



Conferência Nacional dos Bispos do Brasil

Orientações Pastorais para as Mídias Católicas

Imprensa, rádio, TV
e novas mídias

Estudos da CNBB

111



Estudos da CNBB -111

Coleção Estudos da CNBB

- 96 - Deixai-vos Reconciliar
- 97 - Iniciação à Vida Cristã: Um Processo de Inspiração Catecumenal
- 98 - Questões de Bioética
- 99 - Igreja e Questão Agrária no início do Século XXI
- 100 - Missionários(as) para a amazônia
- 101 - A Comunicação na vida e missão da Igreja no Brasil
- 102 - O segmento de Jesus Cristo e a Ação Evangelizadora no Âmbito Universitário
- 103 - Pastoral Juvenil no Brasil – Identidade e Horizontes
- 104 - Comunidade de Comunidades: Uma nova Paróquia
- 105 - A Igreja e as Comunidades Quilombolas
- 106 - Orientações para projeto e construção de Igrejas e disposição do Espaço Celebrativo
- 107^A - Cristãos Leigos e Leigas na Igreja e na Sociedade
- 108 - Missão e Cooperação Missionária
- 109 - O solo urbano e a urgência da paz
- 110 - Pastoral da Educação: Estudo para diretrizes nacionais



CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL

ORIENTAÇÕES PASTORAIS PARA AS MÍDIAS CATÓLICAS

*Imprensa, rádio, TV
e novas mídias*



Orientações pastorais para as mídias católicas

Imprensa, rádio, TV e novas mídias

1ª edição – 2018

Diretor Geral:

Mons. Jamil Alves de Souza

Diretor Editorial:

Pe. Luis Fernando da Silva

Revisão:

Leticia Figueiredo

Projeto Gráfico, capa e diagramação:

Henrique Billygran Santos de Jesus

Impressão e acabamento:

Teixeira Gráfica e Editora

C748p Conferência Nacional dos Bispos do Brasil / Orientações pastorais para as mídias católicas: *imprensa, rádio, TV e novas mídias*. Brasília: Edições CNBB, 2018.

32 p. : 14 x 21 cm

ISBN: 978-85-7972-643-9

1. Mídias católicas;
2. Comunicação social;
3. Pastoral da Comunicação.

CDU: 251.45

Nenhuma parte desta obra poderá ser reproduzida ou transmitida por qualquer forma e/ou quaisquer meios (eletrônico ou mecânico, incluindo fotocópia e gravação) ou arquivada em qualquer sistema ou banco de dados sem permissão da CNBB. Todos os direitos reservados ©

Edições CNBB

SE/Sul Quadra 801 - Cj. B - CEP 70200-014

Fone: 0800 940 3019 – (61) 2193-3019

E-mail: vendas@edicoescnbb.com.br

www.edicoescnbb.com.br

SUMÁRIO

Lista de Siglas	7
Apresentação.....	9

INTRODUÇÃO	13
1. As mídias atingem fiéis de várias Igrejas Particulares.....	13
2. Fidelidade ao pensamento da Igreja como um todo.....	14
3. Assessoria eclesial externa para as mídias	14
4. Promoção do senso de pertença	15
5. Propaganda de produtos comerciais associados à imagem de clérigos e religiosos.....	15
6. O serviço de conscientização política e as mídias	16

I PARTE

Orientações para campos específicos da Ação Evangelizadora da Igreja nas Mídias.....	17
---	-----------

7. Observação exemplar das normas litúrgicas	17
8. Fortalecimento da cidadania	19
9. Formar os jovens	20
10. Ecoar a consciência da Igreja em permanente estado de missão	20
11. Familiarizar as pessoas com a Palavra de Deus	21
12. Comprometimento explícito do laicato	21

13. Promover a cultura do encontro	22
14. Engajar ministros ordenados e consagrados	22
15. Educar para a vida comunitária	23
16. Garantir a integridade da fé	23
17. Despertar para a realidade social e eclesial da Amazônia	23
18. Anúncio do Evangelho da família	24
19. Divulgar coletas nacionais	24

II PARTE

Alguns compromissos indicados	25
Formação.....	25
Políticas de comunicação.....	25
Avaliações regulares.....	26

