Curso de Teologia da Unicap | PPGTEO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TEOLOGIA DA UNICAP | UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO

EVANGELIZAR NA CULTURA DIGITAL: AS CONTRIBUIÇÕES DA PASTORAL DA COMUNICAÇÃO

Idelbrando Alves de Lima[1]

Jair Nery de Medeiros[2]

Resumo

O presente artigo tem por objetivo analisar a importância da Pastoral da Comunicação (Pascom) como expressão da missão evangelizadora de uma Igreja em saída, destacando sua presença e atuação tanto no seio da comunidade cristã quanto na sociedade. Sendo assim, o estudo fundamenta-se em fontes documentais e bibliográficas que dialogam com as contribuições advindas do Papa Francisco, Moisés Sbardelotto, entre outros, proporcionando um arcabouço teórico-metodológico para a temática em questão. Conclui-se que a Pascom fortalece a comunhão, amplia a participação dos fiéis e promove novas formas de evangelização no contexto da cultura digital.

Palavras-chave: Pascom. Evangelização. Mídias digitais.

1 INTRODUÇÃO

Desde as suas origens, a humanidade é acompanhada pelo fenômeno da comunicação. Antes do surgimento da escrita, o homem pré-histórico já se comunicava por intermédio da linguagem oral, dos gestos, das expressões corporais e das representações pictóricas (pinturas rupestres) para manifestar seus sentimentos, necessidades e crenças.

[1] Doutorando em Ciências da Religião pela Universidade Católica de Pernambuco, UNICAP; Mestre em Ciências das Religiões pela Universidade Federal da Paraíba, UFPB. Graduado em História pela Universidade Estadual da Paraíba, UEPB. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES). E-mail: del_historia@hotmail.com

2 Doutorando e Mestre em Ciências da Religião pela Universidade Católica de Pernambuco, UNICAP. Graduado em Pedagogia pela Universidade Estadual do Vale do Acaraú, UVA. E-mail: jair.nery.med24@gmail.com

Com o desenvolvimento da escrita, as civilizações antigas puderam registrar, organizar, produzir e preservar seus acontecimentos e conhecimentos. Contudo, foi somente no final da Idade Média (século XV) que a revolucionária invenção da imprensa de tipos móveis por Johannes Gutenberg expandiu a comunicação por meio da impressão em larga escala de livros e outros materiais, rompendo com o exclusivismo da produção e do acesso à escrita, restritos ao pequeno grupo social dominante de clérigos e nobres da época.

Ao longo dos séculos XIX e XX, os avanços científicos e tecnológicos proporcionaram o aparecimento de novos meios de comunicação, como o telégrafo, o telefone, o rádio, o cinema e a televisão. Esses instrumentos foram responsáveis por inaugurar a era da comunicação de massa, caracterizada pela ampla difusão de informações.

Na passagem do século XX para o XXI, os meios de comunicação sofreram profundas transformações promovidas pelo desenvolvimento das tecnologias digitais e pelo advento da internet. Essa nova fase na era da comunicação de massa modificou os modos de produzir, compartilhar e consumir informações, marcando a sociedade pela conectividade instantânea e pela interação em rede. Desse momento em diante, os meios de comunicação tradicionais passaram a coexistir, bem como a se adaptar às plataformas digitais, que expandiram as formas de interação entre as instituições, incluindo as religiosas, e a sociedade.

No Brasil, a história da comunicação está diretamente associada à chegada da família real portuguesa em 1808, quando o Príncipe Regente D. João autorizou a instalação da Imprensa Régia na cidade do Rio de Janeiro. Em consequência desse fato, deu-se início oficialmente à circulação dos primeiros periódicos na colônia. No decorrer dos séculos XIX e XX, acompanhando as mudanças históricas, políticas, econômicas, culturais e tecnológicas, os meios de comunicação de massa se instalaram e se consolidaram no país. No início do século XXI, inseridos no mundo

globalizado, os veículos de comunicação brasileiros também foram impulsionados pela expansão da internet e das redes sociais.

