

Protagonismo da mulher na comunicação religiosa: do impresso ao digital. Pioneirismo, perspectivas e desafios na educação pela comunicação no Brasil ¹

Helena Corazza²

Universidade de São Paulo (USP)
Instituto São Paulo de Estudos Superiores (ITESP)
Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC)

Resumo

A proposta da pesquisa é evidenciar o protagonismo e o pioneirismo da mulher, na comunicação religiosa, do analógico ao digital, tendo como foco Paulinas no Brasil, nos 93 anos de presença no País (1931 a 2024), enquanto mulheres no espaço público da comunicação. A pesquisa foi realizada a partir de fontes primárias, documentos, entrevistas, referenciais teóricos sobre o lugar da mulher na sociedade e na Igreja; inclui publicações impressas e digitais, assessorias à comunicação da Igreja católica, centros de formação na área bíblica, comunicacional, de catequese, nas diferentes linguagens e suportes tecnológicos. Aponta oportunidades e desafios na educação e formação pela mídia, no contexto de mudança cultural, do impresso ao digital.

Palavra-chave: mulher; comunicação; educação; protagonismo; pioneirismo.

Um dos objetivos centrais deste estudo é destacar a trajetória e o papel do feminino na estratégia comunicativa que vai da Tipografia - Indústria Cultural -, à Educomunicação, no contexto da Cultura Digital, além de contribuir com a ciência para dar visibilidade ao protagonismo da mulher na comunicação social, no campo religioso.

Duas palavras guiam esta pesquisa: protagonismo e pioneirismo. Protagonismo da mulher na comunicação religiosa, que na verdade é da mulher consagrada, com a missão de comunicar, acrescida de uma temporalidade que envolve o que significa a cultura, do impresso ao digital³. Este protagonismo não é individual, mas coletivo, de uma comunidade, uma instituição organizada e dirigida por mulheres. Entende-se que ser protagonista é ter a capacidade de tomar iniciativas, propor, agir, construir, reformular,

¹ . Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação, 25º. Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² . Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Jornalista, licenciada em Letras. Docente e coordenadora do Curso de Especialização Comunicação, Teologia e Cultura: teórico-prático do Instituto São Paulo de Estudos Superiores (ITESP/SEPAC). Assessora e docente no Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC); associada à Intercom e ABPEducom, pesquisadora do MECOM (Mediações Educomunicativas - ECA-USP). E-mail: helena.corazza@paulinas.com.br; helen.corazza@gmail.com

³ . Trata-se de uma síntese da Pesquisa de Pós-doutorado, na ECA-USP, 2024-2025, sob a supervisão da profa. Dra. Margarida M. K. Kunsch.

ainda que haja barreiras sociais, culturais, religiosas, econômicas. Ser protagonista, na década de 1930 no Brasil, enquanto mulheres numa sociedade pautada pelo masculino e numa imprensa, espaço público, à época, também predominantemente masculina, foi e continua sendo um desafio.

Pioneirismo é a segunda palavra que guia esta pesquisa. Ser pioneiro, pioneira é abrir caminhos, descobrir, desbravar antes que outros tenham feito. E pensando no pioneirismo de mulheres religiosas no campo da comunicação, na década de 1930, um levantamento do lugar da mulher na sociedade e nas organizações familiar, educativa e eclesial, ajuda a pensar e a analisar a proposta, tendo em conta as mudanças sociais, tecnológicas, culturais e eclesiais.

Quando falamos da mulher religiosa na comunicação, na Igreja católica, nesta pesquisa, não estamos tratando do lugar da mulher na hierarquia⁴, mas de mulheres que se organizam em associações, congregações religiosas regidas pelo Direito Canônico⁵, aprovadas pela Igreja, com autonomia de ação, ou seja, governo próprio.

