

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Cláudia Tainá dos Santos

PRESENÇA DIOCESANA:
UM JORNAL COMUNITÁRIO EM PASSO FUNDO

Passo Fundo

2014

Cláudia Tainá dos Santos

PRESENÇA DIOCESANA:
UM JORNAL COMUNITÁRIO EM PASSO FUNDO

Monografia de graduação apresentada à Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação do Prof. Otavio José Klein.

Passo Fundo

2014

AGRADECIMENTOS

Àqueles que confiaram e me incentivaram a fazer aquilo que amo: o Jornalismo. Em especial aos meus pais que apesar das dúvidas nunca disseram não ao que pedi. Ao Guilherme pela paciência e amor de sempre, e ao orientador deste trabalho, Prof. Otavio José Klein pela dedicação e profissionalismo em responder todas as dúvidas que surgiram no meio do caminho.

EPÍGRAFE

“A história da comunicação é uma espécie de viagem, desde o projeto de Babel, baseado no orgulho, e que acabou na confusão e incompreensão recíproca a que deu origem, até ao Pentecostes e ao dom de falar diversas línguas, quando se dá a restauração da comunicação, baseada em Jesus, através da ação do Espírito Santo” (Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais de 2000).

RESUMO

O presente trabalho busca compreender a forma como o periódico *Presença Diocesana*, jornal oficial da Arquidiocese de Passo Fundo, foi elaborado ao longo de seus 32 anos de história, sendo caracterizado, até hoje, como um jornal comunitário. Para isso, o estudo partiu de uma revisão de literatura, onde se buscou, através de diversos autores, entender a relação da Igreja com a comunicação e as teorias do jornalismo comunitário. Desta forma, foi realizado um resgate histórico para contextualizar o jornal nos dias de hoje e concluiu-se que o *Presença Diocesana* é sim um jornal comunitário, já que sempre valorizou as questões da comunidade local, que em seu caso é a Arquidiocese de Passo Fundo, e mais ainda: priorizou e ainda prioriza a participação efetiva desta comunidade na elaboração do conteúdo do periódico.

Palavras-chave: Comunicação. Igreja. Jornalismo Comunitário. Arquidiocese de Passo Fundo. *Presença Diocesana*.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	06
CAPÍTULO 1 - A comunicação na Igreja Católica.....	09
1.1. A Igreja Católica.....	09
1.2. A comunicação.....	10
1.3. As quatro fases da relação entre a Igreja Católica e a comunicação.....	11
1.4. A comunicação e a Igreja Católica no Brasil.....	16
1.4.1. A Pastoral da Comunicação.....	17
1.5. A comunicação e a Igreja Católica na Arquidiocese de Passo Fundo.....	18
CAPÍTULO 2 - O Jornalismo Comunitário.....	22
2.1. O que é o Jornalismo Comunitário e como se aplica.....	22
2.2. Jornalismo Comunitário e Igreja.....	25
2.3. Jornalismo Comunitário x Jornalismo Alternativo.....	26
CAPÍTULO 3 - O <i>Presença Diocesana</i>.....	28
3.1. Metodologia.....	28
3.2. Descrição e análise do <i>PD</i>	29
3.2.1 De 1982 à 2014: a história do periódico <i>Presença Diocesana</i>	29
3.2.2. O <i>Presença Diocesana</i> e as influências tecnológicas.....	34
3.2.3. <i>Presença Diocesana</i> : um jornal da comunidade.....	35
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	37
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	39

INTRODUÇÃO

O jornalismo, tal como conhecemos hoje, é resultado de grandes avanços das tecnologias de comunicação e, ainda, da vontade e do caráter essencial presente no ser humano em se comunicar. Datam do século XVII os primeiros jornais, nascidos em centros comerciais em virtude da atividade industrial crescente na época. No início, segundo Nilson Lage (2004), as publicações defendiam e difundiam ideias burguesas e orientações políticas sobre diferentes assuntos. Já no século XIX, o jornalismo apresentava como características, além das discussões políticas, a linguagem literária e o engajamento dos jornalistas por alguma causa social, o que não demorou muito para acabar e a prática jornalística tornar-se superficial e sem aprofundamento.

Para se diferenciar e manter valores antigos, alguns jornais começaram a optar por uma maneira diferente de fazer comunicação. Os jornais comunitários portanto, são aqueles que não integram o estado ou o mercado. Aqueles que favorecem a democratização interna dos meios com a participação do povo. O jornalismo comunitário (que será estudado no segundo capítulo deste trabalho) tornou-se uma possibilidade para a população encontrar espaço e discutir assuntos de seu interesse, que nos grandes veículos de comunicação não são abordados ou, quando são, o viés não é o mesmo.

O objetivo deste trabalho é, portanto, observar a essência do *Presença Diocesana (PD)*, para depois compreender se o jornal caracteriza-se como jornalismo comunitário, ou se ele é apenas um meio de comunicação entre a Arquidiocese e os fiéis das comunidades que ela abrange. Além disso, neste estudo, vamos tentar compreender de que forma as mudanças sociais que atingiram o jornalismo como um todo também influenciaram nas transformações sofridas ao longo das mais de três décadas de existência do jornal.

Para então entender o objeto de estudo, e desenvolver este Trabalho de Conclusão de Curso, a metodologia usada foi a pesquisa bibliográfica através da observação e interpretação do jornal como documento, a partir de edições do *Presença Diocesana*. A pesquisa documental no arquivo do jornal incluiu também leituras de atas e materiais publicados sobre o objeto de análise. A pesquisa teve ainda o objetivo de descrever as características de exemplares antigos e mostrar as transformações sofridas no *PD*, além de verificar como acontece a participação da comunidade em sua elaboração, já que a principal característica que identifica um jornal comunitário é a participação dos cidadãos, que podem utilizar o meio como forma de expor e resolver seus problemas. Segundo Cervo, Bervian e da Silva (2007, p.61), a pesquisa bibliográfica "constitui o procedimento básico para os estudos monográficos, pelos quais se busca o domínio do estado da arte sobre determinado tema".

No primeiro e segundo capítulos o trabalho apresenta a relação da Igreja Católica Apostólica Romana com a comunicação e o fato da Igreja perceber no jornalismo comunitário uma forma de manter-se inserida nas comunidades, visto que a comunicação é cada vez mais indispensável no cotidiano das pessoas. Veremos que desde o início da imprensa a relação da Igreja com a comunicação passou por quatro fases importantes. Na primeira fase, a relação não foi boa e a Igreja Católica além de não aceitar, tentou censurar a imprensa. Mais tarde, já na segunda fase, o Clero passou a compreender a necessidade de inserir-se neste meio, porém, com restrições. A partir do Concílio Vaticano II, na terceira fase dessa relação, a Igreja finalmente percebeu a influência dos meios de comunicação na sociedade e começou a utilizá-los como forma de aproximar-se dos fiéis. Na fase em que estamos vivendo agora, a quarta e última apresentada neste trabalho, a Igreja se preocupa em orientar os comunicadores cristãos a emitir mensagens nos meios, buscando dialogar com a sociedade e transmitir o conteúdo cristão de forma adequada.

No Brasil e também na Arquidiocese de Passo Fundo, não foi diferente, e hoje, para facilitar a comunicação com seus fiéis e possibilitar também a evangelização através do jornalismo, a Igreja mantém seus próprios meios, como é o caso do Jornal *Presença Diocesana (PD)*. O jornal em estudo é apresentado no terceiro capítulo e mostra que desde 1982 o jornal é produzido e distribuído, sendo o jornal oficial da Arquidiocese de Passo Fundo. O jornal é o objeto de estudo deste trabalho e é analisado mais a fundo no terceiro capítulo. O *Presença Diocesana* apresenta as principais notícias da Arquidiocese de Passo Fundo, além de assuntos pertinentes da Igreja Católica e formativos para todos os cristãos,

especialmente agentes de pastorais e educadores da Arquidiocese. Com edição mensal, o jornal conta hoje com 20 páginas e é, distribuído, através de assinaturas anuais e enviado aos assinantes pelos Correios ou através de seus agentes.

Capítulo 1 - A Comunicação na Igreja Católica

Neste capítulo veremos as quatro fases históricas da relação entre a Igreja e a comunicação e, ainda, o pensamento católico sobre a comunicação no Brasil. Por fim, chegaremos a Arquidiocese de Passo Fundo, onde será vista a evolução da Igreja local no aspecto da comunicação.

1.1. A Igreja Católica

Para estudarmos a comunicação na Igreja Católica Apostólica Romana, precisamos antes entender, de forma breve, o que é a Igreja e como ela funciona. O termo "católica" significa, segundo o catecismo da Igreja, ao fato dela ser universal, e porque nela está o Cristo, seu fundador. Apostólica, pois os bispos são sucessores dos apóstolos e, romana, porque sua sede está localizada em Roma. (CATECISMO, 2000)

Conforme texto publicado no site oficial do Vaticano (2014), a Igreja Católica possui uma estrutura formada por leigos e pelo clero. O clero está disposto numa hierarquia, baseado nos graus do Sacramento da Ordem: diáconos, presbíteros, bispos e arcebispos, cardeais e o Papa. O Papa é a suprema autoridade e tem poder para governar a doutrina e a fé católica. Seu cargo é vitalício e ele é, também, o bispo de Roma. Os cardeais são bispos escolhidos pelo próprio Papa para ajudar na administração do Vaticano. Além do Vaticano, a estrutura básica da Igreja é a diocese/arquidiocese, na qual o bispo/arcebispo é o pastor e tem o poder de estabelecer o sacramento da ordem.

