

Diretório de Comunicação



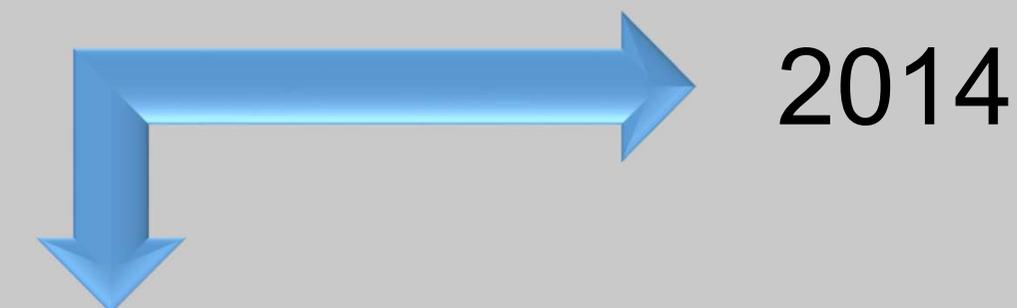
Elaboração: Ir. Elide Fogolari

Processo de construção do texto

Como foi o processo de criação e aprovação do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil?

A partir da concepção até a publicação do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil aconteceram inúmeros fatos ao longo do caminho.

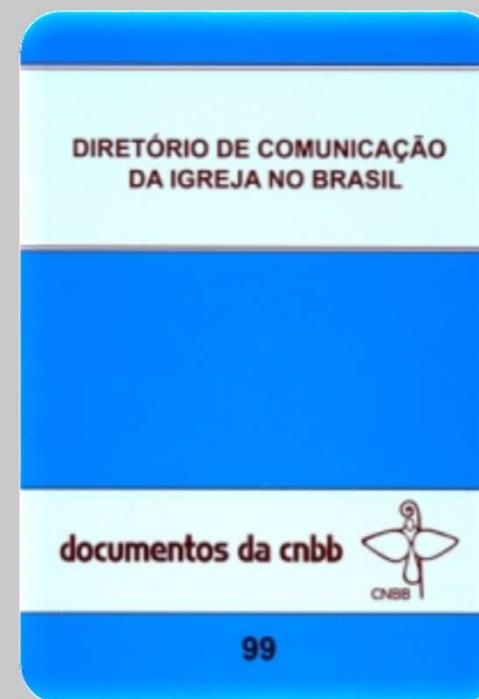
Quanto tempo foi dedicado para escrever o Diretório de Comunicação?



17 anos

1997

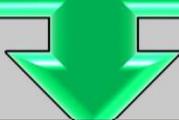
9
fases



Fases

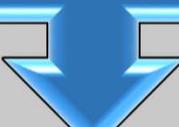
1997 - 1ª Fase embrionária.

Equipe de Reflexão de Comunicação da CNBB



2007 – 2ª Fase - Reflexão e 1ª redação.

Equipe de reflexão de comunicação da CNBB



2009 – 3ª Fase - Tradução do Diretório italiano

Base para o Diretório da Igreja no Brasil



2010 – 4ª Fase - Primeira redação do Diretório

O texto foi apresentado no Conselho Permanente

Fases

2011 - 5ª Fase – Primeira versão do Diretório

Doc. 101 - Comunicação na vida e missão da Igreja no Brasil.

2011 – 6ª Fase – Produção e redação

Foi constituída uma equipe oficial para a redação do Diretório

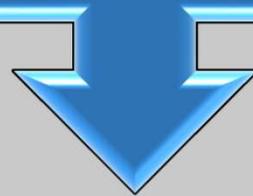
2013 - 7ª Fase – Apresentação na 51ª Assembléia

Geral da CNBB *que aconteceu em Aparecida, de 10 a 19 de abril de 2013, quando o diretório não foi aprovado pelos bispos*

Fases

2013 – 8ª Fase - Após a Assembléia

Foi constituída uma equipe menor e oficial para redigir o Diretório de comunicação da Igreja no Brasil



2014 – 9ª Fase - Redação final do Diretório

O texto foi apresentado durante o Conselho Permanente que aconteceu em Brasília nos dias 11 a 13 de março de 2014 e foi aprovado por unanimidade pelos bispos

Qual a importância, para a Igreja, de se aprovar um Diretório de comunicação?

