



A comunicação na missão da Igreja Católica¹

Tamires Andretta²

Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS

Resumo

Este estudo analisa a organização Igreja Católica e identifica a importância da comunicação na sua missão de evangelizar. Expõe a comunicação presente neste tipo de organização e a atuação do profissional de Relações Públicas como multidisciplinar e gestor de relacionamentos. Dessa forma, constata-se que o profissional de comunicação, em especial o de Relações Públicas pode atuar na evangelização. Além disso, pelo estudo feito, pode-se dizer que a Igreja Católica possui uma hierarquia verticalizada e sua forma de expressão, através da comunicação, envolve certa complexidade em função dos princípios e doutrinas que segue e estimula aos seus seguidores. Por isso, para evangelizar, o comunicador deve entender de Teologia e ser seguidor da doutrina da Igreja.

Palavras-chave: Comunicação; Evangelização; Igreja Católica; Relações Públicas.

Introdução

A fé é responsável por grandes mudanças na vida das pessoas, e a Igreja Católica é uma organização que atua com este mistério chamado Deus. É através da comunicação que o Evangelho é levado às pessoas. Diante desse contexto, este artigo pretende identificar a atuação do profissional de Relações Públicas no processo evangelizador da Igreja Católica Apostólica Romana. Para isso é utilizada a pesquisa bibliográfica, bem como entrevistas em profundidade realizadas com pessoas que possuem vínculo com a Igreja Católica e/ou com a comunicação inserida na mesma, procurando, nesse sentido, saber o que pensam sobre o assunto, tendo em vista a abordagem teórica apresentada.

¹ Trabalho apresentado no IJ 06 – Interfaces Comunicacionais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

² Estudante de Graduação 9º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da UCS, email: tamires.andretta@hotmail.com

A Organização abordada

A Igreja Católica Apostólica Romana, que tem cerca de dois mil anos de existência, é portadora de muitos documentos que a justificam, falam de sua história, trajetória, suas normas, princípios e doutrinas. Entre os documentos existentes estão alguns que tratam da comunicação, envolvendo também a abordagem sobre as mídias de massa e seu uso na evangelização, visto que a Igreja possui redes de rádio e televisão, além de atuar também com as novas mídias sociais, advindas do surgimento da internet.

A Igreja Católica é uma organização, mas falar dela não é tarefa fácil, pois envolve uma série de elementos como missão, história, hierarquia, valores, documentos, modo de vida, fé, crenças, poder, entre outras variáveis, que são muito complexas e diferentes de outros tipos de organização. Segundo Neto (2008, p. 47), “[...] uma organização é uma combinação intencional de pessoas e recursos materiais voltada para a consecução de um determinado objetivo”. Nesse sentido, a Igreja Católica possui uma missão e um objetivo, que são o de evangelizar. De acordo com Serbin (2008, p. 26), “[...] a Igreja Católica é uma organização global com centenas de milhões de fiéis e mais de 1 milhão de servidores, entre eles centenas de milhares de padres e freiras”.

Ao estudar o tema Igreja é preciso entender o seu significado que lembra povo reunido, crença ou até a casa de Deus. “A palavra “Igreja” [...] significa “convocação”. Designa assembleias do povo, geralmente de caráter religioso [...]. (CNBB, Catecismo da Igreja Católica, 2000, p. 215).

A fé, geralmente, é o principal motivo que leva as pessoas à Igreja. O Compêndio da Doutrina Social da Igreja³ cita que “[...] a Igreja é, na humanidade e no mundo, o sacramento do amor de Deus e, por isso mesmo, da esperança maior, que ativa e sustém todo autentico projeto e empenho de libertação e promoção humana” (CNBB, 2005, p. 45).

³ O Compêndio da Doutrina Social é um livro, “[...] elaborado, por encargo recebido do Santo Padre João Paulo II, para expor de modo sintético, mas completo, o ensinamento social da Igreja.” (Compêndio Social da Igreja (CNBB), 2005, p. 13)



Almeida segue a mesma linha exposta pela Doutrina Social da Igreja e menciona:

Igreja é a reunião de pessoas ligadas entre si pela confissão da mesma fé cristã e pela participação nos mesmos sacramentos. Segundo a antiga tradição, a Igreja é chamada de sociedade, quer dizer, associação moral e segura de muitos fiéis, para realizarem uma finalidade pela ação comum. A Igreja também pode ser definida como sociedade perfeita, querendo dizer que ela basta a si mesma. É denominada também de sobrenatural, porque a origem vem de Cristo, filho de Deus, e o fim são a salvação eterna independente de raça, cultura e poder. A Igreja é santa e pecadora, é a salvação ou pode ser a condenação. (ALMEIDA, online, 2005)

Assim, percebe-se que a Igreja é composta por um grupo de pessoas que se identificam em sua crença teológica.