Conclusão	29
------------------------	-----------

LISTA DE SIGLAS

- DGAE Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil
- EN *Evangelii Nuntiandi*, Exortação Apostólica sobre a Evangelização, Paulo VI
- EV *Evangelium Vitae*, Carta Encíclica sobre o valor e a inviolabilidade da vida humana, João Paulo II
- LG *Lumen Gentium*, Constituição Dogmática sobre a Igreja, Concílio Vaticano II
- PO *Presbyterorum Ordinis*, Decreto sobre o ministério e a vida dos sacerdotes, Concílio Vaticano II
- SC *Sacrosanctum Concilium*, Constituição Conciliar sobre a Sagrada Liturgia, Concílio Vaticano II
- UR *Unitatis Redintegratio*, Decreto sobre o ecumenismo, Concílio Vaticano II
- VD *Verbum Domini*, Exortação Apostólica pós-sinodal sobre a Palavra de Deus na vida e na missão da Igreja, Bento XVI

APRESENTAÇÃO

Na busca da "diversidade reconciliada".
(Papa Francisco)

A missão da Igreja é evangelizar, comunicar ao mundo a Pessoa e a Palavra de Jesus Cristo. Não podemos realizar bem essa missão contando apenas com o talento individual de cada um, nem focalizando, em demasia, os carismas de cada grupo vocacionado ao trabalho comunicativo no ambiente eclesial. É imprescindível voltar às fontes de inspiração e de ação da própria Igreja: abrir-se à Palavra e ao Espírito que a anima, ouvir os Pastores, considerar as circunstâncias, lembrar-se do zelo pelos destinatários mais frágeis, empreender a saudável *correptio fraterna* e buscar sempre o compromisso com o indispensável e evangélico testemunho da unidade.

Papa Francisco, em recente viagem ao Chile, em uma homilia em que falava do perigo dos falsos sinônimos, esclareceu: "Uma das principais tentações a enfrentar é confundir unidade com uniformidade. Jesus não pede a seu Pai que todos sejam iguais, idênticos; pois a unidade não nasce, nem nascerá, de neutralizar ou silenciar as diferenças. A unidade não é uma simulação de integração forçada nem de marginalização harmonizadora (...) Não é, nem será, uma uniformidade asfíxiante que normalmente nasce do predomínio e da força do mais forte, nem uma separação que não reconheça a bondade dos outros (...) A unidade é uma diversidade reconciliada, porque não tolera que, em seu nome, se legitimem as injustiças pessoais ou

comunitárias (...) A arte da unidade precisa e requer artesãos autênticos que saibam harmonizar as diferenças nos ‘laboratórios’ das aldeias, das estradas, das praças e das várias paisagens. A unidade não é uma arte de escrivantina, nem é feita apenas de documentos; é uma arte de escuta e reconhecimento”.¹

Tomemos estas inspiradoras palavras do Santo Padre e apliquemos ao universo de comunicação eclesial em nosso País. É preciso construir uma pluralidade reconciliada entre todos os comunicadores e entre todos os preciosos veículos que se dedicam à evangelização em nome da Igreja no Brasil. Como nos pede o Papa Francisco, sejamos “artesãos autênticos” para harmonizar a diferença de nossos carismas, de nossos objetivos e interesses, enfim, de nossa missão. O desafio da Evangelização nesta realidade de “mudança epocal” urge que construamos um caminho forte e decidido de unidade. Formemos, cada vez com maior solidez, um verdadeiro corpo evangelizador!

Este texto que você tem nas mãos chega para nos ajudar nessa tarefa. Ele nasceu do empenho de todas as comissões de pastoral da CNBB e dos membros do Conselho Episcopal de Pastoral composto pela presidência da Conferência e dos responsáveis pelas Comissões Pastorais. Não foi redigido de uma só vez, mas passou por um longo processo de estudo que exigiu alguns meses, entre os anos de 2016 e 2017. Ainda assim, é um texto incompleto e necessitado de enriquecimento, porque falta a “expertise” e a participação de todos os comunicadores que estão empenhados em mídias católicas no Brasil.