1º - O Diretório de comunicação da Igreja no Brasil sintetiza uma longa história:

2º - Contempla as vivências e práticas da ação evangelizadora com a comunicação.

3º - Trabalha as políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil.

Qual a importância, para a Igreja,
de se aprovar um Diretório de comunicação?

4º - Projeta o presente e o futuro
comunicativo da Igreja

5º - Sintetiza a longa história
de vivências e práticas da
ação evangelizadora com a
comunicação

6º - Coloca-se em
diálogo com os demais
segmentos sociais

O Diretório propõe só a comunicação da Igreja?

O Diretório chega no momento em que a Igreja é interpelada pelas mudanças trazidas à sociedade contemporânea pela revolução digital

Tanto os tradicionais meios de comunicação social, quanto as novidades trazidas pelo emergente mundo da internet são contempladas no texto para que se coloquem a serviço dos valores humanos, éticos e cristãos

O Diretório propõe a comunicação só da Igreja?

O documento propõe e motiva a Igreja a ampliar suas relações com toda a comunidade, na perspectiva de uma “cultura do encontro”, como foi proposto pelo Papa Francisco.

O Diretório propõe o envolvimento com as pessoas e a sociedade na qual se vive, condição essencial para o êxito de toda a ação evangelizadora

O Diretório dialoga só com a Igreja?



Qual a estrutura do Diretório?

O Diretório é composto por um conjunto:

De dez capítulos

Divididos em 270 artigos

Que buscam dar conta dos diferentes aspectos do fenômeno comunicativo relacionado com a prática pastoral e a cultura da comunicação

Quais conferencias episcopais contam com o Diretório de comunicação?

O primeiro Diretório de Comunicação é da Conferência dos bispos da Itália

O segundo é da Conferência dos bispos da Índia

O terceiro é da Conferência dos bispos da Igreja no Brasil

Na América, algumas Conferências dos bispos traduziram o Diretório Italiano na íntegra e o editaram.

A quem se destina o Diretório de comunicação da Igreja no Brasil?

Destina-se aos responsáveis pela formulação e condução das práticas de comunicação nos diferentes âmbitos da vida eclesial;

Nas relações da Igreja com a sociedade;

Em especial com o mundo da mídia.

1º Capítulo

Comunicação e Igreja no mundo em mudanças

Apresenta os desafios da comunicação para a Igreja num mundo em mudanças.

Aponta para o surgimento de um novo estágio de vida individual e coletivo, demarcado por uma sociedade fortemente conectada,

o que exige uma rápida resposta por parte dos agentes quanto das próprias estruturas da Igreja.

Trabalha a cultura da comunicação e seus desafios.

Destaca a importância dos processos e meios de comunicação e aponta para a necessidade do diálogo que gera comunhão

2º Capítulo

Teologia da comunicação

A comunicação dom de Deus mediante a relação que se estabelece entre o criador e suas criaturas.

O ser humano chamado a participar da comunicação criativa de Deus.

A comunicação, em sua natureza e manifestação, é a expressão do amor maior

A Trindade modelo de comunicação plena

A plenitude da comunicação entre o Criador e a criatura atinge seu ápice em seu Filho Jesus.