A Igreja católica foi fundada por Jesus Cristo há cerca de dois mil anos. Segundo Gomes (2010, p. 111): “Ela possui mais de 1,1 bilhão de fiéis, o que a torna a maior religião cristã do mundo”. A Igreja está presente no mundo todo e conta com 124 milhões de fiéis só no Brasil, porém as séries históricas vêm mostrando gradualmente, desde os anos 1950, uma queda na população que se declara católica apostólica, principalmente durante a década de 1990⁴.

Conforme já mencionado, a missão da Igreja Católica é evangelizar⁵ e isso envolve o compromisso com os mais pobres e necessitados. Porém, nem sempre foi assim. A Igreja Católica já passou por um período obscuro, chamado de Inquisição. “A Inquisição foi um método implantado pela Igreja Católica na Idade Média com o objetivo de combater as práticas de heresia da época, a Igreja era vista como representante de Deus na Terra, então a ela cabia as punições”. (SAMPAIO; RIBEIRO, online, 2010).

Durante a Inquisição, a Igreja esteve:

[...] administrando um complexo mercado de arrecadação de fundos por meio da venda de indulgências e relíquias religiosas, aumentando progressivamente o acúmulo de metais preciosos utilizados na

4 Os dados são do censo do IBGE, realizado no ano 2000. (Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/censo/revista9.pdf>>. Acesso em: 28 set. 2010)

⁵ Evangelização: “Acção que consiste em levar o Evangelho, a Boa Nova da salvação, àqueles que ainda não a receberam; é, pois, simultaneamente chamamento à conversão e convocação para a Igreja da Deus”. (BROSSE; HENRY; ROUILLARD, 1989, p. 296)



expansão do número de igrejas e construção de portentosas obras como a exemplo da basílica de São Pedro (sede mundial da Igreja, situada na cidade do Vaticano, em Roma), tornou-se ainda mais influente. Tais práticas ainda somavam a seus domínios as melhores e mais valiosas terras, consolidando assim seu status de grandeza, afastando-se de seus princípios religiosos originais e enquadrando-a no materialismo característico do período final da Idade Média e princípio da Idade Moderna – a acirrada disputa mercantilista pelo acúmulo de metais preciosos e poder político. (MOREIRA; CARVALHO E SILVA, online).

No período da Inquisição, as pessoas que iam contra os dizeres da Igreja eram punidas de alguma forma. A Inquisição só teve fim no início do século XIX. Após esse período, de 1869 a 1870, ocorreu o Concílio Vaticano I⁶, que terminou em função da unificação da Itália. E quase um século depois, aconteceu, na cidade do Vaticano, o Concílio Vaticano II, realizado de 1962 a 1965 com presença de bispos do mundo inteiro.

Com o evento (Concílio Vaticano II) foi possível, de certa forma, modernizar a Igreja Católica, a qual passou a voltar-se para o diálogo, fazendo da comunicação uma área a ser aprofundada por esta organização.

Para que se possa analisar de que forma a comunicação acontece, é preciso entender as relações de poder da Igreja Católica, a qual “[...] trata-se de uma instituição multinacional, com sede na cidade do Vaticano, que é um Estado independente”. (RESENDE, online, 2009, p. 45). No Vaticano, o Papa dispõe da totalidade dos poderes executivo, legislativo e judicial.