A partir do lançamento deste texto na Coleção Verde – Estudos da CNBB – e do seu posterior aprofundamento, também com a ajuda da Signis Brasil, prepararemos um documento

1 Disponível em: https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/homilies/2018/documents/papa-francesco_20180117_omelia-cile-temuco.html.

exortativo e empenhativo de orientações, para ser apresentado na Assembleia Geral do Episcopado, em 2019. Para o momento, contamos com a sua atenção e a sua participação. Não se intimide se alguém não o convocar pessoalmente para o debate. Procure informações sobre o estudo e participe! Não fique esperando ser convidado, tome a iniciativa e entre nessa reflexão. Caso queira, você também pode escrever diretamente à Comissão de Comunicação para o endereço eletrônico: comsocial@cnbb.org.br. O que importa é que cresçamos no que o Papa Francisco chamou de “arte de escuta e reconhecimento”, para construirmos a muitas mãos a pluralidade reconciliada, com vistas à almejada unidade.

Dom Darci José Nicioli, CSsR

Arcebispo de Diamantina

Presidente da Comissão Episcopal Pastoral
para a Comunicação

INTRODUÇÃO

Conclamamos aos responsáveis, agentes e operadores que atuam na mídia católica e/ou de terceiros para que acolham, recordem, estudem e observem as seguintes orientações pastorais.

1. As mídias atingem fiéis de várias Igrejas Particulares

Os meios de comunicação católicos têm um papel relevante na educação da fé. As mídias tradicionais (Imprensa, Rádio e TV) e aquelas que chegaram com o advento da internet podem ter seu conteúdo e programação produzidos no espaço de uma Igreja Particular, mas atingem os fiéis de várias outras dioceses do Brasil. Desse fato decorre a necessidade de o episcopado apresentar, na corresponsabilidade e em espírito fraterno, algumas considerações que enfatizem o importante serviço do conjunto da mídia em promover e explicitar, publicamente, a catolicidade da Igreja.² As mídias católicas têm sua razão de ser como um serviço a ação missionária e evangelizadora da Igreja: “postos ao serviço do Evangelho, tais meios são susceptíveis de ampliar, quase ao infinito, o campo para poder ser ouvida a Palavra de Deus e fazem com que a Boa-Nova chegue a milhões de pessoas”.³

2 CONCÍLIO VATICANO II. Constituição Dogmática *Lumen Gentium* (LG), n. 23. In *Documentos Concílio Ecumênico Vaticano II*. Brasília: Edições CNBB, 2018.

3 PAULO VI. Exortação Apostólica *Evangelii Nuntiandi* (EN), n. 45.

2. Fidelidade ao pensamento da Igreja como um todo

As pregações, as celebrações, os eventos e os programas realizados pela denominada mídia católica refletem eclesio-logias, isto é, o modo como os seus promotores e produtores concebem e vivenciam o mistério da Igreja. Por este motivo, é necessário empenhar-se em propor e comunicar a partir das grandes linhas do Concílio Vaticano II, promovendo uma cultura de fidelidade ao pensamento integral da Igreja e evitando reproduzir apenas a visão particular de um determinado movimento, grupo ou associação de fiéis.⁴ Em tempos de crescente privatização da experiência religiosa, de fundamentalismos, de devocionalismos e de manipulação do sagrado, assiste-se um demasiado acento em especificidades de carismas e estilos de compreender a fé, nem sempre consonantes com o magistério. Tenha-se bem presente a responsabilidade de educadores da fé reservada aos comunicadores.

3. Assessoria eclesial externa para as mídias

É desejável que as mídias, especialmente as de maior abrangência, contem com um conselho de assessoria eclesial nomeado pelo bispo (arqui) diocesano de onde se encontra suas sedes ou filiais produtoras de conteúdo. Em comunhão com a CNBB, e para auxiliar na reflexão e na prática da comunhão eclesial por meio de um constante diálogo e de avaliações regulares, este conselho deve levar em conta o posicionamento e as orientações sempre atualizadas das principais dimensões da ação evangelizadora da Igreja no Brasil.⁵

4 CONGREGAÇÃO PARA OS BISPOS. *Diretório para o Ministério Pastoral dos Bispos – Apostolorum Successores*. Documentos da Igreja 39. Brasília: Edições CNBB, 2018, n. 108.