Esta pesquisa se propõe analisar o protagonismo e o pioneirismo da mulher na comunicação religiosa, do impresso ao digital, verificando a trajetória e perspectivas da Congregação Filhas de São Paulo (Irmãs Paulinas), com 93 anos (1931-2024) de atuação missionária no Brasil, por meio de publicações e atuação pioneira no campo da Pastoral da Comunicação. Ainda que de forma limitada pretende documentar a experiência deste grupo de mulheres dedicadas à comunicação religiosa, iniciado, na Itália, em 1915 (Martini, 1995). Três eixos teóricos a orientam: o contexto histórico, social, antropológico e tecnológico da comunicação; pesquisas sobre a Igreja católica e sua relação com os meios de comunicação, bem como o lugar da mulher; publicações e documentos da própria instituição das Filhas de São Paulo, que situam o objeto de estudo.

Trata-se das Irmãs Paulinas cuja missão é evangelizar, formar, educar servindo-se dos meios de comunicação social como mediadores nesse processo. A comunicação é aqui entendida como mediação cultural, em que as tecnologias da comunicação se tornam

⁴ . A hierarquia na Igreja católica é constituída pelos Ministérios ordenados: Diáconos, Presbíteros e Bispos e dela fazem parte somente homens.

⁵ . Congregações religiosas são aprovadas pela Igreja com uma missão própria, acompanhadas pelo Dicasterio para os Institutos de Vida Consagrada e as Sociedades de Vida Apostólica e regidas pelo Direito Canônico, da Igreja. Cf. <https://www.vatican.va/content/romancuria/pt/dicasteri/dicastero-vita-consacrata/profilo.html> – Acesso 30/04/2025

mediadoras na evangelização⁶, não restrita ao campo estritamente religioso, mas à formação humana e cultural.

Levantamos alguns aspectos da trajetória das Paulinas no Brasil, sobretudo, o pioneirismo na atuação e organização, com autonomia de iniciativas, a instituição trabalha todo o ciclo da produção da comunicação: criação, produção, distribuição. Atua também na formação de lideranças pastorais em diferentes campos priorizando a área da comunicação, bíblica, catequética, educativa; em assessorias, com a educação não formal e pelas mídias, entendida como educação informal⁷. Além das fontes primárias, publicações, documentos internos, foram realizadas algumas entrevistas com pessoas que foram e são protagonistas de processos e mudanças, e ainda não estão documentadas.

A mulher no início do século XX: emancipação e protagonismo

Há uma constatação de que a história da humanidade foi escrita, sobretudo, pelos homens, tanto a história antiga, medieval quanto a moderna, sendo a presença feminina, muitas vezes, não citada ou deixada em segundo plano. Essa mesma constatação acontece na Igreja católica, embora muitas mulheres e grupos estejam atuando, com grande competência, em áreas como educação, saúde, assistência e comunicação.

Com a Revolução Industrial a mulher vai trabalhar na fábrica, mudando seu estilo de vida, antes dedicado mais aos afazeres domésticos. Começa a acontecer uma mobilidade social de lugar e emancipação. A professora universitária italiana, Paola Giaioti, assinala a necessidade de um protagonismo feminino. “A questão dos direitos é de poder ser protagonista de uma história não só feita contra si mesmo. E nasce como exigência fazer a história moderna também para si, em formas muito diferentes” (Giaioti, 1993, p. 161).

A pesquisa contextualiza, ainda que de forma sintética, a mulher na imprensa brasileira, nomeia a primeira mulher a publicar um livro, Nísia Floresta⁸ com 22 anos de idade, “Direitos das mulheres e injustiça dos homens”, tratando dos direitos das mulheres

⁶ “Evangelizar no Brasil cada vez mais urbano, pelo anúncio da Palavra de Deus, formando discípulos e discípulas de Jesus Cristo, em comunidades eclesiais missionárias, à luz da evangélica opção preferencial pelos pobres, cuidando da Casa Comum e testemunhando o Reino de Deus rumo à plenitude (CNBB 109. Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil, 2019 – 2023).

⁷ . O vocabulário da Academia Brasileira de Letras (ABL) classifica a educação para a comunicação pelos meios de comunicação como educação informal. Cf. <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/educocomunicacao> - Acesso 31/07/2024.