O Papa é a autoridade máxima da Igreja Católica. De acordo com o Catecismo da Igreja Católica, o Papa, “[...] Bispo de Roma e sucessor de S. Pedro, [...] possui na Igreja poder pleno, supremo e universal. E ele pode exercer sempre livremente este seu poder” (CNBB, 2000, p. 253). Abaixo dele se encontram os Cardeais, os quais são escolhidos pelo Papa, dentre os Bispos do mundo inteiro. Os Cardeais moram em Roma e se tornam párocos de paróquias da cidade de Roma, ou ainda, atuam na estrutura administrativa do Vaticano, entre outras funções. Os que possuem menos de 80 anos votam na escolha de um novo Papa. Abaixo dos Cardeais estão os Bispos, que são a autoridade máxima da diocese. “O Bispo diocesano tem o poder de deslocar os padres

⁶ “[...] foi convocado pelo Papa Pio IX para acabar com os erros difundidos depois da Revolução Francesa (racionalismo, liberalismo)”. (BROSSE; HENRY; ROUILLARD, 1989, p. 800)



XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Londrina – PR - 26 a 28
de maio de 2011

que estão incardinados⁷ em sua diocese de uma paróquia para outra como bem entender, para o melhor aproveitamento do seu clero”. (RESENDE, online, 2009). Os Padres, também chamados de Presbíteros, vêm abaixo dos Bispos. Atuam numa paróquia de uma diocese e devem obedecer ao Bispo. Podem ser auxiliares do pároco ou párocos (autoridade máxima de uma paróquia).

Além desses, existem os religiosos, que também seguem a doutrina da Igreja Católica e evangelizam, porém fazem votos⁸ de pobreza, obediência e castidade e pertencem a congregações religiosas⁹, as quais possuem uma estrutura própria. Cada congregação religiosa tem um lema, também chamado de carisma, o qual norteia todas as ações da congregação.

Tendo presente a estrutura da Igreja apresentada acima, fica claro que os fiéis da Igreja Católica Apostólica Romana fazem parte de uma organização que possui uma hierarquia verticalizada. Isso, de certa forma, dificulta a comunicação, pois, acaba não sendo democrática.

A comunicação na Igreja Católica

A comunicação é fundamental na evangelização. Ela se faz presente em cada ação que a Igreja realiza: no anúncio do evangelho, nos congressos e reuniões, nas celebrações em comunidade, na tentativa de aproximação com os indivíduos, entre outras.

A evangelização, missão da Igreja Católica, vai muito além de pregar o evangelho, de acordo com o documento de Puebla (CNBB, 1979, p. 137): “A evangelização tem de calar fundo no coração do homem e dos povos. Por isso sua dinâmica procura a conversão pessoal e a transformação social”.

O evangelizador, para bem cumprir sua missão, precisa estar aberto ao diálogo, à compreensão e à manifestação, pois, de acordo com o documento 56 da CNBB (art. 76, online, 1996), “[...] a evangelização exige sempre atitudes de serviço, diálogo e

⁷ Incardinar: “Admitir (clérigo) numa diocese”. (FERREIRA, 2009, p. 1086)

⁸ “[...] promessa feita a Deus e a um superior religioso [...]”. (BROSSE; HENRY; ROUILLARD, 1989, p. 822)

⁹ Congregação: “Grupo de religiosos com determinado fim ou ideal, sob a direção de um responsável [...]”. (FERREIRA, 2009, p. 524)



XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Londrina – PR - 26 a 28
de maio de 2011

anúncio, mesmo quando é chamada a cumprir tarefas específicas ou particulares”. Na Igreja, todos os indivíduos que participam da comunidade são considerados atores da comunicação. O manual da Campanha da Fraternidade assim cita: “[...] todos os membros da comunidade são, cada qual a seu modo, atores da comunicação: ministros ordenados, presidentes do culto, animadores de comunidade, ministros da Palavra, catequistas, dirigentes do canto” (CNBB, 1989, p. 74). Para realizar sua missão, o evangelizador precisa também levar em conta tudo o que envolve a comunidade eclesial. “Na comunicação tudo é importante: disposição dos espaços, postura de quem preside, gestos, música, serviço de som, folhetos e outros aspectos que compõem o próprio quadro da comunicação na comunidade eclesial”. (CNBB, Manual da Campanha da Fraternidade, 1989, p. 74).