5 CNBB. *Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil*. Documentos da CNBB 99. Brasília: Edições CNBB, 2ª edição, 2017, n. 150.

4. Promoção do senso de pertença

Em tempos de crise do vínculo comunitário, é urgente que toda mídia colabore, efetivamente, para que os fiéis cultivem e concretizem o senso de pertença individual e familiar às comunidades, às paróquias e às dioceses.⁶ Para isso, divulguem e promovam esse valor, evitando exagerar em campanhas que afetem o dízimo e a colaboração do fiel em suas comunidades. Tal processo, quando não respeitado, devido à excessiva vinculação midiática, enfraquece o sentido de pertença comunitária. Portanto, cabe questionar uma eclesiologia que sustenta mais o evento midiático que o processo comunitário, que é teologicamente inerente à condição cristã.

5. Propaganda de produtos comerciais associados à imagem de clérigos e religiosos

Bispos, padres e religiosos são pessoas públicas, que possuem expressivo grau de confiabilidade na sociedade, e não representam apenas a si mesmos, mas a toda Igreja. Por causa disso, a imagem deles não pode ser usada descuidadamente sem prejuízo para a evangelização, especialmente quando se dispõe a estimular o consumo de um produto. Ocorre que, na lógica do mercado, a produção de desejo mimético “vende” também a fé, e uma fé consumida é uma proposta estranha ao caminho cristão. Crescem no país propagandas nas quais padres e religiosos vendem os mais diversos produtos, causando estranheza em alguns fiéis e teleguiando outros ao consumo. A comercialização de produtos e o convite a colaborar com a obra evangelizadora são inevitáveis para a sustentabilidade de qualquer mídia. No entanto, para garantir essa demanda sem ferir o bom

6 Ibidem, n. 134.

senso, desaconselhamos a participação de clérigos e religiosos como “promotores de venda” midiática, especialmente quando se trata de produtos comerciais que não têm como fim a evangelização. A manutenção da mídia não pode exigir a concessão da identidade.

6. O serviço de conscientização política e as mídias

Inspiradas pela Palavra de Deus e pela Doutrina Social da Igreja, as mídias tornam-se também instrumentos privilegiados de resgate da ética na vida pública, da educação para a cidadania e da construção da casa comum. Para tanto, elimine-se qualquer discurso de negação da política e a instrumentalização partidária das mídias católicas. Atenção especial merecem os períodos eleitorais, que exigem um acurado cuidado para que não ocorra a vinculação da Igreja a um partido ou mesmo a um candidato. Posturas assim desqualificam o papel profético que é tão caro às mídias católicas.

I PARTE

ORIENTAÇÕES PARA CAMPOS ESPECÍFICOS DA AÇÃO EVANGELIZADORA DA IGREJA NAS MÍDIAS

7. Observação exemplar das normas litúrgicas

As transmissões por rádio e televisão das funções sagradas, particularmente tratando-se da Santa Missa, façam-se com discrição e decoro, sob a direção e responsabilidade de pessoa idônea, escolhida para tal ofício pelos bispos.⁷ Sucessivos documentos eclesiais retomaram o assunto e reafirmam a necessidade de que esses meios “não perturbem a oração e a participação dos fiéis” e de que a celebração se realize “com tal prudência e decoro que constitua um modelo de celebração do sagrado mistério segundo as leis da restauração litúrgica”.⁸

A Santa Missa transmitida na televisão ganha inevitavelmente certo caráter de exemplaridade. Daí o dever de prestar atenção a que a celebração, além de se realizar em lugares dignos e bem preparados, respeite as normas litúrgicas.⁹ Tanta insistência manifesta a preocupação da Igreja em tornar dignas e exemplares essas celebrações litúrgicas, veiculadas por meios cuja ressonância ultrapassa os limites de uma diocese.

7 CONCÍLIO VATICANO II. Constituição Conciliar *Sacrosanctum Concilium* (SC), n. 20. In *Documentos Concílio Ecumênico Vaticano II*. Brasília: Edições CNBB, 2018.