2º Capítulo

Teologia da comunicação

A imagem da videira simboliza a natureza relacional da comunicação

Faz um convite a todos para viver a comunicação pelas palavras e gestos a exemplo de Jesus

A comunicação, em sua natureza e manifestação, é a expressão do amor maior

A Igreja mistério de comunhão-comunicação

O aspecto da beleza e a comunicação

3º Capítulo

Comunicação e vivência da fé

Catequese

A comunidade lugar de vivência e comunicação da fé

Catequese, processos e meios de comunicação

Centralidade da Palavra de Deus na catequese

O dialogo como base da comunicação na catequese

A evangelização, na prática das comunidades de fé em nível paroquial

3º Capítulo

Comunicação e vivência da fé

As mídias na catequese (n.73)

São preciosos recursos para os catequistas e catequizandos

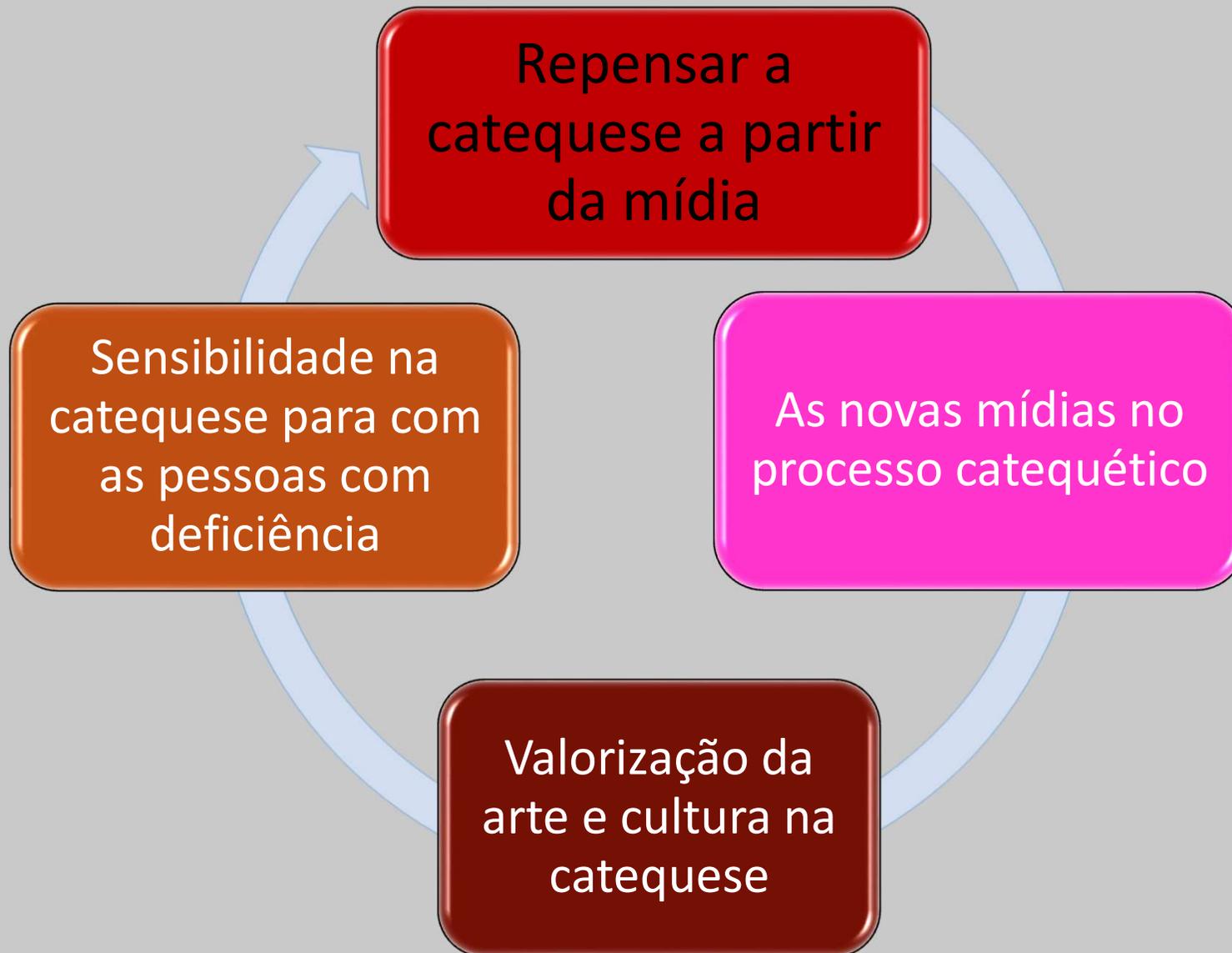
Meios tradicionais: livros, folhetos, cartazes

