

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP**

Leomar Nascimento de Jesus,sjs

**Princípios éticos para a comunicação social a partir da Instrução Pastoral
Communio et Progressio (PCMCS)**

MESTRADO EM TEOLOGIA

São Paulo
2012

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP**

Leomar Nascimento de Jesus,sjs

**Princípios éticos para a comunicação social a partir da Instrução Pastoral
Communio et Progressio (PCMCS)**

MESTRADO EM TEOLOGIA

Dissertação apresentada como exigência parcial para a obtenção do título de mestre em Teologia Prática à comissão julgadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob a orientação do Dr. Mons. Tarcísio Justino Loro.

São Paulo
2012

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Mons. Tarcísio Justino Loro

Prof. Dr.

Prof. Dr.

“O amor divino nos revela que a fecundidade é mais importante que o sucesso, que o amor de Deus é mais importante que o louvor das pessoas, que comunidade é mais importante que individualismo e compaixão mais importante que competição.”

Henri Nowen.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos religiosos do Instituto Missionário Servos de Jesus Salvador, irmãos de comunidade que me apoiaram nesta pesquisa.

Dedico-o também aos meus amigos que, com sua oração, encorajamento e generosidade, me ajudaram a tornar este projeto uma realidade.

Dedico-o, enfim, às minhas irmãs, Leonice, Kelly e Isabela Luíza; aos meus sobrinhos, Caio e Maria Elisa; e aos meus pais, Maria José (*in memoriam*) e Aldo, que me acompanham e apoiam em minha caminhada vocacional.

AGRADECIMENTOS

Ao Deus da vida que em Cristo Jesus revela o seu amor infinito pela humanidade.

Ao Conselho Geral do Instituto Missionário Servos de Jesus Salvador, por ter me incentivado neste projeto.

Ao Sr. Bispo da Diocese de Santo Amaro, Dom Fernando Antônio Figueiredo, por ter me apoiado no aprofundamento de meus estudos.

Aos amigos e benfeitores que contribuíram com esta pesquisa, através de sua oração e de seu generoso auxílio financeiro.

Ao Diretor da Pós-graduação da PUC – Ipiranga, Prof. Matias Grenzer, pela sua atenção e disponibilidade.

Aos professores da pós-graduação, por sua dedicação e amor à verdade.

Aos colegas de sala, pela colaboração e encorajamento.

À *Adveniat*, pelo auxílio com as bolsas de estudo.

Aos funcionários da PUC, especialmente os bibliotecários e as secretárias, pela paciência e disponibilidade; e ao pessoal da limpeza, por garantir um ambiente agradável para os estudos.

Ao orientador desta dissertação, Prof. Dr. Mons. Tarcísio Justino Loro, pela orientação firme e segura, durante a elaboração desta pesquisa.

RESUMO

Frente ao poder de influência que os meios de comunicação social exercem na vida da humanidade, em âmbito global e numa velocidade jamais vista; diante das possibilidades que estes meios têm para promover a comunhão e o progresso da humanidade; mas ao mesmo tempo diante dos riscos a que submetem a humanidade quando utilizados para outros fins que não aqueles que privilegiam a dignidade humana, o presente trabalho pretende dar uma contribuição para que os canais de comunicação cumpram sua vocação original: criar laços de comunhão e de solidariedade entre os seres humanos. Para tanto, a presente pesquisa traz à luz alguns princípios éticos cristãos que subjazem à Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, e que, como ficará evidente no desenvolvimento desta pesquisa, funcionam como uma senda possível e segura para que os meios de comunicação não se desvirtuem de sua função social. O primeiro capítulo é basicamente uma reflexão teológica sobre a comunicação a partir do modelo trinitário. Tendo sido criado à imagem e semelhança de Deus, o ser humano, individualmente e inserido numa coletividade, é chamado a fazer de seu modo de se comunicar um reflexo do estilo de comunicação das Pessoas Trinitárias. O segundo capítulo coloca em evidência alguns princípios éticos privilegiados pela Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, os quais agem como parâmetros que auxiliam o ser humano a não se desviar do projeto de comunicação inicial de Deus para a humanidade. O terceiro capítulo busca demonstrar a atualidade e a necessidade da ética cristã diante das tendências, comportamentos e ideologias da sociedade hodierna em geral. A intenção, nesta última etapa da presente pesquisa, é analisar o fenômeno da comunicação à luz dos princípios éticos que subjazem à presente Instrução Pastoral, dar um destaque à grande responsabilidade dos meios de comunicação na construção da opinião pública e, por fim, evidenciar o esforço que a Igreja deve empreender no âmbito da comunicação social, para ser instrumento eficaz na divulgação da ética cristã, no contexto plural e diverso no qual tem o privilégio de estar inserida.

Palavras chaves: princípios éticos, comunhão, progresso, comunicação social, solidariedade.

ABSTRACT

Devant le pouvoir et l'influence que les moyens de communication sociale exercent sur la vie humaine, dans une dimension globale et à une vitesse jamais vue ; face aux possibilités que ces instruments possèdent afin de promouvoir la communion et le progrès de l'humanité, mais face aussi aux risques auxquels ils peuvent soumettre l'humanité quand leur utilisation ne garantit pas le respect de la dignité humaine, pour tout cela, la présente recherche a l'intention d'apporter une contribution pour que les moyens de communications accomplissent leur vocation originelle : créer des liens de communion et de solidarité entre les hommes. Pour atteindre cet objectif, le présent travail scientifique met en évidence quelques principes éthiques chrétiens sous jacents à l'Instruction Pastorale *Communio et Progressio*. Ceux-là agissent comme un chemin possible et sûr pour que les moyens de communication ne dévient pas de leur fonction sociale. Le premier chapitre est essentiellement une réflexion théologique sur la communication à partir du modèle Trinitaire. L'être humain, ayant été créé selon l'image et à la ressemblance de Dieu, que ce soit dans sa réalité individuelle ou collective, est appelé à faire de sa façon de communiquer un reflet du style de communication des trois Personnes de la Sainte Trinité. Le deuxième chapitre met en évidence quelques principes éthiques privilégiés par l'Instruction Pastorale *Communio et Progressio*, lesquels fonctionnent comme des paramètres qui aident l'être humain à ne pas s'évader du projet de communication initial que Dieu a voulu pour l'humanité. Le troisième chapitre cherche à démontrer l'actualité et le besoin de l'éthique chrétienne devant les tendances, les comportements et les idéologies de la société actuelle, en général. L'intention, dans cette dernière étape de la présente recherche, c'est d'analyser le phénomène de la communication à la lumière des principes éthiques sous jacents à la présente Instruction Pastorale, de mettre en évidence la grande responsabilité des instruments de communication sociale pour construire l'opinion publique et, enfin, de mettre en évidence l'effort que l'Église doit entreprendre, dans le domaine de la communication sociale, afin d'être un instrument efficace dans la diffusion de l'éthique chrétienne, dans le contexte pluriel et diversifié dans lequel elle a le privilège d'être plongée.

Mots-clés: principes éthiques, communion, progrès, communication sociale, solidarité.

SIGLAS E ABREVIACÕES

AG	Decreto <i>Ad Gentes</i>
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
BBB	Big Brother Brasil
CNBB	Conferência Nacional dos Bispos do Brasil
CP	Instrução Pastoral <i>Communio et Progressio</i>
DECOS-CELAM	Departamento de Comunicação Social do Conselho Episcopal Latino-americano.
DP	Documento de Puebla
DV	Constituição Dogmática <i>Dei Verbum</i>
GS	Constituição Pastoral <i>Gaudium et Spes</i>
IM	Decreto <i>Inter Mirifica</i>
LG	Constituição Dogmática <i>Lumen Gentium</i>
PASCOM	Pastoral da Comunicação
PCMCS	Pontifícia Comissão para os Meios de Comunicação Social
PO	Decreto <i>Presbyterorum Ordinis</i>
REB	Revista Eclesiástica Brasileira
WWW	World Wide Web (Rede de alcance mundial)

SUMÁRIO

SIGLAS E ABREVIACÕES.....	7
INTRODUÇÃO.....	10
CAPÍTULO I - A COMUNICAÇÃO HUMANA: REFLEXO DA COMUNICAÇÃO TRINITÁRIA.....	16
Introdução ao capítulo.....	16
1.1 A comunicação Trinitária: modelo para a comunicação humana.....	20
1.2 A Encarnação: ápice da autocomunicação de Deus, pelo Espírito.....	26
1.3 Cristo, o perfeito comunicador.....	30
1.4 O Espírito: princípio eterno de comunhão.....	35
1.5 A Igreja: mistério de comunhão.....	41
1.6 A incomunicação humana: deformações do projeto divino.....	47
1.7 A ética cristã: um caminho de conversão para a comunicação.....	50
Considerações finais.....	57
CAPÍTULO II - ALGUNS PRINCÍPIOS ÉTICOS À LUZ DA INSTRUÇÃO PASTORAL <i>COMMUNIO ET PROGRESSIO</i>.....	59
Introdução ao capítulo.....	59
2.1 Breve panorama histórico: relação entre Igreja e meios de comunicação social....	59
2.2 Direito à informação e a informar.....	64
2.3 Direito à verdade.....	74
2.4 Respeito à dignidade humana.....	79
2.5 Liberdade responsável.....	87
2.6 Bem comum: solidariedade e comunhão.....	95
2.7 Direito à educação e à cultura.....	101
2.8 A publicidade a serviço do ser humano.....	109
Considerações finais.....	115

CAPÍTULO III - ATUALIDADE DA ÉTICA DA COMUNICAÇÃO A PARTIR DA INSTRUÇÃO PASTORAL *COMMUNIO ET PROGRESSIO* (PCMCS)..... 117

Introdução ao capítulo.....	117
3.1 Alguns desafios da atualidade para os meios de comunicação social:.....	120
a) A globalização e o neoliberalismo.....	121
b) O individualismo e o subjetivismo.....	127
c) O relativismo ético.....	131
d) O rápido avanço das novas tecnologias.....	133
3.2 Opinião pública em tempos de globalização.....	135
3.3 A comunicação na vida da Igreja: diálogo e missão profética.....	142
a) Diálogo <i>ad intra</i> : diálogo no interior da Igreja.....	143
b) Diálogo <i>ad extra</i> e missão da Igreja.....	148
c) Educação para a comunicação.....	157
Considerações Finais.....	165

CONSIDERAÇÃO FINAL..... 167

BIBLIOGRAFIA..... 175

INTRODUÇÃO

A comunicação, uma das principais características do ser humano, é um fenômeno em contínuo processo de evolução. Dos primeiros gestos e sinais do homem da pedra até os mais modernos instrumentos de comunicação, nos damos conta da fundamental importância desta condição humana, uma vez que projeta o ser humano para fora de si, tornando-o um ser capaz de relações, que se constrói não isoladamente, mas entrelaçado com outras vidas e, ao mesmo tempo, numa relação contínua com a realidade que o cerca.