⁸ . Nísia Floresta, pseudônimo de Dionísia Gonçalves Pinto nasceu em 12 de outubro de 1810 em Papari (RN) e faleceu em 1885.

à instrução e ao trabalho, exige que as mulheres sejam consideradas como seres inteligentes e merecedoras de respeito pela sociedade. Neste contexto, o estudo traz alguns estudos acadêmicos sobre a mulher, sua participação no rádio e na web.

A mulher religiosa no início do século XX

Se na década de 1920, a presença da mulher no mundo da cultura e das comunicações era embrionária, na Igreja católica era impensada. Entretanto o visionário padre italiano, Tiago Alberione, iniciou uma obra que equipara a missão da mulher com a “boa imprensa”, assim denominada na época, à pregação feita nas Igrejas, na época, exclusiva dos presbíteros⁹. Esta missão consiste em escrever, imprimir e divulgar, na rua, em livrarias, formando bibliotecas. No livro “A mulher associada ao zelo sacerdotal”, a imprensa é apresentada como apostolado aberto à mulher: “Antes de tudo, uma mulher, se dotada de cultura, pode escrever [...] Nosso pensamento é a difusão do Evangelho antes de tudo através da Imprensa, como outros fazem especialmente com a palavra [...] são necessárias escritoras, tipógrafas e cooperadoras” (Martini, 1995, p. 101-103).

Gaidotti afirma que diante de uma cultura que entendia o estudo como não necessário para as meninas, Alberione “tem páginas muito claras sobre a necessidade de a mulher estudar, e esta é talvez a revolução mais importante no mundo feminino, a escolarização e a aculturação para uma mudança na imagem da mulher” (Giaiotti, 1993, p. 173). Belém, acompanha esta posição e diz que Alberione se posicionou de forma positiva, num tempo em que se falava: “As meninas não precisam estudar”, ele afirma que a mulher deve se instruir, até ser escritora! [...] Ainda mais “Sair das paredes domésticas. Essa era uma grande batalha do início do século. Sobre isso, o Fundador das Paulinas não tinha dúvidas e agia com coerência” (Belém, 2002, p. 125-126).

Para ela, “o protagonismo da mulher na missão com a mídia foi sempre muito marcante na obra de Alberione, pois ele reconheceu, desde o início, a força e as potencialidades femininas” (Belém, 2002, p.144). A pesquisadora ainda afirma que apesar de algumas posturas machistas, tendo que se adequar às normas eclesiais da época, “mais tarde, entregaria às mulheres não um escritório, mas uma empresa, uma editora, uma gravadora, uma emissora de rádio, tornando-as administradoras de empresas, sem depender de qualquer homem” (Belém, 2002, p.123).

⁹ . Termo que designa a vocação aos ministérios ordenados, reservado aos homens que fazem parte da hierarquia: diáconos, padres e bispos.

Um aspecto importante a destacar é identidade e a visão que movem esta missão bem como os paradigmas que dão sentido a ela como o senso de universalidade: o essencial é tornar Jesus Cristo mais conhecido e amado com os meios modernos da comunicação social, com novas linguagens, novos métodos e novo ardor missionário. O Apóstolo Paulo é figura emblemática do qual o Fundador absorveu toda a mística e dinamismo para a missão.

Se São Paulo vivesse hoje, continuaria a inflamar-se com aquela dupla chama de um mesmo incêndio: o zelo por Deus e pelo seu Cristo, e pelos homens de todas as nações. E para ser mais ouvido falaria dos púlpitos mais altos e multiplicaria sua palavra com os meios do progresso atual: imprensa, cinema, rádio, televisão (Alberione, 1973, p. 53).