O Conselho Episcopal Latino-Americano (CELAM) referenda a importância da comunicação quando diz que “[...] a comunicação social entra em tudo, tem a ver com tudo. É e deve estar, neste sentido, onipresente, como dimensão constitutiva, em toda a atividade evangelizadora [...]”. (CELAM, 1988, p. 281). Assim, a comunicação acontece em diversos momentos. De acordo com o manual da Campanha da Fraternidade de 1989,

A Comunicação na Igreja se dá, em nível local, nas paróquias e Comunidades Eclesiais de Base. Há os Conselhos comunitários, o Conselho presbiteral e os Conselhos de pastoral. Em muitas dioceses e paróquias realizam-se assembleias pastorais. Em nível de Igreja, no Brasil, a CNBB – Conferência Nacional dos Bispos do Brasil – possibilita a comunicação entre os bispos, de forma que haja uma orientação geral comum, expressa no Objetivo e nas Diretrizes Gerais da Ação Pastoral. Em nível de América Latina, o CELAM – Conselho Episcopal Latino-Americano – é o organismo responsável para promover a troca de experiências pastorais. No âmbito da Igreja Universal, as visitas dos Bispos ao Papa, suas viagens aos vários países e os Sínodos tornam-se momentos oportunos para a comunicação evangelizadora. (CNBB, Manual da Campanha da Fraternidade, 1989, p. 50).

Percebe-se que na evangelização a comunicação é indispensável, fazendo da Igreja Católica mais um campo em que o profissional de Relações Públicas pode se inserir, tanto para evangelizar através dos meios de comunicação utilizados por essa



XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Londrina – PR - 26 a 28
de maio de 2011

organização quanto para organizar conferências e visitas do Papa, Bispos e Cardeais aos
mais diversos países ou regiões.

A comunicação tem um papel importante no relacionamento entre as pessoas.
Na Igreja Católica esse relacionamento se dá em diversos momentos, entre eles na
celebração litúrgica. De acordo com Sung:

A celebração litúrgica, enquanto mistério em comunicação e festa, não
pode ser vista apenas como “momento alegre e belo”. Também não
como atualização ou expressão de determinado paradigma imposto
pela história, de fora para dentro, ainda que perfeito ou ritualmente
bem construído. Enquanto comunicação e festa, ela se situa no nível
das “relações interpessoais”. O relacionamento entre as pessoas da
assembléia é fundamental [...]. (SUNG *in* SUNG, 1989, p. 51).

Nota-se que na Igreja as celebrações eucarísticas não são importantes apenas
para rezar, mas também para o encontro entre as pessoas. “Pela sua própria natureza, a
comunicação social contribui para que os homens, comunicando entre si, adquiram uma
consciência mais profunda da vida comunitária”. (INSTRUÇÃO PASTORAL
COMMUNIO ET PROGRESSIO, art. 8º, 1971, p. 05).

Entre os diversos pronunciamentos da Igreja Católica são encontrados
documentos sobre comunicação. Gomes (2010, p. 96) ressalta que “[...] a Igreja Católica
é extremamente prolixa na produção de documentos sobre comunicação, muito embora,
em alguns campos, a sua prática seja mais modesta”. Segue, abaixo, alguns documentos
(decretos, instruções e encíclicas) da Igreja Católica que tratam da comunicação.

A Encíclica *Miranda Prorsus*, de 1957, é o primeiro documento que trata da
comunicação na Igreja Católica. Apresenta a cinematografia, a rádio e a televisão,
avaliando-as separadamente. A partir deste documento “[...] a Igreja Católica se propõe
a acolher as excepcionais invenções, vistas justamente como meios para impulsionar a
Palavra de Deus [...]”. (GOMES, 2010, p. 115). Segundo a Encíclica (art. 26º, online,
1957), “[...] o cinema, a rádio e a televisão devem servir a verdade e o bem”. Além
disso, os meios de comunicação citados devem transmitir valores humanos e espirituais.

O decreto *Inter Mirifica* é resultante do Concílio Vaticano II. Foi lançado em
dezembro de 1963. Apresenta, entre outros itens, a relevância dos meios de
comunicação social para a concretização da missão da Igreja e aborda normas para seu
correto uso. Além disso, através desse decreto, “[...] surgiu a necessidade de se enxergar



XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Londrina – PR - 26 a 28
de maio de 2011

a comunicação como um processo humano (superando as fronteiras de rádio, televisão, imprensa ou cinema)”. (GOMES, 2010, p. 119).