Embora o progresso da comunicação aconteça desde o aparecimento do ser humano, foi a criação da Imprensa por Gutenberg, no século XV, que deu maior visibilidade a esta evolução, potencializando e ampliando as possibilidades de comunicação entre as pessoas, derrubando barreiras intransponíveis à comunicação interpessoal, abrindo novos horizontes de diálogo e de intercâmbio de ideias e experiências. De lá para cá, com equipamentos de comunicação cada vez mais sofisticados (da escrita à internet), o processo de comunicação humana tem se tornado objeto de grande admiração e uma realidade que permeia toda sociedade.

De fato, é a partir da segunda metade do século XX que nos deparamos com a expansão sempre mais crescente e cada vez mais abrangente dos meios de comunicação social, numa repercussão mundial e com poder de influência sobre sociedades e culturas, espalhadas pelo globo.

Em todos os recônditos do mundo, mesmo naqueles lugares onde os canais de comunicação não foram ainda democratizados, já se pode sentir o impacto destes instrumentos - chamados *mass media*¹ ou simplesmente *mídias*² - no comportamento do ser humano, seja no âmbito da vivência religiosa, no modo de exercer a política, na maneira de socializar princípios morais, na educação, entre outros.

A comunicação social, tal como se encontra hoje, com suas mais sofisticadas e progressivas formas de expressão, com sua presença que perpassa todos os ambientes e contextos

¹ “Termo anglo-saxão do início do século XX utilizado para caracterizar o conjunto dos meios de comunicação de massa, especialmente as cadeias suprarregionais de difusão, inicialmente em rádio e nos veículos impressos, jornais e revistas, que passaram a ter tiragens em alta escala.” Cf. MARCONDES FILHO, C. *Mass Media*. In: MARCONDES FILHO, C. (org.). *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009, p. 242.

² “Redução da forma original *mass media*”. Cf. MARCONDES FILHO, C. *Mídia*. In: MARCONDES FILHO, C. (org.). *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009, p. 249.

da sociedade, é, de fato, um fenômeno que abarca a totalidade da vida humana, atingindo o ser humano em todas as suas faculdades.

Se este progresso no campo da comunicação causa admiração e fascínio à mente e ao coração humanos, ao mesmo tempo é causa de grande preocupação, uma vez que pode servir a intenções nem sempre nobres, nem sempre construtoras de um mundo conforme o sonhado e projetado por Deus. O risco é ainda maior diante do alcance cada vez mais amplo e cada vez mais penetrante na consciência dos seres humanos e, por consequência, nas sociedades.

Em outras palavras, se por um lado estes instrumentos podem trazer grandes benefícios à família humana, levando-a a viver uma profunda comunhão em seu seio, contribuindo para o progresso da humanidade, bem como para a busca do bem comum, por outro lado eles podem se revelar um caminho de deterioração da cultura, de divisão entre os homens, de alienação e de perversão da humanidade. Daí a necessidade inquestionável de um discernimento ético atuante neste universo, ao mesmo tempo promissor e complexo. Daí a preocupação da Igreja em dialogar com este tão fascinante mundo da comunicação, contribuindo para que ele se autocompreenda e se autodesenvolva, de fato, como um poderoso instrumento para o progresso e a comunhão da humanidade.

A presente pesquisa tem a intenção de contribuir com aquele discernimento ético imprescindível no vasto campo da comunicação humana. Esta contribuição ganha um denso significado diante do contexto em que vivemos na atualidade, fortemente marcado pela ideologia de globalização neoliberal, que coloca em destaque o lucro e a economia, em lugar de privilegiar a pessoa humana e o bem comum.

Frequentemente, os meios de comunicação social ampliam ainda mais a força ideológica do neoliberalismo. Sendo canais tão poderosos de comunicação, se submetidos aos detentores do mercado, tornam-se trilhos potentes sobre os quais a ideologia do lucro penetra nas consciências social e coletiva, causando enormes prejuízos à humanidade.

Em face de tal conjuntura, faz-se necessário, hoje mais que nunca, repropor a todo universo da comunicação social a ética cristã, que se funda sempre, entre outros, sobre a verdade, o bem comum e a dignidade da pessoa humana.

Para tornar claros alguns princípios éticos cristãos que devem orientar toda a realidade dos meios de comunicação social, escolhemos a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* (Paulo VI). Trata-se de um documento pós-conciliar, fruto de uma determinação do Concílio Vaticano

II, concluído em maio de 1971, pela Comissão Pontifícia para as Comunicações Sociais (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais), e que, como o próprio documento se expressa, desenvolve princípios de doutrina e orientações pastorais, em suas linhas básicas, visto que os meios de comunicação social estão sob uma contínua e progressiva evolução.

A escolha da Instrução Pastoral *Communio et Progressio* (Paulo VI) para esta pesquisa teve uma motivação bem precisa: ela foi o documento eclesial sobre a comunicação social que melhor acolheu os meios de comunicação social, desde a criação da Imprensa até a segunda metade do século XX. É, sobretudo a partir desta Instrução Pastoral e inspirada nela, que a Igreja construirá todos os seus posteriores discursos, reflexões e iniciativas no campo da comunicação. É, especialmente, a partir deste documento eclesial que, finalmente, a Igreja se abre para o mundo da comunicação, não somente aprofundando seus conhecimentos técnicos, para deles lançar mão e utilizá-los em sua missão de anunciar o Reino, mas também investindo num diálogo constante com a realidade holística da comunicação, marcada, concomitantemente, por desafios e esperanças para a humanidade.

Em comparação com declarações eclesiais anteriores à Instrução, é fortemente notória a visão positiva que a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* demonstra em relação ao mundo da comunicação: num primeiro momento explicita os fins primordiais da comunicação social, que são a comunhão e o progresso da convivência humana; logo após expõe uma breve apresentação teológica tornando explícito, sobretudo, que a união e a solidariedade entre os homens, fim principal de toda comunicação, encontra, segundo a fé cristã, seu fundamento e figura no mistério primordial da intercomunicação eterna entre o Pai, o Filho e o Espírito Santo, que vivem uma única vida divina; e depois, a Instrução faz considerações profundas sobre como os meios de comunicação contribuem para o progresso da humanidade.

Embora este documento eclesial não seja um tratado sobre a ética nos meios de comunicação social, nele está implícita uma base ética sólida, que ao longo deste trabalho pretendemos explicitar, e cuja fonte é a própria maneira de as Pessoas Trinitárias se relacionarem entre si e com a humanidade.

Apesar de a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* ser a principal obra a ser analisada nesta pesquisa, outros textos de apoio nos ajudarão a compor o presente trabalho, quer se trate de outros documentos eclesiais (anteriores e posteriores à presente Instrução), quer se trate de autores, especialistas na área da comunicação, teólogos, moralistas e outros. A

metodologia deste trabalho será basicamente a bibliográfica e seguirá as orientações da Associação Brasileira de Normas e Técnicas (ABNT).

Com este trabalho, pretendemos comprovar que os valores éticos cristãos, nascidos da pregação de Cristo e desenvolvidos ao longo da história pelos autores cristãos, estão latentes na Instrução Pastoral *Communio et Progressio* e são significativamente atuais e necessários para o contexto dos *mass media*.

No primeiro capítulo, nós nos dedicaremos a alguns aspectos da Teologia da Comunicação, de modo especial apresentando a comunicação humana como reflexo da comunicação Trinitária. Aqui queremos enfatizar que a faculdade humana da comunicação é, na verdade, um dom de Deus, que se revela enquanto comunidade, como um Deus relacional e que torna o ser humano participante de seu dinamismo comunicacional. Neste sentido, o modo de comunicação das Pessoas Trinitárias deve ser a força e o modelo que inspirarão as relações humanas, o modo de se comunicar dos homens em sociedade.

Postularemos ainda que Deus, revelando-se como Trindade de Amor, se comunica com o homem ao criá-lo e ao torná-lo cocriador. Deus torna o ser humano capaz de comunicação, tanto em relação a Ele quanto em relação aos seus semelhantes. A comunicação desponta, assim, como uma capacidade e como uma necessidade impressas pelo próprio Criador no coração do homem, para incitá-lo à realização daquela que é sua principal e sublime vocação: ser semelhante a Deus.

Ainda nesta primeira etapa de nosso trabalho, daremos ênfase ao fato de que o ápice da comunicação de Deus com a humanidade foi a Encarnação do Verbo, pela ação do Espírito. Ele, o Verbo feito carne (Jo 1,14), revela o estilo próprio de vida e de comunicação das Pessoas Trinitárias. O Espírito é princípio de comunhão, elo de amor eterno entre o Pai e o Filho, força que age nos corações humanos, configurando-os à imagem do Cristo. A Igreja é apresentada aqui como mistério de comunhão. Sendo obra da Trindade, a comunidade eclesial, amparada pela força do Espírito, é chamada a atualizar a obra de Cristo no mundo. A salvação que deve comunicar à humanidade é uma salvação que contempla toda pessoa e a pessoa humana por inteira.

Abordaremos ainda, neste primeiro capítulo, que o ser humano, embora sendo criado à imagem e semelhança de Deus, é criatura e, pela sua própria contingência, não se comunica no mesmo grau de perfeição com que Deus se comunica. Ou seja, o ser humano pode deformar este dom que recebeu da Trindade. Utilizaremos o termo incomunicação para designar o pecado

humano contra a comunicação, desvirtuando-a e produzindo morte. Terminaremos este núcleo enfatizando que a concupiscência da natureza humana exige do homem uma vigilância e uma disciplina constantes, bem como parâmetros que o ajudem a corresponder da melhor forma possível ao chamado divino de participação na obra da criação. Estes parâmetros são alguns princípios éticos que, como uma espécie de caminho de conversão ao projeto de comunicação inicial de Deus, ajudarão o ser humano a não se desviar dos verdadeiros fins da comunicação humana que são, conforme o próprio estilo de vida da Trindade, o amor, a solidariedade, a ajuda mútua, o intercâmbio de dons, entre outros.

No segundo capítulo, pretendemos voltar a atenção para alguns princípios éticos que norteiam a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* propriamente ditos: o direito à informação e a informar, o direito à verdade, o respeito à dignidade humana, a liberdade responsável, o bem comum, o direito à educação e à cultura e a publicidade a serviço do ser humano. Tais princípios, frutos da experiência milenar da Igreja, na sua reflexão constante da Palavra de Deus e no seu contato concreto com a realidade do ser humano, são de fundamental importância e atualidade para os meios de comunicação social.

Aqui buscaremos tornar explícito o valor perene de tais princípios para a realidade complexa e ao mesmo tempo promissora da cultura midiática hodierna. Antes, porém, de elencá-los e aprofundá-los, temos a intenção de apresentar um breve panorama histórico da relação entre a Igreja e os meios de comunicação, desde a criação da Imprensa até os dias de hoje, enfatizando a indubitável importância da presente Instrução Pastoral para este diálogo, nem sempre tão amistoso no decorrer da história, entre o mundo eclesial e o braço secular.