Conforme o Vaticano (2014), cada diocese conta ainda com um determinado número de paróquias, chamadas de "igreja particular". Os bispos destas dioceses formam um só "colégio", encarregado da evangelização do mundo inteiro. O padre, portanto, é

aquele que recebeu a ordenação sacerdotal e fica no comando de uma paróquia. Já o presbítero, é quem está um sacramento da ordem a baixo do padre, mas que pode celebrar missas e receber confissões. Por fim, o diaconato é o primeiro nível da ordenação e, existem dois tipos: o transitório, que recebe o sacramento de primeiro grau para depois ser consagrado padre; e o permanente, que não tem a intenção de ascender a padre e por essa razão pode ser casado.

Para exercer o poder supremo, pleno e imediato sobre a Igreja universal, o Romano Pontífice vale-se dos Dicastérios da Cúria Romana. Estes, por conseguinte, em nome e com a autoridade dele, exercem seu ofício para o bem das Igrejas e em serviço dos Sagrados Pastores (VATICANO, 2014).

O funcionamento da Igreja Católica prevê ainda, conforme o site do Vaticano (2014), a existência de três poderes: o de ensinar, o de santificar e o de governar. O poder de ensinar é visto como o mais importante nessa estrutura. Na esfera de santificação são aplicados os sete sacramentos: batismo, crisma, eucaristia, unção dos enfermos, reconciliação ou penitência, matrimônio e ordem. O professor da Universidade Católica de Brasília, Paulo Bosco de Souza (2008), ressalva que uma estrutura como a estabelecida acima deve ser entendida no campo de governo da igreja. “Se levarmos em consideração a base da Igreja Católica como um todo, esta seria composta por todos os seus adeptos”, explica. Bosco frisa ainda o entendimento do catolicismo enquanto uma composição formada pelos leigos, clérigos e religiosos. Leigos são os fiéis. Os clérigos são os que receberam o sacramento da ordem e entraram para a hierarquia do poder, como explicado anteriormente, e os religiosos são aqueles, leigos ou clérigos, que aderem à vida consagrada (BOSCO, 2008).

1.2. A Comunicação

Em um conceito amplo, comunicação pode ser considerada o processo social básico do ser humano, pois é ela quem torna possível a própria vida em sociedade. A palavra comunicação vem do latim *communus*, que significa aquilo que é compartilhado, ou seja, um dom pessoal ofertado a outro ou um dever de todos para com todos (CNBB, 2014). É o

que confirma Chiavenato (2000) quando afirma que comunicação é a troca de informações entre indivíduos.

Em um de seus discursos sobre a comunicação, o Papa Francisco (2014) pontuou que a comunicação é dialógica, "é um escutar, falar; um ir e vir; um deixar ir e deixar vir. É um bem que não consiste em coisas, mas nas próprias pessoas que mutuamente se dão no diálogo"

Dentro deste conceito ampliado de comunicação, existem os meios de comunicação. No livro *Os meios de Comunicação como extensões do homem*, McLuhan diz que esses meios são mais do que instrumentos que nos ajudam a receber ou transmitir a informação. Segundo ele, "o meio é a mensagem" (MCLUHAN, 2001), e não somente um canal de passagem ou um veículo de transmissão. Hoje, jornais, revistas, emissoras de TV e rádio são alguns dos meios de comunicação mais utilizados. Além deles, atualmente a internet se tornou um meio de comunicação em massa, que atinge a grande maioria da população.

1.3. Comunicação e Igreja: as quatro fases dessa relação

Embora a Igreja tenha se manifestado na imprensa desde seu surgimento, ela sempre teve uma relação complexa com a comunicação e seus meios. Primeiro censurando, depois tolerando, e só mais recentemente começou a mudar sua postura e a ter uma visão diferenciada, percebendo os meios de comunicação como instrumentos para aproximar-se dos fiéis e estratégia para conquistar também novos seguidores. É o que salienta o sacerdote Gronowski (2005), professor de teoria geral da comunicação na Universidade Pontifícia da Santa Cruz (Itália), em entrevista concedida ao site da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB):

A Igreja desde a antiguidade está em contato com os meios de comunicação, ou melhor, com toda tecnologia que tem a ver com a comunicação, em uma relação simbiótica. Desde que se confiou o Evangelho ao meio do alfabeto e do livro, criou-se uma relação de interdependência com os meios de comunicação. Toda mudança no sistema midiático tem um impacto na Igreja, como que em toda a cultura (GRONOWSKI, 2005).

Dessa relação (entre Igreja e comunicação), que vem, como frisa Gronowski, desde a antiguidade, podemos destacar quatro fases. Na primeira fase - durante o surgimento da imprensa no século XV - a relação caracterizou-se pela censura e pela Inquisição¹ (ANDRADE, 2009). Neste período, a Igreja colocou-se como a intermediária entre a produção do saber e sua difusão na sociedade. Sua relação com a comunicação era somente a de tentar controlar os meios para garantir a permanência de seus valores e dogmas. Em seu trabalho: “Igreja e Comunicação: a experiência católica, passagens pelo tradicional, o popular e o moderno”, Juliana Andrade (2009) comenta:

Sobre os chamados “meios de expressão”, por quatro séculos a instituição Católica assumiu uma postura defensiva em que buscava controlar o conteúdo das mensagens emitidas pelos meios de comunicação em nome da defesa do patrimônio da fé e de sua ordem moral (ANDRADE, 2009).

Mais tarde, já na segunda fase, entre o século XIX e início do século XX, houve uma aceitação, ainda que lenta e desconfiada, da imprensa (ANDRADE, 2009). A Igreja começou com um uso controlado dos meios de comunicação como forma de transmitir as mensagens eclesiais. Pio XII foi o primeiro Papa a incentivar a liberdade de imprensa e de opinião, instalando, inclusive, uma emissora de rádio própria do Vaticano. Porém, apesar dessa aceitação maior, ainda havia restrições com a imprensa. Ela poderia ser utilizada, mas como um instrumento para levar ao povo apenas a mensagem de evangelização. Nesse contexto, a imprensa Católica crescia por toda a Europa como ferramenta de defesa dos ideais cristãos (DELLA CAVA; MONTERO, 1991).

E, por mais que houvesse uma compreensão maior da importância da comunicação, a Igreja ainda a utilizava com ressalvas. Só a partir do Concílio Vaticano II² que uma nova fase na relação entre Igreja e comunicação iniciou (ANDRADE, 2009).

Durante o Concílio, uma das principais questões debatidas foi justamente em mudar o *como* dizer a doutrina da igreja, sem interferir no *que* dizer. Entendeu-se necessário

¹ Também chamada de Santo Ofício, a Inquisição era formada pelos tribunais da Igreja Católica que perseguiam, julgavam e puniam pessoas acusadas de se desviar das normas de conduta estabelecidas.

² Na História da Igreja Católica, conforme texto publicado no site oficial do Vaticano, Concílio é uma reunião de bispos e outros dignitários eclesiásticos, feita com regularidade, para tratar e legislar em matérias de interesse para as Igrejas de determinada região. O Concílio Ecumênico onde se reúnem todos os bispos é convocado e presidido pelo Papa, e destina-se a dirimir questões de doutrina e disciplina de interesse para uma Igreja universal. O Concílio Vaticano II foi convocado no dia 25 de Dezembro de 1961 pelo Papa João XXIII e só terminou no dia 8 de dezembro de 1965, já sob o papado de Paulo VI.

tornar sua mensagem mais acessível e compatível com o mundo moderno, mantendo os princípios da Igreja. Em uma das assembleias realizadas no Concílio, a importância dos meios de comunicação na propagação do evangelho veio a tona e sentiu-se a necessidade de criar um documento que ajudasse os cristãos a entender essa relação entre a Igreja e a comunicação. O decreto *Inter Mirifica* sobre os meios de comunicação consagrou então uma nova forma de evangelização, facilitando a dinâmica comunicativa entre os povos (MACIEL, 1984).

O decreto fala sobre os meios de comunicação social, sua importância, sua relação com a Igreja e ainda com a sociedade. Salienta que os meios, entre eles a imprensa, “podem atingir e mover não só cada um dos homens, mas também as multidões e toda a sociedade humana” (VATICANO, 1965) .

A mãe Igreja sabe que estes meios, retamente utilizados, prestam ajuda valiosa ao gênero humano, enquanto contribuem eficazmente para recrear e cultivar os espíritos e para propagar e firmar o reino de Deus; sabe também que os homens podem utilizar tais meios contra o desígnio do Criador e convertê-los em meios da sua própria ruína; mais ainda, sente uma maternal angústia pelos danos que, com o seu mau uso, se têm infligido, com demasiada frequência, à sociedade humana (VATICANO, 1965).

Com o decreto, a Igreja tenta estabelecer uma relação maior com a comunicação, mas ainda se preocupa e busca orientar o clero e também os leigos, em como utilizar corretamente os meios:

É necessário, sobretudo, que todos os interessados na utilização destes meios de comunicação formem retamente a consciência acerca de tal uso, em especial no que se refere a algumas questões acientemente debatidas nos nossos dias. A primeira questão refere-se à chamada informação, ou obtenção e divulgação das notícias. É evidente que tal informação, em virtude do progresso atual da sociedade humana e dos vínculos mais estreitos entre os seus membros, resulta muito útil e, na maioria das vezes, necessária, pois a comunicação pública e oportuna de notícias sobre acontecimentos e coisas facilita aos homens um conhecimento mais amplo e contínuo dos fatos, de tal modo que pode contribuir eficazmente para o bem comum e maior progresso de toda a sociedade humana (VATICANO, 1965).

