

continuam a considerar, erroneamente, o nosso queridíssimo Direi-

to, como um autêntico "bicho-papão".

## Políticas eclesiais de comunicação

OSÉ MARQUES DE MELO

(Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo - UMESP)

PESSINATTI, Nivaldo Luiz. *Políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil*. São Paulo: UNISAL, Petrópolis: Vozes, 1998. 350 p.

O livro de Nivaldo Luiz Pessinatti - *Políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil* - é produto de sua pesquisa para o Doutorado, que teve a satisfação de orientar, na Universidade Metodista de São Paulo. Como tal, a obra revela múltiplas significações, eclesiais e acadêmicas.

A principal delas advém da circunstância de ter sido a primeira tese de doutorado em Comunicação Social defendida na UMESP. Mais do que isso: ela garantiu a Pessinatti o primeiro lugar na lista dos doutores da nova universidade. É que a UMESP havia sido instalada em julho de 1997, sucedendo a Federação de Escolas Superiores do ABC, mantidas pelo Instituto Metodista de Ensino Superior. Nivaldo Luiz defendeu sua tese em outubro do mesmo ano, recebendo o primeiro título de doutor expedido pela universidade.

Além dessa primazia cronológica, meramente conjuntural, quero ressaltar o bom desempenho acadêmico de Nivaldo Luiz Pessinatti, cuja disciplina, rigor e humildade o

destacaram como estudante-modelo do nosso curso de pós-graduação. Confesso que tive prazer intelectual de com ele trabalhar, orientando seus estudos de doutorado e supervisionando sua tese. Cumprindo as tarefas didáticas com seriedade, excelência e temperamento afável, apesar da condição de reitor de um centro universitário, sem nunca reivindicar privilégios ou facilidades. Concluiu o programa em tempo compatível com os novos prazos recomendados pelo Ministério da Educação, estimulando seus colegas de turma a preservar o mesmo ritmo. Manteve comigo um diálogo produtivo e instigante. Acolheu criticamente minhas ponderações comunicacionais. Muitas vezes deu-me lições sofisticadas e sutis sobre peculiaridades institucionais da Igreja Católica, que me escapavam como leigo pouco familiarizado com a literatura eclesiológica.

Contudo, o valor maior desse livro está na sua originalidade teórico-metodológica. O autor percorreu um caminho distinto daquele escolhido por tantos pesquisadores que o precederam na análise de objetos comunicacionais-eclesiais. Minimizou, sem ignorar, o referencial europeu ou norte-americano, hegemônicos na bibliografia das ciências da comunicação, ancorando-

se teoricamente no pensamento comunicacional gestado na América Latina.

Seu contato com a Escola Latino-Americana de Comunicação deu-se no Programa de Doutorado da UMESP. Ele escolheu uma interlocução privilegiada com o mexicano Jorge González, comunicólogo-culturalista cujo perfil bio-bibliográfico Nivaldo Luiz esboçou para a coletânea "O pensamento latino-americano em Comunicação" (Revista *Comunicação & Sociedade*, UMESP, 1996, 115-142).

Fascinado pelas ousadias metodológicas de González, um jovem cientista que vem dando contribuições substantivas para renovar a pesquisa comunicacional, numa perspectiva interdisciplinar, Pessinatti decidiu, na análise das fontes, não apenas fixar-se na "auto-revelação escrita". Como já haviam feito Romeu Dale, Clarêncio Neotti, Ismar de Oliveira Soares ou Joana Puntel. Optou por incorporar a proposta gonzalezana das "histórias de vida", ainda que fazendo ajustes metodológicos consentâneos com natureza do seu objeto de pesquisa. De alguma maneira, ele retoma a trilha que já havia sido palmilhada por Pedro Gilberto Gomes ou José Carlos Stollmeier.

Para melhor conhecer e avaliar as políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil decidiu reconstituir o protagonismo de certos atores-chave desse processo histórico. Trabalhou com as histórias de vida e os depoimentos orais de comunicadores católicos paradigmáticos.

O ideal teria sido fazer um levantamento exaustivo, incluindo

todos os protagonistas. Mas essa era uma tarefa que não se coadunava com o tempo e os propósitos de uma tese de doutorado. Recomendou-lhe então trabalhar com uma amostra significativa do universo, elegendo atores episcopais, prebisteriais ou laicos, e deixar o caminho aberto para incursões futuras de outros pesquisadores.