Enfatizaremos assim, nesta parte, que os *mass media* são chamados ao serviço da dignidade humana, ajudando os indivíduos a viverem bem e agirem como pessoas em comunidade, imitando em suas relações a comunicação amorosa que pauta a vida intratrinitária.

No terceiro capítulo, pretendemos demonstrar a necessidade da ética cristã, conforme apresentada no segundo capítulo, diante das tendências, comportamentos e ideologias da sociedade hodierna em geral, tais como a globalização neoliberal, o individualismo e o subjetivismo, entre outros. Tais fenômenos se apresentam como um desafio real à humanidade, já que, potencializados pelos meios de comunicação social, colocam em risco a comunhão e o progresso humanos.

Temos, portanto, a intenção de analisar os princípios éticos que subjazem à presente Instrução Pastoral, apresentando-os como valores imprescindíveis para todo o universo dos meios de comunicação social, o crivo pelo qual devem ser submetidas todas as iniciativas no mundo dos *mass media*.

De igual modo, ainda neste terceiro capítulo de nossa pesquisa, destacaremos a grande responsabilidade dos meios de comunicação social para constituir uma opinião pública bem formada, capaz de ser protagonista na construção de uma sociedade mais justa e solidária, num contexto marcado pela globalização e pelo neoliberalismo.

Por fim, destacaremos a comunicação da Igreja, tanto em seu aspecto interno quanto externo. Refletiremos também sobre seu esforço constante em aperfeiçoar sua ação comunicativa, contribuindo, por sua vez, numa sociedade plural e diversa, para que a ética cristã, conforme apresentada aqui, possa penetrar o vasto universo da comunicação social e, por consequência, as inumeráveis culturas onde a Igreja tem o privilégio de se fazer presente.

O resultado desta pesquisa pretende ser um quadro de propostas éticas concretas que ajudem os meios de comunicação social a serem fiéis à vocação para qual surgiram: promover a comunhão entre os homens e progresso de nossas sociedades.

CAPÍTULO I

A COMUNICAÇÃO HUMANA: REFLEXO DA COMUNICAÇÃO TRINITÁRIA

Introdução ao capítulo

O dom da comunicação é uma das mais relevantes características humanas. Trata-se “do mais primário, profundo e multiforme instinto do ser humano.”³ Somos seres necessitados de comunicação. “A comunicação é um traço mais característico da história humana do que da natureza cósmica. Refletir teologicamente sobre a comunicação é refletir sobre um fenômeno essencialmente humano.”⁴

Esta necessidade de comunicação se dá em todos os níveis de nossa existência. Biologicamente, a vida do homem está condicionada à sua comunicação com o meio ambiente, de onde lhe vem todo o necessário para a sua subsistência. Para existir, o ser humano precisa estabelecer uma relação com o meio onde vive, que inclui os seus semelhantes, mas que engloba também o seu modo de lidar com a natureza em geral e com o mundo que o cerca. A própria perpetuação da espécie humana, utilizando uma linguagem meramente biológica, está condicionada pela comunicação dos corpos do homem e da mulher que, impelidos pelo instinto sexual, gerarão novos seres.⁵

Em termos psicológicos, todo ser humano não consegue conceber sua própria existência sem uma interligação com seus semelhantes.⁶

A comunicação pessoal ou interpessoal é a mais primária e decisiva para as pessoas. Talvez seja também com frequência a mais difícil e complexa. As modernas teorias da psicologia e da pedagogia o reconhecem. Condicionada pelos traços de caráter e psicológicos das pessoas, ela é ao mesmo tempo fator decisivo na constituição e evolução da personalidade. A relação interpessoal nos níveis primários do grupo familiar constitui um dos fatores decisivos no processo de socialização. O êxito na comunicação interpessoal coincide de alguma forma com o êxito na realização da pessoa.⁷

Apesar das exigências da comunicação interpessoal, nenhum ser humano é uma ilha ou consegue viver uma vida salutar permanecendo isolado. A espécie humana traz em si a marca da

³ DECOS-CELAM. *Para uma Teologia da comunicação na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1984, n. 72.

⁴ DÍEZ, F. M. *Teologia da Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1997, p. 51.

⁵ Cf. DECOS-CELAM. Op. cit., n. 69.

⁶ Cf. Ibid., n. 70.

⁷ DÍEZ, F. M. Op. cit., p. 52.

comunicação, o desejo de ir ao encontro do outro, de dividir sonhos e dores, de compartilhar experiências e dons, de entrelaçar a sua vida com a vida de outros. Para além de tudo, cada pessoa humana sente vibrar em suas entranhas a força latente de sua sexualidade, que o leva ao encontro do outro, diverso de si, tornando-se um comunicador de vida.⁸

No que diz respeito ao aspecto social, o ser humano tem a necessidade de viver em comunidade, de vencer o isolamento e se integrar numa comunidade humana, de se unir a outros na busca de ideais, de se organizar com seus semelhantes para que a vida em comunidade, quer na família, num bairro ou na vida da sociedade em geral, seja mais harmoniosa e corresponda aos seus anseios profundos.⁹

O ser humano emprega a comunicação para expressar ideias e sentimentos, orientar-se, coagir, narrar histórias, persuadir, exercer controle, conectar-se ao mundo, manipular, transmitir conhecimento, organizar seu pensamento e suas atitudes. A comunicação pressupõe sempre alguma forma de interação entre os seres humanos.¹⁰

Religiosamente, o ser humano sente um grande anseio, ainda que oculto, de se comunicar com Deus, como aquele Ser que dá sentido à suas lutas e sofrimentos, que dá fundamento à sua dignidade e proporciona sentido à sua vida.¹¹ Mesmo que, frequentemente, haja na atualidade uma rejeição por parte de nossos contemporâneos em relação a todo tipo de certeza, seja ela de cunho científico ou cultural; ou ainda de cunho político ou histórico, mas, sobretudo, em relação a instituições e infabilidades religiosas, o ser humano permanece um incansável peregrino em busca de algo que transcenda o meramente óbvio, o meramente contingente.¹² E para ter acesso a esse Ser ou a essa realidade que o transcende, a humanidade precisará sempre de mediações do universo temporal e humano.

Não há acesso direto ao seu conhecimento [de Deus]. O homem somente tem acesso ao conhecimento e ao discurso sobre Deus através de realidades temporais. Trata-se da revelação, da fé ou de qualquer outro tipo de conhecimento, o discurso sobre Deus está sempre mediado pelo cosmos e pela história, pelas realidades naturais ou culturais.¹³

O ser humano é capaz de comunicar-se. Ele pode – ainda que de forma limitada - partilhar com os outros seus sentimentos, conhecimentos, experiências e sonhos. Suas palavras e gestos,

⁸ Cf. DECOS-CELAM. Op. cit., n. 70.

⁹ Cf. Ibid., n. 71.

¹⁰ DOS SANTOS, R. E. *As teorias da comunicação: da fala à internet*. 3.ed. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 9.

¹¹ Cf. DECOS-CELAM. Op. cit., n. 72.

¹² Cf. NOLAN, A. *Jesus Hoje: uma espiritualidade de liberdade radical*. 2.ed. São Paulo: Paulinas, 2004, p. 25-32.

¹³ Díez, F. M. Op. cit., p. 30.

seu silêncio e a multiplicidade de suas aptidões naturais são instrumentos de comunicação. A qualidade de sua vida dependerá, em grande escala, da forma como ele se comunica. “Na medida em que se comunica devidamente, o homem vive, cresce, matura, é fecundo e feliz.”¹⁴ O contrário também é verdade. À medida que vive a incomunicação, ou seja, a comunicação deformada, o ser humano se extravia por um caminho que mina sua existência, tirando-lhe o sentido da vida e levando-o à morte.¹⁵

A comunicação é para a pessoa centro de gravidade. Ele próprio fruto da comunicação, o ser humano torna-se pessoa comunicando-se. Comunicar-se é confrontar-se com os demais, colocar-se diante deles, olhar-se de frente, expressar-se de frente. Nestes gestos estão em jogo as experiências mais profundas da existência humana: o amor e o ódio, a comunhão e a solidão. Neste esforço pela comunicação pessoal estão em jogo o doce sabor do êxito ou a amargura do fracasso humano.¹⁶

A faculdade da comunicação, que segundo a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* tem como fim primordial a comunhão e o progresso da convivência humana,¹⁷ embora sendo uma atividade tipicamente humana, não tem origem no próprio homem. A presente Instrução Pastoral, logo na primeira parte do texto, evidenciará que a comunicação humana é, na verdade, um dom da Santíssima Trindade ao ser humano para que, ao seu exemplo, assuma os valores e os princípios eternos vividos entre as três pessoas divinas:

[Por sua vez], esta união e solidariedade entre os homens [...] encontra, segundo a fé cristã, seu fundamento e figura no mistério primordial da intercomunicação eterna entre o Pai, o Filho e Espírito Santo, que vivem a única vida divina.¹⁸

Assim, o dom da comunicação humana lhe vem do Deus revelado em Jesus Cristo, pela força do Espírito Santo. Um Deus que, como veremos na presente reflexão teológica, se revela como sendo essencialmente comunicador, um Deus comunidade, que inspira nossas relações pessoais, nosso modo de nos comunicar e de viver em comunidade, nossa maneira de organizar a sociedade, um Deus que nos cria para a vivência comunitária e nos conduz à comunhão.

Refletir teologicamente a respeito do fenômeno humano da comunicação é analisar este fenômeno à luz da fé, a partir da crença, da perspectiva de Deus e do seu projeto salvacionista, ou seja, a partir da revelação. É considerar a comunicação humana como

¹⁴ DECOS-CELAM. Op. cit., n. 73.

¹⁵ Cf. Ibid.

¹⁶ DÍEZ, F. M. Op. cit., p. 11.

¹⁷ Cf. COMISSÃO PONTIFÍCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Instrução Pastoral Communio et Progressio: sobre os Meios de Comunicação Social*. (1971). São Paulo: Edições Paulinas, 1971, n. 1.

¹⁸ Ibid., n. 8.

um verdadeiro ‘lugar teológico’ em que o rosto de Deus e o seu projeto salvacionista para a humanidade se revelam. É descobrir a dimensão teológica das experiências comunicativas. É fazer uma leitura e um discernimento da comunicação humana à luz da fé e da revelação.¹⁹

O dom da comunicação humana, tendo sua fonte em Deus, que é sempre dinâmico e criativo, se aperfeiçoa continuamente, à medida que o ser humano desenvolve suas mais variadas capacidades cognitivas. Embora os meios tenham sido diversos, desde o surgimento do *homo sapiens*, os seres humanos procuraram não somente se comunicar, mas também buscaram aprimorar os seus instrumentos de comunicação. Dos gestos e do balbuciar dos primeiros humanos até aos mais atuais instrumentos do mundo digital,²⁰ tais como o telefone celular, a televisão, a internet e a parafernália de tecnologias conectadas em rede mundial, o ser humano revelará o poder instintivo de comunicação que traz dentro de si.