O decreto *Inter mirifica* ainda instituiu o Dia Mundial das Comunicações Sociais,

Para que se revigore o apostolado da Igreja em relação com os meios de comunicação social, (...) um dia em que os fiéis sejam doutrinados a respeito das suas obrigações nesta matéria, convidados a orar por esta causa e a dar uma esmola para este fim, a qual ser destinada a sustentar e a fomentar, segundo as necessidades do orbe católico, as instituições e as iniciativas promovidas pela Igreja nesta matéria. (*INTER MIRIFICA*, 1965, p. 18)

Conforme definição também do Concílio, a celebração é realizada em quase todos os países do mundo no domingo precedente a Pentecostes³ e a mensagem do Papa para o Dia das Comunicações é publicada todos os anos, relacionada a temas diversos, no dia 24 de janeiro, por se celebrar a memória litúrgica de São Francisco de Sales, padroeiro das comunicações sociais.

Após o Concílio Vaticano II “a Igreja desloca-se de uma postura defensiva, que procurava controlar o conteúdo das mensagens em nome de sua ordem moral, e tenta compreender este novo mundo que emerge à sombra dos sistemas de comunicação” (DELLA CAVA, 1991). Depois desta fase, inicia o momento mais recente na relação entre a Igreja e a comunicação. Na encíclica *Redemptoris missio*, de 1990, o Papa João Paulo II (1990) afirma:

O primeiro areópago dos tempos modernos é o *mundo das comunicações*, que está a unificar a humanidade, transformando-a — como se costuma dizer — na “aldeia global”. Os meios de comunicação social alcançaram tamanha importância que são para muitos o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais. Principalmente as novas gerações crescem num mundo condicionado pelos *mass media*. Talvez se tenha descuidado um pouco este areópago: deu-se preferência a outros instrumentos para o anúncio evangélico e para a formação, enquanto os *mass media* foram deixados à iniciativa de particulares ou de pequenos grupos, entrando apenas secundariamente na programação pastoral (JOÃO PAULO II, 1990, p 12).

Na encíclica, João Paulo II já dizia que os meios de comunicação crescem cada vez mais e se tornaram indispensáveis na atual sociedade de massas. Nesta fase, já percebendo a real importância e principalmente a influência da comunicação, a Igreja viu nela um meio

³ Celebrado 50 dias depois do domingo de Páscoa, o Pentecostes é uma das celebrações mais importantes do calendário cristão, e comemora, segundo esta crença, a descida do Espírito Santo sobre os apóstolos de Jesus Cristo.

de dialogar com os fiéis, e começa a compreender as mudanças que estão acontecendo na maneira de comunicar, o que afetou a estruturação também da Igreja, como afirmou o Papa João Paulo II (1990):

A revolução das comunicações afeta, de igual modo, a percepção que se pode ter da Igreja e contribui para a modelação das próprias estruturas e funcionamento. Tudo isso tem consequências pastorais importantes. Esse fenômeno impulsiona a Igreja a fazer uma espécie de revisão pastoral e cultural, a fim de ser capaz de enfrentar de maneira apropriada a passagem de época que estamos vivendo.

João Paulo II foi o primeiro papa na era da Internet e, apesar de ver nela algumas desvantagens, como todo meio possui, soube compreendê-la como uma grande ferramenta, especialmente para comunicar-se com os jovens (ANDRADE, 2009).

Nesta nova era, o objetivo da comunicação para a Igreja é criar comunhão com os fiéis, estabelecendo vínculos através da imprensa e promovendo o bem comum nas comunidades e na Igreja como um todo. "É conhecer a doutrina para passar aos outros que não são seus fiéis ou fortificar os que já são. Para uma comunicação eficaz os fiéis ou os crentes em potencial devem necessariamente ser atraídos pela sua forma de expressar a doutrina" (ALVES, 2008). Para os cristãos, os meios de comunicação precisam, mais do que nunca, ser um elo de ligação entre os fiéis, da Igreja para os fiéis e dos fiéis para a Igreja. Frei Betto (1991) comenta então a necessidade da Igreja se atualizar e participar das mudanças da sociedade, entre elas, a comunicação:

Hoje não basta a pregação nas igrejas: é preciso usar todos os meios. Realmente, em poucos anos, o mundo se transformou, e nós, para caminharmos com o mundo, precisamos atualizar-nos. É necessário usar o cinema, o rádio, a imprensa, a televisão e todos os outros meios que o progresso humano inventar, para podermos comunicar a Boa-Nova do Evangelho (BETTO, 1991).

Desta forma percebeu-se então que a comunicação, através das grandes mídias, tem o poder de influenciar a opinião pública. A Igreja viu, portanto, que além de possuir seus próprios veículos, precisa dialogar com os meios de comunicação não católicos (ANDRADE, 2009). E mais do que isso, passou a valorizar e investir cada vez mais na comunicação social, também chamada por alguns autores de comunicação popular ou

ainda comunitária, ou seja, uma forma diferente de se fazer comunicação, colocando a comunidade como centro, e transformando ela no emissor e não apenas como receptora do conteúdo. No próximo capítulo deste trabalho, trataremos especificamente desta forma de comunicação.

1.4. Comunicação e Igreja no Brasil

O pensamento católico sobre a comunicação no Brasil iniciou na segunda metade do século XIX, quando ocorre a separação entre a Igreja e o Estado (ANDRADE, 2009). A Igreja começa então a utilizar a imprensa como um canal de difusão das ideias católicas, até então limitadas ao púlpito. Em seguida, já no século XX, a relação entre a Igreja e a comunicação no país começou a sofrer alterações a partir do *aggiornamento*⁴ católico promovido pelo Papa João XXIII, e depois devido a ditadura militar vigente no Brasil entre 1964 e 1985 (RODRIGUES, 2009). Houve então um conflito, já que a Igreja brasileira era estimulada por Roma para adotar posturas modernas diante da mídia e, ao mesmo tempo, censurada pelos comandos militares nacionais.

Neste período, alguns setores da Igreja Católica adotaram a comunicação popular, articulando-se a serviço de uma reflexão crítica da sociedade. Houve nesta fase ainda um comprometimento maior com a comunidade, ilustrada pelo apoio de alguns setores da Igreja às organizações católicas comprometidas com programas de mudança social no Brasil.

Com as novas definições políticas e sociais derivadas na consolidação da ditadura militar no Brasil, desenvolveram-se na zona rural e periferia das grandes cidades as Comunidades Eclesiais de Base (CEBs). Segundo Frei Betto, as CEBs são,

[...] pequenos grupos integrados por leigos e cristãos, organizadas em torno de uma paróquia (urbana) ou da capela (rural), por iniciativa em geral, dos padres e bispos católicos [...] São comunidades porque reúnem pessoas que têm a mesma Igreja e moram numa mesma região, o que permitem se conhecerem pelo nome. Motivadas pela fé cristã essas pessoas vivem uma comum-união em torno de seus problemas de sobrevivência e subsistência imediatas: [...]. São eclesiais porque congregadas na Igreja Católica, como núcleo básico de comunidade de fé. São de Base porque integradas por pessoas que trabalham com as próprias mãos (classes populares) [...] (BETTO, 1986, p. 99- 100).

⁴ *Aggiornamento* é um termo italiano utilizado durante o Concílio Vaticano II e que o Papa João XXIII popularizou como expressão do desejo de que a Igreja Católica saísse atualizada do Concílio Vaticano II.

Embora tivessem caráter religioso, ou seja, consciência de uma missão evangelizadora, as CEBs, como afirma Clodovis Boff (1985), vinculadas numa rede de comunicação, constituíram-se num espaço para reflexão e educação popular, comprometidas com a conscientização da classe trabalhadora brasileira.

Passado o século XX e início do século XXI, a Igreja Católica no Brasil passou a ser detentora de centenas de rádios e a contar com pelo menos três emissoras de TV de destaque. São elas: a Rede Vida, a TV Aparecida e a TV Canção Nova. Isso mostra que a Igreja investiu e vem investindo cada vez mais na comunicação, seja para evangelizar, manter bem vista sua imagem ou estreitar laços com os fiéis (ANDRADE, 2009).

Este ano, durante a 52ª Assembleia Geral dos Bispos do Brasil, o arcebispo do Rio de Janeiro (RJ), cardeal Orani João Tempesta, apresentou aos jornalistas o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, mostrando que ela está atenta a importância dos meios de comunicação na atual sociedade (CNBB, 2014). No segundo capítulo do Diretório diz que “a Igreja existe para Evangelizar e sua missão primordial consiste em comunicar a Boa Notícia do Reino. Isso implica, no mundo contemporâneo, uma pastoral em contínuo estado de missão, com novo ardor, novos métodos e novas expressões” (CNBB, 2014).