Daí o registro dos depoimentos de três bispos que influenciaram decisivamente nas políticas comunicacionais da Igreja Católica no Brasil, estribando-se em paradigmas nem sempre convergentes: D. Paulo Evaristo Arns, D. Eugenio Sales e D. Alfredo Novak. Igualmente estão resgatadas as perspectivas construídas por dois padres (Arnaldo Beltrami e Augusto Cesar Pereira) e quatro leigos (Cleide Silva, Dermi Azevedo, Ismar Soares, José Maria Mayrink), todos eles muito atuantes no cenário da mídia católica brasileira.

No entanto, Pessinatti percebeu claramente que, para desvendar a teia das relações comunicacionais na Igreja Católica e a busca de diretrizes consensuais, tornava-se indispensável abrir as portas das entidades católicas comprometidas com a pastoral da comunicação.

Não bastavam os elementos já analisados nas fontes "oficiais" da CNBB. Era fundamental descobrir que utopias ou práticas comunicativas estavam sendo desenvolvidas concretamente. Para tanto, ele percorreu e observou, qual repórter investigativo, o território ocupado por algumas instituições estratégicas: o Setor de Comunicação da CNBB e sua equipe de reflexão, o INBRAC e

sua Rede Vida de Televisão; a UCBC e suas co-irmãs associações de comunicadores católicos; e também a ponta do iceberg cibernáutico católico: os projetos Palavra Viva e Cidadanet.

Mas não esqueceu de conhecer como se "faz a cabeça" dos padres católicos sobre temas comunicacionais, examinando os programas da disciplina Comunicação Social nos seminários. Desta maneira, tornou-se viável perceber qual a "ideologia comunicacional" que os formadores presbiteriais inculcam nos agentes religiosos. Também foi possível deduzir o que estes, por sua vez, reproduzem nas paróquias ou comunidades eclesiais que lhes são confiadas institucionalmente.

De posse de todos esses dados, alguns claros e minuciosos, outros genéricos e opacos, Nivaldo Luiz Pessinatti teve condições de discernir quais as políticas de comunicação vigentes na Igreja Católica no Brasil. Sua conclusão não é otimista, apesar do signo de esperança que foi disseminado pela Assembleia Geral da CNBB em 1997.

Fica evidente que os bispos católicos, enquanto colegiado nacional, ainda não despertaram para o verdadeiro papel da mídia no contexto da evangelização que se prenuncia no novo milênio. São raros os casos de posturas episcopais conseqüentes e conscientes. A maioria ainda patina em temores certamente cultivados durante a fase de formação sacerdotal. E por isso relegam a questão midiática a patamares secundários, o que constitui uma tática frágil e perigosa, fazendo de conta que o problema pode ser con-

tornado angelicamente.

Sem dúvida nenhuma a contribuição que oferece Nivaldo Pessinatti neste livro será decisiva para convencer e mobilizar, não apenas os bispos, mas toda a comunidade eclesial, sobre a definição clara de políticas de comunicação como o caminho necessário para recuperar o tempo perdido.

A evangelização assume, hoje, uma dimensão extremamente complexa, num cenário de globalização econômica, democratização política, socialização cultural e secularização religiosa. O acesso das grandes massas à mídia aberta ou segmentada reduz as potencialidades da comunicação intra-eclesial. Daí o desafio de construir o Reino a partir do tempo, mas irradiando-o para todos os espaços onde possa projetar-se humanamente.

Da mesma forma, o manancial recolhido, exposto e interpretado por Nivaldo Pessinatti constitui um convite aos midiólogos católicos para retomar o percurso (de certo modo interrompido ou postergado) do conhecimento sistemático sobre os fenômenos comunicacionais (massivos, institucionais ou interpessoais). Trata-se de subsidiar, respaldar, incentivar, dentro da Igreja, projetos de pesquisa científica sobre a comunicação social, como os que foram iniciados pelo antigo CERIS. A ausência de elementos dessa natureza induz os dirigentes episcopais, os agentes presbiteriais e as lideranças do laicato a continuar refletindo sem fundamentação adequada e a tomar decisões provisórias ou casuísticas.