A instrução *Communio et Progressio*, publicada em maio de 1971, também aborda os meios de comunicação social. Nesse documento são focadas as ações dos meios de comunicação na sociedade, além da formação, oportunidades e obrigações dos comunicadores. Segundo Gomes, a instrução pastoral *communio et progressio* “[...] foi o resultado de um processo de cooperação internacional e apresenta uma postura positiva da Igreja com relação aos novos desafios”. (GOMES, 2010, p. 120).

A *Aetatis Novae* é uma Instrução Pastoral mais atual, de 1992, que aborda a comunicação social, bem como o seu papel. A Instrução elenca que as atividades relacionadas ao profissional de Relações Públicas consistem em aproximar a Igreja da comunidade, para isso o profissional deve se utilizar de uma comunicação ativa através dos *mass media*. Além disso, cita que cada Diocese e cada Conferência Episcopal deve elaborar um plano pastoral de comunicação. A instrução também ressalta a necessidade de formar agentes pastorais e sacerdotes no âmbito da comunicação.

O documento 59 da CNBB tem como título “Igreja e Comunicação Rumo ao Novo Milênio”. Esse título foi tema da 35ª Assembléia Geral da CNBB, que ocorreu de 09 a 18 de abril de 1997. O documento, que possui basicamente as conclusões e os compromissos assumidos na assembléia, traz como proposta,

[...] rever os modelos e práticas de comunicação da Igreja no Brasil, tanto no campo das relações interpessoais, grupais e organizacionais, quanto no uso dos instrumentos ou meios de comunicação na tarefa evangelizadora [...]. (CNBB, Documento 59: Igreja e Comunicação rumo ao novo milênio, art. 1º, online, 1997).

O documento tem por objetivo contribuir para a prática da comunicação e destaca o diálogo como fundamental nesse processo. Além disso, valoriza a atuação dos leigos junto aos meios de comunicação.

A comunicação, como se percebe, é bastante discutida pela Igreja Católica, principalmente como forma para evangelizar. Porém, é utilizada de forma diferenciada do que comumente apresenta-se.



A Igreja Católica acredita que os comunicadores devem promover a comunhão entre as pessoas e o progresso humano. E que, por atingirem um número incontável de pessoas, devem ter consciência de sua responsabilidade.

Para promover essa comunhão, o primeiro passo que o comunicador deve trilhar é manter um bom relacionamento com a comunidade. De acordo com Andrade (2003, p. 154), “[...] a primeira obrigação, por certo, é a de manter bons contatos com a comunidade, pois os fatos provam que as más relações são geralmente prejudiciais à vida de uma Instituição”.

A formação também é um fator importante. De acordo com Bueno, “[...] a importância do processo de comunicação nas empresas ou entidades está, indissolavelmente, ligada à capacitação dos profissionais e isto tem a ver com uma formação sólida, que extrapola o aspecto meramente técnico”. (BUENO, 2003, p.12).

Além disso, a Igreja cita que cabe aos comunicadores e às pessoas que atuam na liturgia “[...] fazer que os elementos litúrgicos e comunicativos estejam sempre mais integrados nas nossas celebrações, tanto nas Assembléias de nossas comunidades, como quando são celebrações de Rádio ou de Televisão”. (CNBB, Missa de Televisão, art. 15º, 1994, p.13).

A comunicação presente na Igreja Católica demonstra o vasto campo de atuação para profissionais desta área, em especial, para os Relações Públicas.

O profissional de Relações Públicas

Apesar de várias definições para o termo *Relações Públicas*, o importante é destacar que a profissão de Relações Públicas está diretamente ligada à comunicação no âmbito organizacional. Segundo Kunsch (2003, p. 166), “[...] cabe às relações públicas administrar estrategicamente a comunicação das organizações com seus públicos, atuando não de forma isolada, mas em perfeita sinergia com todas as modalidades comunicacionais”. Isso exige dos profissionais o conhecimento pormenorizado da organização e de seus públicos, para assim planejar, de forma estratégica, a comunicação.



Quanto a sua abrangência, Kunsch (2003, p. 90) escreve que “[...] Relações públicas, como área profissional, se aplicam em qualquer tipo de organização”. Nesse contexto pode-se incluir a Igreja Católica.