1.4.1. Pastoral da Comunicação

Ainda falando da relação entre a comunicação e a Igreja no Brasil, é preciso estudar a Pastoral da Comunicação (Pascom). A Pascom é a pastoral que se preocupa diretamente com os novos métodos e instrumentos de comunicação e que busca usar todas as formas e todos os instrumentos de comunicação para levar a Boa Nova a todos os homens da Igreja (arqui)diocesana (CNBB, 2014)

Para isso, segundo o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, a Pascom se estrutura a partir dos estudos, pesquisas e, especialmente, dos documentos da Igreja, além das práticas comunicativas vividas e experimentadas pelas comunidades onde está presente.

A expressão "Pastoral da Comunicação" nasce da junção de duas realidades que interagem reciprocamente: comunicação e pastoral. O universo da comunicação abrange as distintas dimensões da realidade humana, enquanto o universo da pastoral envolve a dimensão socioeclesial, relacionada aos diferentes ambientes da Igreja em sua missão de evangelizar. (CNBB, 2014, p. 159)

É importante lembrar que não se pode reduzir a Pastoral aos meios de comunicação pois ela é mais do que isso. É um meio de articulação das relações comunitárias dos católicos e deve, como lembra o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, comunicar valores vivenciados a partir da Palavra de Deus e da Eucaristia, pois o anúncio sempre deve ser acompanhado do testemunho.

A Pascom não se limita a ações isoladas, como a produção de murais, boletins e jornais impressos, programas de TV e rádio, construção de sites, blogs e outros meios. Tudo isso deve fazer parte de uma política global que gere comunhão e interatividade, alicerçada em quatro eixos: formação, articulação, produção e espiritualidade, que são dimensões do projeto nacional da Pascom (CNBB, 2014, p. 160).

A Pastoral deve então, baseada nestes quatro eixos, estimular a reflexão e incentivar ações no sentido comunicativo, que resultem principalmente na evangelização.

1.5. Comunicação e Igreja na Arquidiocese de Passo Fundo

Ainda no tempo das missões jesuíticas - já no início do século XX - a região de Passo Fundo encontrava-se dividida pela linha do Tratado de Tordesilhas, que separava o território português do espanhol (SIMON, 2005). Nas proximidades da atual Passo Fundo, como comenta Pedro Ercílio Simon, em seu livro *Uma diocese chamada Passo Fundo*, na localidade ainda hoje denominada Campo do Meio, surgiu em 1795 a primeira comunidade no território atual da arquidiocese de Passo Fundo, dedicada à Nossa Senhora da Imaculada Conceição. De um lado ficava o chamado "Mato Português" e do outro o "Mato Castelhana", hoje município.

A partir deste período, outras comunidades foram surgindo na Região e dando início as primeiras paróquias. Neste tempo, a comunicação como forma de diálogo entre a

sociedade já estava presente. Os cristãos comunicavam-se entre si e a Igreja com eles, fazendo o processo acontecer (SIMON, 2005).

Apenas em 1951, como comenta Simon, é criada oficialmente e instalada a Diocese de Passo Fundo, abrangendo toda a região de Passo Fundo e Erechim. Em 1971, Erechim desmembra-se de Passo Fundo e passa também a ser diocese. Desde então, a diocese de Passo Fundo foi se formando e hoje, já elevada à arquidiocese, é composta por 53 paróquias que abrangem 47 municípios - divididos em nove áreas pastorais. Nestes anos, a comunicação foi ganhando notoriedade nos espaços religiosos e tornando-se, cada vez mais, instrumento de diálogo com o povo (SIMON, 2005).

Ainda conforme Simon (2005), a igreja de Passo Fundo, ainda na década do Concílio Vaticano II, em 1969, fundou, com o intuito de se inserir nos meios de comunicação em benefício do desenvolvimento integral, a Rádio Planalto, até hoje um de seus principais veículos de comunicação.

As Rádios Planalto AM e FM de Passo Fundo da Fundação Cultural Planalto são fruto da visão pastoral e da concepção de desenvolvimento integral que Dom Cláudio Colling, primeiro bispo de Passo Fundo, tinha para a Diocese de Passo Fundo e o norte do Rio Grande do Sul (SIMON, 2005, p. 259).

A Rádio Planalto se caracteriza especialmente por ser uma rádio jornalística, apresentando em sua programação, além de conteúdos católicos, noticiários, entrevistas, avisos de utilidade pública, entre outros. É uma emissora regional que informa para formar opiniões e prestar serviços relevantes à comunidade, sem perder, essencialmente, seus valores cristãos (SIMON, 2005).

A Fundação Cultural Planalto de Passo Fundo tem uma missão especial: ser empresa eficaz, informadora e formadora. Assim, ela auxilia na evangelização e na formação cívica, moral, cristã e literária da população, registrando os acontecimentos mais importantes da cidade e da região (PLANALTO, 2014).

Já em agosto de 1994, conforme consta no site da instituição, a Fundação Cultural Planalto criou também a Revista Somando, caracterizada por publicar matérias que promovem a valorização das pessoas e visa incentivar o empreendedorismo. A revista de

circulação mensal possui 40 páginas e, entre elas, espaços destinados a órgãos da Igreja Católica. "A revista Somando constitui-se, também, em um instrumento de divulgação das ideias do Pensamento Social Cristão, além de ser meio irradiador do progresso Gaúcho de Qualidade e Produtividade" (SIMON, 2005).

Voltando alguns anos, ainda em abril de 1982, na posse de Dom Urbano Algayer, segundo bispo diocesano de Passo Fundo, foi distribuído pela primeira vez o *Jornal Presença Diocesana (PD)*, hoje jornal oficial da Arquidiocese de Passo Fundo. O *PD* porém, terá um estudo mais detalhado no terceiro capítulo desta monografia.

Nos anos 90, a Diocese passou a utilizar as novas ferramentas da internet, como destaca Simon (2005). Criou um site próprio com o registro do domínio "pastoral", com o endereço www.pastoral.com.br. Nesta época, a utilização das novas tecnologias de comunicação a serviço da pastoral diocesana, eram mantidas por um profissional da comunicação formado em Publicidade e Propaganda.

Em 1999, das 25 emissoras de rádio no ar nas cidades compostas pela diocese, sete eram católicas, ou seja, 28%. Além disso, a comunicação pelo rádio não se limitava apenas a estas emissoras, como afirmam Rubini, Turcatto e Melo (1999) em "O Futuro da Comunicação", publicado pelo Instituto de Teologia e Pastoral (Itepa) de Passo Fundo: "além das emissoras de propriedade da Igreja Católica, esta utiliza espaço em outras emissoras. Isso é muito facilitado porque a mensagem religiosa tem muita audiência, especialmente no interior".

Deste ano para cá, a comunicação a nível geral foi sofrendo diversas transformações que influenciaram também a comunicação dentro da Igreja. A nova cultura de convergência midiática afetou ainda a arquidiocese de Passo Fundo que, para não ficar para trás, foi se adaptando e, com a posse do novo arcebispo, Dom Antônio Carlos Altieri, em 2012, o site passou a ser www.arquidiocesedepassofundo.com.br. Hoje, conforme observação no próprio site, vimos que ele contém as principais notícias da arquidiocese, além de fotos, vídeos, informações de paróquias, padres, grupos e pastorais.

A Arquidiocese produz também, semanalmente, um programa chamado *Palavra Viva*, veiculado em TV aberta e na internet. Conforme a descrição do programa, divulgada no site da arquidiocese, ele tem duração de um minuto e meio, dividido em duas inserções de 45 segundos, e apresenta o comentário do arcebispo emérito, Dom Pedro Ercílio Simon, além de notícias da Igreja Arquidiocesana. A exibição acontece aos domingos, entre

7h30min e 8h e na internet os vídeos estão disponíveis no canal da Arquidiocese de Passo Fundo no Youtube.

O canal no Youtube, assim como uma página da instituição no Facebook, são outras ferramentas que demonstram a preocupação da arquidiocese em manter-se próxima dos fiéis, inserindo-se em alguns dos principais meios utilizados pela sociedade para se comunicar.

Já em 2012, a arquidiocese deu um grande passo na esfera da comunicação. Uma jornalista foi contratada e uma assessoria de comunicação foi criada dentro da Cúria Metropolitana, a fim de facilitar o diálogo com a grande imprensa local e otimizar assim, a relação da Igreja com a comunidade.

A contratação de um profissional de comunicação, neste caso, de uma jornalista, para prestar o serviço de Assessoria de Imprensa, está no fato do profissional poder contribuir para o crescimento do processo comunicativo das Arquidioceses, como destaca o documento 101 da CNBB, no item 175:

A comunicação possui várias ramificações que compõem um mosaico em que se pode atuar. São várias as especializações e competências que a Igreja pode explorar para alcançar êxito na dinâmica da cultura midiática. Nesse quadro, insere-se a assessoria de imprensa, necessária em todas as (arqui)dioceses. O setor deve gerir com competência as relações com a imprensa, as eventuais situações problemáticas que poderão apresentar-se no contexto da Igreja, a divulgação de eventos importantes que tenham ressonância na sociedade. É tarefa do setor preparar e conduzir as entrevistas do bispo; preparar um clipe de informações e notícias divulgadas pela mídia para colocar à disposição dos responsáveis pela comunicação na Igreja. (CNBB, 2011, p. 175).

Desde então, todas as decisões da Arquidiocese na esfera da comunicação passam por esta profissional que é também a responsável pela divulgação dos principais fatos da Igreja local e da difusão das ideias católicas com o uso dos veículos que a arquidiocese mantém.

