhecer novas linguagens, específicas de cada mídia, conforme relato de uma produtora de televisão católica: “sentia muita dificuldade de ter uma linguagem que fosse apropriada aos meios de comunicação. O curso me proporcionou, também, uma visão diferente quanto ao pensar e fazer comunicação na Igreja, dar mais profissionalismo aos meios católicos”. A necessidade de fazer a comunicação de forma profissional, segundo Puntel, “não é só fazer bem de acordo com o que é profissional, mas integrado com sua área de atuação, por exemplo, uma pessoa ligada à evangelização, professor ou profissionais que apresentam, organizam encontros, o que lhes dá mais segurança e garantia”. A questão do ser profissional é a constatação de um diretor de emissoras de rádio católica:

Hoje estou produzindo meus próprios programas. Posso orientar profissionalmente os funcionários das emissoras com muita segurança e conteúdo. Pude dar uma qualidade ética naquilo que é produzido pelas emissoras. Somos mais inseridos socialmente, nos estúdios, com programas de desenvolvimento social e na prática. Criamos nossos sites.

Muitos trabalham em veículos próprios da Igreja. Outros estão inseridos em emissoras e jornais que prestam serviço na sociedade, conforme o depoimento deste cursista, um padre responsável pela comunicação, cuja diocese não possui meios próprios.

Após o curso tomei a iniciativa de aceitar elaborar programas religiosos para rádios comunitárias e comerciais! Hoje tenho participação em quatro rádios de nossa região, oferecendo *programetes* de dez minutos para a “Ave Maria”. Além disso, ajudo na produção de um programa de evangelização, com duração de uma hora e dez minutos “Programa EVANGELIZE”. Além da participação nas rádios, temos um jornal diocesano e artigos em jornal comercial na cidade onde trabalho.

Ao lado de uma atuação em mídias locais e regionais, os cursistas relatam o trabalho realizado nas comunidades e nos meios próprios tendo em vista formar, organizar e melhorar a comunicação das pessoas e com os fiéis dentro da Igreja.

6.5.3 Qualificar a comunicação no interior da Igreja

A missão do SEPAC definida como “Capacitar agentes culturais e sociais na área da comunicação, qualificando a atuação profissional, cultural e pastoral, na totalidade do ser humano”, reflete-se nos relatos dos cursistas que, motivados, tornam-se multiplicadores nos meios de comunicação, conforme relato dessa radialista: “na área em que atuo, o rádio, pude reelaborar todo o conhecimento que já trazia. Montei um curso de produção de rádio e refiz todo o meu projeto de trabalho a partir do conhecimento teórico e prático que recebi no curso”. O conhecimento é aplicado também nas regiões, conforme síntese desse padre, coordenador da Pastoral da Comunicação em sua diocese e radialista:

Momentos formativos em várias paróquias; realização de Mutirão diocesano de comunicação; acompanhamento e coordenação da programação religiosa de uma emissora de rádio; aplicação de oficinas nas paróquias e grupos da Diocese ‘Liturgia e comunicação e produção e apresentação de programas de rádio’.

O conhecimento na área da comunicação instiga os cursistas a melhorarem as estruturas de comunicação locais, conforme informação desse padre, responsável por uma paróquia: “melhoramos a utilização dos recursos da informática e da oratória, na diagramação e na divulgação de material escrito e audiovisual. Implantamos um jornal mensal paroquial, uma missa e um programa de rádio semanal, transmitidos ao vivo”. A melhoria da comunicação dentro das igrejas, também é testemunhada por um cursista, doutor em Teologia:

Na paróquia onde trabalho faz-se o boletim paroquial, o qual é muito simples. No entanto ao chegar aqui na catedral metropolitana, procurei colocar em prática o que aprendi no SEPAC. Trata-se de um boletim de quatro páginas que tem muita aceitação e divulgação. [...] E procuro usar muito bem o microfone nas missas diárias da catedral, nas homilias.

A organização da Pastoral da Comunicação (PASCUM) e a formação para exercê-la é um desafio enfrentado por um padre do interior do Nordeste: “Após o curso implementamos a formação da PASCUM diocesana, demos novo impulso aos nossos meios: rádio, site, hoje temos WebTV e trabalhamos com Redes Sociais”. O mesmo esforço é aplicado em comunidades do interior da Bahia, conforme resposta dessa agente pastoral e professora: “encaminhamos a produção de um jornalzinho paroquial, ministramos oficinas em outras paróquias, assim como contribuimos para pensar estratégias de divulgação das ações da paróquia e da diocese em épocas festivas e encontros”.

Nos depoimentos constata-se que a atuação e também a formação está na interface comunicação e pastoral, comunicação e liturgia e essa transversalidade perpassa a prática dos cursistas que fizeram curso no SEPAC, como esse padre, de uma paróquia no interior de São Paulo, onde são transmitidas missas pela rádio, de terça a sexta-feira e outros programas religiosos. Assessor na área de liturgia é também diretor de um Curso de Teologia para leigos: “Também tenho participado de entrevistas, divulgando a pastoral litúrgica [...] Acompanho a PASCUM da minha paróquia, que possui informativo impresso, site e *Facebook*”.

A formação na área da comunicação na liturgia é um tema importante, porque diz respeito à comunicação nas celebrações, não só nas missas, mas em todos os momentos celebrativos e de atos religiosos. A homilia é uma questão crucial trabalhada pelo Papa Francisco em sua carta apostólica (2013), na qual dedica 25 números para falar da necessidade do cuidado e preparação deste momento. Um especialista em liturgia que publicou sua monografia do curso de Especialização no SEPAC “Homilia, a comunicação da Palavra”, relata

Trabalho como professor na graduação da teologia, como membro da ASLI (Associação dos Liturgistas do Brasil), contribuo com artigos no Site da Associação. Tenho assessorado Paróquias e Dioceses em Cursos de Formação, especialmente da catequese e liturgia; neste último acentuo o trabalho que faço com a formação de leitores e homilistas⁶⁹.

A liderança dos cursistas está também no interior das instituições, conforme relato dessa religiosa: “Estou buscando apoiar todas as iniciativas de formação e importância do uso adequado dos MCS na instituição. Acompanho as pessoas responsáveis dos sites na instituição. Acompanho publicações (Revistas, boletins) da Congregação”. Iniciativas regionais articuladas por ex-alunos do SEPAC promovem formação e iniciativas locais, conforme depoimento deste padre do interior do Nordeste:

Depois do curso criamos no Seminário Interdiocesano uma comissão de Comunicação, onde organizamos cursos e debates levando pessoas capacitadas para ministrar palestra com a professora Joana Puntel, ainda no seminário organizamos nosso primeiro Periódico. Junto com a Comissão Regional de Comunicação, organizamos os encontros regionais de Comunicação, este ano tivemos o terceiro. Em nossas dioceses já organizamos em várias paróquias a PASCUM. No Piauí hoje todas as Dioceses já têm site, fruto do incentivo de vários ex-alunos do SEPAC.

⁶⁹ . Homilistas são as pessoas que fazem a homilia ou sermão nas igrejas.

E o trabalho acontece nas diversas regiões do país, conforme depoimento deste padre do interior de Goiás: “tivemos a iniciativa de programar a ‘convergência de mídia’ na Pascom diocesana e nas mídias que atuamos enquanto sistema de comunicação. Os desafios maiores são: recursos humanos e atualização de conteúdos”. Esse depoimento remete aos desafios da qualificação das pessoas que atuam da comunicação das comunidades e, ao mesmo tempo, sua dificuldade em se comprometerem.

6.5.4 Atuação internacional no campo da pastoral e da cultura

A formação recebida no Curso de Especialização do SEPAC viajou com cursistas que foram enviados em missão como nos países africanos de Angola, São Tomé e Príncipe, segundo o relato de uma religiosa, missionária entre migrantes e refugiados. Ela comunica que, quase diariamente, produz programas e entrevistas de rádio, elabora materiais publicitários, folders, informativos, anúncios na *internet*, boletins, até mesmo na maneira de se comunicar com as pessoas no trabalho e, principalmente, nas conferências que organiza mensalmente. “Por isso sinto a necessidade de um maior aprofundamento deste tema na questão cultural e intercultural. O trabalho com migrantes exige uma capacidade grande de comunicação em todos os aspectos, pela diversidade cultural e bagagem que eles carregam consigo”.

Um religioso que está no Suriname, Guiana Holandesa, fala de sua atuação, assessorando a Pastoral da Comunicação da Paróquia e com um programa semanal na rádio comunitária da cidade, uma FM, na qual colabora todos os sábados, para atender aos imigrantes brasileiros daquele local: “A única rádio na língua portuguesa, uma vez que no Suriname o idioma oficial é o holandês, mas há programas em chinês, indiano, javanês, saronatongo e outras línguas. O Suriname é um país pluri-cultural”.

Mesmo pessoas preparadas, que sabem produzir comunicação e tem espaço em meios de comunicação, enfrentam desafios culturais e sociais para falar com as pessoas, marcar sua presença missionária nas diferentes culturas, procurando compreendê-las e, ainda, exercer a promoção humana e evangelizadora.

6.5.5 Continuidade em projetos acadêmicos na Interface com comunicação

Pensar a comunicação é um aspecto abordado pelos cursistas que colocam em seus projetos de continuidade na pesquisa acadêmica na área da comunicação ou na interface. Situando no campo da Educomunicação, trata-se da *área da reflexão epistemológica* (SOARES, 2011) que alguns cursistas sentem-se instigados a percorrer. A professora de comunicação enumera sua trajetória acadêmica, da especialização, no SEPAC, ao doutorado.

Fiz uma pesquisa sobre o consumo de celular como condição de pertencimento. Na sequência, senti-me bastante motivada e preparada para dar continuidade aos estudos e ingressei no Programa de Comunicação e Semiótica da PUC. Terminei o Mestrado em 2009 e terminarei o Doutorado agora, em 2013, refletindo sobre o tema Cibercultura, subjetividade e tele-existência.

Da especialização, há a afirmativa de seguir no caminho da pesquisa: “Agora penso que já estou pronto para cursar o mestrado”. Um educador de um estado do Nordeste fala de sua pesquisa na especialização: “tivemos uma oportunidade de desenvolver um projeto de Educomunicação na escola onde trabalhamos. Além disso, pretendemos continuar nossa pesquisa na área da Educomunicação!”. Profissional de outra área, como uma advogada, prosseguiu na área de cinema, “cursando Produção executiva em cinema e TV na Fundação Getúlio Vargas, [...] fiz um curso de cinema digital na Academia Internacional de Cinema. Hoje, consigo aliar o Direito do Audiovisual em todo este contexto”.

Diversos são os relatos de alunos que despertaram para o aprofundamento da comunicação, direcionando trabalhos de pós-graduação ou da graduação para investigar a interface com aspectos da religião. Um padre do MS relata

Após a apresentação do trabalho final e aprovação me aprofundi por meio de um curso da *Microlins* na parte de programação e *designer gráfico*. Fui admitido como docente no Instituto Teológico João Paulo II e me encontro inserido no processo de conclusão do mestrado na área de teologia, contudo a ênfase da pesquisa é a inserção da comunicação na evangelização. É possível ressaltar neste âmbito a leitura crítica dos conteúdos midiáticos e a escrita de artigos. Tenho como sonho ingressar num mestrado somente na área de comunicação para atualizar os conhecimentos e rever alguns pensamentos.

Um educador com formação em filosofia e teologia, ao responder a pesquisa, diz: “continuo atuando na comunicação e agora acabo de mudar para os Estados Unidos para dar continuidade aos meus estudos na área comunicacional”. Para o seminarista do nordeste, o mestrado é um sonho: “num futuro próximo também penso em uma especialização *stricto sensu*, pois amo comunicação!”

Alguns cursistas que fizeram como Extensão Cultural, em sua monografia de graduação, aprofundaram a temática da comunicação, como um padre radialista que testemunha o êxito na elaboração e defesa da conclusão de Bacharelado em Teologia na Universidade Católica de Pernambuco, com nota máxima, 10, e o tema: “A Igreja na cultura da Comunicação: um desafio teológico-pastoral”. Um padre do interior do Nordeste também assinala: “Minha monografia da teologia foi sobre ‘Cristo: o Perfeito Comunicador do Pai’”, reforçando seu despertar para a comunicação.

Também uma religiosa que faz teologia conta o quanto o curso lhe deu um novo “jeito de olhar o mundo”, a abertura para os novos meios, as muitas formações despertaram o interesse por aprofundar essa temática porque quer trabalhar na monografia no curso de Teologia o tema: “Viver e comunicar a fé em tempos de rede. Quero mostrar que teologia e tecnologia caminham juntas e influenciam a fé das pessoas. Quero buscar um diálogo entre Cristologia e comunicação no campo teológico-eclesiológico”. Um estudante de filosofia escolheu uma teoria para seu TCC o título “Indústria Cultural: o pensamento de Adorno em relação à comunicação de massa”.

Embora consciente de que a Indústria Cultural represente apenas umas das teorias, seu estudo vem gerando desdobramentos acerca do assunto até hoje em meus trabalhos acadêmicos, o que tenho podido aproveitar, em muito, no meu trabalho atual com a rede pública de ensino, provocando reflexões sobre relação indivíduo comunicação e sociedade em comunicação.

Este capítulo trouxe o resultado da pesquisa realizada com cursistas e alguns professores sobre o aproveitamento do curso realizado no SEPAC. Os depoimentos mostram que a imersão na experiência de pensar, produzir, trabalhar a própria comunicação e conviver, abre novos horizontes que provocam novas possibilidades, agregando-se a outros saberes. A diversidade de conhecimentos acadêmicos e experiências de vida demonstram que a comunicação midiática e de redes consolidam a visão de que as interfaces entre comunicação, pastoral, educação e diferentes profissões e áreas do conhecimento acontecem e se ampliam, evidenciando o lugar da comunicação como um ambiente na sociedade contemporânea.

O próximo capítulo será de interpretação dos dados, sistematizando a pesquisa empírica desta tese, que diz respeito à experiência do SEPAC, suas publicações e a participação dos cursistas, o estudo das monografias e as respostas apresentadas a partir do questionário, conforme relatado neste capítulo.

CAPÍTULO 7

INTERPRETANDO OS DADOS: SISTEMATIZAÇÃO

Esta tese tem como eixo a Educomunicação, caminhos e desafios na formação pastoral com o objetivo de contribuir para o avanço dos estudos acadêmicos neste campo, apresentar e analisar um caminho realizado no contexto da pastoral, na experiência do SEPAC. Diante do objeto de estudo, a pesquisa procurou refletir sobre a Educomunicação e sua relação com a Pastoral e a Evangelização, bem como as novas linguagens que desafiam o cotidiano dos agentes pastorais e culturais. A pesquisa empírica, descrita nos capítulos anteriores, é retomado agora para sistematização dos dados.

A hipótese principal é que a contribuição do SEPAC na linha de princípios e de ação foi decisiva para a emergência da teoria e prática educomunicativa e sua consolidação junto ao segmento da Pastoral da Comunicação no Brasil.

Segundo os procedimentos metodológicos estabelecidos, a pesquisa empírica foi delimitada à análise de publicações do SEPAC, levantamento quantitativo de cursistas que frequentaram a especialização, análise de monografias de um determinado período e questionário com cursistas. A descrição dos dados encontra-se nos capítulos quatro, cinco e seis. Esta sistematização retoma o caminho realizado no processo da comunicação participativa, que evidencia a formação continuada na interface da comunicação com outras áreas; a apropriação do conhecimento teórico e prático que resulta na produção reflexiva e prática mediante uma metodologia que integra os diferentes aspectos e a participação no processo. Esse conhecimento educomunicativo reflete-se em projetos de continuidade e intervenção em diferentes áreas da comunicação no diálogo com a sociedade.

7.1 PUBLICAÇÕES: FORMAÇÃO DE MULTIPLICADORES E AS LINGUAGENS

As publicações fazem parte do projeto de formação dos agentes pastorais e visam facilitar o aprofundamento de temáticas da comunicação, partindo da leitura crítica e produções populares, temas de aprofundamento, manuais que apoiam a

reflexão e a produção prática, seguindo o método da comunicação participativa. O que se observa é que as linhas teóricas norteadoras repercutem no campo da análise da mídia, produção, reflexão e interface, com o objetivo de socializar o conhecimento em vista da formação do agente multiplicador, para apoiar sua reflexão e práticas de intervenção no espaço pastoral e profissional⁷⁰, que não permanecem restritas aos que fazem os cursos.

O eixo das produções voltado à formar pessoas capazes de serem multiplicadores e produtores de conteúdos, por isso voltados à reflexão e prática com o conhecimento da produção nas diferentes linguagens. A linha de publicações sobre *Leitura Crítica da comunicação*, segue uma metodologia de análise que problematiza, analisa e favorece o crescimento e capacidade de crítica para que as pessoas se tornem sujeitos na sociedade.

A formação para a produção com o objetivo da apropriação das linguagens, com sua primeira experiência na tradução dos Manuais da ALER em coedição com o SEPAC/Paulinas, procurou capacitar para o rádio nos diferentes gêneros. A série de onze cadernos em formato e linguagem popular, ilustrados, tem seu enfoque a partir dos produtores populares e da população marginalizada socialmente. A clareza dos dirigentes, evidente nos textos, é de que o povo deve ser sujeito do processo e assumir o destino em suas próprias mãos.