8 EN, n. 22.

9 SC, n. 57.

Por isso, é necessário cuidar da adequada formação litúrgica e espiritual de todos os que atuam nesses meios da Igreja Católica. Todos devem ter conhecimento adequado das normas e orientações oferecidas pelos livros litúrgicos, particularmente as contidas na *Instrução Geral do Missal Romano*. Contudo, nessas pessoas devem resplandecer humildade, sabedoria e espírito de comunhão, colocados a serviço das celebrações para que se tornem belas, expressivas e fiéis à Liturgia Católica. Isso por ser grande o impacto de tais celebrações não só entre os membros da Igreja, mas também entre os demais ouvintes e telespectadores. De fato, toda celebração pede, como primeira instância, que ninguém se considere “dono”, nem protagonista da liturgia, nem ator. Trata-se de um serviço competente e fiel à liturgia da Igreja. “As celebrações litúrgicas são celebrações da Igreja e fundadas na longa tradição litúrgica”.¹⁰

Fundamentados nessa fidelidade eclesial, os responsáveis pelas mídias católicas procurem quer nas celebrações litúrgicas, nas expressões de piedade, como na adoração ao Santíssimo e, sobretudo, na presidência da Eucaristia evitar estilos e gostos de grupos particulares, que não dominem o sentimentalismo e o individualismo, contrariando o espírito e a identidade de toda celebração litúrgica. É necessário que todos que atuam nessas mídias tenham adequada formação litúrgica, conheçam a natureza eclesial da liturgia, seu sentido teológico e espiritual, e sigam com fidelidade as orientações eclesiais. Nossas Igrejas no Brasil valorizem os repertórios musicais já aprovados pelo competente Setor de Música da Comissão Pastoral para a Liturgia da CNBB.

Especial cuidado exige a escolha dos cantos e da música, “parte integrante da liturgia”.¹¹ Antes de tudo, procure-se

10 CNBB. *Guia Litúrgico-Pastoral*. Brasília: Edições CNBB, 3ª edição, 2017, p. 57.

11 SC, n. 112.

absoluta fidelidade aos textos litúrgicos: Ato penitencial, Hino de louvor, Santo, Pai-Nosso, Cordeiro de Deus, Salmo Responsorial e Aclamação ao Evangelho. Os demais cantos processionais (entrada, apresentação das oferendas, comunhão), mantenham sua identidade, como orienta o *Hinário Litúrgico da CNBB*, inspirando-se, quanto mais possível, nos textos litúrgicos proclamados ou nas antífonas propostas pelo Missal, para que não haja um divórcio entre o que se canta e o mistério celebrado. O Salmo, quando no uso litúrgico, se considere a história antiga e recente dos mesmos, onde a predominância do texto sobre a música seja o ideal para salvaguardar a proclamação. Canto e música precisam estar de acordo com a índole própria da celebração, do tempo litúrgico e dos momentos celebrativos.¹²

Os que presidem e atuam nas celebrações veiculadas pelas mídias devem procurar manter, de maneira ainda mais exigente, “um tom orante para que transpareça a dimensão de sacralidade do mistério celebrado. Seja dado o devido valor aos símbolos litúrgicos, cuide-se das expressões artísticas do espaço celebrativo, dos objetos e das vestes litúrgicas”.¹³

A Eucaristia, em eventos musicais e/ou comerciais, seja celebrada somente se for aberta a toda a comunidade, participantes ou não do evento.

8. Fortalecimento da cidadania

As mídias devem estar atentas ao serviço da verdade e do bem, colaborando para a construção da cidadania e da democracia, dando visibilidade às ações sociais e caritativas da Igreja.