O teólogo brasileiro, Agenor Brighenti (2014), afirma que nos últimos cem anos, a pastoral percorreu um longo itinerário. No período pré-conciliar, plasmaram-se modelos como a pastoral de conservação e a pastoral de neocristandade¹⁰, vigentes nas origens da obra de padre Alberione. Suas iniciativas, somadas a tantas outras, desembocaram na renovação do Concílio Vaticano II e da tradição libertadora latino-americana, gestaram novos modelos de pastoral, como a pastoral orgânica e de conjunto e a pastoral de comunhão e participação.

A pesquisa fundamenta esta situação, buscando os traços da cultura que marcaram o pensamento religioso em relação à mulher, na cultura da sociedade, desde o tempo de Jesus e que foi marcado pelo pensamento filosófico e teológico, normatizando posições e situações que se revelam ainda hoje. “A inferioridade da mulher foi legitimada, em chave androcêntrica”, por Tertuliano, africano convertido ao cristianismo antes de 197, que condenou as mulheres, porque “cada mulher porta em si Eva” (Mariotti, 2023, p. 38).

Há uma história sobre o silenciamento das mulheres religiosas na Idade Média, na Baixa Idade Média¹¹ documentada em pesquisas, algo difícil a ser superado, nesta visão patriarcal vigente na sociedade e introjetada por muitas mulheres, dentro e fora da estrutura eclesial. Para Ottaviani, parece não ter havido evolução, “a notar pelo papel secundário da mulher na estrutura eclesial, mesmo após o *aggiornamento* proposto pelo Papa João XXIII, ao convocar o Concílio Ecumênico Vaticano II, em 25 de janeiro de 1961”. Para o autor, “se nos últimos sessenta anos as mulheres passaram a ocupar, na

¹⁰ . É o modelo de pastoral do regime de neo-cristandade, que teve seu auge no século XIX, quando a Igreja pré-moderna jogou suas últimas cartas no confronto com a modernidade.

¹¹ . A Alta Idade Média compreende do século V ao X e a Baixa Idade Média, do século XI ao XII.

sociedade, um número cada vez maior de postos de trabalho e lugar de destaque nos organismos de decisão, o mesmo não acontece na Igreja católica e em boa parte das Igrejas cristãs” (Ottaviani, 2023, p. 60).

A comunicação no século XX e as mudanças tecnológicas e culturais no Século XXI: do impresso ao digital

No final do século XIX e início do Século XX a tecnologia disponível para os impressos era a Tipografia, com tipos móveis ou em máquinas de composição a chumbo. A imprensa oficial chega ao Brasil com a Família Real, em 1808, no Rio de Janeiro, e vai tendo sua evolução ao longo do tempo. Nos primeiros 100 anos do uso de tipos móveis na cidade de São Paulo (1827-1927)¹², revela o caráter artesanal da imprensa, que é produzida por imigrantes alemães, que iniciaram esta arte na cidade, criando pequenas empresas e sociedades com tecnologia alemã, que foi evoluindo.

A Imprensa católica chegou ao Brasil e se expandiu por meio de Editoras católicas pertencentes a Congregações religiosas e associações¹³. No final do século XIX e início do século XX começam a surgir as primeiras publicações impressas de grupos católicos no Brasil com o predomínio de revistas e jornais. A pesquisa levanta a primeira, “Boletim Brasileiro”, Sociedade de São Vicente de Paulo, 1878 (Rio de Janeiro, RJ); seguida de outros grupos, se serviram da Imprensa, sendo que as Irmãs Paulinas iniciam a Revista “Família Cristã”, em 1934, no Bairro da Liberdade, cidade de São Paulo, com tipografia própria. Elas escreviam, compunham, corrigiam e divulgavam, contando também com a colaboração de outras pessoas, sobretudo, em relação à língua. Em 1935 foi publicado o primeiro livro. Além da Revista Família Cristã, mensal, foram publicadas uma revista para a catequese, ou educação da fé; uma para crianças e uma institucional.

Ao lado da Imprensa escrita, as religiosas assumiram a programação de uma emissora de rádio; em 1960, a produção de discos e criaram gravadora própria; a seguir produção de audiovisuais, ainda com slides, vídeos, programas de televisão. Com as mudanças tecnológicas, tudo foi passando gradualmente para o digital.