Seguindo no campo da produção a série *Manuais da comunicação* começa a ser publicada em 2002 com o objetivo de apoiar a formação das disciplinas práticas para a produção nas diferentes linguagens e mídias e são elaborados a partir da experiência; sendo produzidos e atualizados de forma coletiva por profissionais e docentes do SEPAC. Desses manuais, três tratam do desempenho da pessoa diante da sociedade e trabalham aspectos que dizem respeito à oratória, expressão corporal, relação com o público e teatro. Esses manuais orientam para uma produção segundo linguagens e técnicas que garantam uma produção com qualidade, também para os conteúdos pastorais e educativos.

As publicações reiteram a visão integrada proposta pelo SEPAC e contribuem para qualificar a comunicação e o modo de comunicar, no aspecto crítico, sem cair no que apregoa a sociedade do espetáculo, Debord (1967), pois essa cultura que advém da

⁷⁰ . As publicações mais recentes estão disponíveis no mercado e não se restringem ao SEPAC ou a comunidades para a formação pastoral e são indicadas na bibliografia acadêmica em faculdades de comunicação. As demais estão apenas em bibliotecas.

sociedade midiática interfere nos modos de comunicar das pessoas. Aprimorar os modos de comunicar, tendo em conta o novo “sensório”, é uma exigência da comunicação nas comunidades e não apenas para quem está em exposição nas mídias.

Quanto às publicações denominadas populares o discurso era o de que deveriam ser produzidas por pessoas do povo, entretanto, observa-se que foram escritas por intelectuais que assumiram esta causa e linguagem. No caso dos Manuais da ALER o autor do texto foi o cubano Ignacio Lopez Vigil, que também publicou o livro “Manual urgente para radialistas apaixonados”⁷¹, nessa mesma perspectiva, privilegiando o sociodrama, um gênero pouco cultivado na linguagem radiofônica no Brasil. Na coleção “Leitura Crítica” os autores foram: Ismar de Oliveira Soares, Sonia M. Bibe Luyten e João Luís Van Tilburg.

7.1.1 Aprofundamento e reflexão crítica

Um dos eixos das publicações do SEPAC busca o aprofundamento temático e a reflexão crítica como a pesquisa “Igreja e a democratização da comunicação”, estudo de referência, que analisa o processo de comunicação da Igreja católica na América Latina com experiências de comunicação popular no Brasil. Outra pesquisa temática analisa o lugar da mulher nas rádios católicas, com o referencial teórico de gênero e a dos Estudos Culturais, com pesquisa de recepção junto a ouvintes de emissoras católicas. O estudo procurou identificar como o ouvinte percebe ou não a mulher em evidência nas rádios católicas e se essas emissoras reproduziam os padrões culturais e de comunicação já existentes ou apontavam novos caminhos.

A reflexão sobre comunicação e cultura, a partir de 2005, inaugura um novo conceito de comunicação com pesquisas em relação à comunicação da Igreja e a cultura midiática, teorias de recepção, Cibercultura a partir dos Estudos Culturais, os Jovens e as tecnologias, sendo que duas são resultado do trabalho monográfico de cursistas⁷². O objetivo das publicações é contribuir para a formação do pensar e do atuar em vista das práticas de comunicação que se apoiam em teorias, conforme assinala Puntel: “toda a

⁷¹ . Traduzido para o Português pela Editora Paulinas em 2003.

⁷² . Trata-se das publicações: *Manipulação da linguagem e linguagem da manipulação* (Claudinei Jair Lopes, 2008); *Fé e Cultura. Desafio de um diálogo em comunicação* (C. Moro, 2010), SEPAC/Paulinas.

produção se apoia na reflexão e a série *Comunicação e cultura* vem como um amparo ao conhecimento da comunicação com temas que ajudam a fundamentar” (PUNTEL, Entrevista, 6/7/2014).

As publicações do SEPAC, desde 1989 com o livro “Como organizar a Pastoral da Comunicação”, caracterizam uma visão de trabalhar a interface com as pastorais. Organizada por uma equipe de lideranças pastorais com o objetivo de contribuir para a organização dessa pastoral na Igreja e aprimorar a comunicação nas pastorais, celebrações, canto, liturgia e catequese.

Algumas dessas publicações estão voltadas para as comunidades, um público atuante nas pastorais, que tem menos familiaridade com os estudos e teorias da comunicação, com necessidade de dinamizar a comunicação na interface com as pastorais. Daí tratarem de temas práticos que ajudam a aperfeiçoar o modo de comunicar nas comunidades e nos momentos celebrativos, conforme orientação: “Renovar a linguagem da liturgia: um dos espaços privilegiados de comunicação é o encontro litúrgico semanal [...] rever a postura dos comunicadores”. (CNBB, 1997, p. 14-15).

A interface comunicação e família, mudanças da era digital e formação dos agentes da pastoral da comunicação, tema de algumas publicações, são fundamentais para articular as pastorais e o diálogo com a sociedade. Esses textos foram elaborados por especialistas nas áreas⁷³, planejados a partir da experiência, após terem sido testados, por isso nascem de uma realidade concreta e não apenas de discussões teóricas.

7.1.2 Metodologia teórico-prática nas publicações

As publicações do SEPAC, de 1983 a 2012, trazem em sua concepção o método da reflexão e da prática, favorecendo ao público não especializado em comunicação, a aplicação dos conceitos teóricos e práticos, bem como a apropriação do conhecimento reflexivo e da produção. Isso se observa na série sobre Leitura Crítica que mescla os elementos teóricos com os exercícios práticos de análise de produtos da mídia,

⁷³ . A publicação *Homilia, a comunicação da Palavra* é o trabalho monográfico do curso de Especialização do SEPAC, por Enio Rigo. São Paulo: SEPAC/Paulinas, 2010.

sugerindo roteiros de debate, o diálogo nos grupos, a partilha de opiniões contribuindo para a formação da consciência crítica.

Os Manuais de produção da ALER também seguem o método da reflexão a partir de uma prática, propondo o olhar da produção em vista dos “oprimidos”, procurando não reproduzir um sistema de produção ou apenas servindo-se de técnicas, mas com uma postura crítica. O mesmo pode-se falar dos Manuais do SEPAC, apoio para os laboratórios, que contém teoria e prática e o empenho de que o cursista possa apropriar-se do conhecimento em todo o processo de produção, com planejamento para aprender a produzir na linguagem de cada mídia. A prática está iluminada por reflexões das pesquisas atualizadas que orientam o como produzir, abertos aos conteúdos pastoral e educativo.

Essa metodologia favorece a reflexão, a prática, o diálogo e o desenvolvimento das potencialidades de comunicação do sujeito produtor, para que se sinta capaz de criar e de dizer sua palavra, ter projetos de intervenção, expressar-se sendo criativo na produção de conhecimentos. Ela não tem a intenção de modelar, mas desperta e aponta caminhos para que a pessoa possa ser sujeito do processo de comunicação, trabalhando com competência, conforme exige a cultura atual e mantenha propostas de acordo com os projetos sociais e educativos. Esta visão integrada do pensar, produzir e, no processo de produção, trocar ideias e conviver, continua sendo, ainda hoje, um processo libertador.

Os dados de análise levam a concluir que as publicações trazem teorias e práticas adotadas para favorecer a reflexão e a consciência crítica no contexto atual, o que requer competência para discutir e intervir com propostas. Encontram sintonia com a Educomunicação por meio da análise da sociedade, da reflexão teórica, do processo de diálogo e participação nas produções, que alimentam a reflexão crítica e a interface com as pastorais. Elas também contribuíram para o reconhecimento público do conceito de Educomunicação no Brasil, conforme depoimento de Soares: “foi graças à colaboração de livros do SEPAC que o tema se difundiu e ganhou legitimidade, chegando a ocupar lugar de destaque no texto da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, elaborado para a Câmara dos Deputados, no início dos anos 90” (SILVA, 2010, p. 180).

Esta breve análise das publicações reafirma a hipótese de que o SEPAC contribuiu para a formação dos referenciais na reflexão, análise e produção de mídia, tanto para agentes da PASCOM como para o espaço educativo, sendo que mais de 80% dos cursistas fazem parte de entidades ligadas à Igreja Católica.

7.2 ABRANGÊNCIA E REPRESENTATIVIDADE DO BRASIL

No recorte desta pesquisa, para mostrar a representatividade, um dos critérios foi fazer um levantamento dos cursistas por regiões de procedência, formação e área de atuação do Curso de Especialização de 1990 a 2012⁷⁴. Este levantamento quer comprovar a hipótese principal de que a contribuição do SEPAC na linha de princípios e de ação foi decisiva para a emergência da teoria e prática educomunicativa e sua consolidação junto ao segmento da Pastoral da Comunicação no Brasil.

A pesquisa quantitativa (Capítulo 5) fornece dados quanto à participação de cursistas, por Estado, sendo que nos primeiros 10 anos, abrange todo o território nacional com a participação de pessoas dos 26 Estados, mais Distrito Federal, Argentina e Chile. Nos últimos 10 anos a representatividade cai para 22 Estados, mais o Distrito Federal, o que pode ser explicado pela criação de cursos de Especialização em diversas regiões e a expansão de instituições de ensino para o interior do país.

Um diferencial do SEPAC é o de trabalhar a educação para a comunicação a partir de um espaço não formal e estabelecer convênio com universidades, o que confere uma dimensão qualificada no contato com a pesquisa estendida aos agentes pastorais e culturais, um salto qualitativo em relação à educação popular. Para Soares⁷⁵ o Curso de Especialização do SEPAC “trazia como novidade uma orientação teórica sedimentada numa parceria com as áreas de pesquisa da universidade”.

Quanto à formação acadêmica dos participantes, as áreas que predominam são Filosofia, com maioria de presbíteros ou seminaristas, que tem esse curso reconhecido pelo MEC; a Comunicação nas diversas habilitações também se justifica com a presença de profissionais de comunicação, sobretudo, de instituições ligadas à Igreja; Pedagogia, Letras e História indicam também um número significativo de educadores e educadoras de escolas católicas e de outras instituições de ensino (Veja Gráfico16). A formação em

⁷⁴ . Os cursistas que participaram de cursos livres não foram objeto desta pesquisa, pela necessidade de delimitá-la. Publicação relata que “nos 30 anos de existência, o SEPAC contribuiu na formação de aproximadamente 52 mil agentes de Pastoral de todo o Brasil e de alguns países latino-americanos e da África”. Revista *Paulinas*. São Paulo: Ano 12, n. 47, Junho 2013, p. 7.

⁷⁵ . Entrevista concedida a SILVA, Fábio Gleiser Vieira. **A Igreja Católica e a Comunicação na Sociedade Midiatizada: Formação e Competência**. (Dissertação de Mestrado). São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2010.

Teologia ratifica o perfil do cursista do SEPAC, sendo que a graduação em Teologia foi reconhecida apenas nos últimos anos. Como mencionado, os que cursaram na modalidade de Extensão Cultural, a exigência é do Ensino Médio completo, curso superior incompleto ou curso superior não reconhecido pelo MEC (Veja Gráfico 7).

Mesmo que não esteja no horizonte da pesquisa a questão de gênero, não é possível ignorá-la numa instituição dirigida por mulheres. Os dados mostram que entre os que cursaram Extensão Cultural há uma equivalência de participação com 50% de homens e 50% de mulheres, uma vez que muitos deles ainda são estudantes com o curso superior incompleto. Há grupos de religiosas para os quais esse curso faz parte da formação inicial das jovens. Entre os que fazem a especialização *lato sensu*, há uma acentuada presença do gênero masculino: de 1990 a 2001, a participação é de 65% homens e 35% mulheres; de 2002 a 2012 há uma pequena alteração passando a 36% o número de mulheres e 64%, de homens. Esses dados reforçam a cultura eclesial onde a liderança, também no campo da comunicação, está na mão dos homens que ocupam as coordenações e buscam competência na área.

A diversidade da formação acadêmica traz consigo a atuação pastoral, educativa ou no campo da comunicação ligada a grupos de Igreja ou atuantes em instituições religiosas (Gráfico 16). A diversidade do perfil dos cursistas na procedência geográfica, formação e atuação, demonstra a comunicação na interface do diálogo dos saberes, um indicativo de que o pensamento comunicacional começa a perpassar a pastoral. Em seu depoimento nos 30 anos do SEPAC, Soares afirma que o discurso e a prática do diálogo comunicativo foram e tem sido sua marca. “Diálogo traduzido na formação de várias centenas de especialistas de todas as partes do Brasil, garantindo a constituição de um núcleo pensante, em constante renovação, para a Pastoral da comunicação e para a prática educomunicativa, em todo o Brasil” (SOARES, 2013, p. 6). O levantamento desta tese confirma a disseminação do pensamento, representativo em todos os Estados do Brasil, sobretudo, na atuação pastoral.

7.3 REFLEXÃO DE PRÁTICAS COMUNICATIVAS E SUAS INTERFACES

A contribuição do SEPAC na linha de princípios educomunicativos reflete-se também nas monografias produzidas. A partir da visão integrada para pensar, produzir e

atuar há uma metodologia adotada, conforme descrito no capítulo quatro, que resulta na reflexão das práticas comunicacionais. A análise das monografias produzidas de 2002 a 2012 objetiva observar por onde caminha a contribuição da pesquisa para a elaboração e disseminação do pensamento educomunicativo no campo pastoral e educativo. Como mencionado, esta tese não analisa a estrutura das monografias, mas se restringe aos temas pesquisados em práticas relacionadas à comunicação, na diversidade de interesses e regiões, e sua relação com a Educomunicação.

As 195 monografias foram organizadas em três categorias: Comunicação e educação, Comunicação e Igreja, Diálogo com a sociedade: produção e análise da mídia, todas com o eixo central da comunicação (Capítulo 5). A diversidade de práticas analisadas revela a interdisciplinaridade no campo educativo, pastoral e na análise de produtos da mídia, tendo como eixo a comunicação.

A interface da comunicação com as áreas de conhecimento revela-se como um “novo sensorio”, recorrente nas pesquisas realizadas. Até mesmo sem os pesquisadores mencionarem a interface ou preocuparem-se com o seu sentido, ela permeia os estudos e as práticas impulsionada pela entrada das tecnologias, que precisam de reflexão para identificar o conceito de comunicação subjacente, muitas vezes, o uso instrumental e não do processo, conforme estudo de Alves (2012), referindo-se a escolas públicas: “É preciso ainda estar ciente de que a integração da interface comunicação-educação vai muito além do simples fato de dotar a escola com aparatos tecnológicos”(ALVES, 2012, p. 57). O argumento da pesquisadora é de que requer reflexão sobre a possibilidade de convergências dessas duas áreas do saber na abordagem teórico-prática. É preciso capacidade crítica para apreender as implicações socioculturais, econômicas, políticas e educacionais da revolução midiática e problematizá-la de modo que a inserção das novas tecnologias no ambiente escolar não seja realizada de forma superficial ou se transforme em repetição de antigas práticas pedagógicas utilizando ferramentas modernas.

Cinco monografias são voltadas à Educomunicação, no espaço educativo, em projetos relacionados a escolas públicas da rede municipal, estadual, particular e também de associações educativas, na tentativa de trabalhar com professores e alunos. Um dos estudos propõe aprendizado para novas linguagens como no caso de uma webrádio numa escola católica, enfrentando dificuldades e resistências por parte dos docentes para entrar nesta cultura na qual os alunos já convivem.

No campo da pastoral a interface com a comunicação aparece de forma espontânea, sobretudo em relação às celebrações. A comunicação na liturgia ocupa diversas análises, bem como o relacionamento interpessoal, a expressão vocal, corporal e da produção o que será analisado no item 7.3.5. Observa-se que aperfeiçoar a comunicação é uma necessidade em vista dos objetivos da evangelização e da pastoral, o que constitui um desafio para o anúncio da Palavra de Deus em linguagem acessível à sociedade contemporânea.

A partir do curso alguns se propõem dar continuidade aos estudos acadêmicos na Interface comunicação e Teologia, buscando compreender como se insere a fé em tempos de rede. Uma jovem religiosa testemunha que o curso lhe deu “um novo jeito de olhar o mundo”, a abertura para os novos meios, as aulas despertaram o interesse por aprofundar essa temática em sua monografia de Teologia o tema: “Viver e comunicar a fé em tempos de rede. Quero mostrar que Teologia e tecnologia caminham juntas e influenciam a fé das pessoas. Quero buscar um diálogo entre Cristologia e comunicação no campo teológico-ecclesiológico”. Outros também relataram trabalhos acadêmicos realizados na interface comunicação e Teologia, descritos no capítulo seis.

