

Lisboa: 18 ideias para melhorar a comunicação da Igreja

“Como melhorar a comunicação da Igreja? – 3 sugestões” - Este desafio atraiu várias dezenas de pessoas, no passado dia 22 de maio, em Lisboa, para ouvirem a reflexão de alguns especialistas.

27/05/2019

O debate foi organizado pelo **Comité Português de Benfeitores** da

Universidade Pontifícia da Santa Cruz, razão que explica que os 6 oradores tivessem em comum a experiência de terem participado, em Roma, em iniciativas da Faculdade de Comunicação da Igreja daquela universidade.

Pedro Gil, do Gabinete de Imprensa do Opus Dei moderou o encontro, e de cada orador esperavam-se 3 sugestões para melhorar a comunicação da Igreja, ditas em apenas 10 minutos.

Um pensamento atravessou a variedade das intervenções: é preciso uma comunicação da Igreja mais estruturada e profissional.

Na assistência que enchia o Auditório do Oratório de S. Josemaria, contavam-se entre outros, seminaristas de Lisboa e sacerdotes vários pontos do país, profissionais dos principais *players* da comunicação da Igreja em Portugal,

de Lisboa, Évora, Guarda, Santarém, Setúbal, Fátima.

Síntese das intervenções

Para **Rita Carvalho**, do Gabinete de Comunicação da Companhia de Jesus, há 3 pontos muito claros: 1 - é preciso que Igreja pense na sua própria comunicação (dando várias sugestões para um principal canal: as homilias); 2 – deverá superar-se o voluntarismo e partir para a profissionalização do departamento de comunicação, tal como aconteceu com a área social há uns anos; 3 – ter noção de que todos os católicos passam a mensagem da Igreja nas atitudes que têm e nas palavras que dizem.

Na sua intervenção, **José Aguiar**, fundador e consultor da agência “All Comunicação” repetiu em vários momentos: «a Igreja tem de comunicar por objetivos. Comunicar por comunicar não significa nada.» A

profissionalização da comunicação permitirá tirar maior proveito das ferramentas, meios e canais que se multiplicam nos dias de hoje. Há, porém, o perigo de se querer dispensar o papel do jornalista: muitas organizações sonham comunicar somente com os canais próprios, mas essa informação será sempre frágil e não é validada. Um olhar integrado sobre a toda a comunicação da Igreja terá criatividade e acerto para se adequar sempre ao público que se quer atingir. A boa relação com os jornalistas é fundamental: compreendê-los, perceber o que lhe interessa para fazer notícia.

Ana Santos, jornalista da RTP, complementou essas ideias falando da importância do papel de um interlocutor na Igreja para ser a ponte entre a instituição e os jornalistas. «É assim nas empresas, é assim na política, deverá ser assim

também na Igreja», referiu. Deixou à Igreja o desafio de ultrapassar os seus próprios medos e preconceitos em relação aos media, e lembrou o dito certo: para passar a mensagem é preciso falar menos e comunicar mais.

O Pe. Paulo Terroso, diretor do departamento arquidiocesano das comunicações sociais de Braga, traçou brevemente a evolução da comunicação da Igreja nos 2000 anos da sua história e sublinhou que «esta não existe apenas para a salvação das almas mas para o bem comum e isso é estar presente no debate público». Neste aspeto salientou a necessidade da CEP estar sempre disponível para dizer a sua posição oficial através de um porta-voz, de forma a não deixar que essa posição se dilua no meio das intervenções de vozes não oficiais, eventualmente não totalmente em sintonia nem entre si nem com aquela posição

oficial. Daí partiu para apresentação de uma proposta concreta para a inserção de um secretariado para a comunicação no âmbito da CEP. Terminou lembrando que para se fazer uma boa comunicação é preciso tempo, dinheiro e energia.

Ilustrando esta ideia final do Pe. Paulo Terroso, o orador seguinte, **Carlos Liz**, consultor em estudos de opinião e mercado, apresentou a maquete de 2 filmes publicitários, realizados há 10 anos por João Wengorovius e Pedro Bidarra, que fizeram parte da agência de publicidade BBDO, que mostraram como se podem usar as técnicas de marketing e publicidade para fazer passar a mensagem da Igreja sem beliscar os seus princípios. As 3 sugestões de Carlos Liz foram: que a Igreja cuidasse muito bem dos seus comunicadores porque fora dela há milhões de pessoas que a querem conhecer; que deverá ter um estilo

«mais lúcido e menos cor-de-rosa»; e deverá ter em conta, como nas empresas, o algoritmo de cada um.

Por fim o **Pe. Miguel Neto**, responsável pelo Gabinete de Informação da diocese do Algarve, chamou a atenção para o facto de toda a gente, hoje em dia, produzir conteúdos, e que a tradicional fórmula de comunicação emissor/mensagem/recetor esbateu-se.

Referiu o alerta do Papa Francisco na sua mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, para o perigo do “tribalismo digital” em que cada procura, na internet, somente os conteúdos que servem os seus intuitos, fechando-se às ideias dos outros. A nota final foi para a necessidade da abertura aos leigos das questões da comunicação e seus trabalhos.

Em breve irá ser disponibilizado o áudio integral deste encontro.

.....

pdf | Documento gerado
automaticamente a partir de [https://
dev.opusdei.org/pt-pt/article/resumo-
debate-comunicacao-da-igreja-lisboa-
maio-2019/](https://dev.opusdei.org/pt-pt/article/resumo-debate-comunicacao-da-igreja-lisboa-maio-2019/) (08/08/2025)