Na área de publicações, uma grande conquista foi a publicação de uma Bíblia, intitulada, “A Bíblia”, pois os estudos da Bíblia sempre estiveram sob a hegemonia masculina. A produção levou 15 anos, sendo esta a mais nova tradução para a língua

¹² . Tipografia Paulistana. <https://labvisual.fau.usp.br/tipografiapaulistana/> - Acesso 12/02/2025.

¹³ . Pesquisa elaborada pela autora.

portuguesa do país, lançada em 2023. A direção e coordenação esteve na mão de mulheres. Inovador é que a equipe de tradutores da Bíblia Paulinas foi composta de 22 profissionais: 5 mulheres e 17 homens; 18 brasileiros e 4 estrangeiros; 18 católicos e 4 protestantes (Bombonato, 2003).

Para chegar às pessoas com as diferentes linguagens, desde 2005, Paulinas produz a revista digital “Ciberteologia – Revista de Teologia e Cultura”, com periodicidade quadrimestral, que se tornou uma referência respeitada no meio acadêmico. Disponibiliza também um catálogo de 315 produções de *E-books*, inclusive “A Bíblia” e 20 de Audiobooks¹⁴.

A Logomarca é outro ponto que demandou empenho e resistência. Registra-se que, desde 1946, a marca foi conjunta para as congregações masculina¹⁵ e feminina, Edições Paulinas, diferenciando a casa editora pelo endereço onde o livro foi impresso. Neste tempo havia um acordo em relação às publicações de modo que as temáticas de Teologia e Bíblia eram publicadas pelos homens, reforçando uma visão cultural a respeito da mulher. Esta marca continuou até 1994, tendo em vista a unificação internacional da marca, cada grupo definiu a identidade de sua marca. Foi quando o ramo feminino, depois de pesquisa, assumiu internacionalmente sua marca Paulinas, evidenciando a identidade própria de mulheres editoras. A partir daí passou a publicar todas as categorias e gêneros. Em 2023, esta marca foi reestilizada para adequar-se ao digital.

O portal Universo Paulinas também noticiou que a partir do dia 5 de fevereiro de 2024, os sites e perfis sociais das Filhas de São Paulo e da Paulinas Editora lançaram marca institucional e apresentaram o *rebranding*, reposicionamento, da marca Paulinas, para expressar o desejo de caminharem juntas para uma renovação do carisma e continuar a anunciar o Evangelho com os meios de hoje a todas as pessoas de nosso tempo¹⁶.

No final da década de 1980, no Brasil, o CD começou a substituir o vinil, sobretudo para músicas e a Paulinas COMEP lançou o seu primeiro CD, inaugurando uma nova fase com música eletrônica. Essa tecnologia perdurou por longo tempo até a sua gradual substituição pelos aplicativos, sobretudo *Spotify* e *Deezer*. Desde 2013 a COMEP passou a distribuir o seu catálogo musical nas plataformas musicais, dentre elas

¹⁴ . Publicações de E-books e Audiobooks: <https://ebookspaulinas.com.br/> Acesso 25/10/2024.

¹⁵ . Trata-se de Sociedade São Paulo, iniciada em 1914, na Itália, com a mesma missão, hoje Editora Paulus.

¹⁶ . Cf. Borga, Juliana. <https://universo.paulinas.com.br/conteudo/irmas-paulinas-lancam-marca-institucional/592> - Acesso 30/4/2025.

o Spotify, Deezer, Apple Music, Amazon Music, Youtube, entre outras, alcançando assim, não somente o Brasil, mas também o mundo todo por meio do streaming¹⁷.