Em face do contexto histórico apresentado, os meios de comunicação tornaram-se também um elemento essencial na difusão da ação evangelizadora da Igreja Católica, que, posteriormente, reconhecendo o impacto das transformações tecnológicas desses instrumentos, buscou de forma gradual incorporá-los em suas práticas pastorais.

Diante desse cenário, surgiu no Brasil a Pastoral da Comunicação (Pascom) com o propósito de integrar as ações da Igreja aos meios de comunicação. Nesse sentido, o presente artigo tem por objetivo analisar a importância dessa pastoral como expressão da missão evangelizadora de uma Igreja em saída, destacando sua presença e atuação tanto no seio da comunidade cristã quanto na sociedade. Para tanto, o estudo fundamenta-se em fontes documentais e bibliográficas que, ao dialogar com as contribuições advindas do Papa Francisco (2023), Moisés Sbardelotto (2017), entre outros, proporcionam o arcabouço teórico-metodológico para compreender a temática. A pesquisa conclui que a Pascom, ao desempenhar suas funções, fortalece a vida comunitária, ampliando a participação dos fiéis e promovendo novas formas de evangelização no contexto da cultura digital.

2 A PASTORAL DA COMUNICAÇÃO: ORIGEM, HISTÓRIA E MISSÃO NA IGREJA

Entre o século XV e meados do século XX, a Igreja Católica assumiu uma postura de natureza diversa com relação aos meios de comunicação que surgiam a cada época (imprensa, cinema, rádio e televisão). De acordo com Joana Puntel (2011), a comunicação sempre despertou o interesse da Igreja, a diferença estaria na maneira como a instituição eclesial se ocupou dela no decorrer dos séculos.

Nesse sentido, os Pontífices publicaram, ao longo desse período, alguns documentos com o objetivo de censurar, reprimir, controlar e vigiar os meios de comunicação de massa. Embora não tenhamos a pretensão de realizar

um levantamento histórico e detalhado referente a essa documentação, consideramos pertinente citá-los: a Bula *Inter Multiplices* (1487), do Papa Inocêncio VIII; o *Index Librorum Probibitorum* (1559), do Papa Paulo IV; a *Encíclica Christianae Reipublicae* (1766), do Papa Clemente XIII. Segundo Andréia Souza (2017, p. 44, *grifo da autora*): "A visão era moralista, interessando à Igreja impor regras para o uso dos meios com vista à tradição e à manutenção dos 'bons costumes' na sociedade [...]".

Durante o pontificado de Leão XIII (1878 - 1903), a Igreja adotou um posicionamento defensivo e de combate, no qual o Pontífice incentivou o confronto direto contra o mal propagado pela palavra escrita e impressa (a má imprensa), opondo-se a este com a boa imprensa, que sairia em defesa da verdade e da moralidade católicas.

Conforme Puntel (2011), a Igreja demorou a reconhecer os aspectos positivos dos meios de comunicação, como também a percebê-los como instrumentos potenciais na defesa da dignidade da pessoa humana. Posteriormente, mesmo mantendo uma conduta negativa frente a esses meios, a instituição começou, gradualmente, a compreender a utilidade e a servir-se deles na propagação de suas mensagens, demonstrando uma flexibilidade moderada e, acima de tudo, cautelosa.

Diante da evolução e expansão do cinema, o Papa Pio XI, que demonstrava particular interesse pela invenção, apoiou, em 1928, a criação da Organização Católica Internacional para o Cinema (OCIC) e, em 1936, escreveu a *Encíclica Vigilanti Cura*, dirigida ao Clero estadunidense, expondo o cinema como uma tecnologia de comunicação poderosa. Contudo, a Igreja ainda se mantinha desconfiada com relação às imagens e aos discursos que o novo meio tecnológico poderia difundir na sociedade.