7.3.1 Projetos de intervenção com a comunicação

A Educomunicação promove processos de intervenção, que envolvem o pensar e o atuar, conforme encontramos em pesquisas analisadas nesta tese. Ao considerar esses projetos, a tendência é caracterizar a intervenção apenas em questões sociais, mobilização, entretanto, ela também se refere a uma comunicação inclusiva no processo educacional como a que envolve crianças com deficiência auditiva permitindo um trabalho interdisciplinar; o relacionamento de mães com filho portador de deficiência; profissionais de comunicação que produzem programa de televisão com pessoas portadoras de deficiência, sendo elas participantes, o que requer um aprendizado para a equipe de produção, conforme pesquisas realizadas por cursistas.

Denominamos projeto de intervenção a capacidade de rever processos de comunicação no interior das instituições escolares, como rever as relações interpessoais, reconhecendo limites e perspectivas no espaço educativo; repensar e ressignificar

instituições a partir de políticas em relação à comunicação, tendo em vista a centralidade da comunicação e capacitação da comunidade educativa.

Projetos de intervenção a partir da comunicação comunitária, nas emissoras de rádio em diferentes regiões do país, que discutem o processo das relações sociais, a verdadeira função de uma Rádio Comunitária, sua ideologia e um espaço privilegiado de comunicação, impulsionando o espaço democrático. Entre elas, experiências que cumprem as propostas da participação e outras, ditas comunitárias, que não atendem pressupostos como os interesses da comunidade e a participação dos moradores da região. No rádio a intervenção acontece em programas de informação e formação e diálogo com a cultura local, trabalhos educomunicativos com crianças que se tornam protagonistas do processo, produzindo e apresentando programas.

A comunicação e questões sociais, étnicas e culturais com índios, negros, movimentos sociais, na escutas das populações ribeirinhas, analisando com elas a identidade, a cobertura da mídia ou organizando-as para ações concretas em favor de seus direitos, como é o caso de Salto da Divisa (MG) onde “Os meios comunitários e a Rádio Comunitária ‘Voz do Povo’, recuperaram a palavra dos excluídos e deram voz aos que não tinham voz” (BARBOZA, 2006, p. 104).

As pesquisas sobre políticas e práticas de comunicação na Igreja também se situam no campo da intervenção, uma vez que a Pastoral da Comunicação é uma política, enquanto organiza as ações das comunidades num projeto comum que estabelece um trabalho norteador para a comunicação na Igreja, em cada região, mas nem sempre é assim considerada pelos documentos da Igreja.

No intuito de pensar projetos de intervenção na sociedade, uma das características da Educomunicação, no questionário enviado aos cursistas perguntou-se sobre projetos de continuidade, após o curso (Ver capítulo 6). Os que atuam diretamente na Pastoral da Comunicação, 18; Jornal/boletim, 34; Rádio, 29; Programa de TV, 7; *site/blog*, 31; Educação, 26, concluindo-se que a atuação é mais intensa na imprensa escrita, seguida pela Internet, Rádio, Educação e Pastoral da Comunicação, que inclui a presença nas mídias citadas e coloca-os como produtores de conteúdo e fontes.

Esta atuação remete ao pensamento de Kaplún com relação à pedagogia da comunicação: “a apropriação do conhecimento pelos alunos se catalisa quando eles são instituídos e potencializados como emissores. Seu processo de aprendizagem é favorecido e incrementado pela realização de produtos comunicáveis e efetivamente comunicados” (KAPLÚN, 2014, p. 78).

7.3.2 Compreender o interlocutor pelas práticas na cultura digital

Um desafio para educadores e agentes pastorais é a apropriação das tecnologias e das novas linguagens no ambiente educativo. As análises mostram o desejo de compreender o novo sujeito por meio de práticas, que quando adotadas em favor do aprendizado, as mídias sociais ajudam na educação. Entretanto em algumas, entre alunos, as redes sociais são usadas para *cyberbullying* ou apenas como entretenimento, e não em favor da cidadania. E ali vem o questionamento em relação ao para quê apropriar-se desses recursos, o que requer educação para a comunicação para docentes, jovens e adolescentes.

Uma das contribuições para a Educomunicação é a análise sobre a linguagem na web em que Melo (2010) analisa fatores que atuam na elaboração do *internetês*, entendido como nova vertente da língua portuguesa em sua modalidade escrita advinda da conversação web, estudada por Citelli (2006) como o “internetês da tribo”, que Recuero (2012) caracteriza como a apropriação da escrita “oralizada”.

Destacam-se estudos que investigam por onde passam as mudanças nas linguagens digitais com jovens nos relacionamentos *ciber*, no campo da evangelização. Alguns agentes pastorais querem compreender os jovens e a linguagem adotada nas redes sociais com inovações que trazem novos sentidos e expressões ligadas a novos hábitos, “cibercostumes”. A linguagem dos sites católicos, denominada “cibersacro”, por estarem trabalhando com o sagrado no espaço cibernético, pois trata-se de temas religiosos, o uso do prefixo *ciber*. Pelo menos sete trabalhos analisam a presença do jovem nas redes sociais procurando compreender como se dá este relacionamento, também em relação ao presencial.

A cultura digital é objeto de pesquisa que analisa os jovens e suas conexões pela internet não só na escola ou nas casas, mas na mobilidade, nas *lan houses*, tanto pelo acesso como para traçar um perfil dos frequentadores e como isso interfere no relacionamento. As pesquisas que mapeiam aspectos em que os jovens buscam nos relacionamentos pelas redes sociais e a interferência da presença *online* em culturas tradicionais, denotam que educadores e agentes pastorais estão atentos às mudanças

culturais e ao relacionamento dos jovens em diferentes espaços para abrir canais de diálogo.

7.3.3 Apropriação das tecnologias e análise de produções midiáticas

Um dos pilares da Educomunicação é a apropriação das tecnologias em sala de aula, discutidas em diversas monografias de forma crítica, na interface comunicação e educação. Não se trata apenas de adotar as tecnologias mas de ajudar os docentes a compreenderem o lugar da comunicação e adquirirem conhecimento teórico-prático das linguagens e não considerarem apenas como suportes tecnológicos. As pesquisas realizadas mostram como o cinema é adotado em sala de aula, contribuindo para o conhecimento e, ao mesmo tempo, a constatação de como há resistências à sua linguagem, e a pergunta: por que os professores usam tão pouco o cinema em sala de aula? Segundo Almeida não é necessário que os professores sejam críticos ou especialistas em cinema, mas em geral, constata-se “desconhecimento de características dessa linguagem, ou seja, dos códigos que constituem a linguagem fílmica ou linguagem cinematográfica” (ALMEIDA, 2014, p. 129).

Outras pesquisas demonstram como a “Leitura Crítica” se faz de jornal impresso, rádios comerciais, televisão, publicidade e internet em análises de produções locais mantém viva a atitude cidadã, exemplificada no estudo “Imaginário & mídia: análise do programa ‘Rádio Atitude’ da FM Vale do Xingu em Altamira (PA)”, cujo objetivo é criar uma imagem favorável do patrocinador, em relação à responsabilidade social e ambiental. Produzido pelo patrocinador, apropria-se da linguagem local e aborda assuntos de interesse da região, entretanto, afirma o pesquisador: “através do programa ‘Rádio Atitude’ com seus apresentadores, está solidificada uma imagem de empresa comprometida com a região, na tentativa de fazer com que o ouvinte não veja os malefícios que ela causa no subsolo paraense” (NETO, 2007, p. 58).

Esses estudos são realizados com mídias católicas locais ou regionais como programas de televisão, jornal local de dioceses, marketing em sites católicos, com objetivo de avaliar aspectos da produção e da sua relação com o público. Três monografias analisam fenômenos midiáticos na Igreja católica como o padre Marcelo Rossi com programa em emissoras comerciais em nível nacional e o padre Reginaldo

Manzotti, também com grande audiência por meio do rádio. A avaliação está não só no que eles fazem na mídia, mas porque dão tanta audiência e que respostas dão às pessoas.

7.3.4 Análise da comunicação no interior da Igreja

Chama a atenção o número de trabalhos que se ocupam de temáticas da comunicação realizada na relação com os fiéis de forma coletiva, como nas missas, celebrações e também no relacionamento interpessoal em momentos de aconselhamento individual. Pelo menos oito pesquisas foram feitas estudando homilias, tanto com fiéis que assistem como com os próprios padres, além da comunicação na liturgia como o uso de apoio visual ou sonoro. A comunicação nas celebrações e na educação da fé, momentos de encontro de grupos para a reflexão da Palavra de Deus, aspectos da comunicação como o acolhimento que é dado às pessoas e nos encontros pessoais.

Em relação à escolha do tema da pesquisa, o cursista identifica um que seja relacionado com a comunicação e segue a orientação metodológica para elaborar o projeto e realizar a pesquisa de campo e teórica. A orientadora afirma: “O que observo é que eles vêm sem a reflexão das próprias práticas, mas aqui adquirem e até alargam a visão; e é interessante notar que, conforme passam de um módulo ao outro, observa-se a progressividade ou não” (PUNTEL, Entrevista, 6/7/2014).

Os estudos realizados em relação à comunicação não se referem apenas à palavra e a organização lógica do discurso, mas as expressões gestuais, a proximidade, que abrange o processo e as linguagens, conforme descrito no capítulo quatro, uma comunicação que Martín-Barbero e Rey (2001) chamam de “uma nova era do sensível”, também importante nos relacionamentos presenciais. A ênfase dedicada a estudos das mídias eletrônicas também se encontra nos relacionamentos presenciais, onde a oralidade e o tato estão presentes na relação, nesta realidade sensorial.

Há uma preocupação avaliativa com a qualidade da comunicação nos momentos presenciais de celebrações religiosas, o que demonstra um sentido amplo de comunicação que não se reduz a meios, mas à comunicação como processo, a importância da pessoa que comunica no sentido integral, bem como da Palavra de Deus nas celebrações. A análise em relação à pessoa que comunica não é encontrada nas

pesquisas da área educativa, apenas sobre a relação dialógica professor aluno, entretanto, sem avaliar o modo de comunicar do professor ou do educador.

7.3.5 Visão integrada da comunicação

Uma terceira hipótese é de que a visão integrada de comunicação do SEPAC é um elemento inovador e integrador, que possibilita uma experiência nova na produção, reflexão e convivência de forma articulada: pensar, produzir, o lúdico, o corpo, a convivência (Veja Capítulo 4). No dia a dia aprende-se na convivência com colegas e docentes o como ser, fazer, articular o discurso, sendo que faz parte do saber fazer a experiência, realizando os próprios projetos. Nesta visão integrada, um elemento depende do outro e está interligado, conforme Puntel: “A formação integrada contém teoria e prática, que pode ser separada, mas não de forma paralela. Nós prezamos a forma integrada que prepara os profissionais, professores e possam transformar o conteúdo teórico em prática” (PUNTEL, Entrevista, 6/6/2014).

Além da metodologia e de uma visão institucional de que a primeira comunicação se exerce no acolhimento das pessoas, do cuidado da comunicação nos ambientes para que sejam agradáveis e sejam espaços de evangelização, as publicações tratam de temáticas com esta visão integrada, para além do pensar e do refletir, conforme já apontado. O processo da comunicação considerando a pessoa e seu relacionamento consigo mesmo e com os outros, a dimensão corporal como postura, vencer condicionamentos, espiritualidade do corpo também se encontram em publicações do SEPAC.

No questionário enviado aos cursistas (Ver capítulo 6), mesmo sem uma pergunta específica sobre esta visão integrada, para não induzir ao resultado, alguns desses aspectos foram percebidos e mencionados como a “acolhida calorosa e simpática”, a “trocas de experiências animadoras”, “lugar de experiências, de troca, de aprender”. Um dos docentes de laboratório afirmou: “o que mais gratifica é a harmonia e o ambiente acolhedor do SEPAC”, com o destaque de que “as pessoas fazem a diferença nesse curso. Desde a recepção, passando pelos serviços como secretaria, coordenação, o bem-estar do cafezinho, permite que estejamos em uma aura positiva e ativa para o sucesso de qualquer proposta”. O cuidado e o acolhimento descritos nos

depoimentos envolvem as pessoas e os modos de ser, conforme Boff: “O cuidado entra na natureza e na constituição do ser humano. O modo-de-ser cuidado revela de maneira concreta como é o ser humano” (BOFF, 199, p. 34).

Outras pessoas também testemunham que o “desenvolvimento das técnicas, em ambientes apropriados, bem preparados para o ensino, bem como professores super qualificados”. Uma professora do interior da Bahia faz notar: “A experiência da prática laboratorial foi muito interessante, pois tanto os professores como a estrutura física e de equipamentos do curso permitiam aos alunos um aprendizado vivenciado”. Esses depoimentos comprovam a hipótese de que os elementos integrados entre a reflexão, o exercício da produção, a convivência favorecem o aprendizado que se dá na realização da experiência.

7.4 O “INTELLECTUAL ORGÂNICO” NO CAMPO PASTORAL

A partir de 1990 o SEPAC reenfocou seu trabalho para responder às demandas dos agentes pastorais, que manifestaram o desejo de uma formação mais consistente. A equipe constatou que as pessoas que procuravam capacitação eram lideranças atuantes em meios de comunicação da Igreja, em pastorais e na educação, caracterizando-as como mediadoras nas comunidades e no espaço educativo. Esse líder mediador é que caracterizamos aqui como “intelectual orgânico” do espaço pastoral e educativo.

Na formação de multiplicadores ou mediadores que se apropriam do conhecimento teórico e prático e compartilham em seu local de atuação, delineia-se um agente da pastoral da comunicação ou profissional da educação como um sujeito pensante que se apropria na produção de conhecimento favorece a reflexão crítica e avalia suas próprias práticas, contribuindo para a formação de um pensamento comunicacional na área da pastoral e da educação. Referindo-se à formação no SEPAC Soares (2010), caracteriza como um “núcleo pensante” que está se formando com representatividade em todos os Estados do Brasil, conforme antes demonstrado.

Nas experiências e temáticas dos trabalhos monográficos talvez possamos aplicar a este grupo pensante o termo “intelectual orgânico”, de Gramsci aos grupos políticos, no sentido de serem pessoas que refletem, apropriam-se do conhecimento, estão em contato com as práticas, proporcionando mudanças. Esses pesquisadores são

hoje “intelectuais orgânicos” no campo da pastoral e da educação, na coordenação de projetos, na direção de escolas, pensando e produzindo comunicação, promovendo processos de comunicação nas pastorais e na evangelização nas diversas linguagens e situações. Ao problematizar o conceito de *empoderamento*, que adotamos aqui como apropriação, Horochovski e Meirelles entendem que

numa perspectiva emancipatória, *empoderar* é o processo pelo qual indivíduos, organizações e comunidades angariam recursos que lhes permitam ter voz, visibilidade, influência e capacidade de ação e decisão. Nesse sentido, equivale aos sujeitos terem poder de agenda nos temas que afetam suas vidas (HOROCHOVSKI/MEIRELLES, 2007, p.486).

Neste sentido o “intelectual orgânico” não se reduz a um gestor de processos, mas é alguém capaz de apropriar-se do conhecimento e dos processos de comunicação na formação continuada, neste pensamento educacional. Estudos produzidos por cursistas comprovam como o educador e as pessoas ligadas à pastoral estão abertos a aprender e a compreender as mudanças culturais e tecnológicas que ocorrem, analisando o cotidiano com as novas gerações como adolescentes e jovens, que estão nas escolas ou fazem parte das comunidades cristãs.

Em seus projetos de continuidade, após o curso, é significativo o número de pessoas que dizem atuar escrevendo em jornais, boletins, sites; produzindo e/ou apresentando programas de rádio ou televisão regional ou por cabo; atuando nas redes sociais, o que confirma terem voz e poder de agenda em temas que afetam na pastoral e no campo social. Um dos desafios para a Igreja na sociedade atual é o diálogo entre fé e cultura, o diálogo com as pessoas imersas na cultura da comunicação, que passa pela preparação de lideranças para que tenham conhecimento das diferentes linguagens a fim de qualificarem sua presença como intelectuais orgânicos no campo da evangelização.

Pelo descrito no capítulo quatro e pela pesquisa empírica, pode-se dizer que o SEPAC é um *ecossistema comunicativo* que acolhe agentes pastorais e sociais no campo da educação para a comunicação. De fato, a educação não se resume apenas à apropriação de um conjunto de dispositivos tecnológicos (tecnologias da educação), mas aponta para a emergência de uma nova ambiência cultural, que pode se aplicar às análises aqui realizadas.

Em entrevista sobre a atuação no SEPAC Soares⁷⁶ fala das primeiras experiências realizadas com escolas católicas que possibilitaram o amadurecimento da experiência educacional

A experiência das “Feiras de Comunicação” do SEPAC, antecipou em 17 anos o trabalho que o Núcleo de Comunicação e Educação - por mim fundado na USP, em 1996 - passou a propor às escolas públicas municipais de São Paulo, através do Educom.rádio, em 2001: o emprego de uma metodologia de educação para a comunicação de forma problematizadora mediante a pedagogia de projetos, numa perspectiva construtivista e dialética. Afinal, uma experiência nitidamente educacional! (SILVA, 2010, p. 182) ⁷⁷.

Este depoimento ratifica que a experiência do SEPAC, ao lado de outras latino-americanas, precedeu a organização do NCE, sendo assim, não só um espaço mediador da Educação na formação de intelectuais orgânicos, mas sendo o espaço de gestão da proposta educacional.