Nosso objetivo, neste primeiro capítulo, é, sobretudo, refletir teologicamente este fenômeno humano da comunicação, partindo do modelo Trinitário, que é fonte e inspiração para que a humanidade caminhe rumo à comunhão e ao progresso integral de si, tanto em nível pessoal quanto em nível comunitário.

Numerosos elementos da revelação e da teologia judaico-cristã são fundamentais para interpretar a comunicação humana sob a perspectiva da fé: a comunhão intratrinitária, o projeto criacional de comunhão, a pedagogia divina da revelação, o conteúdo revelador e comunicativo de Jesus Cristo, o projeto de salvação do reinado de Deus, a obra comunicadora do Espírito, a comunhão e a missão eclesial, a sacramentalidade da experiência cristã, a comunhão como objetivo final de toda moral cristã.²¹

¹⁹ DÍEZ, F. M. Op. cit., p. 68-69.

²⁰ Frei Antônio Moser faz algumas distinções semânticas interessantes de alguns termos do universo da comunicação. Nós os elencamos a seguir (o grifo é nosso). **Comunicação de Massa:** “Tem seu foco nos rádios e TVs. Ainda que possibilitem alguma interação entre emissor e receptor, a característica da comunicação de massa encontra-se justamente na homogeneização do pensamento, e, de alguma forma, na despersonalização dos ouvintes e espectadores.” **Mídia:** “Conjuntos de equipamentos, tecnologias e linguagem criados para circularem de tal forma que ofereçam escolhas e atendam aos gostos das pessoas. A cultura das mídias, mesmo com toda sua riqueza, no fundo, apresenta um quadro bastante estático, sugerido por alguns procedimentos e algumas ferramentas: xerox, CDs, DVDs, TV a cabo etc.” **Mundo Digital:** “O que caracteriza a digitalização é o fato de ela ter no computador sua expressão máxima. Através do computador são possibilitadas quase incontáveis operações simultâneas. A digitalização engloba a comunicação de massa e a mídia. Os espectadores passam a se transformar em usuários, criadores, produtores, apresentadores, difusores. Todos podem interagir. Na digitalização espaço e tempo mudam de significado: de qualquer lugar do mundo se pode acessar qualquer outro lugar do mundo; a qualquer momento, com um toque de segundos, pode se trazer uma infinidade de arquivos do passado para o presente; pode-se gerar e deletar novas realidades. Passado, presente e futuro deixam de ser o que eram, numa espécie de paradoxal eternização e volatilização do tempo e do espaço.” Cf. MOSER, A. Ética e nova condição comunicativa. In: *Revista Eclesiástica Brasileira*, Petrópolis, v. 67, n. 266, [abr.] 2007, p. 270-271.

²¹ DÍEZ, F. M. Op. cit., p. 69-70.

Embora nossa análise da Instrução Pastoral *Communio et Progressio* se reserve mais especificamente ao segundo capítulo deste nosso estudo, tal documento será frequentemente citado neste primeiro, uma vez que desenvolve teologicamente a realidade da comunicação, a partir do Mistério Trinitário, como já dissemos.²² Esta Instrução Pastoral traz novos enfoques teológicos em relação a outros documentos eclesiais sobre a comunicação, ao oferecer tópicos para posteriores reflexões e progressos, a saber: “Cristo é visto como o comunicador perfeito e a Eucaristia como a comunicação que leva à comunhão. A ação do Espírito Santo é posta em relevo bem como a dimensão trinitária de toda a comunicação cristã (n. 6-15).”²³

É a partir destes e de alguns outros elementos teológicos que pautaremos a nossa reflexão, nesta primeira parte de nosso trabalho.

1.1 A comunicação Trinitária: modelo para a comunicação humana

Ao se revelar ao ser humano, Deus o fez não como uma divindade solitária e isolada, mas como um Deus que se relaciona, um Deus comunidade e comunicador. “A fé ilumina o fenômeno antropológico da comunicação, no-lo mostrando como uma realidade enraizada no mistério mesmo de Deus.”²⁴ Em outros termos, podemos afirmar que a realidade tipicamente humana da comunicação nada mais é do que o reflexo de um atributo divino, vivido em plenitude pela Trindade.

Deus, revelando-se em nossa história como Trindade de Amor, se comunica com o ser humano ao criá-lo e ao torná-lo participante de seu ato criador. Deus torna o ser humano capaz de comunicação tanto em relação a Ele quanto em relação aos seus semelhantes e à obra criada. A comunicação desponta, assim, de uma capacidade e de uma necessidade impressas pelo próprio Criador no coração de cada pessoa, para incitá-la à realização daquela que é sua principal e sublime vocação: ser semelhante a Deus.²⁵

No princípio está o Pai. Assim começa a Revelação da Trindade. Ele ocupou todo o espaço do Antigo Testamento. Lá apareceram sinais velados do Filho e do Espírito, que só puderam ser decifrados depois da Encarnação do Filho. Javé é Deus Pai, início da

²² Cf. CP, n. 8.

²³ DARIVA, N. (org.). *Comunicação social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p.82.

²⁴ DECOS-CELAM. Op. cit., n. 75.

²⁵ Cf. Ibid., n. 79.

História da Salvação, que na linguagem de Santo Irineu se chama “economia da salvação.” Daí o nome de “Trindade econômica.”²⁶

Na economia da salvação contemplamos um Deus que anseia compartilhar com a obra criada, de modo especial, com o ser humano, as riquezas de seu amor benevolente.

A comunhão da Santíssima Trindade não é fechada sobre si mesma. Ela se abre para fora. Toda a criação significa um desdobramento de vida e de comunhão das três divinas Pessoas, convidando todas as criaturas, especialmente as humanas, para também entrarem no jogo da comunhão entre si e com as Pessoas divinas.²⁷

A História da Salvação, portanto, expressa a comunicação de Deus com a criação, de modo especial com o ser humano. Deus cria e a sua ação criadora se manifesta como palavra, comunicação que dá vida e a modela.²⁸

Como podemos notar, na linguagem teológica, quando nos referimos à comunicação, estamos falando de relação de amor, de comunhão.²⁹ “A comunhão não somente está no princípio da comunicação, mas é também o seu resultado.”³⁰ Na Trindade tudo é relação de amor, de gratuidade, de alteridade.

No princípio está não a solidão do Um, de um Ser eterno, sozinho e infinito. Mas, no princípio, está a comunhão dos três Únicos. A comunhão é a realidade mais profunda e fundadora que existe. É por causa da comunhão que existem o amor, a amizade, a benquerença e a doação entre as pessoas humanas e divinas.³¹

Ao perscrutar as Escrituras podemos constatar que elas nos revelam um Deus em sua essência comunicador, que não se limita à sua comunicação intratrinitária, mas que extrapola o mundo íntimo da Trindade, comunicando-se com o ser humano, transmitindo-lhe amor e tornando-o capaz de amor: “façamos o homem à nossa imagem e semelhança” (Gn 1,26). Lançando mão das palavras de Díez:

O Deus da revelação judaico-cristã não é somente um Deus comunitário e comunicado para o interior de si mesmo. É um Deus “extrovertido,” um Deus que sai de si mesmo e se projeta para além de si mesmo em gestos sucessivos de comunicação.³²

²⁶ LIBÂNIO, J. B. *Crer num mundo de muitas crenças e pouca libertação*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 89.

²⁷ BOFF, L. *A Santíssima Trindade é a melhor comunidade*. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 1996, p. 29.

²⁸ Cf. CNBB. *A comunicação na vida e missão da Igreja no Brasil*. (Estudos da CNBB n.101). São Paulo: Paulus, 2011, n. 29.

²⁹ Cf. DECOS-CELAM. Op. cit., n. 76.

³⁰ Ibid., n. 38.

³¹ BOFF, L. *A Santíssima Trindade é a melhor comunidade*. Op. cit., p. 29.

³² DíEZ, F. M. Op. cit., p. 147.

Ou ainda, tomando como base a afirmação do Departamento de Comunicação do Conselho Episcopal Latino-Americano:

“A vida divina é comunhão trinitária...perfeita intercomunhão de amor” (DP 212), através da qual as três Pessoas divinas vivem comunicando-se – eterna e plenamente – toda sua riqueza pessoal umas às outras. Nisso consiste a existência e a felicidade do Deus que criou o homem semelhante a Si: é um Deus de amor, de comunicação e comunhão.³³

Dessa forma, se somos imagem e semelhança de Deus, só aprofundaremos e compreenderemos o complexo, mas ao mesmo tempo fascinante universo da comunicação, à luz do que esta realidade significa para o modelo trinitário, conforme o qual fomos pensados, desejados e criados.³⁴ Daí a necessidade que temos de nos voltar para a comunicação como uma realidade divina, cujo objetivo e sentido são conduzir todos à perfeita comunhão no amor.

Nossa condição de seres criados à “imagem e semelhança” de tal Deus – capazes de conhecer e amar como Ele – implica, portanto, uma vocação à *comunhão*: a ser “comunidade” e “família” do mesmo modo que Deus. E também uma vocação à *Comunicação* de vida e amor, que torna possível tal comunhão.³⁵

Embora Deus, no abismo insondável de seu mistério, não possa ser definido de forma a que esgotemos o que de fato ele seja, podemos ao menos afirmar que o conceito bíblico que mais se aproxima de sua profunda natureza nos é dado pelo evangelista S. João: “Deus é amor” (IJo 4,8).³⁶ Deus é todo amor. E, na tradição bíblica, amor significa doação total e incondicional de si (Jo 3,16), mistério e revelação, capacidade de escuta e resposta, capacidade de se relacionar e de se completar, respeito à diversidade, comunicação da verdade.

Toda a vida intratrinitária é pautada por este dinamismo de amor recíproco. A comunicação entre as pessoas divinas é comunicação da verdade e na verdade, sua comunicação está absolutamente fundada na verdade e visa sempre a comunhão e nunca a separação. Seu modo de se comunicar leva em consideração a diversidade do outro, já que embora sendo iguais em sua natureza e agindo sempre conjuntamente, em íntima união, cada uma das três Pessoas trinitárias tem sua missão específica na economia da salvação:

Todas as ações *ad extra* (para fora da Trindade), dentro da criação, devem ser atribuídas às três Pessoas divinas conjuntamente. Entretanto, a liturgia e a piedade atribuem, em

³³ DECOS-CELAM. Op. cit., n. 76.

³⁴ Cf. Ibid., n. 75.

³⁵ Ibid., n. 78.