Em 1957, o Papa Pio XII redigiu a *Encíclica Miranda Prorsus* sobre comunicação, enfatizando o cinema, o rádio e a televisão. O documento "valoriza também os aspectos positivos dos meios eletrônicos, e explica a posição do Magistério em relação às tecnologias da comunicação como uma atitude de prudência, [...]" (Souza, 2017, p. 48). Puntel (2011) aponta

que, para alguns pesquisadores, a encíclica simboliza as boas-vindas da Igreja aos meios de comunicação. Além disso, podemos encontrar nela o embrião da Pastoral da Comunicação.

Contudo, o marco que estabeleceu um novo olhar da Igreja Católica para os meios de comunicação ocorreu no Concílio Ecumênico Vaticano II. Foi durante essa assembleia que os Padres Conciliares aprovaram o *Decreto Inter Mirifica*, promulgado pelo Papa Paulo VI em 4 de dezembro de 1963. Considerado um divisor de águas, o documento representa oficialmente a mudança do discurso da Igreja com relação ao uso dos meios de comunicação, reconhecendo-os:

> Entre as maravilhosas invenções da técnica que, principalmente nos nossos dias, o engenho humano extraiu, com a ajuda de Deus, das coisas criadas, a santa Igreja acolhe e fomenta aquelas que dizem respeito, antes de mais, ao espírito humano e abriram novos caminhos para comunicar facilmente notícias, ideias e ordens. Entre estes meios, salientam-se aqueles que, por sua natureza, podem atingir e mover não só cada um dos homens mas também as multidões e toda a sociedade humana, como a imprensa, o cinema, a rádio, a televisão e outros que, por isso mesmo, podem chamar-se, com toda a razão meios de comunicação social (Concílio Vaticano II, 1963, art. 1).

É importante observar que, a partir do decreto, a Igreja passou a adotar a terminologia comunicação social. Essa expressão busca ampliar o conceito de comunicação, não apenas como simples instrumentos técnicos, mas como um processo que se desenvolve entre os seres humanos na sociedade. "A Igreja quis assumir assim uma visão mais otimista da comunicação frente às 'questões sociais'" (Puntel, 2011, p. 229, *grifo da autora*). Temas como o direito à informação; a relação entre arte e moral; a justiça e caridade na formação da opinião pública; os deveres dos destinatários, dos realizadores e autores e das autoridades civis; os meios de comunicação social e o apostolado; a formação técnica e apostólica; entre outros, fazem parte do teor do documento.

Ademais, o decreto propõe a criação do Dia Mundial das Comunicações Sociais[3], no qual "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" (Concílio Vaticano II, 1963, art. 18). O escrito ainda determinou a criação de secretariados de comunicação social ligados à Igreja e a elaboração de uma instrução pastoral por um organismo da Santa Sé.

Em 1971, seguindo a determinação do Decreto Inter Mirifica, foi publicada a *Instrução Pastoral Communio et Progressio*, que se distingue do documento anterior, por apresentar um texto mais positivo sobre os meios de comunicação social, menos normativo e, consequentemente, mais pastoral, no qual "a esperança e o otimismo são dominantes e o caráter moralizador e dogmático desaparece" (Puntel, 2011, p. 230).

Após um período de silêncio, o extinto Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, em comemoração aos 20 anos da *Instrução Pastoral Communio et Progressio* publicou, em fevereiro de 1992, a *Instrução Pastoral Aetatis Novae*, a qual enfatiza a importância de uma pastoral da e na comunicação. Vale destacar que a instrução oferece um anexo com elementos para a elaboração de um plano pastoral de comunicação.

Sob essa perspectiva, outros importantes documentos foram publicados pelo Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, demonstrando a preocupação da Igreja com a ética na comunicação. Entre esses documentos estão: Ética da Publicidade (1997), Ética nas Comunicações Sociais (2000), Ética na Internet e Igreja e Internet, ambos de 2002. A *Carta Apostólica O Rápido Desenvolvimento*, promulgada pelo Papa João Paulo II em 2005, apresenta uma reflexão relevante a respeito das comunicações sociais em constante evolução.