Tendo como ponto de partida a leitura crítica e a comunicação popular, o SEPAC seguiu sua vocação de educar para a comunicação e se consolida como um centro de formação continuada voltado à Educação na Pastoral a partir do espaço não formal. Capacita para o conhecimento integrado entre teoria e prática, o que confere ao interlocutor a competência na reflexão para busca de estratégias de ação e intervenção na sociedade.

7.5 EDUCOMUNICAÇÃO NA PASTORAL, CAMINHOS E PERSPECTIVAS

A análise da pesquisa e relatos leva a afirmar que o SEPAC contribuiu para criar uma Educação na Pastoral ou uma PASCOM educacional, pois nela se reconhecem elementos da Educação, na formação continuada em relação às origens da formação do conceito e a visão do processo comunicacional, não apenas na apropriação das tecnologias mas na construção de práticas embasada na reflexão.

⁷⁶ . De 1982 a 1988 – Ismar de Oliveira Soares foi assessor pedagógico do SEPAC, gestando os projetos iniciais de Leitura Crítica da comunicação e o trabalho com escolas católicas, por meio da Associação das Escolas Católicas (AEC). A partir de sua atuação na ECA/USP dá continuidade e amplia esse trabalho na universidade.

⁷⁷ . Entrevista concedida a Fábio Gleiser Vieira Silva, dissertação de mestrado na Faculdade Casper Líbero com o título *A Igreja Católica e a Comunicação na Sociedade Mediatizada: Formação e Competência*, São Paulo, 2010.

Os depoimentos de Soares permitem afirmar que a Educomunicação encontra seu espaço e embrião no trabalho na capacitação de agentes pastorais no método da reflexão e da prática, realizado inicialmente em escolas católicas e depois aplicado às escolas públicas. Pode-se afirmar que o SEPAC se consolida como um projeto Educomunicativo pela metodologia adotada em seus cursos, pela produção de conhecimento no campo da reflexão e das práticas comunicativas, com novas linguagens no campo da pastoral. Permanece, entretanto, no contexto da comunicação midiática e suas implicações, o desafio da tendência do uso instrumental da comunicação por parte dos agentes de pastoral, tendo em vista mais os resultados e as tecnologias, que o processo e a participação.

Essa contribuição aplica o conceito para o âmbito da Pastoral da comunicação, ajudando a Igreja a dialogar com a cultura, a adotar novas linguagens, a ser dinâmica no contexto da cultura digital, recuperando o modelo de comunicação dialógica e participativa, característica da comunicação popular e da cultura digital. Para Puntel

O SEPAC ajuda a Igreja a perceber, como uma sementinha, que seus métodos pastorais não podem mais ser como os tradicionais, porque está recebendo pessoas de novas gerações. Requer que a Igreja se renove e renove seus métodos; por exemplo, na catequese, é preciso renovar a linguagem porque se não vincula com a cotidianidade das pessoas, ela não consegue conversar (Entrevista 6/6/2014).

No “Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil”, o capítulo dedicado à Educação para a comunicação traz, em sua linguagem, a referência do diálogo, por diversas vezes, e recomenda adotar a metodologia da Educomunicação, a prática educucomunicativa (CNBB 2014 - 99, p. 168-182), deixando o campo aberto para o trabalho da Educomunicação na pastoral. A formação para a comunicação no processo dialógico e participativo, como referendado no próprio documento, será um desafio para que a formação pastoral siga esses princípios educucomunicativos. A Igreja orienta: a “Pastoral da Comunicação precisa ser priorizada nos planos de ação da Igreja, em todas as suas instâncias” (CNBB 2014, p. 13), entendendo aqui a interface da comunicação com todas as atividades pastorais e reafirma: “O Diretório entende a Pastoral da Comunicação como um processo dinâmico, dialógico, interativo e multidirecional” (CNBB, 2014, p. 14).

As determinantes que configuram o SEPAC um projeto educucomunicativo na formação de agentes pastorais foram já descritas pela metodologia que trabalha reflexão, prática e convivência e prioriza o interlocutor no processo de formação, favorecendo projetos de intervenção no contexto onde vive e atua.

Na análise, sobretudo das monografias, pode-se afirmar que a experiência no SEPAC organiza a formação de tal modo que o agente pastoral ou cultural passa a analisar e sistematizar as próprias práticas ou da comunidade, teorizando sobre elas, por meio de uma pesquisa de campo, com o aporte das novas linguagens, que possibilitam intervenções na sociedade no campo da comunicação.

As pesquisas realizadas trazem uma contribuição para a diversidade de aplicações que envolvem a Educomunicação, sobretudo, o novo sujeito na cultura digital e o desafio da comunicação continuada para os docentes e lideranças pastorais. A inter-relação ou interface da comunicação com as pastorais nas diversas áreas aparecem na análise das monografias e das produções da mídia, como impresso, rádio, cinema, televisão, internet e são outra vertente de diálogo com a sociedade.

No eixo da reflexão e da atuação a experiência no campo da formação pastoral a partir da comunicação, com adultos e jovens, aponta para o agente pastoral como um “intelectual orgânico” que reflete, organiza, prepara-se para ter voz, visibilidade, capacidade de ação e poder de agenda no que diz respeito à Pastoral da Comunicação, pois, conforme apontado anteriormente, em sua maioria, são coordenadores na área da comunicação.

Inserido num contexto eclesial, o SEPAC aponta também para uma comunicação que se realiza onde prevalecem os valores humanos, cidadãos e cristãos em qualquer ambiente e situação de forma presencial ou na comunicação mediada. Por isso, os princípios éticos, os valores do diálogo e da participação, do respeito à cultura, acompanham a reflexão, a atuação, a convivência e a espiritualidade. Reunidos estes componentes à reflexão e atuação, pode-se dizer que a Educomunicação pastoral se propõe ser um estilo de vida, um ambiente favorável à comunicação em qualquer lugar ou situação.

Além do demonstrado nesta pesquisa, há uma contribuição de Paulinas e do SEPAC no apoio e articulação da comunicação na CNBB, mediante a assessoria de religiosas que se sucederam, desde 1978, na organização da Pastoral da Comunicação no Brasil. Além das que trabalharam na assessoria, a Equipe de Reflexão para a Comunicação da CNBB contou com a presença de religiosas convidadas na qualidade

de especialistas no campo da comunicação e evangelização⁷⁸. Referindo-se elas, Soares diz que há um

testemunho de fidelidade às razões filosóficas, teológicas e pastorais que estiveram na origem da criação do SEPAC. Uma fidelidade que certamente está fazendo a Igreja Católica do Brasil rediscutir suas opções por maneiras de fazer e de se relacionar com a cultura midiática. É o que se vislumbra no texto do estudo que o Setor de Comunicação da CNBB acaba de finalizar e já obteve uma simpática aprovação por parte da presidência da entidade. Tenho certeza de que muito do que ali está escrito é fruto do testemunho de fidelidade do SEPAC e uma perspectiva renovada de ver e viver a comunicação (SILVA, 2010, p. 182)⁷⁹.

Realizações e conquistas são resultado de um percurso de reflexão das práticas, aprofundamento e explicitação de conceitos da comunicação com a finalização e aprovação do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil(2014)⁸⁰. A comissão de Comunicação também elabora projetos de formação e capacitação que envolvem a articulação e a organização da PASCOM nos Regionais⁸¹ da CNBB, Cursos e Encontros nacionais e eventos. Organizações católicas de comunicação, a interface comunicação e catequese e um projeto “Educomunicação: uma abordagem teórico-prática”. (CNBB, 2012, p. 226). Estes projetos adotam a mesma linguagem dos do SEPAC, o que nos leva a afirmar que ele contribui não só para a formação de agentes pastorais em seus cursos, mas na assessoria e referência em projetos nacionais. Esta sistematização aponta para a Educomunicação existente e a ser potencializada no campo da pastoral, tornando-se o agente da PASCOM um intelectual orgânico que desencadeia processos educacionais.

Tendo em conta os pressupostos da Educomunicação e a partir da experiência de formação de agentes pastorais e culturais no SEPAC, entende-se que a Educomunicação pastoral envolve um processo de comunicação integrada que tem a pessoa como sujeito que participa, partilha, desenvolve a reflexão e produção de práticas culturais em

⁷⁸ . No projeto “Igreja e Comunicação rumo ao novo milênio”, cujas reflexões foram publicadas no Estudo da CNBB 75 e culminou com a assembleia dos Bispos sobre comunicação, em 1997, a presença de Natália Maccari, Maria Alba Vega Garcia e Helena Corazza.

⁷⁹ . Deste trabalho participaram Joana T. Puntel, Helena Corazza e Ismar de Oliveira Soares (Estudos da CNBB 101, 2011; Diretório da Comunicação da Igreja no Brasil, Documentos 99, 2014)

⁸⁰ A elaboração do Diretório foi coordenada por Ir. Élide M. Fogolari, religiosa paulina, assessora da Comissão para a Comunicação da CNBB de 10 de julho de 2007 aos dias atuais. Ela iniciou, com a equipe, os cursos sistemáticos no SEPAC, em 1990 e voltou a trabalhar no projeto no ano 2000, por isso, observa-se a sua influência em projetos adotados pela Conferência dos Bispos.

⁸¹ A Igreja do Brasil se organiza em Regionais, hoje são 18, que correspondem a microrregiões com um ou mais Estados, onde estão as Dioceses, coordenações regionais que implementam as políticas nacionais nas diversas áreas de ação, inclusive da Pastoral da Comunicação. As assessorias da CNBB trabalham com esses regionais. Cf. <http://www.cnbb.org.br/regionais> - acesso 22/7/2014

diferentes linguagens, ações de intervenção na comunidade e na sociedade, com princípios éticos, contribuindo para estabelecer políticas no interior da comunidade e no diálogo com as realidades da comunicação. A Educomunicação torna-se um modo de ser e de atuar, um estilo de vida.

Este capítulo procurou sistematizar os dados da pesquisa empírica com a análise das publicações, monografias produzidas, respostas aos questionários sistematizadas, o que demonstra a contribuição do SEPAC e da produção de pensamento, para a emergência e consolidação do conceito de Educomunicação no âmbito da Pastoral da Comunicação, sua visão integrada de comunicação e a metodologia que contribuem para o ser e atuar na comunicação na sociedade contemporânea.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O percurso desta tese sobre a Educomunicação na formação pastoral segue as linhas teóricas norteadoras de autores que pesquisam a comunicação no processo de mudanças culturais, sociais e tecnológicas e suas consequências no cotidiano do ser humano e na pastoral. A pesquisa empírica realiza-se a partir de práticas culturais como publicações, questionário e produções monográficas dos cursistas do SEPAC que analisam suas atividades.

A Educomunicação na formação pastoral é trabalhada no contexto das mediações culturais em que a tecnologia possibilita novas linguagens e novos hábitos cotidianos no acesso ao conhecimento, que desafiam o campo pastoral. A hegemonia do livro e da mídia impressa durante séculos, orientada por uma lógica linear, agora convive com outras linguagens mediadas pelas tecnologias audiovisuais e digitais na lógica não linear. Daí a ênfase dada em um capítulo sobre as linguagens entendidas como novas formas de expressão em vista da evangelização e não apenas técnicas.

A questão abordada nesta tese coloca-se no sentido de ser o SEPAC um centro de comunicação voltado à formação pastoral, criado num contexto em que se buscava a democratização da comunicação no País, com o objetivo de capacitar agentes pastorais para terem voz na sociedade e serem sujeitos dos processos, em que contribuiu e continua contribuindo para a emergência e aplicação do conceito de Educomunicação no Brasil? Qual sua abrangência e atuação na formação para a Educomunicação entre os agentes pastorais nas diversas regiões do Brasil?

A hipótese principal é de que a contribuição do SEPAC na linha de princípios e de ação foi decisiva para a emergência da teoria e da prática educacional e sua consolidação junto ao segmento da Pastoral da Comunicação no Brasil. No resgate histórico realizado e pelos dados da pesquisa empírica foi possível demonstrar a abrangência da formação de agentes pastorais com representatividade de todos os estados do Brasil e de outros países, com agentes pastorais e educadores (as) ligados(as) a escolas católicas que buscam aprofundar a Educomunicação e aplicá-la no dia a dia.

O SEPAC entendeu que, quem ali procura a capacitação é um mediador do espaço pastoral, portanto uma liderança potencial que multiplica o conhecimento e a atuação na sociedade, o que foi confirmado na continuidade dos trabalhos e na sua

atuação nos espaços de intervenção na Pastoral da comunicação, em jornais, rádios, televisão, internet e no espaço educativo.

De um centro de comunicação popular, na continuidade de sua atuação, mesmo sem teorizá-la, a Educomunicação está na raiz da experiência teórica e prática do SEPAC, sendo referência para projetos em nível nacional, conforme demonstrado. A partir dessa experiência, pode-se afirmar que a Educomunicação é o novo nome da comunicação comprometida com valores da cidadania, realizada de forma participativa, que trabalha a partir do sujeito, despertando nele o potencial para que tenha ações de intervenção na sociedade. Dessa forma, o agente de pastoral não é apenas um gestor da comunicação, mas um intelectual orgânico que faz a mediação do conhecimento e articula o pensar e o atuar na comunidade.

O resultado da apropriação do conhecimento se dá na interface da comunicação com outras áreas, no campo pastoral, educacional e na análise dos produtos da mídia, conforme demonstrado. A apropriação do conhecimento nas interfaces é devida à metodologia teórico-prática em que se articulam o pensar e o produzir, favorecendo um novo modo de conceber a comunicação e, ao mesmo tempo, tendo um ambiente favorável de convivência em que se discute e realiza o processo de produção e as linguagens, em diferentes expressões da mídia para um resultado coletivo.

Não foram objeto desta pesquisa as produções dos laboratórios do curso de especialização, que percorre o processo de produção de forma colaborativa onde os grupos produzem coletivamente um jornal comunitário, programas de rádio, um vídeo, site ou blog, propaganda publicitária ou, ainda, uma peça de teatro. Neste trabalho laboratorial acontece a articulação entre teoria e prática e a experiência de produzir, favorece a apropriação do conhecimento prático, sobretudo para pessoas de outras áreas do conhecimento.

O projeto do SEPAC evidencia sua contribuição na epistemologia da Educomunicação em suas publicações que adotam a metodologia da Leitura Crítica da Comunicação para análise de produções da mídia, metodologia participativa nos manuais de produção para as diferentes linguagens, para o aprofundamento e reflexão da comunicação na interface com as pastorais. As produções acadêmicas dos cursistas com a avaliação das próprias práticas no olhar da comunicação, abordam temáticas ligadas à Educomunicação, às linguagens audiovisuais e cinematográficas na educação, bem como às redes sociais e a própria internet. A avaliação das práticas no campo da

pastoral não se reduz à presença nos meios de comunicação, mas envolve uma autocrítica da comunicação interna da Igreja e das comunidades.

As práticas de intervenção se destacam nas análises, sendo um número significativo com evidências educacionais com crianças que participam da produção e apresentação de programas em rádio católica; estudos sobre rádios comunitárias, que tem em sua gênese o processo participativo e de como em alguns lugares isso se torna mais evidente; estudos também de reuniões comunitárias para refletir sobre a Bíblia e nesses encontros mantém o processo de participação e de compromisso com a transformação da realidade. Permanece o grande desafio de ser e atuar, educando para os valores do diálogo, da participação e do compromisso com a transformação da realidade, numa sociedade em que prevalecem os valores do mercado.

É marcante o número de monografias em que educadores e agentes pastorais aprofundam e avaliam práticas do ambiente digital, o que pode ser um indicativo de que as lideranças estão abertas ao diálogo com as novas gerações procurando compreender seu universo e as mudanças culturais e sociais que advém dele. As pesquisas também identificam tensões e resistências de professores e educadores em relação à mudança pelas tecnologias digitais, não só pelo acesso, mas pelas novas lógicas onde a interatividade é parte do processo.

Esta pesquisa também trouxe à luz, a partir do pensamento latino-americano e brasileiro, o processo inicial da Educomunicação na pastoral e nas escolas católicas, sendo que o conceito foi ressemantizado com a criação do NCE-USP, estendendo essa política a escolas públicas de São Paulo e de outros estados. Conforme, referido nesta tese, as publicações do SEPAC também contribuíram para o reconhecimento público do conceito da Educomunicação no Brasil.

Sintetizando, é possível afirmar que o SEPAC atua em alguns eixos não compartimentados que interagem entre si com fronteiras permeáveis. O eixo da reflexão na qual se insere a produção de conhecimento com publicações e monografias aqui analisadas; o eixo da produção que envolve uma metodologia teórico-prática com novas linguagens, estabelecendo pontes entre o pensar e o atuar, o que possibilita concretizar os processos de intervenção; a interface com outras áreas do conhecimento, tendo como eixo a comunicação; a questão do sujeito que pensa, produz, negocia sentidos e intervém caracterizado aqui como “intelectual orgânico”.