12 CNBB. *Guia Litúrgico-Pastoral*. Brasília: Edições CNBB, 3ª edição, 2017, p. 56.

13 Idem.

“A persecução do bem comum em um espírito de serviço; o desenvolvimento da justiça, com uma atenção particular para com as situações de pobreza e sofrimento; o respeito pela autonomia das realidades terrenas; o princípio da subsidiariedade; a promoção do diálogo e da paz no horizonte da solidariedade; são estas as orientações que os cristãos leigos devem inspirar a sua ação política. Todos os crentes, enquanto titulares de direitos e deveres de cidadãos, são obrigados a respeitar tais orientações; aqueles que tem cargos diretos e institucionais na gestão das complexas problemáticas da coisa pública, seja nas administrações locais, seja nas instituições nacionais e internacionais, deverão tê-los especialmente em conta”.¹⁴

9. Formar os jovens

Ajudar na formação da juventude para o exercício da cidadania e dos direitos humanos conforme o ensino social da Igreja. Incentiva-se a constante referência desses elementos na programação de todas as mídias.¹⁵ Atualizar a linguagem das mídias ao novo estilo de comunicação, muito presente no meio juvenil, que inclui aspectos tecnológicos, sem omitir acento sobre a dimensão do relacionamento saudável, do respeito pela pluralidade e da necessária formação cristã.

10. Ecoar a consciência da Igreja em permanente estado de missão

As mídias realizam um grande e verdadeiro serviço missionário na evangelização. É necessário formar os discípulos em uma espiritualidade e consciência de ação missionária, já que a missão

14 Doutrina Social da Igreja, 565.

15 CNBB. *Evangelização da Juventude: desafios e perspectivas pastorais*. Documentos da CNBB 3. Brasília: Edições CNBB, 2007, n. 66.

é um ato eclesial. As atividades missionárias poderiam ganhar maior visibilidade evidenciando que o Brasil envia e recebe missionários. Convém ainda que se divulguem os organismos missionários atuantes na Igreja no Brasil dando especial atenção à Campanha Missionária realizada no mês de outubro.¹⁶

11. Familiarizar as pessoas com a Palavra de Deus

O fiel precisa estar familiarizado com a Palavra de Deus para que possa enfrentar os desafios de nosso tempo, especialmente no campo da fé e da ética. O espaço reservado pelas mídias para a formação bíblico-catequética é muito importante ao processo de conhecimento de Jesus Cristo e da Igreja.¹⁷ Promova-se sempre a formação integral dos comunicadores que trabalham com assuntos bíblico-catequéticos nas mídias considerando linguagem, metodologia, espiritualidade, criatividade, etc. É oportuno convidar pessoas com maior competência nos assuntos particulares para palestrar e participar de debates contribuindo de forma mais rica com a formação catequética dos fiéis.

12. Comprometimento explícito do laicato

As mídias católicas expressem o perfil evangelizador dos cristãos leigos e leigas na sociedade. Apresentem conteúdos com forte atuação de pessoas que, pelo espírito cristão, despertem nova mentalidade de participação e compromisso sociotransformador.¹⁸ Devem atuar nas mídias de modo a promoverem a identidade, a vocação, a espiritualidade e a missão dos cristãos leigos e leigas, conforme ensina o Documento 105 da CNBB,

16 CNBB. *Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil (DGAE) 2015-2019*. Documentos da CNBB 102. Brasília: Edições CNBB, 2ª edição, 2016, n. 37.

17 BENTO XVI. Exortação Apostólica *Verbum Domini* (VD), n. 97-98. Documentos Pontifícios 6. Brasília: Edições CNBB, 2011.

18 DGAE 2015-2019, n. 59.

Cristãos leigos e leigas na Igreja e na sociedade. Devem, igualmente, atuar na constante defesa do direito à informação e do concreto incentivo à liberdade de imprensa segundo critérios éticos.

13. Promover a cultura do encontro

Os agentes que atuam nas mídias necessitam de uma atualização permanente em questões relacionadas ao ecumenismo e ao diálogo inter-religioso. Nesse processo, é de fundamental importância conhecer as bases e os caminhos percorridos pelo Magistério da Igreja e a própria lei civil.¹⁹ Haja uma delicada atenção, maior cuidado e sensibilidade no uso da linguagem ao referir-se às outras igrejas e tradições religiosas. Muitas dificuldades na relação ecumênica nascem pelo uso de uma linguagem preconceituosa e fundamentalista incentivadora de disputas. Esse tipo de ação pode suscitar reações da sociedade civil, tendo como consequência a aplicação das normas em cumprimento da lei sobre liberdade religiosa, preconceito e intolerância. Quando houver necessidade, consultem-se especialistas em causas ecumênicas e inter-religiosas.