CAPÍTULO 2 - O Jornalismo Comunitário

Para falar do *Presença Diocesana* (objeto de estudo deste trabalho e assunto do terceiro capítulo), precisamos antes compreender, através de alguns autores, as características do Jornalismo Comunitário. Neste capítulo, portando, veremos que o jornalismo comunitário ajuda na socialização do indivíduo como ser, e se diferencia dos jornais da grande imprensa, sendo, por isso, uma opção para a Igreja se inserir no mundo da comunicação. Também estudaremos algumas diferenças entre o Jornalismo Comunitário e o Jornalismo Alternativo, muito utilizado em decorrência de questões políticas.

2.1. O que é o Jornalismo Comunitário e como se aplica

No início do jornalismo, como afirma Lage (2004), as publicações defendiam e difundiam ideias burguesas e orientações políticas sobre diferentes assuntos. Já no século XIX, a prática jornalística apresentava como características, além das discussões políticas, a linguagem literária e o engajamento dos jornalistas por alguma causa social. Com o passar do tempo, porém, essa prática foi se perdendo e o jornalismo foi ficando, cada vez mais, sem aprofundamento (FREITAS, 2006). Viviane Freitas comenta em seu trabalho "O papel social do jornalismo comunitário: Um estudo do Jornal Cantareira", que para recuperar os antigos valores, o jornalismo comunitário tornou-se uma alternativa para comunicar, e uma possibilidade para a população encontrar espaço e discutir assuntos de seu interesse - que nos grandes veículos de comunicação não eram abordados e, quando eram, o viés não seria o mesmo.

Para Marcondes Filho, o jornalismo comunitário ajuda na socialização do indivíduo como ser, diferente dos jornais da grande imprensa. "É o meio de comunicação que

interliga, atualiza, organiza a comunidade e realiza os fins a que ela se propõe” (MARCONDES, 1987, p.149). Sendo assim, esse jornalismo não pode seguir as características das empresas jornalísticas e transformar a notícia em mais um produto no mercado, no qual a maior preocupação é vender (MEDINA, 1988).

Marcondes ressalta ainda que se o jornal comunitário não seguir as características que o tornam diferente do jornalismo da grande imprensa, ele será só mais um jornal no mercado. Deste modo, o jornal pode ser válido para a população de determinada comunidade, pois pode (e deve) contribuir para melhorar as condições de vida e ajudar a reivindicar soluções para problemas, dando mais força política e mais impacto junto à sociedade (MARCONDES,1987, p. 160). “Fazer um jornal comunitário não é apenas buscar grupos étnicos, religiosos, culturais, nacionais, geográficos, com mensagens ‘para aquele público’, como exploração de fatias de mercado” (MARCONDES, 1987, p. 161). Segundo Marcondes, esse jornalismo contribui na luta por direitos e conquistas da comunidade, o que não acontece com a grande imprensa. “Esses meios são a forma de o indivíduo poder afirmar-se e fazer valer sua posição sem ser deglutido pelas máquinas de informação oficiais, públicas ou privadas, que tudo fazem, menos solucionar os problemas e as necessidades da população” (MARCONDES,1987, P. 162).

É o que também afirma Maria Cícilia Peruzzo, quando ressalta a importância da participação da comunidade na produção de um veículo comunitário e diferencia os vários níveis dessa participação. Como a passiva, a controlada, a co-gestão e a autogestão (PERUZZO, 1998, p 73). "O jornal comunitário tem como princípio ser feito por membros da comunidade, a qual conhece as carências e as necessidades e pode assim, noticiar o que realmente interessa para aquelas pessoas" (PERUZZO, 1998, p. 45).

A participação passiva surge, conforme a autora, quando a pessoa consente, se objetiva, se submete e simplesmente delega o poder a outra. Nesta participação a pessoa recebe o conteúdo sem ao menos questionar ou querer fazer parte do seu processo de criação (PERUZZO, 1998, p. 78). Já a participação controlada, para Peruzzo, torna-se a forma mais perigosa no processo de manipulação, pois a pessoa tem a ‘sensação’ de estar tomando decisões, enquanto seu poder é pequeno e controlado. Essa forma de participação pode fazer com que a pessoa seja mais facilmente manipulada, por ser uma oferta que vem de cima para baixo, não dando muito espaço para o diálogo (PERUZZO, 1998, p.79).

No caso da co-gestão, ela pode ser um caminho para se chegar ao objetivo maior, pois, é, conforme a autora, o meio termo entre a passividade e a autogestão. A co-gestão

seria um falso acesso ao poder, já que este vem com limitações e o poder de decisão mesmo fica restrito à cúpula hierárquica (PERUZZO, 1998, p. 83).

Para Peruzzo, a participação ideal seria alcançar a autogestão, mas ela também reconhece que isso não é fácil: "ao que tudo indica, ela, em sua plenitude, relaciona-se com a mais profunda utopia de igualdade, liberdade e desalienação, como uma fonte alternativa na busca de uma nova sociedade e de um novo homem" (PERUZZO, 1998, p.89). A autogestão "refere-se à participação direta da população nas associações e nos órgãos do poder público ou dos trabalhadores nas empresas, no que se refere à tomada de decisões" (PERUZZO, 1998, p 89).

O jornalismo comunitário pode ser uma forma da população sair do nível de receptor da mensagem e chegar ao nível mais profundo de gestão dos meios de comunicação. Mas para isso, é necessário que a população envolva-se com essa arma de comunicação utilizando-a como uma forma de formar cidadãos mais politizados. Portanto, o jornalismo comunitário encontra-se muito ligado a movimentos de base, que são os principais interessados na busca por melhorias e causas comum da região onde estão localizados. (PERUZZO, 1998, p 73).

Além do jornalismo comunitário "ser feito", através das diferentes participações, Cicília também ressalta a diferença das pautas do jornalismo comunitário com as pautas dos grandes veículos de comunicação. No jornalismo comunitário, por exemplo, as questões são, na maioria das vezes, discutidas no micro e não no macro. Temáticas que muitas vezes só interessam àquela comunidade e não teriam espaço em outros tipos de veículos de comunicação são trabalhados e até mesmo enfatizados nos meios de comunicação comunitários. Isso se deve ao fato, conforme Peruzzo, do jornalismo comunitário geralmente estar ligado a uma zona geográfica delimitada.

Já Regina Festa destaca que no jornalismo comunitário o mais importante é a contextualização dos fatos, ou seja, eles não trazem apenas a notícia, mas dizem também o por que e como as coisas aconteceram. Além disso, o enfoque não busca mostrar aspectos negativos do lugar, mas sim valorizar a cultura local (FESTA,1991).

Tendo vista todas essas características do jornalismo e dos veículos comunitários, entendemos que a comunidade e o jornalismo devem sempre atuar em conjunto, buscando fazer o que deveria ser a essência de todo o jornalismo: informar com responsabilidade a sociedade e discutir questões importantes para a comunidade (FREITAS, 2006, p.27).

2.2. Jornalismo Comunitário e Igreja

No primeiro capítulo deste trabalho estudamos algumas etapas da relação entre a Igreja e a comunicação, agora, porém, precisamos novamente nos questionar: do que trata a comunicação religiosa?

Segundo Bernardo Alves, ao contrário da teologia, que se preocupa com a doutrina e o *quê* dizer, a comunicação religiosa se volta hoje para o *como* dizer. Busca a melhor forma de mostrar as proposições teóricas e práticas sobre a sua verdade, sem sacrificar o conteúdo teológico (ALVES, 2008, p.8).

Com isso, uma das iniciativas da Igreja Católica para inserir-se definitivamente nos meios de comunicação, sem perder seus valores, foi a aposta no jornalismo comunitário. "O objetivo dessa comunicação é conhecer a doutrina para passar aos outros que não são seus fiéis ou fortificar os que já são. Para uma comunicação eficaz os fiéis devem necessariamente ser atraídos pela sua forma de expressar a doutrina" (ALVES, 2008, p. 9).

Muito recentemente (nas décadas de 70 e 80), a Igreja Católica ainda não possuía meios suficientes para promover sua influência e havia muitos outros agentes sociais que concorriam com ela no mundo moderno. Consciente dessas desigualdades no campo da comunicação, a Igreja se envolveu, especificamente na América Latina, à valorização da comunidade durante as ditaduras, em meio à realidade de dependência e de atraso socioeconômico (RODRIGUES, 2009, p.33). Ocorre então, a busca por novos padrões pelos quais são incentivadas experiências de comunicação do próprio povo, "providenciando e facilitando para que seus próprios meios sejam a voz dos que não têm voz" (PUNTEL, 2009, p. 3). Desta forma, o jornalismo comunitário foi ganhando destaque e se tornando a principal ferramenta de comunicação da Igreja.

"Sem ter o controle dos meios de comunicação, ela devia consolidar sua visão de mundo. Assim, era necessário reorganizar, a nível mundial, sua prática evangelizadora, dentro de quatro novas dimensões" (DELLA CAVA, 1991, p. 137)

Além de a Igreja buscar evangelizar mais para fora de si mesma, para culturas não-européias e não-ocidentais, era preciso que sua mensagem igualmente se preocupasse com assuntos humanos, não somente sobrenaturais e metafísicos. O novo desafio que se afigurava era conciliar a possibilidade de "ampliar, quase até ao infinito, o campo para poder ser ouvida a Palavra de Deus com a singularidade pessoal que a conversão supõe" (RODRIGUES, 2009, p. 33).