Meios audiovisuais: música, cinema, televisão, teatro

Meios digitais: Sites, blogs e redes de relacionamento

3º Capítulo

Comunicação e vivência da fé



3º Capítulo

Comunicação e vivência da fé



3º Capítulo

Comunicação e vivência da fé



3º Capítulo

Comunicação e vivência da fé

Imagens e sons
durante a
celebração (n.82)

Contribuir para a
visibilidade,
compreensão e
participação

Não criar
ambiente
dispersivo

Não ocupar o
centro das
atenções

4º Capítulo Ética e Comunicação

Trabalha os fundamentos da ética cristã na comunicação



Atitudes e valores na teia de relações comunicativas



O valor da pessoa e o bem comum



Princípios éticos da comunicação



A sociabilidade humana como valor ético nas relações

4º Capítulo Ética e Comunicação

Liberdade de expressão, condição fundamental na comunicação



O respeito à dignidade humana e o direito comunitário e social



Os valores do evangelho, fundamentos da ética cristã



A caridade transformadora na relação com o próximo



O Bom Samaritano, parábola do comunicador

5º Capítulo

Protagonismo dos leigos na comunicação evangelizadora

Trabalha a missão do leigo na comunicação da Igreja

O evangelho fonte de comunicação para a missão do leigo

A presença pastoral do leigo nos segmentos sociais

Integrar a mensagem do Evangelho à cultura midiática

Entender e acolher a missão do leigo comunicador na igreja

5º Capítulo

Protagonismo dos leigos na comunicação evangelizadora

A importância da
formação para a
comunicação

Jovens, sujeitos
ativos da
comunicação

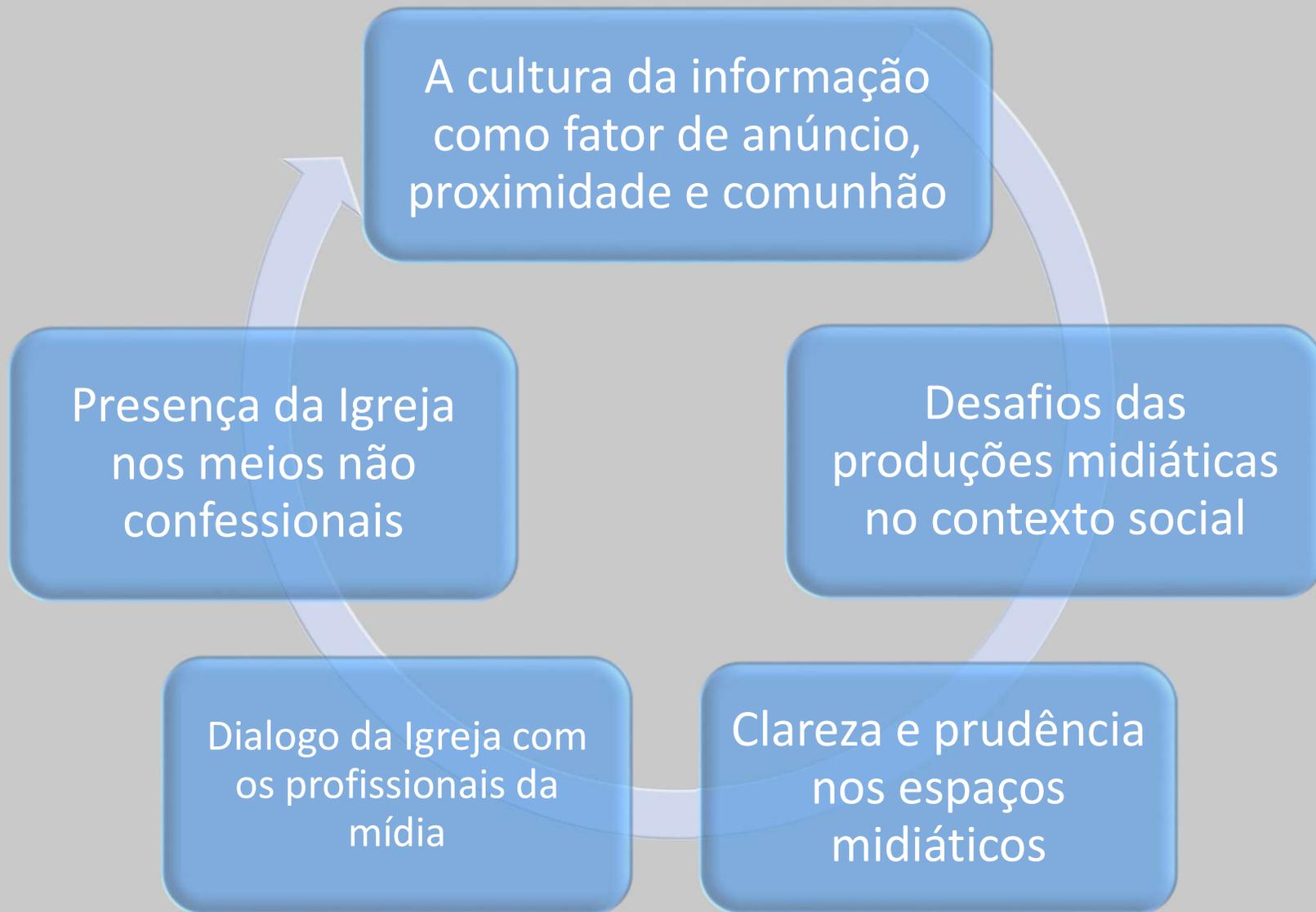
A família e sua
missão na formação
para a comunicação