14. Engajar ministros ordenados e consagrados

As mídias católicas são instrumentos privilegiados para dar a conhecer o rosto de Cristo e fazer conhecer a vida da Igreja. Que elas ofereçam aos ministros ordenados e aos consagrados novas possibilidades para exercer o seu serviço da palavra e à Palavra, auxiliando assim na evangelização e formação do povo de Deus. O mundo digital abre perspectivas e concretizações notáveis para a obra da evangelização.²⁰ Que se favoreça ade-

19 CONCÍLIO VATICANO II. Decreto *Unitatis Redintegratio* (UR), n. 6. In *Documentos Concílio Ecumênico Vaticano II*. Brasília: Edições CNBB, 2018.

20 CONCÍLIO VATICANO II. Decreto *Presbyterorum Ordinis* (PO), n. 3. In *Documentos Concílio Ecumênico Vaticano II*. Brasília: Edições CNBB, 2018.

quada formação para atuar nas mídias e se proporcionem formas de acompanhamento daqueles que já atuam nas mesmas.

15. Educar para a vida comunitária

As mídias eduquem para uma comunicação dialógica com fundamentos teológicos, pastorais e psicossociais que garantam sustentação às experiências de vida comunitária compartilhada. Os bens culturais da Igreja merecem também uma especial visibilidade para recuperação do valor histórico e cultural do cristianismo no Brasil.²¹

16. Garantir a integridade da fé

É direito de todos receber a mensagem do Evangelho na sua pureza e integridade. Os comunicadores estejam atentos à integridade da fé e dos costumes e no respeito ao Magistério da Igreja.²² As mídias católicas possuem responsabilidade sobre o conteúdo doutrinal veiculado em sua programação. É preciso que se faça a devida distinção entre aquilo que é conteúdo doutrinal irrenunciável e o que é próprio da legítima Religiosidade Popular ou dos costumes devocionais de cada região.

17. Despertar para a realidade social e eclesial da Amazônia

Constata-se um grande silêncio midiático a respeito da crescente violência, perseguição e criminalização de lideranças camponesas, indígenas e de entidades que defendem os direitos

21 PONTIFÍCIO CONSELHO PARA A CULTURA. *Para uma Pastoral da Cultura*, n. 33 e 37. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/cultr/documents/rc_pc_pc-cultr_doc_03061999_pastoral_po.html.

22 LR, n. 47.

humanos na região da Amazônia brasileira. Conscientes de que a Igreja sempre esteve comprometida com o combate e a superação da violência, as mídias católicas empenhem-se em dar maior visibilidade dessa realidade para despertar compromissos.

18. Anúncio do Evangelho da família

As mídias convidem as famílias a viver na sociedade como promotoras da vida evidenciando a beleza do amor e do perdão. A valorização da família a partir de seus bons exemplos e a superação das dificuldades pode ser um grande auxílio para a sociedade atual.²³ A Comissão Nacional da Pastoral Familiar possui um rico calendário de celebrações da família que pode servir de pauta para as mídias. De modo especial, se valorize a Semana Nacional da Família, em agosto, a Semana da Vida e o dia do Nascituro, em outubro, que possuem subsídios temáticos próprios.

19. Divulgar coletas nacionais

A Igreja no Brasil promove, anualmente, duas grandes campanhas inseridas no tempo litúrgico. A Campanha da Fraternidade, durante a Quaresma, e a Campanha da Evangelização, durante o Advento. Um sinal de comunhão das mídias com a evangelização da Igreja no Brasil poderia ser uma maior e mais eficaz cobertura e divulgação dessas iniciativas. Incentiva-se também o engajamento nas temáticas abordadas nestas campanhas durante o ano.