Kunsch também aborda a gestão de relacionamentos. Para a autora,

As relações públicas, como disciplina acadêmica e atividade profissional, tem como objeto as *organizações* e seus *públicos*, instâncias distintas que, no entanto, se relacionam dialeticamente. É com elas que a área trabalha, promovendo e administrando relacionamentos e, muitas vezes, mediando conflitos, valendo-se, para tanto, de estratégias e programas de comunicação de acordo com diferentes situações reais do ambiente social. (KUNSCH, 2003, p. 89; 90, grifos da autora).

Para melhor administrar os relacionamentos, o profissional de Relações Públicas precisa entender a singularidade de cada pessoa. Fortes acredita que “[...] as áreas de relacionamento sincronizam energias quando entendem que, na sociedade, os indivíduos são portadores de certas predisposições, reagindo distintamente ao receber os estímulos veiculados pela comunicação” (2003, p. 219). Assim, percebe-se que Relações Públicas é uma área que exige avaliação constante das ações implantadas e que a atuação do profissional é extremamente importante para criar e/ou manter um bom relacionamento com os diferentes públicos de uma organização.

Com relação à atuação do profissional, Fortes (2003, p. 19) destaca que “[...] as Relações Públicas orientam as resoluções do dia-a-dia da organização e introduzem sua tecnologia, isto é, um conjunto de conhecimentos que se aplicam e adaptam a determinado setor empresarial”.

Contudo, a profissão de Relações Públicas não se restringe apenas a atuar no espaço físico de uma organização. De acordo com Vieira, as Relações Públicas “[...] buscam um método de motivação para a mudança de mentalidade, no sentido de humanizar relações de trabalho, minimizar diferenças sociais, transformando a própria sociedade” (2002, p. 20). Assim, entende-se que a área de Relações Públicas, além de atuar com organizações e seus públicos, deve abarcar a sociedade como um todo, fazendo o que está ao seu alcance para humanizar a comunicação entre os seres humanos.

Conhecer os públicos é tarefa primordial do profissional de Relações Públicas. Ao conhecer os públicos envolvidos é possível planejar ações estratégicas para alcançar



XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Londrina – PR - 26 a 28
de maio de 2011

as metas de uma organização. Segundo Bahia, público significa “[...] um grupo de indivíduos para os quais se destina determinada mensagem (seja ela artística, publicitária, jornalística, etc.)” (1995, p. 27). Hoje existem muitas classificações de público, a mais tradicional é a que classifica os públicos pela sua proximidade ao poder organizacional, e envolve os públicos interno, externo e misto.

O profissional de Relações Públicas deve trabalhar para ter, com os públicos, um relacionamento de respeito e harmonia. E “[...] valorizar o indivíduo na organização é fator primordial, sob a ótica da Comunicação Organizacional, sobretudo nas ações específicas de Relações Públicas”. (VIEIRA, 2004, p. 45).

Além de organizado e compreensivo, o profissional de Relações Públicas deve ser, entre outras coisas, comunicativo. Segundo García (1999, p. 118), “[...] entre as qualidades mais consideradas pelos peritos na matéria, também são citadas a habilidade para escrever, uma voz agradável, saber estar e falar em público e dotes de persuasão”.

As habilidades citadas acima são adquiridas com estudo e prática. De acordo com Simões (1995, p. 229), “[...] o exercício das funções prescritas para o papel do profissional requer que o mesmo se qualifique, no decorrer do tempo, através de cursos e da vivência profissional [...]”. Diante do enfoque do autor, pode-se dizer que não basta a graduação, o profissional de Relações Públicas deve estar em constante aperfeiçoamento.

O profissional de Relações Públicas, para bem exercer sua profissão também necessita de diversos instrumentos, “[...] dos quais se utiliza para obter sucesso na busca da harmonia entre a organização e seus públicos através da otimização do processo comunicacional/informacional”. (TERRA, online, 2004).

Com a globalização, a comunicação passou por uma evolução muito rápida. Os instrumentos também se adequaram com a vinda das novas tecnologias e mídias digitais. Nesse sentido, o profissional de Relações Públicas deve conhecer cada um dos instrumentos que podem ser utilizados em sua atividade, assim, as ações serão exercidas de forma estratégica e os instrumentos adequados para cada ação facilitarão o profissional a alcançar seu objetivo.