Presença em ambientes ecléticos da cultura e formação de lideranças

Desde 1981, Paulinas marca presença na Feira de Frankfurt levando ao conhecimento da editoria internacional, reconhecidos autores e autores brasileiros e buscando obras de grandes autores internacionais. A presença feminina é organizada por um departamento internacional e, no mesmo stand se reúnem as presenças de diversos países do mundo¹⁸. Um espaço privilegiado também são as feiras regionais, Bienais do livro e outros eventos similares para a difusão da cultura e a evangelização.

As Paulinas desenvolvem um trabalho junto ao povo, tendo em vista a formação de lideranças nas áreas da Comunicação, Bíblia, Catequese, Educação. Neste sentido, hoje estão organizados junto ao departamento Paulinas Cursos que reúne as diferentes áreas em cursos sistemáticos, livres, presenciais ou online na modalidade EAD ou síncronos remotos¹⁹. No campo da comunicação, em 1982, foi criado o Serviço à Pastoral da Comunicação, configurando-se uma experiência pioneira de Educomunicação, sistematizada pela autora (Corazza, 2015).

A pesquisa também registra o pioneirismo das Paulinas na assessoria da Comunicação na Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), desde a década de 1960 até 2014, com a publicação do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. A colaboração acontece não só em nível nacional, mas regional onde há comunidades, tendo em vista o planejamento da comunicação e a formação de lideranças nesta área.

Presença também para coordenar, produzir e orientar na produção de programas de rádio e televisão; em associações católicas e ecumênicas de comunicação, sempre no sentido de liderar e inspirar as equipes para assumirem localmente seus destinos, participação em grupos de pesquisa. Mas para formar e protagonizar na comunicação importa a preparação intelectual. A pesquisa levantou também a produção intelectual em obras impressas e musicais, bem como os estudos a partir da pós-graduação *lato sensu* e *stricto sensu* e pode-se observar um crescimento gradual e constante, sobretudo, nos tempos atuais para compreender e agir na cultura digital.

¹⁷. Cf. “Gravadora e Editora Musical Paulinas Comep”. <https://universo.paulinas.com.br/conteudo/gravadora-e-editora-musical-paulinas-comep/38>. Acesso 30/10/2024.

¹⁸. As Filhas de São Paulo, estão presentes em 50 países dos cinco continentes.

¹⁹. Cf. <https://universo.paulinas.com.br/cursos> - Acesso 03/06/2025.

Desafios e perspectivas na educação para a comunicação

A educação e a formação estão no coração da missão das Filhas de São Paulo, que mesmo sem teorizar, se propõem a comunicar valores por meio das publicações e em formações, nas diferentes áreas: religiosa, comunicação e suas interfaces, literatura infanto-juvenil, psicológica e emocional, entre outras. A educação para a comunicação entendida nos aspectos humano, filosófico, antropológico, cultural, social é um modo de estar no mundo e de se relacionar como ser humano situado numa sociedade que se organiza com direitos e deveres cidadãos.

Ao pensar a educação para a comunicação e a formação continuada, remete à “escola sem muros”, entendendo que se aprende em todos os lugares e de todas as formas; remete também à educação informal que chega pela mídia e, por isso mesmo, faz parte do cotidiano e influencia a realidade tanto da educação formal como não formal.

A educação se dá por meio de publicações, indo ao encontro das pessoas em missões, animando-as, compartilhando a boa leitura, músicas, histórias nas diferentes linguagens. Trata-se de uma educação multidisciplinar em centros de formação organizados como o Serviço de Animação Bíblica (SAB), o Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC), o Núcleo de Catequese Paulinas (NUCAP). Educação presencial ou à distância e EAD, Lives formativas semanais, gratuitas, sobretudo, do SEPAC²⁰, tendo em vista a reflexão e a formação servindo-se do ambiente digital. Importa mencionar os Seminários e Congressos de Comunicação²¹, Catequese e a Semana Bíblica, online, todos os anos, favorecendo a formação e o crescimento cultural e religioso dos participantes.