Esboçou-se a partir de então, um comprometimento com a mudança social, adotando o caráter combativo das comunicações comunitárias e concebendo o povo como gerador de sentido, articulando e colocando-se a serviço de uma reflexão crítica da sociedade partindo das classes populares (ANDRADE, 2009).

2.3. Jornalismo Comunitário x Jornalismo Alternativo

O jornalismo comunitário, muitas vezes, é confundido com o jornalismo alternativo, entretanto, na atualidade, os meios de comunicação alternativos não estão necessariamente ligados ao povo, como o caso do jornalismo comunitário. Esses meios tem a preocupação quase que exclusiva em combater o discurso dos grandes veículos de comunicação, sendo muitas vezes o "outro lado" da mesma história. Segundo Kucinski (2003), “o jornalismo alternativo pode ser um movimento que pode fugir do padrão comercial de prática jornalística possível apenas fora do mercado convencional”.

A imprensa alternativa teve seu auge na ditadura militar. Com a implementação do Ato Institucional número 5, muitos jornalistas foram perseguidos e precisavam buscar um local, no qual fosse possível "pensar" contra o regime (FREITAS, 2006, p 37). Sendo assim, os profissionais acabavam seguindo para a imprensa alternativa por questões ideológicas. Essa imprensa era de resistência política, como afirma Festa: “Eram espaços nos quais grupos de oposição ou frentes políticas emitiam uma corajosa condenação ao regime político” (FESTA, 1991, p.16). Para a autora, essa imprensa alternativa era identificada nas década de 60 e 70 como um jornal no formato tablóide ou revista de oposição (FESTA, 1991). É o que também confirma Kucinski (2003):

Durante os quinze anos de ditadura militar no Brasil, entre 1964 e 1979, nasceram e morreram cerca de 150 periódicos que tinham como traço comum a oposição intransigente ao regime militar. Ficaram conhecidos como *imprensa alternativa ou imprensa nanica*. A palavra *nanica*, inspirada no formato tablóide adotado pela maioria dos jornais alternativos, foi disseminada principalmente por publicitários, num curto período em que eles se deixaram cativar por esses jornais (KUCINSKI, 2003).

Para Kucinski, o desejo das gerações dos anos de 1960 e 1970 em protagonizar as transformações sociais que pregavam também foi motivo para o surgimento do jornalismo alternativo:

Em contraste com a complacência da grande imprensa para com a ditadura militar, os jornais alternativos cobravam com veemência a restauração da democracia e do respeito aos direitos humanos e faziam a crítica do modelo econômico. Inclusive nos anos de seu aparente sucesso, durante o chamado “milagre econômico”, de 1968 a 1973. Destoavam, assim, do discurso triunfalista do governo ecoado pela grande imprensa, gerando todo um discurso alternativo. Oponham-se por princípio ao discurso oficial (KUCINSKI, 2003).

Visto isso, o jornalismo comunitário difere-se hoje do alternativo, pois eles têm princípios diferentes. Para Regina Festa, a comunicação comunitária é para as bases, enquanto a comunicação alternativa é essencialmente de cunho político e cultural, que desde seu surgimento traziam os interesses da média burguesia, dos trabalhadores e da pequena burguesia (FESTA, 1991). Para Medina, porém, o jornalismo comunitário humaniza o sujeito e a própria notícia, o que hoje também pode ser encontrado no jornalismo alternativo.

De acordo com Freitas (2006), "os jornais e revistas alternativos não estão necessariamente ligados ao povo, como o caso do jornalismo comunitário, mas ainda tem a preocupação de combater o discurso dos grandes veículos de comunicação", o que neste aspecto os compara.

Sendo assim, o jornalismo comunitário torna-se uma maneira da população sair do nível de receptor da mensagem e desenvolver-se também como emissor. Mas para isso, é necessário que ela se envolva e utilize esse meio como forma de criar cidadãos mais politizados que lutam por uma causa comum, seja ela social, religiosa, econômica ou política (FREITAS, 2006).

CAPÍTULO 3 - O *Presença Diocesana*

Passaram-se três décadas da existência do jornal, as comunidades cresceram e a arquidiocese se expandiu. Foram dezenas de padres, voluntários e até mesmo bispos diferentes. Porém, ao longo de sua história, o *Presença Diocesana* não perdeu seus valores. Manteve seu objetivo inicial de "ligar e unir as comunidades e grupos da Diocese, e proporcionar reflexão e informação" (PRESENÇA DIOCESANA, 1983). Desta forma, no capítulo que começa agora, o assunto é o periódico iniciado em 1982 na Arquidiocese de Passo Fundo, sua história, suas transformações e, o mais importante: sua relação com a comunidade - principal característica que o define como um jornal comunitário.

Neste capítulo será apresentada então, a metodologia da pesquisa realizada, bem como a descrição e a análise do objeto de estudo.

3.1. Metodologia

"O conhecimento científico surge da necessidade de o homem não assumir uma posição meramente passiva, de testemunha dos fenômenos, sem poder de ação ou controle dos mesmos. Cabe ao homem, otimizando o uso da sua racionalidade, propor uma forma *sistemática, metódica e crítica* da sua função de *desvelar* o mundo, compreendê-lo, explicá-lo e dominá-lo" (KÖCHE, 2002). Para então desenvolver este Trabalho de Conclusão de Curso, a metodologia usada foi a pesquisa bibliográfica através da observação e interpretação do jornal como documento.

Na pesquisa bibliográfica, ainda segundo Köche (2002), os procedimentos utilizados são, em um primeiro momento, a leitura, o fichamento e a síntese de texto. Já em um segundo momento, para a construção do trabalho, deve ser realizada a análise de dados e informações, a sistematização das ideias e a construção dos argumentos. Desta forma,

depois de encontrar o material utilizado primeiro processo, buscamos uma rápida contextualização histórica do jornal, para então analisar as transformações sofridas por ele.

Nos dois primeiros capítulos deste trabalho, utilizamos referenciais teóricos para contribuir na análise do Jornal *Presença Diocesana* buscando verificar se o que nele se faz é, de fato, jornalismo comunitário, ou se ele é apenas um veículo de comunicação entre a Igreja e seus fiéis. Procuramos ainda compreender a produção do *PD* e como o jornal construiu, ao longo de sua existência, sua identidade, diferenciando-se da grande imprensa.

3.2. Descrição e análise do *PD*

O *Presença Diocesana* é, de acordo com o site da Arquidiocese de Passo Fundo (2014), o jornal oficial da Arquidiocese, e tem como objetivo informar, contribuir na formação de lideranças e na integração dos católicos das mais de 900 comunidades, organizadas nas paróquias que fazem parte da arquidiocese.

3.2.1 De 1982 a 2014: a história do periódico *Presença Diocesana*

No dia 04 de abril de 1982, a ainda diocese de Passo Fundo viveu um momento especial em sua história. Conforme afirma Simon (2005), neste dia Dom Urbano José Allgayer foi empossado bispo de Passo Fundo. Allgayer foi o segundo bispo da diocese, substituindo Dom João Cláudio Colling. Além disso, na ocasião, a Coordenação de Pastoral, orientada pelo coordenador, padre Elli Benincá, distribuiu, pela primeira vez, o jornal *Presença Diocesana (PD)*.

Temos uma presença e um recado a dar, uma mensagem a transmitir, uma comunicação a fazer. Não é nova, pois será o eco do Evangelho, no sentido mais amplo. Será um eco novo para hoje, em linguagem de hoje. Eis o boletim *Presença Diocesana (PRESENÇA DIOCESANA, 1982)*.

No início, conforme pesquisa feita no arquivo do jornal, ele foi distribuído bimestralmente, contendo, além de notícias e avisos da diocese, mensagens do bispo e de lideranças da Igreja, bem como da comunidade cristã comprometida em participar da construção da diocese, como afirmava o editorial da primeira edição do periódico:

Será uma presença bimestral entre os cristãos conscientes da Diocese de Passo Fundo, uma comunicação mútua. Receberemos e daremos recados, atentos a toda caminhada da Diocese, para construirmos um Cristo novo, uma Igreja nova, um homem novo, num mundo também novo. Presença Diocesana será a voz de todos os Diocesanos, sejam padres, religiosos ou leigos. (PRESENÇA DIOCESANA, 1982).

Naquele ano, foram produzidas cinco edições do jornal, com uma média de 12 páginas por edição. Neste período, conforme a pesquisa realizada no arquivo do jornal, a produção era feita por uma equipe da coordenação de pastoral.

O primeiro passo na ação pastoral é conhecer a realidade em que vive o povo a ser evangelizado. Conhecida a realidade, é imprescindível a todo evangelizador aprofundar os conteúdos da fé, pois ninguém dá o que não tem. Depois disso, deve-se escolher o método mais apropriado para transmitir a mensagem. Na escolha do método deve-se ter contato com a cultura do povo a ser evangelizado. Outrossim, é preciso reconhecer que não se pode transmitir o que não se vive. Por isso, queremos inserir o Presença Diocesana em cada espaço onde a comunidade está presente (PRESENÇA DIOCESANA, 1982).