Para atuar na evangelização, o profissional de Relações Públicas deve ter, antes de qualquer coisa, uma visão humanista. Vieira destaca que “[...] as Relações Públicas, pelo próprio termo, dizem respeito às relações humanas e, por isso, seu conteúdo



XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Londrina – PR - 26 a 28
de maio de 2011

científico deve pressupor visão humanista” (2002, p. 60). Além disso, o diálogo também deve fazer parte da ação das Relações Públicas. Segundo Silva, “[...] o diálogo está muito longe de ser apenas uma troca de informações. Ele é uma atividade intensa que envolve razão, emoção, arte e vivências. O diálogo é sempre relação” (*in* SCROFERNEKER, 2008, p. 9).

Nesse contexto, nota-se que o profissional de Relações Públicas tem condições e perfil de ser um evangelizador, atuando com os diversos meios de comunicação da Igreja Católica, como rádio, televisão, jornal, entre outros e na gestão de relacionamentos entre os públicos que envolvem a Instituição.

Para complementar o estudo foram realizadas entrevistas em profundidade com padres, religiosas e profissionais da área de comunicação que atuam na organização Igreja Católica, como forma de enriquecer a pesquisa. No relato dos respondentes pode-se comprovar que o profissional de Relações Públicas por atuar com os diversos meios de comunicação e na melhoria do relacionamento entre as pessoas, pode ser um evangelizador. Porém, para evangelizar, ele deve ser seguidor da doutrina da Igreja e entender sobre Deus e a proposta de Jesus Cristo.

Considerações Finais

Através do estudo realizado foi possível constatar que a Igreja possui uma linguagem complexa, com termos desconhecidos por muitas pessoas, como também uma hierarquia verticalizada, o que faz com que a comunicação sofra barreiras. Além disso, percebe-se que a Igreja, através de seus documentos mostra o quanto a comunicação é importante para evangelizar, e que apesar de atuar em diversos meios de comunicação, as ações são mais vagarosas. Desse modo é perceptível que a Igreja Católica precisa se atualizar nessa área.

O estudo não se esgota aqui. Certamente novos estudos e abordagens devem ser feitos, envolvendo o mundo globalizado e a religião. A pesquisa pode colaborar muito nessa área, mostrando direções a seguir para melhor levar a mensagem de Deus às pessoas.



XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Londrina – PR - 26 a 28
de maio de 2011

A Igreja é um campo potencial de trabalho. Quer seja um evangelizador ou não, o profissional de Relações Públicas pode atuar no âmbito mais amplo da comunicação da Igreja Católica.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Eunice Pinheiro de. **A Igreja na Idade Média**. Anicuns/GO. Novembro de 2005. Disponível em http://www.faculdadeanicuns.edu.br/2009/academico/historia/historia_200511_eunice.pdf. Acesso em: 21 set. 2010.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Curso de Relações Públicas: Relações com os diferentes públicos**. 6ª Ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

BAHIA, Benedito Juarez. **Introdução à Comunicação Empresarial**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

BROSE, Olivier De La; HENRY, Antonin-Marie; ROUILLARD, Philippe. **Dicionário de Termos da Fé**. Tradução: A. Maia da Rocha. São Paulo: Editora Santuário, 1989.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. Barueri, SP: Manole, 2003.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Catecismo da Igreja Católica**. Tradução Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). São Paulo: Loyola, 2000.

_____. **Compêndio da doutrina social da Igreja** / Pontifício Conselho “Justiça e Paz”; tradução Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). São Paulo: Paulinas, 2005.

_____. Estudos da. **Missa de televisão**. São Paulo: Paulus, 1994.

_____. **Igreja e Comunicação Rumo ao Novo Milênio**, 1996. (Documentos da CNBB - 59) Disponível em: http://www.cnbb.org.br/site/component/docman/cat_view/134-documentos-cnbb?start=20. Acesso em 29 set. 2010

_____. Manual da Campanha da Fraternidade 1989. **Comunicação para a verdade e a paz**. São Paulo: Ed. Salesiana Dom Bosco, 1989.



XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Londrina – PR - 26 a 28
de maio de 2011

_____. **Puebla – a evangelização no presente e no futuro da América Latina**. III
conferência geral do episcopado latino-americano. Rio de Janeiro: Ed. Vozes Ltda, 1979.