O SEPAC trabalha a educação para a comunicação no processo relacional, a partir da cultura, tendo em conta a visão antropológica, a reflexão e a produção em

chave comunicacional. O pensar e o atuar estão embasados em valores como a ética, a participação, o diálogo, trabalhando o potencial das pessoas em vista de seu crescimento pessoal e social. Um dos desafios é continuar trabalhando a Educomunicação nas pastorais de modo que o pensamento comunicacional seja assumido nas práticas com todas as pastorais.

Outro desafio para o SEPAC é acompanhar mais de perto a formação dos cursistas mediante algum projeto de continuidade que possa ajudá-los a crescer e avaliar os processos comunicativos.

Permanece também um desafio quanto à reeducação para o processo participativo e dialógico no contexto da cultura digital, um dos valores da comunicação popular e alternativa que a Educomunicação assume em sua gênese. A interatividade própria da cultura digital, se expressa tantas vezes também como percebido nas análises, sem a dimensão coletiva, da comunidade e da colaboração, prevalecendo a auto-referência, uma característica visível e crescente.

Na experiência de trabalhar a formação para a comunicação com lideranças das pastorais, em sua maioria de adultos e jovens, portadores de uma formação e de projetos relativos à comunicação para suas comunidades e instituições e considerando o caminho explicitado até aqui, pode-se afirmar que a Educomunicação é ou deveria ser um estilo de vida. A partir do momento em que a pessoa assume a comunicação como mediação cultural na reflexão, nas práticas e na convivência, torna-se um modo de ser, de pensar e de atuar, que se reflete no cotidiano da postura pessoal, nos ambientes e na atuação junto à mídia.

REFERÊNCIAS⁸²

- ADORNO, Theodor W. *Educação e emancipação*. São Paulo, Ed. Paz e Terra, 2006.
- AGABEN, Giorgio. *O que é contemporâneo? e outros ensaios*. Chapecó/SC: ARGOS, 2013.
- ALBERIONE, Giacomo. UCBS, A. 8 n. 20 de agosto de 1926, p. 3-4. In: *La primavera paolina*. Roma: Edizioni Paoline, 1983, p. 680.
- _____. Explicação das Constituições. Ariccia, 15 de maio a 6 de julho de 1961. São Paulo: Paulinas, 1968.
- ALMEIDA, Cleusa Albilia de. *Comunicação educativa uma proposta para além dos usos tecnológicos – análise de escolas estaduais salesianas em Mato Grosso*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.
- ALMEIDA, Maria do Carmo Souza de. *Prática educomunicativa com cinema na licenciatura*. Tese (Doutorado). São Paulo: ECA/USP, 2014.
- ALMEIDA, Valdineia. C. *O rádio como recurso para um processo educativo – estudo de caso da Rádio Educativa Cultura FM Diocese de Picos – PI*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2008.
- ALVES, Jocilene Moreira. *Interface Comunicação - Educação em Escolas Públicas de Ensino Médio de Salvador (BA): Um Estudo de Caso da Recepção da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LEI 9.394/96)*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.
- ALVES, Paula Pereira. *A importância da leitura impressa na comunicação*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2004.
- ALVES, Vandeir Lima. *Rádio Comunitária: ideologia e repercussão no município de Brasil Novo*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2007.
- ALVES, Verônica Maria. *A busca da inclusão social através da televisão – estudo de caso sobre pessoas com deficiência que participaram em programas da TV Horizonte durante a campanha da Fraternidade 2006*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2008.
- APOLINÁRIO, Rodrigo Emanuel de Freitas. *Além da programação oficial do maior São João do mundo – 2010: Notícias sobre cultura popular nos jornais impressos que circulam em Campina Grande – PB*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2011.

⁸² De acordo com as Diretrizes para apresentação de dissertações e teses da USP: documento eletrônico e impresso Parte I (ABNT) São Paulo: Sistema Integrado de Bibliotecas da USP, 2009.

ARANTES, Rondiney Souza. *A Igreja Católica online. Um estudo de caso dos blogs católicos. Diocese de Uruaçu – GO*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2010.

ARAÚJO, Francisco Fábio do Nascimento. *Conversando é que a gente se entende: um estudo de caso na Rádio educadora da Diocese de Sobral*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2010.

BABIN, Pierre, ZUKOWSKI, Angela Ann. *Mídias, chance para o Evangelho*. São Paulo: Loyola, 2005.

_____. KOULOUMDJIAN, M. F. *Os novos modos de compreender a geração do audiovisual e do computador*. São Paulo: Paulinas, 1989.

_____. *A era da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1989.

_____. *Linguagem e cultura dos media*. Lisboa: Bertrand Editora, 1993.

BARBOSA, Cléder Rogério. *O Marketing da Fé nas paróquias da Igreja católica Diocese de Marília – SP – Região II – Rinópolis, SP*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2004.

BARBOSA FILHO, André. *Gêneros radiofônicos. Os formatos e os programas em áudio*. São Paulo: Paulinas, 2003.

BARBOSA, Rosa Maria. *Processo de Negociação entre População Ribeirinha empresa Hidrelétrica*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2006.

BARRADAS, Antonio Martins. *Temas transversais, escola e comunicação:1989/2003*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2004.

BATISTA, Rodrigo Rios. *A busca dos jovens católicos pelo “cibersacro”: um estudo de caso do site www.grupohallel.com*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2008.

BELTRÁN, Luis Ramiro. *Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal*. In: Revista Comunicação e Sociedade. São Bernardo do Campo, Metodista, 1981, n. 6, p. 5-35.

BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas II. Rua de mão única*. São Paulo: Brasiliense, 2012 – 6ª. Ed. Revista.

BEOZZO, José Oscar. Apresentação. In: BAGGIOLI, Massimo. *Vaticano II. A luta pelo sentido*. São Paulo: Paulinas, 2013, p. 9-20.

BIANCOLIN, Marcelo Rogine D. *A importância do ensino de artes na escola pública*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2004.

BOFF, Leonardo. *Saber cuidar. Ética do humano – compaixão da terra*. Petrópolis: Vozes, 1999.

BOLLE, Willi. A ideia da formação na modernidade. In: GHIRARDELLI Jr, Paulo (Org.). *Infância, ESCOLA e modernidade*. São Paulo: Ed. Cortez, 1997, p. 9-32.

BRITTO, Rovilson Robbi. *Cibercultura sob o olhar dos estudos culturais*. São Paulo: Paulinas/SEPAC, 2009.

BRUCE, Aroldo Castro. *Rádio Alvorada como instrumento de integração das pessoas na Diocese de Parintins no Amazonas*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2010.

BUENO, José Valmei. *A Taipa do Fogão – Uma análise cultural do programa “Sem censura” da TVE do Rio de Janeiro*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2004.

CAES, Valdinei. *A gestualidade na comunicação não verbal na Celebração Eucarística*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo, 1995.

CARDOSO, Léssio Lima. *A Recepção do roteiro pelos Grupos de Reflexão – O estudo de caso de um folheto*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2006.

CARRARA, Josiane Fernandes. *A recepção do Jornal Pilar nas comunidades de Duque de Caxias e S. J. Meriti – RJ*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2007.

CARVALHO, José Erlando de Sousa. *Comunicação/Evangelização na Diocese de Tinguá – um processo consistente na construção da Pastoral*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2011.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CELAM *Documento de Aparecida*. Texto conclusivo da V Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe. São Paulo: CNBB/Paulus/Paulinas, 2007.

_____. A Comunicação Social nos documentos da Igreja na América Latina. In: DARIVA, N. (org.). *Comunicação Social na Igreja. Documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 484-511.

_____. *Nova Evangelização. Promoção Humana. Cultura Cristã*. Conclusões da IV Conferência do Episcopado Latino-Americano. Santo Domingo. Texto Oficial. São Paulo: Paulinas, 1992.

_____. *A evangelização no presente e no futuro da América Latina*. Conclusões da Conferência de Puebla. Texto oficial. São Paulo: Paulinas, 1979, 12a. Ed.

_____. *Comunicação: missão e desafio*. São Paulo: Edições Paulinas, 1988.

_____. *Conclusões de Medellín*. São Paulo: Edições Paulinas, 1987, 6ª. Ed.

CERICATO, Neuza Maria. *Endomarketing: estratégia de comunicação nas instituições educacionais. Estudo de caso no colégio Bom Conselho de Passo Fundo, RS*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2004.

CESARINO, Rita de Cássia. *Reunião de sentimento – estudo de caso de crianças em situação de risco na Fundação Menino Jesus – Ponte Nova – MG*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2008.

CHARTIER, Roger. *A ordem dos livros*. Brasília: Ed. UnB, 1998.

CITELLI, Adilson et alii (Orgs.) *Dicionário de Comunicação: escolas, teorias, autores*. São Paulo: Ed. Contexto, 2014.

_____. Adilson e COSTA, Maria Cristina C. (Orgs.). *Educomunicação, construindo uma nova área de conhecimento*. São Paulo: Paulinas, 2011.

_____. *Comunicação e Linguagem: diálogos, trânsitos e interditos*. In: Matrizes, Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Ano 2- N. 1 segundo semestre de 2008, p. 13-30.

_____. *Palavras, meios de comunicação e educação*. São Paulo: Cortez, 2006.

_____. *Comunicação e educação: a linguagem em movimento*. São Paulo: SENAC, 1999.

CNBB. *Diretório de comunicação da Igreja no Brasil*. Documentos da CNBB, n. 99. São Paulo: Paulinas, 2014a.

_____. *Comunidade de comunidades: uma nova paróquia*. Documentos da CNBB, n. 100, São Paulo: Paulinas, 2014b.

_____. *A Igreja e a questão agrária brasileira no início do século XXI*. Documentos da CNBB, n. 101, São Paulo: Paulinas, 2014c.

_____. *21º. Plano Pastoral do secretariado geral 2012-2015*. Documentos da CNBB, n. 95. São Paulo: Paulinas, 2012.

_____. *A comunicação na vida e missão da Igreja no Brasil*. Estudos da CNBB, n. 101. São Paulo: Paulus, 2011.

_____. Equipe de Reflexão do Setor de Comunicação Social da CNBB. *Educação para a comunicação nos Institutos de Filosofia e Teologia dos futuros presbíteros da Igreja no Brasil*. São Paulo: Paulinas/SEPAC, 2001.

_____. *Igreja e comunicação rumo ao novo milênio*. Conclusões e compromissos. Documentos da CNBB, 59. São Paulo: Paulinas, 1997.

_____. *Igreja e comunicação rumo ao novo milênio*. Estudos da CNBB, n. 75. São Paulo: Paulus, 1997.

_____. *Diretrizes gerais da ação evangelizadora da Igreja no Brasil 1995-1998*. São Paulo: Paulinas, 1995. Documentos da CNBB, 54.

_____. *Comunicação e Igreja no Brasil*. Estudos da CNBB, n. 72. São Paulo: Paulus, 1994.

Concílio Ecumênico Vaticano II. *Constituciones, Decretos, Declaraciones*. Madrid: BAC: 2000, 2ª. Ed.

Concílio Ecumênico Vaticano II. *Inter Mirifica*. Decreto do Concílio Vaticano II sobre os meios de comunicação social. Coleção Voz do Papa, n. 27. São Paulo: Paulinas, 2001, 3ª. Ed.

CORAZZA, Helena. *Educom no documento sobre comunicação da CNBB. Processo, formação, rede de relações*. Ciberteologia Revista de Teologia & Cultura Edição nº 38 - Ano VIII – Abril/Maio/Junho 2012 - ISSN: 1809-2888 <http://ciberteologia.paulinas.org.br/ciberteologia/wp-content/uploads/downloads/2012/03/03-Educom.pdf> – Acesso 9/6/2014.

_____. “SEPAC: Formação para produção e recepção do vídeo pastoral”. In: BARROS, J. T. São Paulo: Edições Loyola/OCIC-Brasil, 1997, p. 105-112.

_____. Formação para o Rádio: SEPAC. In: PINHEIRO, José Ernane (Coord.). *Formação dos cristãos leigos*. São Paulo: Paulinas, 1995, p.171-177.

COSTA, Rodolfo Camarotta. *As Novas mídias e a Juventude – um estudo de caso no bairro do jardim Valquíria – Zona Sul de São Paulo*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

COSTA. C. R. *Jornalismo na Internet, linguagem, discurso e ideologia*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2004.

CPMCS (Comissão Pontifícia dos meios de comunicação social). *Instrução Pastoral Communio et progressio* sobre os meios de comunicação social. Coleção Voz do Papa, n. 69. São Paulo: Paulinas, 2000, 3ª. Ed.

CRITELLI, Dulce. *Martin Heidegger e a essência da técnica*. In: MARGEM, São Paulo, p. 83-89, Dezembro 2002. <http://www.pucsp.br/margem/pdf/m16dc.pdf> - Acesso 23/10/2014

CUYABANO, Dacianni de Sousa. *VÔTE! História em quadrinhos voltada para a cultura Mato-Grossense: Um estudo de caso*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2005.

DA VEIGA, Maria de Fátima Rosa. *Radioweb na escola Educomunicação e a Radioweb na escola: Possibilidade de uma nova cultura, aprendizado e diálogo. Um estudo de caso no Colégio Franciscano Sant’Anna Santa Maria/RS*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2011.

DALL BELLO, Cíntia Rodrigues da. *TER para PERTENSER: o consumo de novas mídias e a projeção da identidade na contemporaneidade*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2006.

DALLA COSTA, Wanderleia. *A comunicação no espaço educativo do colégio Imaculada Conceição, Videira/SC. Um estudo de caso*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2004.

DECOS/CELAM. *Comunicación, misión y desafío*. Manual de Pastoral de la Comunicación. CELAM: Santafé de Bogotá. 1997.

DEL BIANCO, Nelia R. O tambor tribal de McLuhan. In: MEDITSCH, Eduardo. *Teorias do Rádio*. Textos e contextos. Vol 1. Florianópolis: Insular, 2005, p. 153-162.

DI FELICE, Massimo (Org.). *Do público para as redes. A comunicação digital e as novas formas de participação social*. São Paulo: Difusão Editora, 2008.

DUQUE, Raphael Guimarães. *Atuação das Relações Públicas nas pastorais sociais – Diocese da Barra do Piraí – Volta Redonda*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

DURÃES, Renata Loução. *A recepção da veiculação dos “mass media” – um estudo de caso sobre o filme “Cidade de Deus” Em escolas públicas e privadas, tendo como o professor como mediador*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2006.

FERNANDES, Marcelo Luis. *O Agir comunicacional do educador Salesiano em tempo de travessias*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2005.

FERREIRA, Maria Aparecida. *A comunicação na catequese – um estudo de caso nas paróquias do Brás*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2008.

FERRÉS, Joan. *Vídeo e educação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

FOCHZATO, Ivan Cezar. *Concepção do índio sobre o índio na mídia – estudo do discurso sobre a imagem indígena nos meios de comunicação*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2005.

FRANCISCO. Exortação Apostólica *Evangelii Gaudium A alegria do Evangelho* do Papa Francisco. Coleção Voz do Papa, n. 198. São Paulo: Paulinas, 2013.

FREIRE, Paulo. *Educação & Atualidade brasileira*. São Paulo: Cortez/Instituto Paulo Freire, 2002, 2ª. Ed.

_____. *Pedagogia da Autonomia*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996 – 7ª. Ed.

_____. *Extensão ou Comunicação?* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982, 6ª. Ed.

_____. *Educação como prática da liberdade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1967.

GAMA, Valdeci Ribeiro da. *O impacto da cibercultura na vida do jovem contemporâneo*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

GASPARETTO, Paulo R. *Midiatização da religião*. Processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. São Paulo: Paulinas, 2011.

GÁSPERI, Maria Elisabete Galante. *Lan-houses de Presidente Prudente: espaço de comunicação ou isolamento entre os jovens*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2007.

GIRALDI, Paulo. *Igreja Virtual: comunicar para transcender*. Brasília: CAPES, Unesp, 2014.

GODOY, Thiago da Silva. *Igreja e internet, como anunciar Jesus Cristo através da internet*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2004.

GOMES, Ana L. Zaniboni. *Quem fala com o povo: caminhos da radiodifusão comunitária na cidade de São Paulo*. Tese (Doutorado). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2014. 250 fls.

GOMES, Pedro Gilberto. *A comunicação cristã em tempos de repressão*. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 1995.

GOMES, Sidnei Teixeira. *A comunicação da Palavra de Deus através do Jornal "Servindo", na Diocese de Campo Mourão, PR e a sua eficácia na ação evangelizadora*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

GRAMSCI, Antonio. *Os intelectuais e a organização da sociedade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1985, 5ª. Ed.

GUIMARÃES, Luiz Antonio de Araújo. *Mecanismos de comunicação virtual como instrumentos de permanência dos jovens no Orkut*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2010.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999.

HOROCHOVSKI, R. R. e MEIRELLES, G. Problematizando o conceito de empoderamento. In: *Movimentos Sociais, Participação e Democracia*. Florianópolis, 2007, ISSN 1982-4602 http://www.sociologia.ufsc.br/npms/rodrigo_horochovski_meirelles.pdf - Acesso 18/7/2014.