A comunicação a
serviço dos pobres

Os leigos na ação
pastoral da
comunicação

6º Capítulo

A Igreja e a mídia



6ºCapítulo

A Igreja e a mídia

Iniciativas midiáticas
da Igreja:

Pintura, escultura e
arquitetura

Musica, como arte de
evangelização

Teatro, uma arte
antiga e sempre
atual

Imprensa, cinema,
rádio, televisão

7º Capítulo

Igreja e mídias digitais

Testemunho e
anuncio do
Evangelho nas
mídias digitais

Nova etapa da
evolução e
das formas de
comunicação

Conexão e
interatividade

Aldeias
globais cada
vez mais
conectadas

7º Capítulo

Igreja e mídias digitais

A nova
evangelização
na cultura
digital

Desafios
presentes na
cultura digital

Estilo cristão
na ambiência
digital

Possibilidades
pastorais
presentes na
cultura digital

8º Capítulo

Políticas de comunicação

O sentido das políticas de comunicação

As políticas públicas de comunicação na Constituição do país

Contribuição da Igreja para o debate sobre as políticas da comunicação

Liberdade de expressão

Capacitar os futuros profissionais para as políticas de comunicação

8º Capítulo

Políticas de comunicação

Políticas de
comunicação no
âmbito da Igreja

Compromissos derivados
das concessões por outorga

As políticas de comunicação na cobertura
jornalística da Igreja

9º Capítulo

Educar para a comunicação

Necessidade de uma educação para a comunicação na Igreja



Objetivos da educação para a comunicação



Educar para os processos dialógicos



Procedimentos de análise crítica dos meios de comunicação



Igreja, propulsora de comunicação

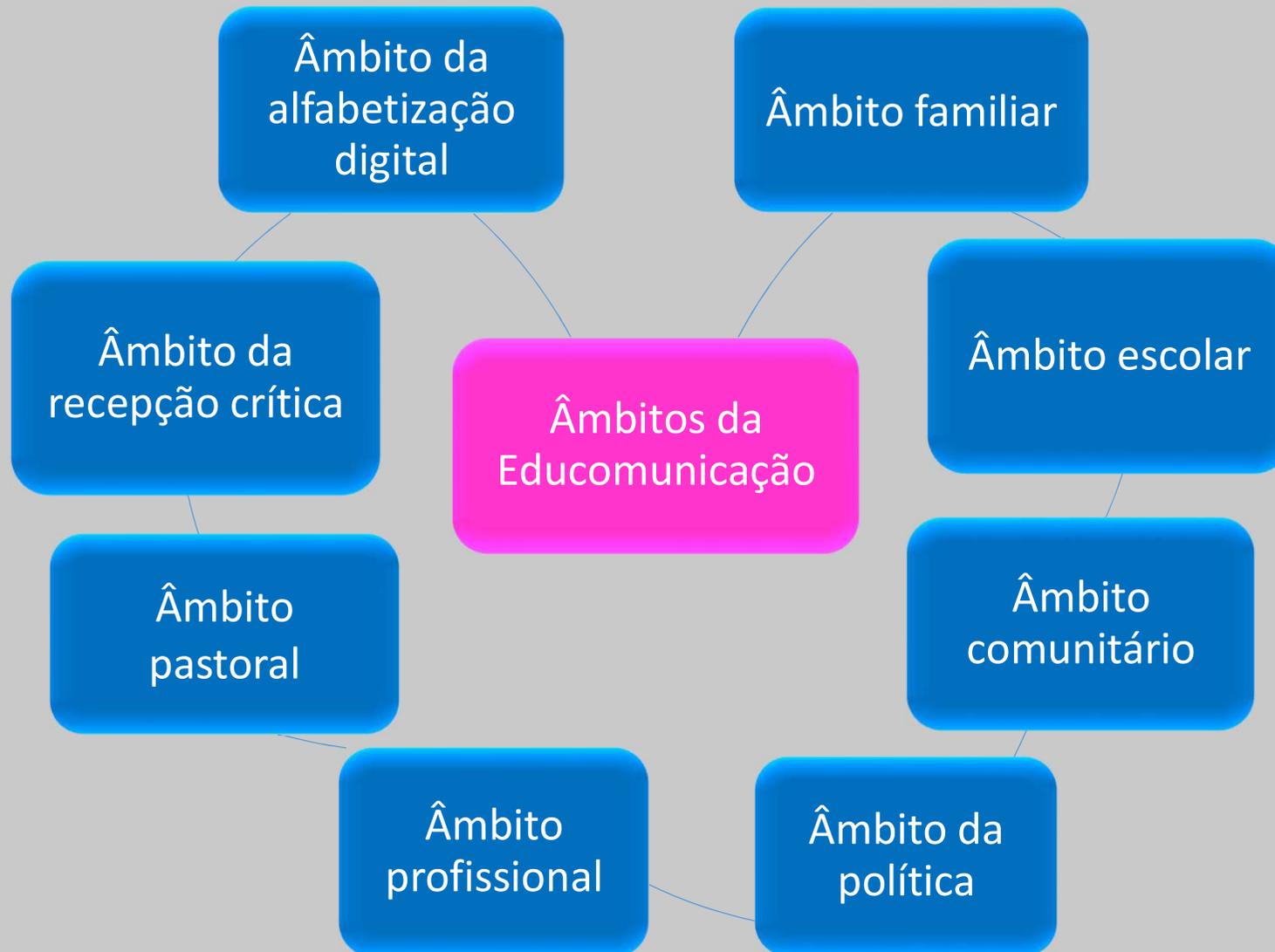
9º Capítulo