Pode-se observar que a educação para a comunicação precisa seguir as diferentes linguagens e expressões plurais e sensoriais, oral, escrita, sonora, imagética, digital, de forma linear ou não linear. Essas maneiras de conhecer e narrar o mundo com janelas simultâneas, potencializadas pelas conexões da comunicação mediada pelas tecnologias, são uma oportunidade e um desafio.

Considerações finais

Ainda que, em recortes, procuramos trazer os pontos principais da pesquisa realizada: protagonismo e pioneirismo da mulher na comunicação religiosa, do analógico ao digital. Algumas evidências, ainda que de forma sintética: a competência é fundamental para que a sociedade mude o olhar sobre a presença da mulher na

²⁰ . Cf. https://www.youtube.com/results?search_query=paulinas+cursos – Acesso 30/4/2025

²¹ . Cf. <https://www.youtube.com/watch?v=GmmYrF5S-2s&t=1540s> – Acesso 30/4/2025

comunicação; resiliência, capacidade de superação em situações adversas, sobretudo em relação à discriminação; a educação para a comunicação e a formação continuada, remete à “escola sem muros”, entendendo que se aprende em todos os lugares e de todas as formas, ou seja, por meio da educação informal que chega pela mídia nas diferentes linguagens.

Este trabalho teve como percurso, do impresso ao digital, da tipografia/composição manual, a chumbo ao digital; da máquina de escrever ao computador de tantas gerações e aplicativos, bem como recursos da Inteligência Artificial (IA); das fitas magnéticas para gravações sonoras e vídeos ao streaming; da diagramação artesanal aos softwares digitais. As tecnologias mudam, a comunicação passa a ser à distância, mas o ser humano continua na busca do calor humano, da escuta, da presença.

Trata-se de um protagonismo e pioneirismo coletivo, comunitário e não individual, e por mais que algumas pessoas tenham sido destinadas a iniciar determinadas iniciativas, o trabalho é coletivo. Procura-se mostrar que uma nova comunicação é possível, tendo em vista o ser humano enquanto sujeito dos processos comunicacionais.

Referências

ALBERIONE, **Pensamentos**. São Paulo: Edições Paulinas, 1973.

BELÉM, Maria de Lourdes. **Novo jeito de ser Igreja**. Missão e Mulher na obra de Padre Tiago Alberione. São Paulo: Paulinas, 2002.

BOMBONATTO, Vera Ivanise. **Ciberteologia - Revista de Teologia & Cultura** - Ano XIX, n. 73. 2003, p. 90-91 (<https://ciberteologia.com.br/>). Acesso 08/06/2025.

BRIGHENTI, Agenor. **O itinerário da pastoral nos últimos cem anos: de Alberione a Aparecida**. In: **Vida Pastoral** - ano 55 - número 300 - 2014. <https://www.vidapastoral.com.br/artigos/temas-pastorais/o-itinerario-da-pastoral-nos-ultimos-cem-anos-de-alberione-a-aparecida/> Acesso 10/06/2025.

CORAZZA, Helena. “Educomunicação: caminhos e perspectivas na formação pastoral. A experiência do Serviço à Pastoral da comunicação (SEPAC)”. Tese doutorado ECA-USP, 2015.

GIAIOTTI, Paola. *Il movimento femminile in Italia dagli inizi del secolo ai giorni nostri*. In: VVA, **Donne e uomini oggi a servizio del vangelo**. Roma: Edizioni Centro Spiritualità Paolina, 1993, pp. 147-202.

MARTINI, Catarina A. **As Filhas de São Paulo**. Anotações para uma história 1915-1984. São Paulo: Paulinas, 1995.

MARIOTTI, Lucy; SANTINON, Ivenise; OTTAVIANI, Edécio. **Discipulado de iguais**. São Paulo: Ed. Saber Criativo, 2023.

OTTAVIANI, E. *O silenciamento das mulheres religiosas na Idade Média, no exercício do Discipulado de iguais*. In: MARIOTTI, Lucy; SANTINON, Ivenise; OTTAVIANI, Edécio. **Discipulado de iguais**. São Paulo: Ed. Saber Criativo, 2023.