³⁶ Cf. Ibid., n. 76.

razão de certa afinidade, a alguma Pessoa ações que em si pertencem às três. Assim se atribui ao Pai a criação, porque Ele é dentro da Trindade o gerador e espirador (junto com o Filho); ao Filho se atribui a revelação porque Ele é na Trindade a expressão e *revelação* do Pai; atribui-se a Ele a redenção porque foi Ele quem se encarnou e nos libertou; atribui-se ao Espírito Santo a *santificação* porque Ele é chamado, por excelência, o Santo. Tais ações são *apropriadas* por esta ou aquela Pessoa, embora sejam comuns à três.³⁷

Este modo de autocomunicação, que produz uma comunhão profunda entre o Pai, o Filho e o Espírito Santo, nos permite contemplar a plena interpenetração das Pessoas divinas entre si. Trata-se de uma interpenetração de amor, de um dom mútuo vivido pelas pessoas trinitárias que, na teologia, recebe o nome de *Circunsessão ou Pericórese*,³⁸ e que deverá inspirar as relações entre os seres humanos. Abaixo transcrevemos também a definição destes termos a partir de Leonardo Boff:

Tal realidade [de interpenetração de amor entre as pessoas divinas] é expressa pela palavra grega *pericórse* ou pelas latinas *circuminsessão* ou *circuminessão*. Como a filologia dos termos sugere, significa: a coabitação, coexistência e a compenetração das Pessoas divinas entre si. Há uma circulação total da vida e uma coigualdade perfeita entre as Pessoas, sem qualquer anterioridade, ou superioridade de uma à outra. Tudo nelas é comum e é comunicado entre si, menos aquilo que é impossível de comunicar: o que as distingue umas das outras. O Pai está todo no Filho e no Espírito; o Filho está todo no Pai e no Espírito Santo; e o Espírito Santo está todo no Pai e no Filho. Daqui derivamos a utopia da igualdade, respeitadas as diferenças, da comunhão plena e das relações justas para a sociedade e a história.³⁹

Cada uma das Pessoas, como já mencionamos, tem o seu papel específico, mas cada uma exercendo-o em comunhão com a outra. Trata-se de um processo de relações que se expressa em uma profunda unidade, na diversidade. Em outras palavras, conforme nos diz Joana T. Puntel, trata-se de “um processo relacional dinâmico, expresso através da pluralidade, sempre respeitando as diferenças, as identidades.”⁴⁰

Somos levados a admitir, a partir do que até agora dissemos, que a comunidade divina, na sua essência mais profunda, é comunicação de amor. Um amor autêntico que se concretiza na reciprocidade e na alegria da presença do outro. Este elemento da relação Trinitária, conforme já acenamos acima, deve inspirar as relações humanas: a comunicação entre os seres humanos deve

³⁷ BOFF, L. *A Trindade, a sociedade e a libertação*. Petrópolis: Vozes, 1986, p. 122.

³⁸ Cf. FANTINO, J. *Circunsessão/Pericórese*. In: LASCOSTE, J. Y. *Dicionário Crítico de Teologia*. São Paulo: Paulinas; São Paulo: Edições Loyola, 2004, p. 388-389.

³⁹ BOFF, L. *A Trindade, a sociedade e a libertação*. Op. cit., p. 121-122.

⁴⁰ PUNTEL, J. T. *Teologia da comunicação e os desafios da evangelização inculturada*. *Espaços*, São Paulo, São Paulo, ano 2, n. 1, p. 31-43, [junho] 1994, p. 32.

ser um acontecimento que gere alegria, inclusão e complementariedade; deve ainda ser um instante vivido com prazer e não como mera obrigação.

Na Trindade não há exclusão, mas perfeita intercomunhão de amor. E Deus, no imenso desígnio de seu amor, procurará, no decorrer da história, não somente comunicar-se com os homens, mas também contribuirá para que a comunicação entre eles seja profundamente marcada por este amor que emana da vida intratrinitária.

Ao longo da história, Deus utilizou diversas formas de se comunicar com a humanidade, como aponta a Sagrada Escritura (Hb1,1-2). Dentre elas, destacamos o diálogo explícito de Deus com os homens por meio de seus mensageiros. Falou também por meio de acontecimentos ou sinais provocadores de um diálogo especial. A própria criação é um convite ao diálogo contínuo com o Criador que questiona e provoca respostas. Além disso, é importante observar que Deus não fala uma única vez. Diferentes textos sagrados retomam o essencial que ele deseja nos comunicar. Os temas da justiça, perdão, herança eterna, partilha, libertação e cuidado com os mais necessitados são recorrentes.⁴¹

A partir do que até agora dissemos, podemos afirmar que a existência humana alcançará seu verdadeiro fim à medida que o ser humano pautar sua vida por uma comunicação que seja expressão de amor, que gere fraternidade e solidariedade. A Trindade será sempre a pedra fundamental sobre a qual o ser humano é chamado a construir e desenvolver sua capacidade de comunicação.⁴² É nela que o ser humano deve se inspirar para estabelecer suas relações com o seu semelhante e com o amplo e diversificado mundo que o cerca. Conforme ainda aponta Joana Puntel: “[...] É ali, na Trindade, que se dão as relações, em meio a uma pluralidade e respeito às diferenças; é ali que se realiza articulação do amor, mediante a geração de vida; que se dá o transbordamento de vida, mediante a Criação e a Encarnação.”⁴³

A comunhão que enfatizamos aqui nada mais é do que o fruto de uma comunicação dinâmica pautada pelo amor e pela solidariedade, cujas origens emanam do próprio amor eterno de Deus.

Com efeito, toda comunicação humana está assente na comunicação entre o Pai, o Filho e o Espírito. Mais ainda, a comunhão trinitária alcança a humanidade: o Filho é o Verbo,

⁴¹ LORO, T. J. Constituição Pastoral *Gaudium et Spes*: esforço para dialogar com o mundo. *Religião e Cultura: Departamento de Ciências da Religião – Faculdade de Ciências Sociais – PUC-SP*, São Paulo: Paulinas, v. 9, n. 17, p. 9-23, [jan/jun] 2010, p. 11.

⁴² Cf. PUNTEL, J. T. Teologia da comunicação e os desafios da evangelização inculturada. *Espaços*, São Paulo, São Paulo, ano 2, n. 1, p. 31-43, [junho] 1994, p. 31-43.

⁴³ Cf. *Ibid.*, p. 31.

eternamente “pronunciado” pelo Pai; em e mediante Jesus Cristo, Filho e Verbo que se fez homem, Deus comunica-se a si mesmo e a sua salvação às mulheres e aos homens.⁴⁴

Portanto, criado à imagem e semelhança de Deus (Gn 1,26), o ser humano está destinado a imitar, ainda que de modo imperfeito, a Trindade neste aspecto por ela vivido de forma plena e perfeita. Somos levados a admitir que nosso paradigma de comunicação encontra-se no interior da Trindade. É sobre esta base teológica que o ser humano deve construir a sua ação comunicadora, e isso não só referindo-se aos grandes meios de comunicação, mas começando em suas relações interpessoais e cotidianas. É no modelo de comunhão da Trindade que se deve buscar um referencial para a construção de uma sociedade que seja também expressão de comunhão e de alteridade entre as pessoas.

A comunhão como vocação última do ser humano, a dignidade humana e a realização plena das pessoas, a verdade e o diálogo, a solidariedade e a fraternidade...são alguns dos valores teológicos fundamentais que estão em jogo na experiência e na prática da comunicação. Não se trata de simples valores éticos ou morais. Eles têm também uma dimensão teologal. São mediações da experiência de Deus, da revelação do Reino e da sua Justiça.⁴⁵

Concluimos este tópico de nosso trabalho insistindo que a insondável interpenetração de amor entre as três Pessoas Divinas - a pericórese Trinitária - ilumina os passos da humanidade, apresentando-se como um ideal de comunidade a ser seguido, um modelo inspirador das relações entre os seres humanos.

Estes são chamados a fazer da experiência humana familiar e social um reflexo da circulação pericorética do amor do Deus de Jesus Cristo. Em outras palavras, os princípios eternos vividos pela Trindade, no seu modo de se autocomunicar, tais como: o amor, a justiça e a verdade, que se desdobram em comunhão, em respeito pela diversidade e em valorização do outro, em liberdade, em gratuidade e solidariedade devem inspirar também o modo de a humanidade vivenciar o dom da comunicação.

A seguir, nossa reflexão se concentrará naquele acontecimento que desvela o ponto mais alto da comunicação de Deus com a humanidade: “...e o Verbo se fez Carne e habitou entre nós” (Jo, 1,14). Como constataremos, Cristo revela a verdadeira face de Deus e dá a conhecer o estilo de vida próprio da Trindade.

⁴⁴ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Ética nas comunicações Sociais*. (2000). São Paulo: Paulinas, 2000, n. 3.

⁴⁵ Díez, F. M. *Teologia da Comunicação*. São Paulo: Edições Paulinas, 1997, p. 71.

1.2 A Encarnação: ápice da autocomunicação de Deus, pelo Espírito

Constatamos que a comunicação de Deus com o ser humano, no Antigo Testamento, ou mais convenientemente dito, na Primeira Aliança, aconteceu através de vários caminhos. Ao criá-lo Deus lhe comunica a vida e lhe dá condições para ser cocriador, à Sua imagem e semelhança. A partir de Abraão, cuja circuncisão é o sinal de uma Aliança, Deus se comunica escolhendo um povo que será portador da salvação para todos os povos. No contexto do Êxodo, Deus se comunica libertando o povo eleito da opressão egípcia, pela mediação de Moisés.

E, apesar da ingratidão dos hebreus, manifestada através de constantes murmurações e indiferença às intervenções de Deus, no caminho do deserto, em direção à terra prometida, Ele não desiste de se comunicar com o seu povo. Em várias outras ocasiões de fechamento do povo de Israel em relação à iniciativa comunicadora de Deus, este nunca abrirá mão de seu desejo infinito de entrar em diálogo e comunicação com a criatura amada.

Mesmo com o povo rompendo a comunicação constantemente, o diálogo com seu Deus; mesmo com o povo esquecendo-se da Aliança com Javé, realizada pelos pais da nação; Deus não se esqueceu de seu povo e manteve a comunicação, persistindo na iniciativa do diálogo. O desejo de se comunicar com os homens fez com que o Criador continuasse atuando na história de Israel.⁴⁶

Neste processo de insistência amorosa por parte do Criador surgem os profetas que serão os grandes arautos e mediadores da comunicação de Deus com o seu povo. É, sobretudo, na Primeira Aliança, através dos profetas, que Deus reconduzirá Israel, sempre propenso ao fechamento sobre si e aos tropeços de suas ambiguidades, ao caminho da comunhão com Ele.

Mas Deus não se contentou de se comunicar com o gênero humano através de mediações humanas, tais como os patriarcas, juízes e profetas. Ele mesmo, na pessoa de seu Filho Unigênito, quis assumir nossa humanidade, para redimi-la e conduzi-la à comunhão plena, tanto entre os seres humanos, quanto destes para com Ele. Isto leva o autor da carta aos hebreus a afirmar que: “Muitas vezes e de modos diversos falou Deus, outrora, aos Pais pelos profetas; agora, nestes dias que são os últimos, falou-nos por meio do Filho, a quem constituiu herdeiro de todas as coisas, e pelos quais fez os séculos” (Hb 1,1-2).