O periódico tornou-se desde então, efetivamente, um meio estratégico de comunicação e informação da mitra diocesana, que passava a utilizá-lo como um veículo de aproximação com os fiéis, e de diálogo com as diversas instâncias em seu interior. Foi através dele também que o clero começou a tornar público os relatórios de suas atividades, bem como as cartas pastorais, que divulgavam o posicionamento da Igreja sobre a realidade sócio-religiosa, referindo-se a assuntos de interesse da comunidade católica da arquidiocese. "O jornal aumentou a influência da Igreja junto à população, representando um instrumento que muitas vezes superava o púlpito quanto ao convencimento dos fiéis à expansão das ideias do catolicismo" (SIMON, 2005).

No seu segundo ano de distribuição, o *Presença Diocesana* já possuía uma tiragem de dois mil exemplares, e sua equipe buscava cada vez mais assinantes. O número de páginas por edições, em 1983, também já havia aumentado. A média passou de 12 para 30 páginas por edição, segundo observação feita no arquivo do *PD*. Neste ano também, o

padre Elli Benincá deixou a coordenação da Pastoral e em seu lugar assumiu o padre Ercílio Simon, que deu continuidade ao trabalho já existente.

A Pastoral Diocesana sempre teve em "Presença Diocesana" um espelho fiel de suas atividades. Todo o início sempre tem um sabor de novidade. Os trabalhos pastorais de sempre vestem roupa nova, em projetos renovados. Reassumimos com alegria de quem sente com o seu povo. Desejo, portanto, que Presença Diocesana seja o elo a nos intercomunicar, unir, abastecer, animar e o mais importante: informar. Desta forma sim seremos Presença, e essa presença queremos tornar Diocesana (SIMON, 1983).

O jornal, que surgiu com o objetivo de "ligar e unir as comunidades e grupos da diocese e proporcionar reflexão e informação" (PRESENÇA DIOCESANA, 1983), teve rapidamente uma aceitação de toda Igreja e penetrou-se facilmente nos grupos, pastorais e paróquias.

O *PD* crescia cada vez mais, e entre transições de padres e coordenadores, foi ganhando destaque na formação de opinião dos católicos de Passo Fundo e região, e um importante instrumento na evangelização da sociedade. Em 1988, seis anos depois de sua criação, ele continha uma tiragem de quatro mil exemplares, e uma equipe mais articulada e preparada para comunicar. "Nos sentimos unidos, informando, comunicando, questionando e projetando preocupações e conquistas como povo de Deus" (PRESENÇA DIOCESANA, 1988).

Neste ano, porém, uma mudança aconteceu. Foi lançado o *Presença Semanal*, que traria as notícias da diocese mais atualizadas, tornando o *Presença Diocesana* um espaço para conteúdos mais aprofundados e não apenas factuais.

Ao mesmo tempo em que sai este número do *Presença Diocesana*, surge em nossa diocese um novo veículo de comunicação: o *Presença Semanal*. Ágil, noticioso, rápido, frequente, sintético. Talvez possa suprir as deficiências que um jornal bimestral como o *Presença Diocesana* apresenta (PRESENÇA DIOCESANA, 1988).

Entretanto, apesar da mudança no foco do jornal, percebeu-se através da pesquisa que ele não perdeu sua essência e foi se adequando as necessidades da comunidade. No início dos anos 90, ganhou então, conforme publicado em seus editoriais e observado na

pesquisa feita para este trabalho, um importante apoio: foram formados e articulados agentes do jornal, com o intuito de realizar a distribuição nas comunidades paroquiais e áreas, além de otimizar as assinaturas do periódico.

Os agentes de pastoral dão novas forças e um novo ânimo para o *Presença Diocesana*. Apesar da permanente crise brasileira, nossa presença é e vai continuar sendo contínua, levando a todos as principais reflexões, decisões e notícias pastorais, bem como ser um documentário para a história da vida de nossa diocese (PRESENÇA DIOCESANA, 1990)

Naquele ano ainda, eram feitas cinco edições anuais e a assinatura do jornal custava 150 cruzeiros (moeda brasileira da época). Porém, entre o final do ano 1990 e início de 1993, o jornal foi deixado um pouco de lado e teve sua distribuição feita as vezes bimestralmente e outras vezes trimestralmente. Foi então, no mês de julho de 1993, que uma nova e talvez a maior mudança no jornal aconteceu. Segundo o editorial do primeiro número desta nova fase:

Após uma breve ausência sentida por alguns que recebiam o boletim *Presença Diocesana*, ele ressurgiu diferente. O objetivo do diferente é comunicar melhor e mais rápido. Contribuir mais no processo de caminhada das comunidades e formação de agentes, conforme objetivos estabelecidos em assembleia e descritos no XI Plano de Pastoral. Essa edição do boletim leva o número seguinte da edição anterior para não interromper com a já história "*Presença Diocesana*" em nossa Igreja. Desde sua distribuição em 1982, na posse de Dom Urbano como bispo de Passo Fundo, a ideia era produzi-lo bimestralmente, mas por algum tempo, e até o final do ano passado circulou trimestralmente. A pergunta que nos fazemos é essa: o que queremos com esse boletim e de quanto em quanto tempo ele deverá circular? (PRESENÇA DIOCESANA, 1993)

A partir desta edição, na época, o então padre Otavio José Klein, coordenador de pastoral, lançou um novo desafio e começou a produzir e distribuir o jornal mensalmente. Além disso, um novo formato foi iniciado. Neste recomeço, a tiragem passou a ser de mil exemplares, o que não demorou muito para crescer e na edição seguinte já ter o dobro de jornais impressos. A partir deste período também, conforme foi observado durante a pesquisa, a produção passou a ser responsabilidade de uma equipe de comunicação,

composta pela coordenação de pastoral e voluntários. Também passou a contar com um jornalista responsável, na época Camilo Bordignon.

Deste ano para cá, como notado na pesquisa, o boletim foi se consolidando e ganhando a importância que tem hoje, tornando-se o jornal oficial da Arquidiocese. Em 1998 sofreu uma de suas últimas transformações, quando passou a ser impresso com algumas páginas coloridas.

Nos últimos 16 anos (de 1998 até 2014) ele manteve seu formato e foi apenas aprimorando-se em alguns aspectos, como é o caso da equipe, que a partir de 2012 passou a contar com uma jornalista em todas as suas reuniões de preparação. Hoje, com 32 anos de existência, ele continua com edição mensal e apresentando as principais notícias da Igreja Católica, além de trazer textos e artigos formativos.

Conta atualmente com 20 páginas e a produção está sob responsabilidade da Pastoral de Comunicação da Arquidiocese, composta por profissionais da área de comunicação e voluntários que se reúnem semanalmente para trabalhar na redação e revisão de notícias e artigos. As pautas são distribuídas entre a equipe responsável, que hoje é formada por sete pessoas: o padre Renato Biasi - coordenador de pastoral; Victória Holzbach - assessora de comunicação da Arquidiocese; Lurdes de David, Ivone Caon Pereira, Mirthe Santana e Cláudia Tainá dos Santos - voluntárias e leigas de comunidades da Arquidiocese; e Elizeu Moreira - seminarista da Arquidiocese.

No aspecto formativo, destacam-se os artigos publicados na Coluna Litúrgica, sob coordenação da Equipe Arquidiocesana de Liturgia, na Coluna Catequética, sob coordenação da Equipe de Coordenação de Catequese, no espaço Bíblico, sob responsabilidade do Itepa Faculdades, na Palavra de Vida, escrita pelo bispo emérito Dom Urbano Allgayer, e na Palavra do Pastor, que apresenta sempre um tema relevante da atualidade, escrita pelo arcebispo Dom Antonio Carlos Altieri.

A distribuição é feita atualmente através de assinaturas anuais ao custo de R\$ 14,00, para os jornais retirados nas paróquias ou entregues pelos agentes do *PD*, e no valor de R\$ 25,00, para a assinatura enviada pelos Correios, para um pacote de 12 exemplares. Sobre a rede de distribuição criada na década de 90, hoje ela envolve aproximadamente 200 agentes, responsáveis por reunir assinaturas e distribuir os jornais todos os meses nas suas comunidades, além de contribuir eventualmente com o envio de notícias para a redação do jornal.

3.2.2. O *Presença Diocesana* e as influências tecnológicas

Trinta anos atrás, a maneira de fazer jornalismo era outra. Antigamente, o jornalismo e especialmente o jornalismo comunitário, eram vistos de uma maneira diferente. Com o capitalismo, a informação tornou-se um bem de consumo essencial e no século XXI os meios de comunicação e as novas tecnologias tornaram-se indispensáveis para a vida eclesial, pois a Igreja não pode estagnar-se no tempo. Ela precisou acompanhar as novas tecnologias e usufruí-las para cativar novos fiéis e manter os que fazem parte da crença católica. Hoje, novas plataformas surgiram e com as mídias digitais crescendo instantaneamente, as transformações acontecem ainda mais rápido, e com uma frequência cada vez maior (PIROLO, 2009).

Deste modo, os meios de comunicação comunitários, e porque não os meios católicos, foram influenciados pelas novas tecnologias ao longo dos anos, como também foi o caso do *Presença Diocesana*. Essas transformações, apesar de discretas, foram observadas durante a pesquisa realizada no acervo do jornal.

A primeira influência externa foi a própria criação do boletim. A opção em produzir um jornal com a participação da comunidade, deu-se pelo fato de ter sido constatado, inicialmente, que a prática comunicacional da Igreja Católica de Passo Fundo era fortemente marcada pelo uso dos meios de comunicação internos. "O *Presença Diocesana* nasceu então a partir da necessidade de ampliar ainda mais a comunicação da Igreja com a comunidade local, e dialogar com os fatos que ocorriam simultaneamente fora dela" (PRESENÇA DIOCESANA, 1982).