IV EPLA (Encuentro Paulino Latinoamericano), Ciudad de Mexico, Julio, 1982. Uso manuscrito.

JACQUINOT, Geneviève. *O que é um Educomunicador? O papel da comunicação na formação dos professores*. I Congresso Internacional da Comunicação e Educação São Paulo/ Maio 1997. <http://www.usp.br/nce/aeducomunicacao/saibamais/textos/Acesso> 12/03/2014.

João Paulo II. *Rápido Desenvolvimento*. Aos responsáveis pelas comunicações sociais. Coleção Voz do Papa, n. 188. São Paulo: Paulinas, 2005.

_____. *Carta do Papa João Paulo II aos artistas*. Coleção Voz do Papa, n. 167. São Paulo: Paulinas, 1999.

JOHNSON, Steven. *Cultura da interface*. Como o computador pode transformar nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

KAPLÚN, Gabriel. Kalún, intelectual orgânico. Memória afetiva. In: MELO, José Marques de et alli (Orgs.). *Educomídia, alavanca da cidadania*. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/Universidade Metodista de São Paulo, 2006, p. 35-46.

KAPLÚN, Mário. Processos educativos e canais de comunicação. In: CITELLI, Adilson e COSTA, Maria Cristina Castilho (Orgs.). *Educomunicação, construindo uma nova área de conhecimento*. São Paulo: Paulinas, 2011, p. 175-186.

KAWAKAMI, Luciana M. Gallo. *Criança midiaticizada publicidade infantilizada – a publicidade utilizando signos do universo infantil em campanhas de produtos e serviços com público-alvo adulto*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2007.

KERCKHOVE, D. *A pele da cultura*. Relógio D'Água: Lisboa, 1997.

KOFFERMANN, Márcia. *A Educomunicação como acompanhamento formativo do jovem. Um estudo de caso no Instituto Maria Auxiliadora de Rio do Sul, SC*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

KUNSCH, Waldemar Luiz. *O Verbo se faz palavra*. Caminhos da comunicação eclesial católica. São Paulo: Paulinas, 2001.

LAMPERTI, Neide. *O impacto das novas tecnologias de comunicação na juventude imigrante da África do Sul*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2010.

LEITÃO, Antonilda de Oliveira. *Rádio Comunitária: impulsionando a democratização da comunicação*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

LEMOS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LIBÂNIO, J.B. *Formação da consciência crítica*. 1. Subsídios filosófico-culturais. Petrópolis: Vozes/CRB, 1978.

_____. *A consciência crítica do religioso*. Rio de Janeiro: CRB, 1974.

LIMA Jurandir Severino de. *A comunicação na formação presbiteral em estudo de caso no Instituto Teológico Rainha dos Apóstolos*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2005.

LIMA, Ana Catarina Foschini. *A influência da publicidade televisiva em crianças de 7 a 8 anos – Escola Municipal Senador Carlos Botelho no município de Dourados – SP*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2004.

LIMA, André Pereira. *A importância do Marketing numa emissora católica educativa de rádio – estudo de caso da rádio Nova Aliança de Brasília – DF*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

LOPES, Claudinei Jair. *Manipulação da linguagem e linguagem da manipulação: Um estudo sobre linguagem e manipulação a partir do filme: A Fuga das Galinhas*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2006.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2005.

LUYTEN, Sonia M. Bibe (Org.). *Histórias em Quadrinhos, leitura crítica*. SEPAC/EP, 1984.

MACARI, Ricardo. *A cultura do Simulacro em Jean Baudrillard – Relação entre informação televisiva e massas em São Paulo*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2004.

MADEIRA, Antonio Marcos Machado. *Ética e comunicação – Estudo dos documentos pontifícios: Ética nas comunicações sociais, ética na internet e ética na publicidade*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2007.

MAGALHÃES, Jakeline Lira Gomes de. *A (in)visibilidade dos grupos juvenis nas telenovelas*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2008.

MALANQUINI, Tiago. *Cibercostume – novos hábitos nos jovens a partir de sua interação com o ciberespaço*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *A comunicação na educação*. São Paulo: Contexto, 2014.

_____. *Desafios culturais: da comunicação à Educomunicação*. In: CITELLI, Adilson e COSTA, M. Cristina (Orgs.). São Paulo: Paulinas, 2011, p. 121-134.

_____. *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2002.

_____ & REY, German. *Os exercícios do ver*. Hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo. SENAC, 1999.

_____. *Pre-textos*. Calli: Centro Edit. Univ. del Valle, 1995.

_____. *De los medios a las mediaciones*. Comunicación, cultura y hegemonia. Barcelona: Gilli, 1987.

MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. *A ideologia alemã*. São Paulo: Livraria Editora Ciências Humanas Ltda, 1979, 2ª. Ed.

MCLUHAN M. *McLuhan por McLuhan: entrevistas e conferências inéditas do profeta da globalização*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

MEDEIROS, Isis Osti de. *Cinema: Recurso de reflexão crítica na Educação*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

MEDELLA, Gustavo Wayand. *O segredo do líder: estudo sobre a recepção do programa “momento de fé”*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009

MEES, Aécio. *TV Nazaré Sinop uma televisão a serviço do povo. Um estudo de caso na Cidade de Sinop*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

MELO, José Marques de. *Comunicação eclesial: utopia e realidade*. São Paulo: Paulinas, 2005.

_____. Igreja e comunicação. In: SOARES, I. O. e PUNTEL, J. T. (Orgs.). *Comunicação, Igreja e Estado na América Latina*. São Paulo, Paulinas/UCBC/, 1985, pp. 59-70.

_____. *Para uma leitura crítica da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1985.

MELO, Leandro Marques de. *VMS TC??? Internetês: prática conversacional na WEB*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2010.

MELO, Pedro Jadir de Araújo. *A inserção escolar e o lúdico como meio de intervenção*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

MENDES, Gildásio. *Geração Net. Relacionamento. Espiritualidade. Vida profissional*. São Paulo: Paulinas, 2012.

MENDES, Niura Terezinha. *A telenovela no imaginário de uma comunidade Quilombola – estudo de caso do Quilombola “Invernada Paiol de Telha” – Guarapuava – PR*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2008.

MENDONÇA FILHO, João da Silva. *A mistagogia como palavra e gestos na obra de São Cirilo de Jerusalém – o processo de comunicar o imaginário religioso*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2010.

MENEZES, José Heitor Vasconcelos de. *As duas faces da moeda. O impacto do bem e do mal na utilização do ciberespaço por adolescentes. Um estudo de caso no Colégio Claretiano de São Paulo*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

MIGUEL, Rafael de Arruda Bueno José. *A construção do entendimento do Hino Nacional por parte das crianças surdas pertencentes a uma classe exclusiva para surdos – um estudo de caso com alunos surdos do Ensino Fundamental I do projeto MAIS da Escola Municipal Crispiniano Soares em Guarulhos – SP*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

MINUTO, Andréa Machado. *A importância do incentivo à leitura de jornais impressos nas escolas de ensino fundamental*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2007.

MOLINA, Roberta Luzia. *O Orkut como possibilidade de educação para os jovens*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2010.

MONDIN, Batista. *O homem, quem é ele?* Elementos de antropologia filosófica. São Paulo: Paulus, 1980.

MORAIS, Soraia Cristina de. *EDUCOMUNICAÇÃO: As ondas do rádio sintonizado escola e comunidade sob a perspectiva da participação e mudança de conceitos*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2005.

MORAN, José Manoel. *Leitura dos Meios de Comunicação*. São Paulo: Ed. Pancast, 1993.

MOREIRA, Antonio Carlos. *Comunicação Interpessoal*. São Paulo: SEPAC-EP, 1991.

MORIN, Edgar. *A cabeça bem-feita*. Repensar a reforma e repensar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000a.

_____. Ética do sujeito responsável. In: CARVALHO, Edgard de Assis (org.). *Ética, solidariedade e complexidade*. São Paulo: Palas Athena, 2000b, p. 65-77.

MORO, Celito. *Fé e cultura: desafios de um diálogo em comunicação*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

NARUISHI, Adilson Mitonoru. *A Igreja e os meios de comunicação: uma evangelização midiática. O uso do datashow nas celebrações eucarísticas*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

NEOTTI, Clarêncio (Coord.) *Comunicação e consciência crítica*. São Paulo: Loyola, 1979.

NETO, Denis Lesqueves. *Comunicação Empática entre o Padre e o fiel no sacramento da reconciliação*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2006.

NETO, Grimário Reis. *Imaginário & Mídia: análise do programa "Rádio Atitude" da FM Vale do Xingu em Altamira – Pará*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2007.

NUNES, Denise Batista. *O cinema na ala de aula. Um estudo de caso na E.E. Vicente de Paula Almeida, Arapeí, SP*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

OKABAYASHI, Edna Mendes dos Reis. *A mídia impressa e os relatos de acidentes no trânsito na cidade de Cacoal – RO*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2007.

OLIVEIRA, Alex Felix de. *Mulher Brasileira: Produto da Mídia tipo Exportação*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2011.

OLIVEIRA, Gilmara Almeida Gonçalves Rievers. *Comunicação planejada na educação da fé de jovens católicos na grande São Paulo*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2005.

OLIVEIRA, Joselito de. *Rádios Comunitárias no desenvolvimento integral da comunidade – um estudo de caso na região do Alto Vale do Itajaí – SC*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2007.

OLIVEIRA, Ronaldo Cardoso de. *A missa pela TV como momento de evangelização e experiência de Deus na vida de idosos e enfermos – um estudo de caso na Paróquia São José Operário de Itabatan – BA*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2008.

PANDOLFI, Antonio Luiz. *A comunicação na liturgia. A dimensão orante na celebração da Palavra nas comunidades de Linhares – ES*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2011.

PAULO VI. *Exortação apostólica sobre a evangelização no mundo contemporâneo*. Evangelii Nuntiandi. São Paulo, Edições Paulinas, 1976. 11^a. Ed.

PCCS. *Instrução Pastoral Aetatis Novae*. No vigésimo aniversário da “Communio et Progressio”. Uma revolução nas comunicações. Coleção Voz do Papa, n. 127. São Paulo: Paulinas, 1992.

_____. *Igreja e Internet*. Documentos da Igreja, 6. São Paulo: Paulinas, 2002.

_____. *Ética na Internet*. Documentos da Igreja, 7. São Paulo: Paulinas, 2002.

_____. *Ética nas Comunicações Sociais*. Coleção Voz do Papa, n. 176. São Paulo: Paulinas, 2000.

_____. *Ética da Publicidade*. Coleção Voz do Papa, n. 153. São Paulo: Paulinas, 1997.

PEÇANHA, Antoniel de Almeida. *A saudação inicial na eucaristia como comunicação e acolhida da Trindade*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2005.

PEREIRA, Antonia Alves. *A Educomunicação e a cultura escolar salesiana*. Dissertação de Mestrado, Escola de Comunicações e Artes, USP, 2012.

PERUZZO, Cicília. M. K. *Radio comunitaria, educamunicación y desarrollo social*. In: Revista Contratexto Digital - Universidade de Lima, ano 4, n.5, Ano 2007. <http://www3.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/pdf/07.pdf> - Acesso 24/4/2014

_____. *Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania*. <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm> – Acesso 24/4/2014

PESSOA, Maria Marques. *Internet na educação. Um estudo de caso na escola Social Auxilium, Belem, PA*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

PINHEIRO, Rose Maria. *Educomunicação nos centros de pesquisa do país: um mapeamento da produção acadêmica com ênfase à contribuição da ECA/USP na construção do campo*. Tese de Doutorado – São Paulo: ECA/USP, 2013.

PINHEIRO, Sandra Maria. *O papel das novas tecnologias na vida consagrada. Um estudo de caso na Congregação das Irmãs Scalabrianas, Província Aparecida, SP*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

PINTO, Alessandro Miranda. *Cultura midiática: desafios para a ação evangelizadora na igreja. Um estudo de caso em Santarém – PA*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

PIO XII. *Miranda Prorusus*. Carta Encíclica de sua Santidade o Papa Pio XII sobre Cinematografia, Rádio e Televisão. Coleção Voz do Papa, n. 18. São Paulo: Edições Paulinas, 1966.

PIRES, Adão de Souza. *A comunicação não verbal do corpo humano na celebração eucarística – uma abordagem teórico-prática*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2008.

PRADO, Elisa Stephan. *Adolescentes e leitura literária em tempo de tecnologia – como as novas tecnologias vêm afetando a recepção da leitura entre jovens*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2011.

PRATA, Nair. *Webradio, novos gêneros, novos formatos, novas formas de interação*. Florianópolis: Insular, 2012.

PUNTEL Joana T. *Inter Mirifica. Texto e comentário*. São Paulo: Paulinas, 2012.

_____. *Comunicação. Diálogo dos saberes na cultura midiática*. São Paulo: Paulinas, 2010.

_____ e CORAZZA, Helena. *Pastoral da Comunicação. Diálogo entre fé e cultura*. São Paulo: Paulinas, 2007.

_____. *Cultura midiática e Igreja. Uma nova ambiência*. São Paulo: Paulinas, 2005.

_____. *A Igreja e a democratização da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1994.

_____. *NOMIC. As nações não alinhadas e a Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação*. In: *A Igreja e a democratização da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1994, p. 293-310.

QUIRINO, Ademilson Tadeu. *A comunicação da Palavra de Deus na escuta e vivência da comunidade*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

RACY, Iara Simonetti. *Fazendo arte: A comunicação participativa no processo de transformações nas relações sociais*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2011.

RAQUEL, Cheila Pires. *Blogs noticiosos políticos: o outro lado do jornalismo on line*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2006.

RAVANHANI, Maria Luiza. *Ressignificação da escola salesiana em perspectiva da cultura da comunicação*. Um estudo de caso na Inspetoria Imaculada Auxiliadora de Campo Grande, MS. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

RECUERO, Raquel. *A conversação na rede*. Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

REZENDE, Ivone Braga de. *Educomunicação: Formação à Cidadania de crianças de 7 a 12 anos. Na associação Civil “Jeda” – Um desafio. Um estudo de caso em Santo André*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2006

RIGO, Enio José. *Homilia a comunicação da Palavra*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

RIOS, Rodrigo. *Cibersacro: novas relações entre os jovens católicos e a cibercultura*. In: *Mutirão de Cultura América Latina e Caribe*. Porto Alegre: CELAM/CNBB, Fev. 2010, p. 187-197.

RODRIGUES, Anderson Zotesso. *O caráter transformador do teatro oprimido fora do espaço estético*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2006.

RODRIGUES, Angélica Rocha. *A homilia como meio de comunicação – um estudo discursivo em paróquias de São Paulo*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

RODRIGUES, Cledson Martas. *Uma nova forma de educar: TV Educar Ponte Nova / MG – Estudo de caso do projeto jovens na tela*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2006.

RODRIGUES, Edson Martas. *A internet vista pelos adolescentes: um estudo de caso sobre o Orkut com os adolescentes do Centro Salesiano do Menor – Cesam – Brasília/DF*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

RODRIGUES, Mayra e SOARES, Rosana de Lima. *Sobre a confluência das linguagens nas mídias digitais*. In: *Revista da USP – Cibercultura*, Junho/Julho/Agosto 2010, p. 41-53.

SANTAELLA, Lúcia. *Comunicação ubíqua. Repressões na cultura e na educação*. São Paulo: Paulus, 2013.

SANTANA, Custódio. *O resgate cultural auxiliado pelas novas tecnologias na aldeia indígena Bororo em Mato Grosso (Estudo de caso)*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2004.

SANTOS, Américo Francisco dos. *A cultura visual em sala de aula: um estudo de caso sobre as propagandas comerciais da televisão*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2005.

SANTOS, Denise Vieira dos. *Jornalismo radiofônico: Um estudo de caso do "Diocesana Notícias"*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2006.

SANTOS, Paulo Adriano Ribeiro dos. *A telenovela Rebelde e os adolescentes da Parnaíba: Um estudo de caso*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2008.

SANTOS, Renata Nazaré Machado Tárrio dos. *O impacto das Redes Sociais Digitais nos relacionamentos afetivos Off-Line: A Relação entre dois mundos na vida dos jovens Amazônidas*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2013.

SBARDELOTTO, Moisés. *E o Verbo se fez bit. A comunicação e a experiência religiosas na internet*. Aparecida, SP: Ed. Santuário, 2012.

SCHWINGEL, Carla. *Mídias digitais. Produção de conteúdo para a web*. São Paulo: Paulinas, 2012.

SENA, Gigliola Martins de. *O amigo celular: As práticas da juventude a partir do celular – um estudo de caso dos alunos do terceiro ano do ensino médio do colégio São Bento de Salvador*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2011.

SILVA, André Luis de Matos. *A importância do Rádio na formação de opinião – estudo do programa "Diocesana em debate" – Cachoeiro do Itapemirim, ES*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

SILVA, Cristiane Passos Melo e. *Os meios de comunicação como instrumento de luta para entidades e movimentos sociais – estudo de caso da CPT*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2008.

SILVA, Cristiano Antonio da. *Ética, cultura e comunicação nas relações interpessoais – Estudo de caso: As casas de formação dos Agostinianos da Assunção*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2003.