23 JOÃO PAULO II. Carta Encíclica *Evangelium Vitae* (EV), n. 2

II PARTE

ALGUNS COMPROMISSOS INDICADOS

Formação

20. Convidamos proprietários, coordenadores, diretores, produtores, apresentadores e artistas que atuam nas mídias católicas de todo o País a acolherem as seguintes sugestões:

- Promover estudos, internamente, sobre os documentos da Igreja relacionados à comunicação, à ética e ao ecumenismo, para que esse conteúdo fortaleça o eixo transversal de toda a ação pastoral da comunicação.
- Capacitar as equipes que cuidam das transmissões de celebrações da Eucaristia e de outros atos litúrgicos veiculados.
- Desenvolver projetos e trabalhos de educação para comunicação, a partir de uma cultura de planejamento e avaliação.
- Participar de encontros periódicos promovidos pela Igreja para refletir sobre a comunicação.

Políticas de comunicação

21. Os agentes que atuam nas mídias católicas contribuam para que em suas políticas de comunicação, interna e externa, estejam presentes os seguintes elementos:

- Participação da reflexão sobre a natureza e as características das políticas de comunicação social em todo o País promovidas por organismos eclesiais e instituições públicas.
- Veiculação das ações evangelizadoras da Igreja tais como Campanha da Fraternidade, Campanha da Evangelização, Semanas Nacionais dentre outros.
- Práticas de educação que favoreçam o entendimento sobre os fundamentos da comunicação na sociedade.
- Estratégias que possibilitem aos interagentes participar e contribuir para a excelência da programação.
- Elaboração de projetos comuns, com grupos de comunicadores de diversas áreas, que favoreçam o surgimento de programações criativas, envolventes e dinâmicas, para a evangelização e o crescimento das pessoas.
- Divulgação das pastorais da Igreja, a partir das paróquias, dioceses e regionais da CNBB, de modo a socializar informações corretas e úteis.
- Veiculação de valores humanos e éticos, para que norteiem e promovam a justiça social.
- Publicação tempestiva de Notas e Mensagens Oficiais da CNBB.

Avaliações regulares

22. A cristalização de métodos corrobora para o apego a ideias e práticas, daí a necessidade de constante avaliação metodológica, para fazer frente às mutações da realidade. Nesse sentido, aconselha-se que as mídias sigam os seguintes passos:

- Promover encontros regulares de avaliação para que os agentes comunicadores cresçam em conhecimento e compromisso, iluminados pelos ensinamentos da Igreja.
- Utilizar-se da ajuda de especialistas para uma abordagem mais adequada de temas delicados, sobretudo aqueles mais evidentes e polêmicos para opinião pública.
- Retratar-se de equívocos e erros é obrigação moral das mídias e do agente comunicador cristão. Na eventualidade, é imperioso esclarecer o fato à autoridade eclesial competente e seguir sua orientação, além de retratar-se convenientemente junto ao público.

CONCLUSÃO

23. É crescente o apelo do episcopado para que as mídias no âmbito católico deem testemunho público e explícito de compromisso, de comunhão e de unidade na Igreja. Não é saudável reproduzir, em nossos ambientes, a concorrência exagerada tão presente nos meios não confessionais, onde imperam atitudes sectárias e, às vezes, escandalosas. Formamos um único corpo evangelizador. Uma forma eficiente do exercício de comunhão é a transmissão conjunta pelas mídias católicas de eventos nacionais da Igreja no Brasil. Outra forma é a realização de reuniões regulares com os responsáveis pelas mídias em nível regional e nacional, para partilha de experiências e cultivo de comunhão e unidade.

24. A CNBB, em seu constante cuidado com a pastoral orgânica, constituiu, desde 2003, a Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação, com a função de articular a reflexão e a ação da Igreja neste campo. Neste sentido, as mídias católicas podem recorrer sempre a essa Comissão para buscar orientação e apoio, com o objetivo de permanecer, com fidelidade, no caminho e na construção de uma comunicação da Igreja. Uma comunicação que anuncia a verdade de Jesus Cristo.

Depois da celebração do Ano Mariano Nacional e dos 300 anos do encontro de sua imagem de Nossa Senhora Aparecida nas águas do Rio Paraíba do Sul, confiamos as mídias católicas e as mídias de inspiração católica à sua intercessão. Deus nos abençoe!

ISBN 978-85-7972-643-9



9788579726439