Portanto, a revelação de Deus que se deu na Primeira Aliança pela profecia e pela Torah (Mt 17,1-8) se encarna agora na pessoa de Cristo, tornando-se pessoa, um ser de carne e osso que

⁴⁶ GOMES, P. G. “...E Deus rompeu o Silêncio”. 2.ed.São Paulo: Paulinas, 1980, p. 18.

traz em si as naturezas humana e divina. O Verbo encarnado não veio somente instruir o ser humano, mas revelar-lhe o estilo de vida da Trindade e introduzi-lo no Mistério Trinitário, tornando-o capaz de Deus, divinizando-o, comunicando-lhe a salvação que vem de Deus.

Deus realiza aqui um salto comunicativo de qualidade: em seu Filho, Jesus de Nazaré, não dialoga através de um anúncio invisível, sob a tenda da reunião dos sábios ou no templo da antiga aliança, mas com a presença pessoal do seu Verbo eterno, o Filho amado, que precisa ser escutado e seguido (cf. Mc 9,6-7).⁴⁷

Muito mais do que simplesmente assumir nossa humanidade, Deus, na pessoa de seu Filho encarnado, se submete a descer ao nível de nossa fragilidade, revelando-se como um Deus empático, que se coloca no lugar do ser humano, que vivencia experiências tipicamente humanas, tais como os limites do tempo, do corpo, do espaço e da cultura. Ao nascer pobre entre os pobres, Cristo assume nossa pobreza e nos enriquece com os verdadeiros valores do Reino (Lc 2,22-24); ao passar pela experiência da solidão, da traição e do abandono (Mt 26,36-74), o Verbo encarnado nos ensina o caminho de superação que passa sempre pelo abandono incondicional às mãos de Deus; ao morrer na cruz e ao ressuscitar (Mt 26, 50; Mt 28, 5-6), Cristo nos ensina que para além do horizonte limitado desta vida, marcada por contrariedades e sofrimentos, está a vitória do bem sobre o mal, da vida sobre a morte.

Como podemos constatar pelos relatos bíblicos, o Deus da revelação judaico-cristã é o Deus que escolheu a via da simplicidade e da empatia, para se comunicar de forma autêntica com a humanidade: “Ele tinha a condição divina, e não considerou o ser igual a Deus como algo a que se apegar ciosamente. Mas esvaziou-se a si mesmo, e assumiu a condição de servo, tomando a semelhança humana” (Fil 2,6-7).

Este movimento condescendente de Deus é fundamental para a comunicação humana, pois revela a importância que na comunicação ocupa a capacidade de escuta, de colocar-se no lugar do outro, de experimentar em si as dores e alegrias do outro, para assim estabelecer um diálogo frutífero, que produza verdadeira comunhão.

O Verbo encarnado é, pois, o coroamento da pedagogia comunicativa de Deus, que busca o ser humano para com ele se comunicar e transmitir-lhe as riquezas insondáveis de seu amor.

⁴⁷ CNBB. *A comunicação na vida e missão da Igreja no Brasil*. (Estudos da CNBB n.101). São Paulo: Paulus, 2011, n. 29.

A pedagogia divina da comunicação conhece seu ápice no mistério da encarnação. Deus não limitou a sua comunicação à mediação da palavra ou da imagem. Ele a levou até o limite insuspeito da encarnação. Deus assumiu a condição humana, encarnou-se, para que um homem, Jesus de Nazaré, fosse pessoalmente a palavra e a imagem do Deus invisível. Na encarnação, a Palavra e a imagem adquirem toda a sua função reveladora e comunicadora. A encarnação é o nível mais alto da comunicação entre Deus e o homem. Em Cristo, Deus dá-se a conhecer plenamente. Ele é a exegese de Deus. Já não é mais possível o acesso ao conhecimento e à comunicação com Deus, se não for através de Jesus, o Cristo.⁴⁸

Mas Cristo é a encarnação não somente da Palavra, mas também a encarnação do modo de viver da Trindade, do estilo de vida assumido pela Trindade. Neste sentido, imitar Jesus é uma forma de viver os princípios eternos presentes na comunhão das três Pessoas, tais como a verdade, o amor e a justiça. Princípios estes que se desdobram nos princípios éticos fundamentais para a comunicação social, alguns dos quais desenvolveremos no segundo capítulo deste trabalho, como por exemplo: o direito à informação e a informar; o direito à verdade; a liberdade responsável e o bem comum.

Cristo é, pois, o Verbo eterno do Pai e com Ele está em plena e eterna comunicação, dinamizada pelo Espírito. Ao se encarnar em nossa realidade, Cristo se faz comunicação e Signo total do Pai. Ele armou entre nós sua tenda (Jo 1,14), assumiu a natureza humana como meio de revelar sua vontade. Em Jesus de Nazaré, encontramos na sua natureza humana o código da comunicação divina, o *modus vivendi* da Trindade. A lágrima, o gesto, a caminhada, a dor, a morte, o mistério, os milagres, enfim toda sua maneira de ser e agir são fatos comunicativos.

Daí podermos afirmar que a comunicação entre os seres humanos encontra o seu ponto de partida na comunhão de amor entre as Pessoas divinas e na sua comunicação conosco. A revelação divina, que culmina na encarnação do Verbo e no envio do Espírito Santo sobre a humanidade, é um acontecimento de comunicação interpessoal - não é simples transmissão de mensagens - que tem como objetivo a comunhão entre os seus participantes.⁴⁹

O Concílio Vaticano II, através da Constituição Dogmática *Dei Verbum*, reafirma esta verdade da encarnação como ápice da comunicação de Deus com a humanidade, comunicação esta que visa fundamentalmente tornar a humanidade participante de sua comunhão eterna, divinizando-a, conferindo-lhe o dom da salvação. Assim se expressa este documento:

⁴⁸ DÍEZ, F. M. *Teologia da Comunicação*. São Paulo: Edições Paulinas, 1997, p. 224.

⁴⁹ Cf. DA SILVA MARTINS, N. B. *Cristo, o comunicador perfeito: delineamento de uma teologia da comunicação à luz da Instrução Pastoral *Communio et Progressio**. Lisboa: Edições Didaskalia, 2000, p. 17-18.

Aprouve a Deus, na sua bondade e sabedoria, revelar-se a si mesmo e dar a conhecer o mistério de sua vontade (cf. Ef 1,9), mediante o qual os homens, por meio de Cristo, Verbo encarnado, têm acesso no Espírito Santo ao Pai e se tornam participantes da natureza divina (cf. Ef 2,18; 2Pd 1,4). Em virtude desta Revelação, Deus invisível (cf. Cl 1,15; ITm 1,17), no seu imenso amor, fala aos homens como a amigos (cf. Ex 33,11; Jo 15,14-15) e conversa com eles (Br 3,38), para os convidar e admitir a participarem da sua comunhão. Esta economia da revelação executa-se por meio de ações e palavras intimamente relacionadas entre si, de tal maneira que as obras, realizadas por Deus na história da salvação, manifestam e corroboram a doutrina e as realidades significadas pelas palavras, enquanto as palavras declaram as obras e esclarecem o mistério nelas contido. E a verdade profunda, tanto a respeito de Deus como a respeito da salvação dos homens, manifesta-se-nos por meio desta Revelação no Cristo, que é simultaneamente, o mediador e a plenitude de toda a Revelação.⁵⁰

O grande desejo de Deus, ao se comunicar com o ser humano, é torná-lo participante de suas riquezas e do mistério insondável de seu amor. Mais adiante, continua a *Dei Verbum*:

Pela Revelação divina quis Deus manifestar-se e comunicar-se a si mesmo e os decretos eternos da sua vontade a respeito da salvação dos homens, para os fazer participar dos bens divinos, que superam absolutamente a capacidade da inteligência humana.⁵¹

Portanto, como acima dissemos, o ser humano só é capaz de comunicar-se porque recebeu de Deus este atributo. Esta capacidade não tem outra finalidade senão a de imitar a comunhão das três Pessoas divinas. Tal comunhão nos é revelada por Cristo, que dá a conhecer o estilo de vida próprio da Trindade. A comunicação humana não tem outro fim senão aquele de fazer o amor se traduzir em gestos concretos, tais como aqueles revelados nas palavras e gestos do Verbo de Deus: a caridade na verdade, a justiça, a solidariedade, a compaixão (sobretudo para com os pobres), a paz e tantos outros valores do Reino anunciado por Cristo. Como nos diz Boff:

A prática de Jesus é instauradora do Reino porque é uma prática de comunhão com os pobres, de reconciliação com os pecadores, de convivência com todos, particularmente, com os marginalizados e de serviço indiscriminado a cada um que encontra.⁵²

No tópico seguinte, nossa reflexão se volta para o modo de Cristo se comunicar. Conforme nos apresenta a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, ele é o comunicador perfeito.⁵³ Ele é, segundo nos atesta São Paulo: “a imagem visível do Deus invisível” (Cl 1,15).

⁵⁰ CONCÍLIO VATICANO II. *Constituição Dogmática Dei Verbum*. (1963). In: DOCUMENTOS DO CONCÍLIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 1997, n. 2.

⁵¹ DV, n. 6.

⁵² BOFF, L. *A Trindade, a sociedade e a libertação*. Petrópolis: Vozes, 1986, p. 44.

⁵³ Cf. CP, n. 11.

1.3 Cristo, o perfeito comunicador

Continuando nossa reflexão, constatamos que a comunicação é, pois, obra e dom de Deus, desejo insondável de transmitir o seu amor à criação e de ser amado pela criatura humana. Tal obra e tal dom divino, testemunham seu poder, que se funda em sua capacidade infinita de amar e em sua bondade, que se desdobra em gestos concretos de amor em direção à obra criada, especialmente ao ser humano.

“Foi ele [Deus] que, desde o começo da história da salvação, entrou em diálogo com os homens; chegada a plenitude dos tempos, ele mesmo se nos comunicou diretamente.”⁵⁴ Jesus, o Verbo feito carne, é a expressão máxima desse amor, Ele é o comunicador perfeito, que em sua vida, palavras e gestos, revela a face de um Deus que não se cansa de conquistar e reconquistar o ser humano, enchendo-o de esperança e dando sentido à sua existência.

Cristo, o Filho encarnado [...] pela sua morte e ressurreição, libertou o gênero humano, comunicando abundantemente a todos a verdade e a própria vida de Deus. Ele, o único mediador entre o Pai e os homens, reconciliou a humanidade com Deus e restabeleceu a união entre os homens. A partir de então, é em Deus feito homem, nosso irmão, que se encontram o fundamento e o protótipo da comunicação entre os homens.⁵⁵

O Filho de Deus, como imagem visível do Deus invisível (cf. Cl 1,15), é chamado a dar continuidade, em todos os movimentos de seu ser - e de um modo todo particular, em todos os processos de sua comunicação - à obra de Deus cujo escopo é o bem e a salvação de toda criação.