[3] A data foi instituída, em 1966, pelo Papa Paulo VI e celebrada pela primeira vez em 1967. A comemoração ocorre anualmente, seguindo o calendário litúrgico, no Domingo da Ascensão do Senhor. Desde a sua criação, os Pontífices redigem uma mensagem de reflexão sobre o papel das comunicações sociais na Igreja e no mundo.

Na esteira do desenvolvimento da relação entre a Igreja Católica e os meios de comunicação social, a Igreja no Brasil, sob as orientações da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), institucionalizou a Pastoral da Comunicação (Pascom) no país por meio do Documento 59, intitulado Igreja e Comunicação rumo ao Novo Milênio – Conclusões e Compromissos, de 1997. Ele é um marco teórico e prático que orienta a implantação e a estruturação da Pascom nas Dioceses e paróquias, definindo a comunicação como dialógica, ou seja, constituindo-se em um processo de duas vias.

Em 2014, a CNBB publicou o Documento 99: Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. O texto define a Pascom como um eixo transversal que deve permear todas as pastorais da Igreja. Em vista disso, o Diretório afirma que "não se pode reduzir essa pastoral aos meios de comunicação, pois ela é um elemento articulador da vida e das relações comunitárias" (CNBB, 2014, n. 247).

O documento destaca seis características que abrangem as ações da Pascom, entre as quais ressaltamos: Colocar-se a serviço de todas as pastorais para dinamizar suas ações comunicativas; Promover o diálogo e a comunhão das diversas pastorais; Favorecer o diálogo entre a Igreja e os meios de comunicação, para dar maior visibilidade à sua ação evangelizadora, entre outras (CNBB, 2014, n. 248).

Além do mais, o Diretório estabelece quatro eixos de atuação para a Pascom, são eles: 1) formação; 2) articulação; 3) produção e 4) espiritualidade. "A Pascom, sustentada por esses eixos, deve incentivar a reflexão e estimular ações com sentido comunicativo, que conduzam à comunhão e à ação evangelizadora" (CNBB, 2014, n. 249). A Pascom é uma pastoral atuante e que, a partir da pandemia de COVID-19, foi responsável por gerenciar a presença da Igreja no mundo virtual, destacando sua missão na seara da comunicação e da pastoral.

3 A PASCOM: FORMAÇÃO, INFORMAÇÃO E EVANGELIZAÇÃO NA CULTURA DIGITAL

A partir do percurso histórico e documental anteriormente apresentado, torna-se necessário avançar para a compreensão da Pastoral da Comunicação em sua atuação concreta na cultura digital. Desse modo, sem repetir a discussão sobre a origem e a missão institucional da Pascom, esta seção procura demonstrar como essa pastoral contribui para a ação evangelizadora da Igreja por meio de três dimensões interligadas: formação, informação e evangelização.

Na cultura digital, a comunicação eclesial não se limita à transmissão de avisos, notícias ou conteúdos religiosos. Ela envolve escuta, presença, vínculo e participação comunitária. Nesse horizonte, a Pascom ajuda a comunidade cristã a organizar sua presença comunicativa, favorecendo uma linguagem capaz de dialogar com os modos contemporâneos de interação social.

Nesse sentido, a seção anterior oferece o fundamento indispensável para compreender que a Pascom não nasce como uma atividade meramente técnica, mas como expressão de uma Igreja que reconhece a comunicação como dimensão constitutiva de sua missão. A partir desse fundamento, sua atuação no ambiente digital deve ser entendida como serviço pastoral voltado à articulação das comunidades, ao fortalecimento da comunhão e à visibilidade da ação evangelizadora.

A formação dos agentes, os chamados pasconeiros, constitui um dos pilares dessa atuação. Ela não se reduz ao domínio das ferramentas digitais, como gerenciar redes sociais, transmitir celebrações, editar imagens ou produzir vídeos, mas envolve planejamento pastoral, leitura crítica dos meios de comunicação, espiritualidade, consciência ética e compreensão da linguagem própria dos ambientes digitais. Dessa forma, a Pascom, na figura do seu sujeito eclesial[4] , ajuda a evitar a improvisação, a fragmentação das

[4] Na obra *A missão do agente da pastoral da comunicação*, Dom Valdir José de Castro (2024) afirma que o agente da Pascom é um verdadeiro sujeito eclesial, que deve se sentir como um membro vocacionado, e não como um simples voluntário que atua na comunicação dentro da Igreja.

mensagens e a simples reprodução da lógica midiática comercial, orientando a comunicação para o serviço à comunidade e para o anúncio do Evangelho.