_____. **Rumo ao Novo Milênio: Projeto de Evangelização da Igreja no Brasil em
preparação ao grande jubileu do ano 2000**. 1996. (Documentos da CNBB - 56) Disponível
em: [http://www.cnbb.org.br/site/component/docman/cat_view/134-documentos-
cnbb?start=20](http://www.cnbb.org.br/site/component/docman/cat_view/134-documentos-cnbb?start=20)>. Acesso em 29 set. 2010

CONSELHO EPISCOPAL LATINO-AMERICANO. Departamento de Comunicação Social.
Comunicação: missão e desafio. Tradução Roque Frangiotti. São Paulo: Paulinas, 1988.

ENCÍCLICA **MIRANDA PRORSUS**, 1957. Disponível em:
<[http://www.vatican.va/holy_father/pius_xii/encyclicals/documents/hf_p-
xii_enc_08091957_miranda-prorsus_po.html](http://www.vatican.va/holy_father/pius_xii/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus_po.html)>. Acesso em: 29 set. 2010.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário Aurélio**. Rio de Janeiro: Ed. Nova
Fronteira S.A. 2009.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas – processos, funções, tecnologia e
estratégias**. 2ª Ed. São Paulo: Summus, 2003.

GARCÍA, Manuel M. **As Relações Públicas**. Tradução: Duarte Nuno Bettencourt da Câmara.
Lisboa: Editorial Estampa, 1999.

GOMES, Pedro Gilberto. **Da Igreja eletrônica à sociedade em midiatização**. São Paulo:
Paulinas, 2010.

IBGE. **Revista do Censo 2000**. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/censo/revista9.pdf>>.
Acesso em: 28 set. 2010.

INSTRUÇÃO PASTORAL. **COMMUNIO ET PROGRESSIO**. Encíclica sobre os meios de
comunicação social. São Paulo: Paulinas, 1971.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação
integrada**. 4ª Ed. São Paulo: Summus, 2003.

MOREIRA, Andressa Barroso de O.; CARVALHO, Paula Cristina da S. O.; SILVA, Ravana
Calasans M. **A Reforma Protestante e a Contra Reforma Católica**. Disponível em
<[http://linux.alfamaweb.com.br/sgw/downloads/142_023927_AR
eformaProtestante_andrezza.p
df](http://linux.alfamaweb.com.br/sgw/downloads/142_023927_AReformaProtestante_andrezza.pdf)>. Acesso em: 21 set. 2010.



NETO, Manoel Marcondes Machado. **Relações Públicas e Marketing: convergência entre comunicação e administração**. Rio de Janeiro: Conceito Editorial, 2008.

RESENDE, Ulisses Borges de. **A importância do discurso religioso na luta pela redução das desigualdades sociais no Brasil: A influência do pensamento social da Igreja católica na legislação trabalhista brasileira de Vargas a Lula**. 2009. Tese (Doutorado) - Universidade de Brasília, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, 2009. Disponível em: <http://btdt.bce.unb.br/tesdesimplificado/tde_arquivos/52/TDE-2010-05-10T151114Z-4728/Publico/2009_UlissesBorgesdeResende.pdf>. Acesso em: 24 set. 2010.

SAMPAIO, Fernando da Silva; RIBEIRO, Jakson dos Santos. **As mulheres na Inquisição: os instrumentos de tortura usados contra elas**. Clio Virtual – Revista Eletrônica de Apoio aos estudantes de História de Caxias – MA. 2010. Disponível em: <http://www.cliovirtual.com.br/pdf/art-mulher-na-inquisicao.pdf>. Acesso em: 07 out. 2010.

SERBIN, Kenneth P. **Padres, celibato e conflito social – Uma história da Igreja Católica no Brasil**. Tradução Laura Teixeira Motta. São Paulo. Companhia das Letras, 2008.

SILVA, Juremir Machado da. Apresentação. In: SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade (Org.). **O diálogo possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. p. 7-10.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: Função Política**. 3ª Ed. São Paulo: Summus, 1995.

SUNG, Jung Mo. In: SUNG, Jung Mo (Coord.). **Comunicação e missão da Igreja**. São Paulo: Ed. Paulinas, 1989.

TERRA, Carolina Frazon. **Tudo pelo social: A responsabilidade social como uma das atribuições de relações públicas**. São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/responsabilidadesocial/0232.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2010.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Comunicação organizacional: gestão de relações públicas**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Relações Públicas: opção pelo cidadão**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.