Em primeiro lugar, Jesus é o expoente supremo da comunicação ou do encontro entre Deus e o homem na história da humanidade. Em segundo lugar, ele é “comunicador por antonomásia”, o “perfeito comunicador”. Nenhum outro homem apresenta títulos mais legítimos para ser chamado o “mensageiro de Deus”. Ele representa a plenitude da comunicação e comunhão com Deus e com os homens.⁵⁶

Ele é perfeito, em primeiro lugar, porque não é simplesmente um profeta ou mais um dos enviados por Deus ao mundo, mas ele é o próprio Filho Deus, a manifestação visível do Deus invisível, o Enviado do Pai por excelência, aquele que revela as entranhas do amor de Deus por suas palavras, gestos e por todos os outros movimentos de seu ser. Sendo, portanto Filho e signo total de Deus, ele é também o comunicador perfeito dos tesouros incomensuráveis da Trindade.

⁵⁴ CP, n. 10.

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Díez, F. M. Op. cit., p. 212.

Durante a sua permanência na terra, Cristo manifestou-se como perfeito comunicador. Pela “Encarnação” fez-se semelhante àqueles que haviam de receber a sua mensagem; mensagem que comunicava com a palavra e com a vida. Não falava como que “de fora”, mas “de dentro”, a partir do seu povo; anunciava-lhe a palavra de Deus, toda a palavra de Deus, com coragem e sem compromissos; e, no entanto, adaptava-se à sua linguagem e mentalidade, encarnado como estava, na situação a partir da qual falava.⁵⁷

Nós o contemplamos nos Evangelhos espalhando esperança e vida por onde passa. No encontro com o leproso ele lhe restitui a saúde e o reintegra à vida social (Mt 8,1-4). Na cura do paralítico, ele apresenta um novo paradigma onde o perdão de Deus é comunicado não mais mediante ritos mecânicos e frios, reservados a uns poucos que tinham condições de praticá-los, mas mediante a gratuidade de Deus que se coloca no lugar do pecador e o alcança em sua miséria mais profunda (Mt 9,1-8). No encontro com a mulher adúltera, além de comunicar este novo paradigma do perdão de Deus, ele envergonha aqueles que se achavam merecedores dos benefícios divinos, pelo simples fato de serem cumpridores de preceitos, desprovidos de um mínimo de caridade autêntica e de misericórdia. Jesus rompe com um legalismo vazio que gerava exclusão e sofrimento no povo.

Vivendo num contexto onde a lei do puro e do impuro mais afastava as pessoas de Deus que as aproximava, Jesus comunica, pela sua pregação, pela sua capacidade de acolhida, pela verdade de sua mensagem, por seus gestos de ternura e misericórdia, o verdadeiro rosto de Deus que nunca se cansa de ir em busca do ser humano (cf. Lc 15, 11-32).

Para além de tudo isso, para se comunicar com as pessoas, Jesus se inseriu em seus contextos. Ele não só tinha ciência de quem eram seus destinatários, mas ele viveu como um deles:

Jesus é um homem inserido no meio do povo e isto lhe garante a palavra sábia que gera força e esperança. Fala em sintonia com as mazelas da população sofrida. A formação de Jesus como pregador acontece na escola da observação, da escuta e participação da vida dos marginalizados, e isto lhe permite trazer à Palavra uma reflexão concreta, cheia de boas notícias. O Cristo pregador saiu da mão do povo e de suas carências.⁵⁸

Nenhum comunicador conseguirá alcançar o coração e a vida de seus interlocutores se não for capaz de fazer este movimento de aproximação à sua realidade, marcada por anseios, ambiguidades, sonhos e dores, como o fez Jesus. É esta proximidade do comunicador com os

⁵⁷ CP, n. 11.

⁵⁸ LORO, T. *Jesus Cristo, modelo de comunicador*. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/reveleiteo/article/view/3463>>. Acesso em: 13 abril 2011, 06:45:09, p. 48.

seus destinatários que torna a sua comunicação eficaz e geradora de vida. Por isso Jesus atraía tanto as pessoas e por isso sua palavra tinha autoridade.

Sua pregação era irresistível porque não somente falava sobre o amor, mas porque se autorevelava como amor: no seu modo de acolher, de olhar, de considerar o contexto de quem cruzava o seu caminho, no seu modo de falar e até mesmo de silenciar-se (cf. Jo 8,6). Ele não só falava sobre a verdade, mas tudo nele era expressão da verdade. Ele não só falava sobre o perdão, mas tudo nele era manifestação da misericórdia e da ternura divinas. Ninguém que lhe abrisse o coração sairia indiferente de sua presença.

Podemos acrescentar ainda que Jesus não lançava mão somente da palavra para anunciar o Reino de Deus. Suas palavras e todos os movimentos de seu ser eram instrumentos de comunicação divina. Ele todo inteiro é inteiramente a Palavra de Deus. Ele é a Boa Nova de Deus em pessoa. Tudo nele manifesta a obra de Deus.

Da mesma forma, Jesus sabia valorizar o que de bom havia nas pessoas e não as humilhava por causa de suas fraquezas.⁵⁹ Pelo contrário, ele lhes recordava sempre sua dignidade de filhos amados de Deus e os encorajava no caminho do amor. Um dos exemplos mais sublimes desta sua atitude é o episódio da mulher adúltera, conforme já citado acima. Enquanto os pregadores de sua época mantinham uma postura de acusação e condenação diante dos deslizes alheios, como se não fossem passíveis de erro, Jesus fazia vir à tona aquilo que de positivo estava presente em seus interlocutores e os ajudava a progredir no caminho do Reino.

Também aqui podemos tirar uma grande lição para nosso trabalho comunicativo. Para fazer *jus* às exigências desta missão, cada comunicador deve também aprender a tirar para fora, trazer à luz tudo o que de bom existe no universo de seus interlocutores e ajudá-los a potencializar as riquezas que trazem dentro de si.

Outro aspecto marcante na vida de Jesus é que ele jamais violava a liberdade de seus ouvintes.⁶⁰ Como bem nos dirá Tarcísio Justino Loro: “A Boa Nova que Jesus anuncia só pode ser acolhida no espaço da liberdade, não pode ser imposta.”⁶¹ A religião pregada por Jesus é a religião do amor, que não pode jamais prescindir da liberdade do bem amado. Em todos os seus encontros, Jesus nunca impõe a sua mensagem, mas propõe às pessoas uma mudança de vida,

⁵⁹ Cf. LORO, T. *Jesus Cristo, modelo de comunicador*. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/reveleiteo/article/view/3463>>. Acesso em: 13 abril 2011, 06:45:09, p. 48.

⁶⁰ Cf. *Ibid.*

⁶¹ *Ibid.*

uma guinada em sua história, uma mudança radical de paradigma, colocando-se sempre como aquele que os acompanhará neste processo de transformação interior.

Sendo o Comunicador por excelência, Jesus não somente anuncia a verdade, mas denuncia, por suas palavras e pela sua vida, tudo aquilo que possa ameaçar a pessoa humana. Sua palavra e seus gestos são profecia:

O grande respeito de Jesus ao homem o leva a denunciar tudo o que atente contra sua dignidade e direitos: o ódio, a calúnia, a injustiça, a discriminação de pessoas, por razões de etnias, gêneros e religiões. A denúncia de Jesus trata das atitudes, das ideologias, das coisas em si mesmas, salvaguardando sempre a pessoa humana. Em outros termos, denuncia o pecado, mas perdoa o pecador, dando-lhe sempre oportunidade de recomeçar. Ele procura despir todos os mecanismos de poder pelo poder, políticos ou religiosos, tudo o que pretende instrumentalizar os homens.⁶²

Como ainda podemos contemplar nos Evangelhos, Jesus não tem dois modos de existir. Ele é o mesmo, quer esteja no meio do povo, quer esteja no templo, quer esteja entre os doutores da lei, quer esteja com seus discípulos. Suas palavras e sua prática são de uma coerência invejável. Eis porque facilmente encontrou inimigos. Nem todos estavam dispostos a traduzir em suas vidas as exigências do Reino que concretamente são a verdade, a justiça e o amor. Eis porque “ele falava como quem tem autoridade” (cf. Lc 4,32), porque não existia um divórcio entre os valores que ele proclamava por seus lábios e aqueles valores que ele transmitia por suas atitudes. Tudo nele era coerência total com a vontade de Deus.

Em sua pregação, além de primar por uma linguagem dialogal, tornando as pessoas também construtoras do Reino de Deus, além de mostrar audácia na exposição da verdade, Jesus privilegia os pobres como destinatários da Boa Nova:

Apesar de sua mensagem ter um caráter universal, Jesus tem como destinatários preferenciais os pobres, os marginalizados. São eles que decodificam historicamente a mensagem de Jesus, porque a eles, através do Filho, o Pai dirige a boa Nova das Bem-aventuranças. Aqui se encontra a chave mais profunda do Evangelho: o Pai, por meio de Jesus, vai ao encontro dos excluídos, dos pobres, dos pacíficos, dos que choram, dos mansos, dos que têm fome e sede de justiça, dos misericordiosos, dos perseguidos e caluniados por causa de seu nome, enfim, dos menores de seus filhos (Mt 5,3-11).⁶³

O cuidado e a atenção dispensados aos pobres talvez seja o termômetro que indica se realmente a comunicação exercida pelo ser humano é geradora de vida e não de morte. Jesus nos

⁶² LORO, T. *Jesus Cristo, modelo de comunicador*. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/reveleiteo/article/view/3463>>. Acesso em: 13 abril 2011, 06:45:09, p. 50.

⁶³ *Ibid.*, p. 52.

mostra, por suas palavras e atitudes, que a verdadeira comunhão com Deus leva automaticamente seu discípulo à comunhão com os irmãos e ao serviço, sobretudo, aos mais pobres e necessitados.

Em várias ocasiões Cristo demonstrou esta sua atenção preferencial pelos pobres e excluídos. Em primeiro lugar, como já mencionamos, ele mesmo se fez pobre, nascendo em uma estrebaria (Lc 2,16). Depois o vemos em encontros profundos e marcantes, onde demonstra toda sua afeição e cuidado para com os mais pequeninos: a cura da filha de uma mulher cananea (Mt 15,21-28) o homem com a mão atrofiada (Lc 6,6); a pecadora perdoada (Lc 7,1-50); a cura da mulher encurvada (Lc 13,10); o cego de Jericó (Lc 18,35-43), o seu discurso sobre o Evangelho revelado aos simples e pequenos (Lc 11,25-27). Enfim, o seu discurso escatológico relatado em Mateus (25, 31-46), revela o critério de Deus para o julgamento dos homens: a acolhida e o socorro dados aos pobres e marginalizados de nossas sociedades.

A fé do discípulo de Jesus é, portanto, uma fé que o leva ao compromisso com a justiça. Trata-se de um dom que rompe no ser humano com aquela sua tendência de se fechar em seu mundo egocêntrico, tornando-o desatento em relação ao sofrimento alheio e, na pior das hipóteses, até promotor do mesmo.