SILVA, Edmilson José da Silva. *Como os meios de comunicação influenciam na formação de uma ética ambiental*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2011.

SILVA, Fábio Gleiser Vieira. *A Igreja Católica e a Comunicação na Sociedade Midiatizada: Formação e Competência*. (Dissertação de Mestrado). São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2010.

_____. Fábio Gleiser Vieira. *O jovem e o fenômeno religioso na pós-modernidade: a migração entre igreja – um estudo de caso em Palmas – TO*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2007.

SILVA FILHO, Genésio Zeferino da. *Educomunicação e sua metodologia*. Um estudo a partir de práticas de ONGs no Brasil. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo). São Paulo, 2004.

SILVA, Gilvair Messias da. *Igreja Católica e cultura de massa no fenômeno Marcelo Rossi*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2007.

SILVA, Luis Carlos da. *A comunicabilidade da SAV na educação à distância*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2008.

SILVA, Maria de Lourdes da. *Juventude e evangelização: um estudo de caso na Diocese de Castanhal sobre a dificuldade da Igreja dialogar com os jovens e motivá-los a assumir o projeto de Jesus, no “Jota 3”*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2010.

SILVA, Nivaldo Vitorino da. *Homilia: comunicação oral na liturgia católica – um estudo de caso na Diocese de Presidente Prudente – SP*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2007.

SILVA, Paulo Bronzato. *Pastoral da Comunicação: necessidade primordial na evangelização atual. Um estudo de caso na Arquidiocese de Botucatu – SP*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

SILVA, Sebastião Freitas da. *Rádio difusora de Goiânia – Rádio Católica na vida e na fé do povo goiano*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2003.

SILVA, Welinton Pereira. *A novena televisiva dos filhos do Pai Eterno. Um estudo de caso sobre o impacto da mensagem no telespectador*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.

SLONGO, José. *A comunicação entre educador e educando na construção de uma pedagogia da autonomia. Uma abordagem segundo o pensamento de Paulo Freire*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

SOARES, Ismar de Oliveira. A Educomunicação na América Latina: apontamentos para uma história em construção. In: APARICI, R. *Educomunicação. Para além do 2.0*. São Paulo: Paulinas, 2014, pp. 7-27.

_____. *SEPAC, jovem para além dos 30!* In: Revista Paulinas. Ano 12, N. 47, Junho 2013, p. 6.

_____. *Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação*. Contribuições para a Reforma do Ensino Médio. São Paulo: Paulinas, 2011.

_____. *Quando o Educador do Ano é um educador: o papel da USP na legitimação do conceito*. In: Revista “Comunicação & educação – Ano XIII – N. 3 – set/dez 2008, p. 39-52.

_____. *Comunicação/Educação: a emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais*. In: “Contato – Revista brasileira de comunicação, arte e educação. Brasília: Ano 1, n. 2, jan/mar, 1999, p. 19-74.

_____. (Coord.). *Como organizar a Pastoral da Comunicação*. São Paulo: SEPAC/EP/UCBC, 1989.

_____. Ismar de Oliveira. *Para uma leitura crítica da publicidade*. São Paulo: SEPAC/EP, 1988.

_____. *Do Santo Ofício à libertação*. São Paulo: Edições Paulinas, 1988.

_____. (Org.). *Para uma leitura crítica dos jornais*. São Paulo: SEPAC/EP, 1984.

SODRÉ, Muniz. *Reinventando a educação*. Diversidade, descolonização e redes. Petrópolis: Vozes, 2012.

SOUSA, Carlos Alexandre Pita. *A publicidade e a propaganda dos sites das dioceses brasileiras. Um estudo de caso do portal da Arquidiocese de Maceió*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

SOUSA, Cirlene Cristina de. *Causas e componentes de incomunicabilidade entre Mano Brown e o Roda Viva*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

SOUSA, Mauro Wilton (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

SOUZA, Ariovaldo Antonio de. *O processo de comunicação entre mãe e seu filho com necessidades educacionais especiais. Um estudo de caso na cidade de Santana de Parnaíba/SP*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2005.

SOUZA, Damião de Jesus. *A influência da publicidade televisiva na mudança de hábitos na cultura do povo Xavante da Aldeia indígena de São Marcos*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2004.

SOUZA, Joseane Terto de. *Um estudo da standardização do português brasileiro por meio da telenovela A Favorita – em uma comunidade tradicional*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2009.

SOUZA, Vivete Corrêa de. *Imagem – o poder público sobre a vaidade feminina: Um estudo de caso da revista Boa Forma de janeiro a junho de 2010*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2010.

SPADARO, Antonio. *WEB 2.0. Redes Sociais*. São Paulo: Paulinas, 2013.

_____. *Ciberteologia. Pensar o Cristianismo nos tempos da rede*. São Paulo: Paulinas, 2012.

SPAKI, Mário. *O imaginário mais real que o real na ação evangelizadora da igreja*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2011.

SUSTIÇO, Leandro Oldra. *A evangelização através do rádio – análise do programa religioso “Experiência de Deus” na rádio Clube de Palmas – PR*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2011.

TARACHUQUE, Jorge. *Invisibilidade e distorção da questão indígena no jornal impresso de região da Terra Kaingang: Uma questão ética? Estudo de caso da terra Kaingang Mococa e Queimadas no município de Ortigueira – PR*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2007.

TEIXEIRA, Anísio. *Educação e o mundo moderno*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade. Uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

TILBURG, João Luis Van. *Para uma leitura crítica da televisão*. SEPAC/EP, 1984.

TONIAL, Marcos. *Juventude e Internet, a influência da internet na vida do jovem*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2011.

TRIVINHO, Eugênio. *A democracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização midiática avançada*. São Paulo: Paulus, 2007.

UNESCO. *Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores* / Carolyn Wilson, Alton Grizzle, Ramon Tuazon, Kwame Akyempong e Chi-Kim Cheung. Brasília: UNESCO, UFTM, 2013.

VEIGA, Célia de Fátima Rosa da. *Educomunicação e a radioweb na escola: Possibilidade de uma nova cultura, aprendizado e diálogo. Um estudo de caso no Colégio Franciscano Sant’Anna Santa Maria / RS*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2011.

VICENTE, Liene Dias. *A linguagem dos homens ao vento: moradores de rua do centro de São Paulo*. Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2006.

VIGIL, José Ignacio López. *Manual urgente para radialista apaixonados*. São Paulo: Paulinas, 2003.

_____. *A entrevista – Manuais de Comunicação 1*. São Paulo: ALER-Brasil, IBASE, FASE, SEPAC-EP, 1987.

_____. *Audio-debate – Disco-Debate – Manuais de Comunicação 4*. São Paulo: ALER-Brasil, IBASE, FASE, SEPAC-EP, 1987.

_____. *O riso na rádio popular – Manuais de Comunicação 9*. São Paulo: ALER-Brasil, IBASE, FASE, SEPAC-EP, 1990.

_____. *O sociodrama – Manuais de Comunicação 8*. São Paulo: ALER-Brasil, IBASE, FASE, SEPAC-EP, 1989.

VITAL, Antonia Nilcemar Linhares. *“Vida Missionária”, programa para criar comunhão. Um estudo de caso na Rádio Dom Bosco, de Fortaleza, CE.* Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2012.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação.* Lisboa, Presença, 1995.

ZANATA, Fernando Rodrigues. *As tecnologias digitais em Pierre Levy.* Monografia PUC-SP (COGEAE)/SEPAC. São Paulo, 2010.

GLOSSÁRIO

Análise crítica – termo utilizado nos anos 1970-1980 para designar uma postura comprometida com a análise do sistema na sociedade, sobretudo dos produtos culturais da mídia com o método da Leitura Crítica da Comunicação.

Ciberteologia - *ciber* está ligado à cibernética, aplica-se ao ciberespaço que tem relação com o mundo digital, envolvido por atividades eletrônicas, acesso à internet, navegação em páginas digitais, redes sociais digitais. O prefixo *ciber* seguido da palavra Teologia deu origem ao conceito de Ciberteologia, que se define como a inteligência da fé em tempos de rede, ou seja, o discurso sobre Deus e sua relação com o ser humano e com o universo, à luz da lógica da rede.

Comunicação Popular – A comunicação popular representa uma forma alternativa de comunicação e tem sua origem nos movimentos populares dos anos de 1970 e 1980, no Brasil e na América Latina como um todo. O foco da comunicação popular é o processo de comunicação realizada de forma participativa, que emerge da ação dos grupos populares, com caráter coletivo e mobilizador como os movimentos e organizações populares e pode ter expressões em publicações nas diferentes linguagens, sobretudo jornais e rádios.

Comunicação transformadora – termo utilizado sobretudo nas décadas de 1960-1980 para designar uma comunicação popular e alternativa, originada de um processo participativo em que o ser humano fosse sujeito e transformasse as relações de dominação em participação.

Concílio Ecumênico Vaticano II (1962-1965) – Assembleia de bispos e cardeais do mundo inteiro, convocados pelo papa João XXIII, para refletir e deliberar sobre questões importantes relativas à Igreja católica e sua relação com o mundo. Foi o maior acontecimento da Igreja católica no século XX. Dele participaram 2.500 bispos, peritos, auditores e observadores de outras confissões cristãs, totalizando 3.500 participantes.

Cristologia - (*Cristo+logia*) é o tratado da teologia cristã que estuda a pessoa, os ensinamentos e a obra de Jesus Cristo de forma sistemática e sistematizada. É a resposta dos crentes à pergunta “Quem é Jesus?” A Eclesiologia (*ekklesia + logia*) é a disciplina

teológica que estuda a Igreja: sua origem, sua missão, seu modo de se relacionar com a sociedade, sua forma de governo.

Decreto – Diz respeito a setores da vida dos fiéis ou atividades da Igreja e sua missão e traz orientações. Não são simples aplicações doutrinárias. Decreto do Concílio Vaticano II sobre os meios de comunicação social, *Inter Mirífica* (1963).

Departamento de Comunicação Social (DECOS) do CELAM (Conselho Episcopal Latino-Americano), instância que se dedica à comunicação na América Latina e Caribe, junto às Conferências Episcopais. www.celam.org

Encíclica ou Carta Apostólica - Etimologicamente, a palavra foi empregada para designar "cartas circulares" e tem em vista a unidade doutrinária. As encíclicas pertencem ao gênero das "cartas apostólicas", distinguindo-se, porém, pela universalidade de seus destinatários. O texto oficial das encíclicas é publicado em latim nos *Acta Apostolicae Sedis* (Atos da Sé Apostólica). A mais recente é *Evangelii Gaudium* (A alegria do Evangelho) do Papa Francisco (2013).

Pastoral - A palavra pastoral deriva de “pastor”, que por sua vez está relacionada ao período nômade da história de Israel. O Salmo 23 (22) apresenta Deus como pastor que guia, salva e protege o seu povo. No Evangelho de João 10,11, Jesus é o Bom Pastor que dá a vida pelas suas ovelhas. A exemplo de Jesus, pastoral é toda a ação da Igreja no mundo, como povo de Deus, destinada a ser semente de vida nova em Cristo Jesus, relacionando os valores do Evangelho com as situações concretas e levando as pessoas a serem discípulas missionárias na vida cotidiana e a assumirem o projeto de Deus.

Pastoral da Comunicação - Expressão que nasce do conjunto de duas realidades que interagem reciprocamente: comunicação e pastoral. Sua missão é articular e animar a reflexão e ações nesse campo.

Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (PCCS) - departamento do Vaticano responsável pelos assuntos ligados à comunicação. É presidido por um bispo, que assessoria o Papa neste campo com uma assessoria internacional. Os documentos sobre comunicação publicados por este Conselho são assinados pelo presidente. www.pccs.it

Presbítero - expressão adotada para designar o que comumente se chama de padre ou sacerdote que, na Igreja Católica Romana, faz parte da hierarquia: bispo, presbítero e diácono.

Povo – a palavra povo deriva do termo latim *populus* e permite significados diversos: os habitantes de certa região, a população em geral e a classe simples de uma sociedade. Sem entrar na complexidade do conceito, no contexto da tese refere-se a pessoas que estão fora do sistema de comunicação, são comprometidas com uma causa, atuando nesse campo, que juntas buscam soluções para seus problemas. Em sentido teológico, a expressão povo de Deus, designa o conjunto de pessoas unidas pela mesma crença em Deus Criador do gênero humano, que se revelou na história e, na plenitude dos tempos, enviou seu Filho Jesus, o Salvador, na força do Espírito Santo, o Santificador.

APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO ALUNOS

Questionário aos alunos do curso de Especialização “Cultura e meios de comunicação: uma abordagem teórico-prática” do SEPAC em convênio com a PUC-SP (Cogeae) – Julho/2013

Identificação (caso não quiser colocar o nome, assinale: M () H ())

Nome Estado

Nível: Pós-graduação () Extensão Cultural () – Módulo 1º. (); 2º. (); 3º. ()

Profissão:

Área de atuação:

Pastoral/Evangelização () Educativa () () Outra (especificar).....

1. Por que procurou este curso do SEPAC/PUC (Cogeae)?

.....

2. Por que sentiu a necessidade de formação continuada no campo da comunicação?

.....

3. O Curso respondeu às suas expectativas na parte teórica?

() Sim () Não Justifique.....

4. O Curso respondeu às suas expectativas na parte prática, em relação aos laboratórios?

() Sim () Não () Em parte - Justifique.

.....

5. Para 2º. E 3º. Módulo: No decorrer do curso houve, de sua parte, iniciativas novas no pensar e no produzir comunicação? Descreva.

.....

6. Você trabalha ou contribui/ atua na comunicação? Assinale: () Pascom ()

Jornal/Boletim () Rádio () Programa de TV () Site/Blog () Educação

Abrangência () Local () Regional () Nacional

APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO – PROFESSORES DE LABORATÓRIOS

Questionário com docentes que ministram laboratório no curso de Especialização “Cultura e meios de comunicação: uma abordagem teórico-prática” do SEPAC em convênio com a PUC-SP (Cogeae)

O objetivo da Entrevista conforme descrito no projeto “Técnicas de coleta” é obter dados sobre a metodologia e o trabalho de produção nos laboratórios, bem como o envolvimento dos alunos e seu trabalho em equipe.

Identificação

Nome do professor (a).....

Formação acadêmica:

Desde quando dá o laboratório no SEPAC.

Laboratório:

1. Como trabalha o processo de produção em duas semanas? Principais conquistas e desafios.
2. Como avalia o interesse e desempenho do cursista?
3. Do trabalho participativo que você realiza no laboratório resulta melhor qualidade na produção coletiva?
() sim () não – Por que?
4. Percebe muita mudança no perfil do cursista de 2001 a 2012? Se sim, como se expressa?
5. É possível compatibilizar a inovação tecnológica, mantendo os valores da participação, do diálogo e da criação? () sim () não - Por quê?
6. Quais as principais dificuldades encontradas ao dar o curso?
7. O que mais o gratifica ao dar este laboratório?
8. Algum outro aspecto que queira destacar.

APÊNDICE D – ENTREVISTA

Transcrição da entrevista realizada em 06/06/2014

Profa. Dra. Joana T. Puntel

Jornalista, escritora, pesquisadora. Doutora em Ciências da Comunicação pela *Simon Fraser University* (Canadá)

Orientadora das pesquisas acadêmicas no SEPAC e docente.

Helena - O SEPAC (1982) começou sua trajetória no contexto da Comunicação Popular e Alternativa, Teologia da Libertação, com um modelo de comunicação dialógica, participativa e democrática, buscando devolver a voz ao povo; tema também trabalhado em sua tese de doutorado. Ao se criar um curso de Especialização houve mudanças no sentido da sistematização, orientação pedagógica, vínculo com universidade. Na década de 1990 mudou também o contexto social, político e cultural brasileiro. Na sua visão, neste novo contexto, como o SEPAC continua colaborando na formação de multiplicadores comprometidos com o processo da comunicação dialógica e participativa, com competência, no contexto da cultura midiática?