A dimensão informativa também precisa ser compreendida em chave pastoral. Informar, no âmbito da Pascom, significa registrar a vida da comunidade, favorecer a memória eclesial, divulgar as ações pastorais, aproximar os fiéis das atividades paroquiais e diocesanas e estimular a participação. Assim, a informação deixa de ser apenas circulação de notícias e passa a integrar um processo mais amplo de comunhão, corresponsabilidade e pertencimento.

Essa compreensão é especialmente importante no contexto atual, marcado pela velocidade das publicações, pela busca por audiência, pela circulação de conteúdos superficiais e pela desinformação. Diante disso, a Pascom é chamada a comunicar com responsabilidade, clareza e sensibilidade pastoral, produzindo conteúdos que não apenas informem, mas também formem, aproximem e ajudem a comunidade a reconhecer os sinais de Deus nas experiências cotidianas.

Essa perspectiva dialoga com o Papa Francisco (2023), especialmente quando propõe uma comunicação capaz de falar com o coração, fundada na escuta, na proximidade e no testemunho da verdade no amor. Em um ambiente social atravessado por polarizações e desinformação, a comunicação cristã é chamada a construir pontes, favorecer a cultura do encontro e rejeitar linguagens agressivas ou sensacionalistas.

Moisés Sbardelotto (2017) contribui para essa reflexão ao afirmar que a internet não deve ser vista apenas como instrumento, mas como ambiente de relações, linguagens e práticas sociais. No espaço digital, também se constroem experiências de pertencimento, expressões religiosas e modos de vivenciar a fé. Por isso, evangelizar nesse ambiente exige compreender suas dinâmicas e reconhecer que a missão da Igreja se realiza também nas redes.

Portanto, evangelizar na cultura digital exige mais do que a presença institucional nas redes sociais. Requer linguagem adequada, testemunho

coerente, capacidade de diálogo e atenção às novas gerações, que muitas vezes experimentam a sociabilidade, a busca de sentido e a participação comunitária através dos ambientes digitais. Nessa perspectiva, as ações comunicativas da Igreja tornam-se mediações concretas da missão evangelizadora quando orientados por critérios pastorais.

Desse modo, a seção histórica sobre a origem, a trajetória e a missão da Pascom encontra continuidade nesta reflexão sobre sua prática na cultura digital. A pastoral se fortalece quando integra técnica, espiritualidade, formação e serviço, contribuindo para que a Igreja seja comunicativa em suas relações e não apenas produtora de conteúdo. Quando bem articulada, a Pascom favorece a comunhão eclesial, qualifica a presença da Igreja nos ambientes digitais e ajuda a transformar os meios de comunicação em espaços de encontro, anúncio e testemunho do Evangelho.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste artigo, procurou-se compreender a importância da Pastoral da Comunicação no processo evangelizador da Igreja, considerando tanto o percurso histórico da relação da instituição eclesial com os meios de comunicação quanto os desafios que emergem da atual cultura digital. Esse caminho permitiu perceber que a comunicação, inicialmente vista com certa desconfiança e cautela pela Igreja, passou gradativamente a ocupar um lugar significativo em sua ação pastoral e missionária.

Nesse processo, a criação e a consolidação da Pastoral da Comunicação no Brasil representam um passo importante para uma compreensão mais ampla da comunicação no interior da Igreja. Sendo assim, a missão da Pascom ultrapassa o domínio técnico dos veículos de comunicação, estabelecendo-se como um serviço de articulação, diálogo e comunhão que deve percorrer as pastorais, os movimentos, as comunidades e a própria sociedade.