Educar para a comunicação



9º Capítulo

Educar para a comunicação



10º Capítulo

Comunicação na Igreja: a atuação da Pascom

A importância da
comunicação na Igreja

Comissão Episcopal Pastoral
para a Comunicação da
CNBB

Comunicação e meios
de comunicação

Comunicação e processos
de interação

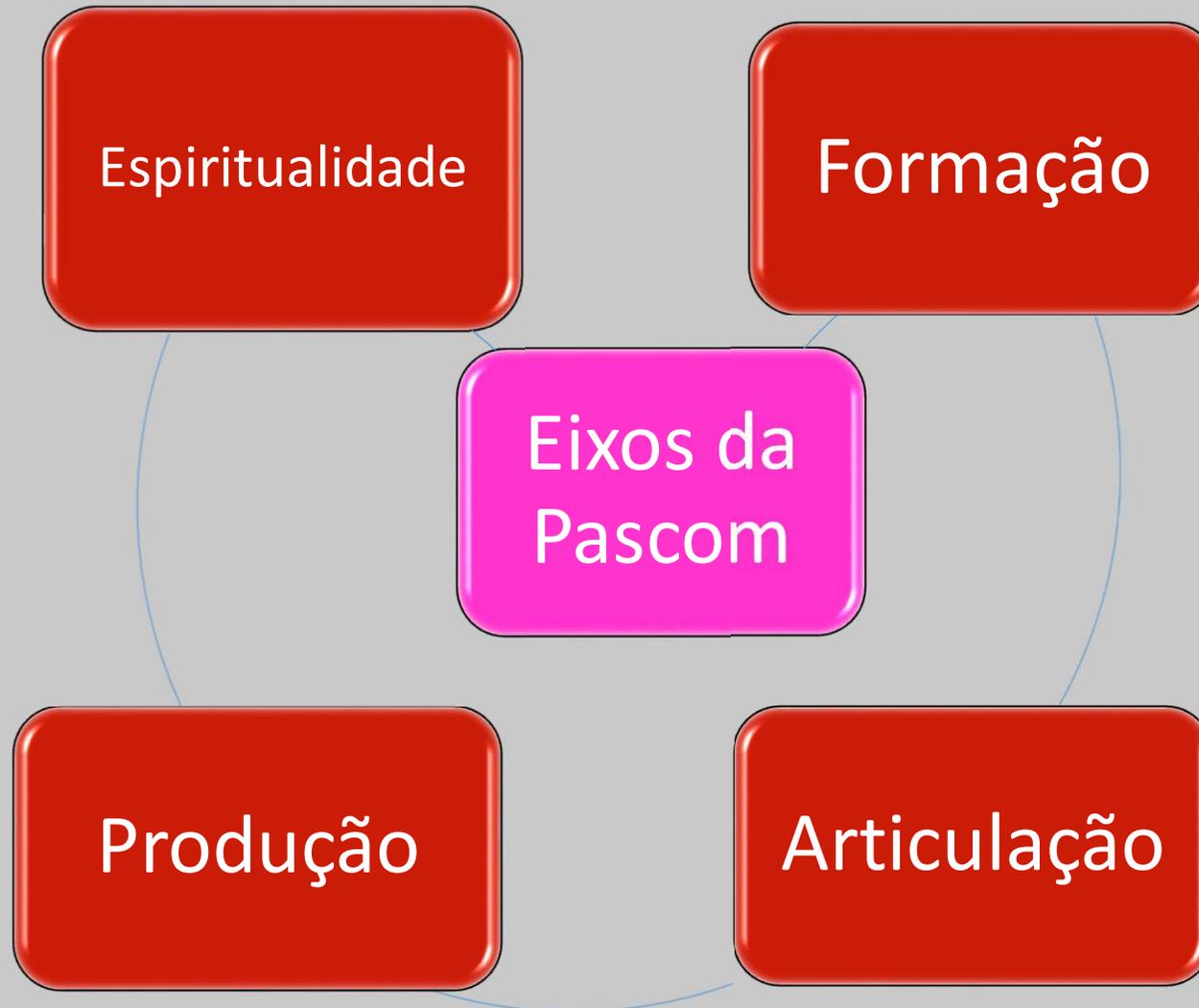
Pastoral da
comunicação

O sentido da Pastoral da
comunicação

Fundamentação bíblica da Pastoral

10º Capítulo

Comunicação na Igreja: a atuação da Pascom



10º Capítulo

Comunicação na Igreja: a atuação da Pascom



10º Capítulo

Comunicação na Igreja: a atuação da Pascom

Vicariatos
para a
comunicação

Assessoria de
imprensa

Equipes de
reflexão

Planejamento de comunicação

Ir. Elide Maria Fogolari
Coordenadora da Pascom na Arquidiocese de Olinda e Recife