No início do século, o jornalismo impresso já se consolidara como um veículo capaz de atingir um grande público, em lugares diferentes, e a igreja demonstrava consciência desse alcance. Tanto é assim, que se explica a sua decisão de apoiar a criação de boletins que divulgavam e, ainda divulgam, seus principais acontecimentos para além das paredes da Igreja (TOSTA, 2007).

Depois disso, podemos observar que suas transformações foram acontecendo paralelamente as necessidades impostas pela sociedade. A periodicidade do jornal, por exemplo, foi se adequando aos tempos, chegando a distribuição mensal que temos hoje.

Outra observação feita através da pesquisa no acervo do jornal foi o fortalecimento da equipe de produção, que se aprimorou, tornando-se a Pastoral de Comunicação da Arquidiocese. Além disso, a presença de um jornalista não era necessária no início do período, porém, atualmente, com as transformações e exigências do mundo moderno, é indispensável a presença deste profissional.

Alguns veículos de informação da Igreja surgem em conjunturas marcantes de determinados períodos da história, com o intuito de nela se posicionar e intervir respondendo aos desafios que são colocados por estas conjunturas, como também para responder a questões internas da própria instituição. Porém, depois de algum tempo, esses veículos perceberam a necessidade de se ampliar e começaram a ter características da imprensa convencional, como é o caso dos profissionais que faziam o jornalismo (TOSTA, 2007).

Entretanto, mesmo se adequando a algumas necessidades, vimos também que o jornal não perdeu seu objetivo central, já citado neste capítulo, fazendo com que as mudanças sofridas apenas otimizassem o trabalho e ajudassem no alcance do objetivo. Apesar das influências tecnológicas, percebemos ainda que o boletim nada mudou com o capitalismo cada vez mais presente e com a massificação da imprensa, o que desvalorizou não só o jornalismo comunitário, mas também qualquer outra forma de comunicação que não a dos grandes veículos (FREITAS, 2006).

3.2.3. *Presença Diocesana*: um jornal da comunidade

De acordo com Viviane Freitas (2006), como citamos no capítulo dois, o jornalismo comunitário tornou-se uma possibilidade para a população encontrar espaço e discutir assuntos de seu interesse - que nos grandes veículos de comunicação não eram abordados e, quando eram, o viés não seria o mesmo. Visto isso, percebemos através da pesquisa documental, que o *Presença Diocesana* sempre se caracterizou por dar um grande destaque na participação da comunidade. Essa participação se deu desde 1982, e continua até hoje, por meio de diversas maneiras. A primeira delas é na elaboração das notícias. Depois da reunião de pauta, realizada uma vez por mês, a equipe da Pastoral da Comunicação divide os assuntos entre si e também encaminha, quando necessário, para que lideranças das paróquias e comunidades produzam as notícias. Por exemplo: se a notícia se referir a um

acontecimento na paróquia Nossa Senhora de Fátima, a Pascom irá direcionar a elaboração das fotos e do texto para alguém daquela comunidade, fazendo com que os fiéis participem do processo.

Outra forma de inserir a comunidade, segundo a observação feita para este trabalho, é pela distribuição do jornal. Como já descrito, além de distribuído pelo correio, ele é entregue aos seus assinantes através de agentes, que fazem a distribuição conforme a localização geográfica de suas comunidades. Além disso, a própria valorização desses agentes e também das lideranças paroquiais pode ser percebida como uma participação da comunidade no jornal. Há um espaço para aniversariantes (voluntários, agentes, lideranças paroquiais, padres, entre outros), e ainda um espaço para a agenda da pastoral, que conta também com eventos comunitários e paroquiais.

Por fim, o próprio conteúdo do jornal refere-se quase que exclusivamente para as comunidades. Desde as fotografias, até as entrevistas feitas para cada notícia, buscam focar na comunidade presente em cada fato que depois, se torna notícia no *PD*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Intensificar a *presença* da Igreja no mundo da comunicação é hoje, certamente, uma das prioridades da comunidade católica no mundo todo, como vem se mostrando após o Concílio Vaticano II em suas principais Instruções Pastorais como a *Communio et Progressi e o Inter-Mirifica*. Com isso, concluímos através do primeiro capítulo deste trabalho que, pouco a pouco, a Igreja deu seus passos, após adquirir a percepção de que não se deveria lutar a favor ou contra os meios de comunicação, pois eles são parte inerente de nossa realidade e nossa cultura.

Além disso, vimos através dos dois primeiros capítulos que a relação entre a Igreja e comunicação foi se modificando ao longo da história e hoje, o jornalismo comunitário é a principal alternativa para que a instituição difunda suas ideias e valores através dos meios de comunicação.

No terceiro capítulo, foi possível identificar no periódico *Presença Diocesana* um jornalismo fiel ao discurso católico - sua proposta editorial. A linguagem predominante é religiosa, não apenas nos textos que se referem diretamente ao sagrado (liturgia, orações, leituras bíblicas etc.), mas também naqueles empregados na cobertura de pautas sociais. E então surgiu o questionamento: o jornal faz jornalismo comunitário ou seria encaixado nas características do jornalismo alternativo?

Conforme visto no capítulo dois, para Marcondes Filho, o jornalismo comunitário ajuda na socialização do indivíduo como ser, diferente dos jornais da grande imprensa. "É o meio de comunicação que interliga, atualiza, organiza a comunidade e realiza os fins a que ela se propõe" (MARCONDES, 1987, p.149). Além disso, Cicília Peruzzo também ressalta a diferença das pautas do jornalismo comunitário com as pautas dos grandes veículos de comunicação: no jornalismo comunitário, por exemplo, as questões são, na maioria das vezes, discutidas no micro e não no macro. Temáticas que muitas vezes só interessam àquela comunidade e não teriam espaço em outros tipos de veículos de

comunicação são trabalhados e até mesmo enfatizados nos meios de comunicação comunitários. Isso se deve ao fato, conforme Peruzzo, do jornalismo comunitário geralmente estar ligado a uma zona geográfica delimitada.

Visto isso, conclui que o *Presença Diocesana*, é sim um jornal comunitário, já que, como descrito ainda neste terceiro capítulo, sempre valorizou as questões da comunidade local, que em seu caso é a Arquidiocese de Passo Fundo, e mais ainda: priorizou e ainda prioriza a participação efetiva do povo na elaboração do conteúdo do periódico.

Além disso, apesar de se atualizar com o tempo, o jornal não perdeu seu princípio e diferencia-se dos grandes veículos, por não transformar a notícia em produto. Pelo contrário, sobrevive, ao longo dessas décadas, sem a presença de anúncios – se caracterizando ainda mais como um jornal comunitário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Juliana Oliveira. **Igreja e Comunicação: a experiência católica, passagens pelo tradicional, o popular e o moderno.** Fortaleza: Faculdade Evolutivo, 2009.

BETTO, Frei. **Comunicação Popular e Igreja.** In Comunicação popular e alternativa no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1991.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração.** Rio de Janeiro: Campus, 2000.

DELLA CAVA, Ralph. **E o Verbo se faz imagem: Igreja Católica e os meios de comunicação no Brasil.** Petrópolis: Vozes, 1991.

ESTUDOS DA CNBB – 101. **A comunicação na vida e na missa da Igreja no Brasil,** São Paulo: Paulus, 2011.

FRANCISCO, Papa. 2014

FREITAS, Viviane Belizario. **O papel social do jornalismo comunitário: Um estudo do Jornal Cantareira.** São Paulo: Centro Universitário Nove de Julho, 2006.

FESTA, Regina, SILVA Eduardo Lins. **Comunicação popular e alternativa no Brasil.** São Paulo: Paulinas, 1991.

GRONOWSKI. Professor de teoria geral da comunicação na Universidade Pontifícia da Santa Cruz (Itália).

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários: no tempo da imprensa alternativa.** São Paulo: EDUSP, 2003.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos.** São Paulo: Hacker, 2002.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial.** São Paulo: Summus, 1988.

PERUZZO, Maria Cicília K. **Comunicação nos movimentos populares**. Petrópolis: Vozes, 1998.

PRESENÇA DIOCESANA. Diocese de Passo Fundo. Passo Fundo. 1982

PUNTEL, Joana T. **Contribuições e desafios das mídias católicas**. III Mutirão da Comunicação, Salvador - BA, 2003 *In* <http://www.rccrj.org.br/index.php/comunicacao-social/619-texto-contribuis-e-desafios-das-mas-catas>, acesso em: 13/10/2014

RÁDIO PLANALTO, 2014. Disponível em: <<http://rdplanalto.com/sobre-a-planalto/>>. Acesso em setembro de 2014.

RODRIGUES, Gabriel Machado. **Os meios de comunicação na Igreja Católica: novos rumos e uma Canção Nova**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2009.

SIMON, Pedro Ercílio. **Uma diocese chamada Passo Fundo**. Passo Fundo: Berthier, 2005.

VATICANO. **Instrução pastoral Communo et progressio**, 2004. Disponível em: <http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_po.html>. Acesso em setembro de 2014.

VATICANO. **Cúria Romana**, 2014 (A). Disponível em: <http://www.vatican.va/roman_curia/labour_office/index_po.htm>. Acesso em novembro de 2014.