Nesse sentido, formação, informação e evangelização apresentam-se como dimensões que se complementam. A formação possibilita aos agentes uma atuação consciente, responsável e pastoral; a informação contribui para dar visibilidade à vida da comunidade e favorecer a participação dos fiéis; e a evangelização confere sentido a todo esse processo, fazendo da comunicação um espaço de encontro, escuta, acolhimento e anúncio do Evangelho.

A cultura digital, por sua vez, apresenta novas possibilidades, mas também desafios para a missão da Igreja. Estar presente nas redes não significa apenas ocupar espaços virtuais ou ampliar o alcance de conteúdos religiosos, acompanhando aleatoriamente os modismos digitais; é necessário compreender as linguagens, as relações e as formas de participação que se constroem nesses ambientes.

Nesse contexto, a Pascom é chamada a contribuir para uma presença eclesial que privilegie o diálogo, a proximidade e a construção de pontes, especialmente diante de uma sociedade marcada pela velocidade das informações, pela desinformação, pelas polarizações e por relações cada vez mais mediadas pelas tecnologias.

Dessa forma, considera-se que a Pastoral da Comunicação desempenha um papel fundamental na missão de uma Igreja em saída, na medida em que aproxima pessoas, articula comunidades e possibilita novas formas de evangelização. Mais do que comunicar sobre a Igreja, o desafio da Pascom é contribuir para que a própria Igreja seja comunicativa em suas relações e práticas. Assim, evangelizar na cultura digital implica reconhecer a comunicação como parte constitutiva da missão e fazer dos diferentes ambientes, presenciais ou digitais, espaços de comunhão, participação e testemunho do Evangelho.

REFERÊNCIAS

CASTRO, Valdir José de. *A missão do agente da pastoral da comunicação*.

Aparecida, SP: Santuário; São Paulo: Paulinas, 2024. (Coleção Comunicação Pastoral, v. 1).

CONCÍLIO VATICANO II. *Decreto Conciliar Inter Mirifica*. Vaticano, 1963. Disponível em: <https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html>. Acesso em: 20 jul. 2026.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. *Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil*. Brasília: Edições CNBB, 2014.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. *Igreja e comunicação rumo ao novo milênio – conclusões e compromissos*. Brasília: Edições CNBB, 1997. (Estudos da CNBB, n. 59)

FRANCISCO, Papa. *Mensagem do Papa Francisco para o LVII Dia Mundial das Comunicações Sociais*: falar com o coração. "Testemunhando a verdade no amor" (Ef 4,15). Vaticano, 24 jan. 2023. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/20230124-messaggio-comunicazioni-sociali.html>. Acesso em: 15 ago. 2026.

PIO XI. *Carta Encíclica Vigilanti Cura*. Vaticano, 1936. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/pius-xi/pt/encyclicals/documents/hf_p-xi_enc_29061936_vigilanti-cura.html>. Acesso em: 16 ago. 2026.

PIO XII. *Carta Encíclica Miranda Prorsus*. Vaticano, 1957. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/pius-xii/pt/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus.html>. Acesso em: 16 ago. 2026.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Instrução Pastoral Aetatis Novae*. Vaticano, 1992. Disponível em: <https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_po.html>. Acesso em: 20 jul. 2026.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Instrução Pastoral Communio et Progressio*. Vaticano, 1971. Disponível em: <https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_po.html>. Acesso em: 20 jul. 2026.

PUNTEL, Joana Terezinha. A Igreja a caminho, na comunicação. *Teocomunicação*, Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 221-242, jul./dez. 2011. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/teo/article/view/9755>. Acesso em: 12 ago. 2026.

SBARDELOTTO, Moisés. *E o Verbo se fez rede*: religiosidades em reconstrução no ambiente digital. São Paulo: Paulinas, 2017.

SOUZA, Andréia Durval Gripp. *A Igreja diante da cultura midiática digital*: desafios, caminhos e perspectivas. Dissertação (Mestrado em Teologia) – Departamento de Teologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 110p. 2017.