Joana – Acompanhando a trajetória a gente pode perceber que alguma coisa mudou porque no sentido de sistematização quando se tem vínculo com uma universidade por que quando se tem vínculo com uma universidade, como é o nosso caso, é preciso entrar em algumas regras e certas estruturas que tem suas vantagens e algumas desvantagens e também se tem mais garantia porque é reconhecida, certifica o estudo que os cursistas, fazem então dá certa segurança,. Na década de 1990 mudou o contexto social, político e cultural brasileiro, mas aqui é preciso fazer uma distinção. O SEPAC continua sempre com esta missão que é evangelizar através da comunicação que é o núcleo do carisma e, portanto, desse ramo das Paulinas que é o SEPAC. Educar para a comunicação quer dizer, a formação das pessoas e mudando o contexto, o SEPAC continuou colaborando na formação de multiplicadores, mas de forma diferente porque se encontrou numa sociedade em mudança, sempre mais em mudança contínua, portanto a exigência de uma dinâmica e de uma atualização continua uma vez que os sujeitos que vem emergindo nessa sociedade são sujeitos diferentes dos da década de 70 e 80. Nós sabemos como as novas tecnologias interferem nisso e interferindo elas interferem nas relações e de modo geral em tudo na parte comercial, cultural, do ensino, na educação. O SEPAC se encontra, hoje, numa sociedade em mudanças que não traz certezas, porque apenas se acaba de estruturar alguma coisa é já é preciso preparar outras coisas. Daí que é importante o que o SEPAC faz procura não se desvincular de sua missão, mas como ela pode ser atualizada hoje. Então os próprios cursos vão tendo uma adaptação, mesmo que sejam estruturados com vínculo com a universidade e também nos cursos livres que oferecemos, por exemplo, Webrádio, que dez anos atrás não se falava e já temos então essa atualização que vai acompanhando a mudança, mas não só na maneira de fazer, mas de pensar, de elaborar as coisas, uma nova lógica que vai entrando e isso deixa o SEPAC sempre de sobreaviso não só para pegar aquilo que está na sociedade

como um modismo, mas como é a formação para a comunicação pode se dar hoje, não somente para um aprendizado técnico, importante, mas a questão da formação que é integrada com conteúdos, por teorias. É tão importante que me recorde, não muitos anos atrás, de bispos que telefonavam pedindo para seminaristas fazerem apenas os laboratórios e nós sempre respondíamos que é preciso fazer o curso completo, porque a formação não se reduz a oficinas, mas elas são consequência de colocar em prática um conteúdo que dá mais visão e abertura para a pessoa e portanto essa atualização, esses referenciais novos vão sendo conjugados na parte prática, da produção.

A formação integrada ela contém teoria e prática, que pode ser separada, mas não de forma paralela. Nós prezamos a forma integrada que prepara os profissionais, professores possam transformar o conteúdo teórico em prática. Então nós vemos, por exemplo, alunos que vem fazer laboratório de rádio mas a certo ponto eles tem a teoria do que é o rádio e do porque fazer de uma forma e não de outra, conjugando também os objetivos pelos quais fazem o curso, que seja engajado na Igreja evangelização, é o desenvolvimento integral da pessoa

Competência é entendida, agrega-se ao fato de que não é só produção técnica, mas para fazê-la com competência é preciso possuir conteúdos, cultura, reflexão, linguagem apropriada, conhecimento, e é mais ainda o SEPAC oferece que não é só a aquisição do conhecimento mas é a elaboração do conhecimento, recebe conteúdos, mas nos trabalhos elaborados e nas monografias há uma necessidade de adquirir competência. Eu tenho ouvido até de sacerdotes “mudei até minha maneira de fazer a homilia”, ou em produções de rádio, boletins, mas feito com competência e profissionalismo. Então a pessoa aprende como se escreve, qual o nível profissional. Não é só fazer bem de acordo com o que é profissional, mas também integrado com sua área de atuação, por exemplo, uma pessoa ligada à evangelização ou um professor ou outros profissionais que colocuem apresentam, organizam hoje encontros, o que lhes dá mais segurança e garantia. Quando nossos alunos fazem prova para mestrado são os primeiros aprovados e voltam para agradecer pela metodologia e pelo que aprenderam, já entraram num ambiente onde eram competentes.

Helena - Em sua experiência e trajetória acadêmica como orientadora de pesquisas no Curso de Especialização Cultura e Meios de Comunicação, uma abordagem teórico-prática” do SEPAC em convênio com a PUC-SP (COGEAE), como observa nos cursistas a reflexão das próprias práticas, na aquisição da competência e comprometidos com a transformação da realidade?

Joana – O que noto é que realmente o que acontece na sociedade em geral, quando eles vem para cá é com muito boa vontade, mas é uma prática sem reflexão, é uma prática, está fazendo, vem com o desejo de aprender mais e muitos se admiram com os conteúdos; essa necessidade do fazer que eles vem buscar, mas muitas vezes sem uma visão que olha o todo. Então vem a partir da prática e a reflexão é pouca. A reflexão deixa a desejar. O que observo é que eles vem sem a reflexão das próprias práticas, mas

aqui eles adquirem e a te alargam a visão deles e é interessante notar que conforme passam de um módulo ao outro observa-se a progressividade ou não. Raramente não se percebe a progressividade. Mas na maioria das vezes eles repensam suas práticas, e dizem “não sabia que era assim” e em contato com a bibliografia e o tema de pesquisa abre-se a visão deles, até com religiosos, catequista, até com professores e eles chegam a dizer que “este curso vale por quatro anos de Jornalismo”. A gente percebe que o curso é intenso e extenso mas se percebe a trajetória em que eles refletem suas práticas, vem mais competência, mais segurança e mais qualidade, tanto que a gente percebe também no que os professores falam que, em quinze dias, conseguem fazer um trabalho com qualidade profissional, porque são pessoas compromissadas e comprometidas com sua prática que fizeram um caminho. Então a gente percebe alunos de terceiro módulo muito mais preparados; mas os outros cursos também porque os professores ajudam a refletir as práticas e isso deixa uma alegria e uma satisfação do SEPAC estar cumprindo sua missão nesta formação integrada que não é só jogar um verniz por cima, mas constrói quando voltam aos seus ambientes de trabalho.

Helena - Constata-se que as monografias abordam temáticas muito diversificadas na interface comunicação e educação, comunicação e igreja, análise de produtos midiáticos. Como percebe o compromisso do cursista na abordagem de temáticas de comunicação no interno da Igreja, sobretudo nos estudos da comunicação na liturgia, nas celebrações, a homilia?

Joana – Aqui também há um progresso grande e exigente. Porque há alunos que querem fazer algo, por exemplo, sobre liturgia, mas tem uma mente um pouco fundamentalista porque desde sempre aprendeu daquele jeito, ou então o modo de fazer a homilia. Conforme a gente vai refletindo o tema e fornecendo bibliografia para alargar o horizonte, quem é aberto a maioria é, vai aprofundando e percebendo. O que se observa é que alguns querem logo fazer um projeto para aplicar sua paróquia e à medida que percebe o projeto científico é para o diagnóstico, então se amplia a reflexão então depois se pode oferecer uma perspectiva para a sua paróquia, para a sua rádio; mais uma vez essa questão que ajuda a alargar os horizontes e para 99% se consegue e para outros não é possível, então se deixa. É uma alegria ver as descobertas que eles fazem. Há um projeto sobre as novas tecnologias e a parte litúrgica então vem, por exemplo, certas paróquias que o padre não permite; então se busca qual o documento da Igreja que recomenda, por outro lado, a igreja pede que não se tire a centralidade; então tem que ser um meio que ajude; ser competente na discussão que ajude.

Helena - Como vê a contribuição do SEPAC na reflexão crítica e discussões da comunicação na Igreja e na produção do conhecimento? Poderíamos delinear um paradigma teórico percorrido pelo SEPAC?

Joana - Um paradigma teórico é ver o que a Igreja ensina sobre comunicação. E aqui existe pesquisa muito profunda de documentos da Igreja que vem insistindo na formação das pessoas a em documentos da Igreja para formar-se na área da comunicação e isso ficou de lado. A persistência do SEPAC numa trajetória que se

apoia na abertura da Igreja, em termos oficiais, insistência dos documentos da Igreja: *Communio et Progressio*, *Miranda Prorsus*, *Inter Mirifica*, *Igreja e Internet*, *Ética na Internet*, onde se repete sobre a importância da formação, dos pais, dos seminaristas, que se leve em conta a preparação. Isso é uma constante no SEPAC, atualizando sempre, como falamos na primeira pergunta. Aqui a gente cai na questão do diálogo entre fé e cultura. No fundo o SEPAC está ajudando a Igreja a dialogar com a cultura, porque por aí passam as linguagens, por aí passa a dinamicidade, os novos contextos, por aí passa agora a questão da cultura digital e que vem recuperar os modelos de comunicação, dialógica e participativa. Quase não falamos participativa, mas interativa e isso está ajudando a própria Igreja a modificar não a fé, mas os próprios métodos. Esse é um paradigma teórico, no sentido de primeiro cumprir uma missão dentro da evangelização, segundo, os contextos atuais, levando em conta a integralidade da pessoa. O SEPAC também contribuiu muito na formação dos multiplicadores. Uma vez um cursista disse “Eu sou um ex-sepaquiano”. Não é só ter feito o curso, ele definia uma maneira de pensar a comunicação que é o processo da comunicação, não é uma questão estagnada, mas um processo que se desenvolve. O SEPAC contribuiu – chegamos a ouvir bispos diziam que nessas organizações que se leva adiante trabalhos e eventos de comunicação é alguém do SEPAC. Então percebemos que este conhecimento que foi adquirido aqui, que foi assimilado, está se fazendo prática em algum lugar com competência. O SEPAC sem uma missão em ajudar a adquirir conhecimento, tem participado há muitos anos da equipe de reflexão da CNBB, porque uma grande virada de pensar a comunicação não só como fazer, mas do refletir foi uma grande contribuição do SEPAC, porque há pesquisa, se aprofunda, acompanha os conhecimentos. Procura dar o que é melhor porque faz por missão. Isso acaba interferindo primeiro dando segurança e se pode falar com competência e às vezes e o conteúdo que vai. Lembro que eu disse uma vez que quando a Igreja entender que a comunicação é processo, posso morrer! No Mutirão Brasileiro de Comunicação⁸³ em Porto Alegre (2010), na mesa de abertura, todos tinham uma postura bastante tradicional e Dom Orani João Tempesta, presidente da Comissão da comunicação da CNBB, falou da comunicação como processo. Também além da equipe de Reflexão ajudamos muito no Diretório de Comunicação da Igreja do Brasil, uma visão atual Esse diretório está tratando a comunicação como um grande processo, um processo que se movimenta; além disso, presença em assessorias para leigos, bispos, no diálogo da comunicação com a Teologia – Semanas teológicas; é bom ver a Teologia se abrindo e também muitos seminários buscando a formação para a comunicação e na formação de presbíteros, que é mais difícil mudar a mentalidade, sobretudo quando se faz da comunicação apenas o uso mas vamos semeando e chamam; o SEPAC dá segurança. No documento de Aparecida, parte da comunicação, houve uma contribuição de linhas diretivas, essa transformação, a nova cultura, de forma a assessorar as comissões. Do n. 484 a 490 – 70% do que está lá é o pensamento do SEPAC para ajudar a Igreja. Só o fato de iniciar dizendo que é preciso compreender e valorizar a nova cultura da

⁸³ . Evento organizado pela CNBB que reúne profissionais e pessoas que atuam em meios de comunicação da Igreja. A palavra Mutirão quer dizer “fazer junto” ; o primeiro foi realizado em 1998 e se realizam a cada dois anos, em cidades diferentes.

comunicação já abre uma plataforma para valorizar o processo da comunicação, de maneira que é um contributo na linha do pensamento e hoje tem consequências.

O Projeto de **publicações** em três séries: manuais de comunicação, sobre os laboratórios, aspectos da produção. Percebemos que os grupos necessitam dinamizar seus grupos, como por exemplo a comunicação na liturgia, a Pastoral da Comunicação; só que toda a produção se apoia na reflexão – a série Cultura e comunicação – um amparo de conhecimento e comunicação com temas que ajudam a fundamentar. É apreciada

Helena - Como vê o lugar do SEPAC no contexto atual de Igreja e sociedade?

Joana – Eu vejo que o SEPAC sempre esteve dentro da missão da Igreja e favorecendo a questão do diálogo entre fé e cultura, por isso, estudou e estuda profundamente os documentos da Igreja e tem uma linha certa, porque dentro de sua missão.

O lugar do SEPAC como alguém que fica, no contexto atual de Igreja e sociedade, com a missão de exercer uma nova evangelização e o último Sínodo dos bispos, que tivemos em Roma, foi sobre a Nova Evangelização e uma das coisas detectadas é que não é a fé que está em crise, mas a transmissão da fé e isso foi repetido também pelo Cardeal de São Paulo. Ao falar de transmissão que são as linguagens que atravessam tudo isso, Então o SEPAC especialmente neste momento de virada, - Bento XVI numa de suas mensagens diz que mudou a própria natureza da comunicação – então a questão da cultura digital, muda o processo da comunicação, mas temos que ter em consideração as gerações jovens, e a sociedade se movimenta nesse contexto de ser co-criador, criar junto. O SEPAC ajuda a Igreja a perceber, como uma sementinha, que seus métodos pastorais não podem mais ser como os tradicionais, porque está recebendo pessoas de novas gerações. Requer que a Igreja se renove e renove seus métodos, por exemplo, na catequese, é preciso renovar a linguagem porque se não vincula com a cotidianidade das pessoas, ela não consegue conversar. Em relação à sociedade, quando falamos de evangelização é um termo abrangente que se volta para a cidadania, quem é o cidadão hoje, aquele que ajuda a construir a sociedade com seus direitos e seus deveres. O SEPAC leva isso em consideração, pois quando falamos de fé e cultura, não estamos dando aula de catecismo, os conteúdos levam em conta o humano e suas crenças. Falamos do ser humano que ajuda a construir a sociedade com valores da justiça, da lealdade, enfim, o que estamos vendo hoje em dia.

ANEXO – FOLDER CURSO CULTURA E MEIOS DE COMUNICAÇÃO

CULTURA E MEIOS DE COMUNICAÇÃO:

uma abordagem teórico-prática Pós-graduação *lato sensu* ou Extensão Cultural

Objetivo

Capacitar o cursista com conhecimentos técnico-científicos na área de cultura e meios de comunicação, propiciando oportunidades para a reflexão e a prática das mídias, tendo como meta a educação para os meios e os processos da comunicação.

Público alvo

• Pessoas interessadas em refletir e atuar no processo da comunicação.
• Agentes sociais e pastorais, profissionais da área de comunicação, professores, educadores, estudantes, sacerdotes, educadores, religiosos, religiosas, participantes de movimentos sociais e de ONGs.

Pré-requisito e documentação

• *Pós-Graduação Lato Sensu*: cópia autenticada do diploma de graduação em curso superior (reconhecido pelo MEC), cópia do histórico escolar, CPF, RG e 2 fotos 3x4.
• *Extensão Cultural*: cópia autenticada do certificado do ensino médio e histórico escolar, CPF, RG e 2 fotos 3x4.

Estrutura do curso

Três módulos intensivos de 15 dias cada. Os módulos têm uma temática teórica - História, Teorias e Políticas de Comunicação - e prática laboratorial. A duração é de 15 dias, em tempo integral, com aulas teóricas (matutino), práticas (vespertino) e disciplinas metodológicas (sábados) e atividades culturais em algumas noites.

Carga Horária

• 420 horas/aula distribuídas entre aulas teóricas, práticas e elaboração da monografia.

Metodologia

• *Manhã*: aulas teóricas - História, Teorias, Políticas de Comunicação

• *Tarde*: aulas práticas em laboratórios: jornal impresso, rádio, teatro, publicidade, vídeo/tv e Internet.
• *Sábados*: Metodologia da pesquisa
• *Noite*: atividades acadêmicas complementares

Avaliação

frequência mínima de 75% das aulas ministradas em cada módulo e média igual a 7,0 (sete). Ao final do curso, os alunos de Pós-graduação deverão apresentar a monografia relativa a um tema de sua escolha, ligado à comunicação e aplicado à sua realidade. O trabalho é devidamente orientado por um (a) professor (a), doutor (a) em comunicação, responsável pelo acompanhamento da monografia final.

Os alunos de Extensão Cultural deverão entregar trabalho referente a cada módulo.

Conteúdo programático

Aulas teóricas pela manhã:

- Módulo I - História da comunicação
- Módulo II - Teorias da comunicação
- Módulo III - Políticas de comunicação

Obs.: Por ser modular, as inscrições estão sempre abertas, podendo o aluno ingressar em qualquer um dos módulos.

Disciplinas práticas à tarde:

São oferecidos o conhecimento básico e a prática do processo de produção, em todas as fases do laboratório escolhido.

O aluno escolhe um laboratório a cada módulo:

Rádio - oferece as principais técnicas da linguagem, estrutura radiofônica e produção de programas.

Vídeo - uso da linguagem audiovisual - técnicas de operação da câmera, elaboração de roteiros, captação de imagens e edição.

Jornal - o processo de produção e edição do jornal impresso.

Teatro - prática das artes cênicas e dramáticas, como meios de comunicação e de experiência estética.

Publicidade - trabalha com os recursos da linguagem publicitária e elabora uma campanha.

Internet - conhecimento do mundo digital, linguagem da Internet e construção de homepages.

Promovido pelo SEPAC em convênio com a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP - COGEAE.
Curso em conformidade com a resolução 0101 da CES-CNE.

A realização do curso está sujeita a um número mínimo de inscrições.

CULTURA E MEIOS DE COMUNICAÇÃO:

uma abordagem teórico-prática Pós-graduação *lato sensu* ou Extensão Cultural

2015

- 12 a 24 de Janeiro**
• História da Comunicação
- 29/06 a 11 de Julho**
• Teorias da Comunicação

2016

- 18 a 30 de Janeiro**
• Políticas de Comunicação
- 04 a 16 de Julho**
• História da Comunicação

2017

- 16 a 28 de Janeiro**
• Teorias da Comunicação
- 03 a 15 de Julho**
• Políticas de Comunicação