O Papa Bento, em seu discurso inaugural para a V Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe assim se expressará sobre a opção preferencial pelos pobres:

A fé liberta-nos do isolamento do eu, porque nos leva à comunhão: o encontro com Deus é, em si mesmo e como tal, encontro com os irmãos, um ato de convocação, de unificação e de responsabilidade pelo outro e pelos demais. Neste sentido, a opção preferencial pelos pobres está implícita na fé cristológica naquele Deus que se fez pobre por nós, para enriquecer-nos com a sua pobreza (cf. 2 Cor 8,9).⁶⁴

O grande anseio deste Deus que se fez pobre para nos enriquecer de suas dádivas é ainda criar comunhão entre as pessoas. Esta é a meta principal da comunicação. A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* enfatizará este aspecto da comunicação humana profundamente desenvolvido pelo ministério de pregação de Jesus⁶⁵ e ao qual nos dedicaremos mais detalhadamente no segundo capítulo desta reflexão:

Jesus se preocupa com a meta principal da comunicação que é produzir a comunhão entre as pessoas. O caminho de Emaús nos mostra a pregação de Jesus transformando o coração dos discípulos, ajudando-os a compreender a história de sua vida, para que

⁶⁴ BENTO XVI. *Discurso inaugural do Papa Bento XVI*. In: Vª CONFERÊNCIA GERAL DO EPISCOPADO LATINO AMERICANO E DO CARIBE. *Documento de Aparecida*. 3.ed. Brasília: Edições CNBB, 2007, p. 255.

⁶⁵ Cf. CP, n. 1.

tivessem motivos para retornar à comunidade dos discípulos que permaneceram em Jerusalém. Sua Palavra não acentua a distância entre Emaús e Jerusalém. O que procura é renovar a motivação dos caminhantes para assumirem a missão, juntamente com os demais discípulos. Sua comunicação é “espírito e vida” (Jo 6,63) e alcança sua culminância na Eucaristia, onde Jesus se doa totalmente, como Palavra e como pão vivo descido do céu.⁶⁶

Se a encarnação é o ápice da comunicação de Deus com a humanidade, a Eucaristia - sinal sacramental onde Jesus perpetua a doação total de si aos homens, gerando comunhão com eles e entre eles - é a continuação e a atualização por excelência deste movimento comunicacional de Deus em direção à humanidade. A Eucaristia nos recorda o amor com que Deus amou a humanidade, entregando-se inteiramente a ela, tornando-se pobre para fazê-la rica; tornando-se frágil, para fortificá-la no amor; fazendo-se alimento, para nutri-la e salvá-la, embalada por este mesmo amor.

Por tudo isso e por tantos outros aspectos que ainda poderíamos mencionar, mas que tornariam muito longo o presente trabalho, é que Jesus é o perfeito comunicador e, portanto, o modelo de comunicação para toda a humanidade, de modo especial para aqueles que se dedicam ao trabalho da comunicação.

O Espírito Santo, por sua vez, é o princípio eterno de comunhão tanto em sua dimensão intra como extratrinitária. Em outros termos, o Espírito é o elo de comunhão entre o Pai e o Filho, realizando este mesmo movimento entre os seres humanos. É este o assunto do próximo tópico.

1.4 O Espírito: princípio eterno de comunhão

A Primeira Aliança, como podemos constatar, foi uma preparação para a manifestação total da comunicação divina que aconteceria na plenitude dos tempos, com a encarnação do Verbo (Jo 1,14). Entretanto, quando Jesus se apresenta no palco da história humana, como o Verbo de Deus feito carne, com ele também se revela o Espírito Santo. A Igreja professa a sua fé no Espírito Santo, como naquele que é Senhor da vida, aquele no qual o imperscrutável Deus uno e trino se comunica aos homens, constituindo neles a nascente da vida eterna.⁶⁷

O Pai criou todas as coisas pela eficácia de sua Palavra (cf. Jo 1,3; Hb 1,2) e na força do Espírito (Gn 1,2), cuja marca ficou impressa nelas. Pois, de fato, as criaturas são a

⁶⁶ LORO, T. *Jesus Cristo, modelo de comunicador*. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/reveleto/article/view/3463>>. Acesso em: 13 abril 2011, 06:45:09, p. 53.

⁶⁷ Cf. JOÃO PAULO II. *Carta Encíclica Dominum et Vivificantem*. (1986). 4.ed. São Paulo: Paulinas, 1986, n. 1.

“materialização” ou concreção de “pensamentos” ou “palavras” – com minúsculas e no plural – de Deus. Como tais, refletem pequenos fragmentos da Verdade de sua Palavra substancial. E também são “dons” que tornam visível – cada um a seu modo – algo do Amor que Deus tem aos homens.⁶⁸

Não é fácil para a teologia discursar sobre o Espírito Santo, uma vez que, ao contrário de Cristo, que tem traços humanos, o Espírito Santo é apresentado com frequência nas Sagradas Escrituras completamente despojado destes traços e fortemente representado por símbolos e imagens nem sempre tão fáceis de serem trabalhados pela reflexão teológica.⁶⁹ A tradição bíblica procurará preencher esta lacuna multiplicando os símbolos e os nomes que pudessem representar a terceira Pessoa da Trindade: sopro (Jo 20,22); água (ICor 12,13); fogo (Lc 3,16); nuvem e luz (Ex 24,15-18), pomba (Mt 3,16), unção (IJo 2,20.27); dedo (Lc 11,20), selo (Jo 6,27). Estes são apenas alguns exemplos.⁷⁰

A discussão em torno do Espírito Santo foi sempre muito cercada de encontros e desencontros no decorrer da história.

O Espírito Santo parece desprovido de traços pessoais, de um rosto específico, de nome próprio. Parece viver na invisibilidade e no anonimato [...] Como um ser com estas características pode converter-se em fundamento teológico da comunicação? Como pode iluminar a comunicação a partir do anonimato e da carência de um rosto definido? O Espírito Santo é especialmente escorregadio para a reflexão teológica e para a experiência cristã. É como uma brisa [...] Por isso multiplicam-se tanto os debates teológicos entre o Oriente e o Ocidente, no Oriente e no Ocidente, quanto à procedência do Espírito Santo, da sua natureza, das suas relações no interior e no exterior da Trindade, sua missão.⁷¹

Embora desde o século XIX já começasse a despontar um novo interesse pela reflexão pneumatológica, sobretudo com a Encíclica *Divinum illud múnus* (1897), de Leão XIII, ou ainda com a Encíclica *Mystici Corporis* (1943), de Pio XII, foi, sobretudo, o Concílio Vaticano II, que inaugurou uma nova era para a pneumatologia, fazendo notar a necessidade de uma renovada atenção à doutrina sobre o Espírito Santo.⁷² Paulo VI escreveu: “À Cristologia e à eclesiologia do Concílio, deve seguir-se um estudo renovado e um culto renovado do Espírito Santo, precisamente como complemento indispensável do ensino conciliar.”⁷³

⁶⁸ DECOS-CELAM. *Para uma Teologia da comunicação na América Latina*, Vozes, Petrópolis:1984, n. 93.

⁶⁹ Cf. DÍEZ, F. M. *Teologia da Comunicação*. São Paulo: Edições Paulinas, 1997, p. 249-251.

⁷⁰ Cf. *Ibid.*, p. 256.

⁷¹ DÍEZ, F. M. *Op. cit.*, p. 250-251.

⁷² Cf. JOÃO PAULO II. *Carta Encíclica Dominum et Vivificantem*, n. 2.

⁷³ Audiência geral de 6 de junho de 1973: *Ensegnamenti de Paolo VI*, XI (1973) p. 477. In: JOÃO PAULO II. *Dominum et Vivificantem*, n. 2.

Felizmente, após este evento eclesial sem precedentes, testemunhamos um novo florescer de reflexões teológicas sobre o Espírito Santo por toda a Igreja, fato este que tem contribuído para uma maior compreensão de quem é e de qual é a missão da terceira Pessoa da Trindade na economia da salvação.

De acordo com Díez, apesar de todos os desencontros em torno da terceira Pessoa da Santíssima Trindade, sobretudo pelo fato de não assumir formas humanas, como é o caso do Verbo encarnado, o Espírito Santo é imprescindível para que possamos refletir de forma madura e completa sobre a teologia da comunicação. Assim se expressa este autor:

Uma teologia cristã da comunicação deve, porém, contar obrigatoriamente com o Espírito Santo. Se a cristologia nos apresenta Jesus, o Cristo, como Palavra e Ícone de Deus e modelo singular de comunicação, a pneumatologia nos apresenta o Espírito Santo como agente principal da comunhão e da comunicação intra e extratrinitárias.⁷⁴

Ainda segundo este autor, alguns aspectos da doutrina sobre a terceira Pessoa da Trindade são especialmente significativos para a interpretação teológica da comunicação:

O Espírito Santo é agente da comunicação intratrinitária. Por isso ele é associado ao amor e à comunhão. É agente da comunicação de Deus com a humanidade. Por isso ele é associado ao dom. É agente da comunicação e animador da comunhão intraeclesial. Por isso ele é chamado de alma da comunidade. É agente da atividade missionária – comunicadora e evangelizadora – da Igreja. Por isso ele é associado à missão.⁷⁵

A partir do que acima foi dito, podemos dizer que o Espírito Santo é o elo de amor eterno entre o Pai e o Filho. Conforme professam os cristãos no Símbolo Niceno-Constantinopolitano, ele é o Senhor que dá vida. Ele distribui e renova a vida, e, como tal, ele o realiza precisamente enquanto agente de comunhão e comunicação. Ele reparte dons, virtudes e carismas entre os homens para o serviço (ICor 12, 4-11). Ele garante a unidade da Igreja. Os homens o recebem quando estão juntos (At 2,1ss). E conforme nos diz Congar: “[...] Se se recebe o Espírito quando se está junto, não é porque há um só corpo que há um só Espírito; é porque há um só Espírito de Cristo que há um só corpo, que é o Corpo de Cristo.”⁷⁶ No pensamento deste autor, a Igreja não é uma grande estrutura onde cada indivíduo seria apenas a soma de um milhão dividido por um

⁷⁴ DÍEZ, F. M. Op. cit., p. 251.

⁷⁵ Ibid., p. 253.

⁷⁶ CONGAR, Y. *Ele é o senhor e dá vida*. (Creio no Espírito Santo II). São Paulo: Paulinas, 2005, p. 30.

milhão. A Igreja é uma comunhão, uma fraternidade de pessoas. Nela se une, pois, um princípio pessoal e um princípio de unidade. É o Espírito Santo que lhes garante a harmonia.⁷⁷

O Espírito Santo suscita ainda vocações, faz nascerem projetos e acontecimentos que ampliam o Reino de Deus. Yves Congar, em outra obra, assim se expressará:

O Espírito Santo “sopra onde quer”. Ele é “evento”. O Concílio reconheceu e situou esse aspecto. As estruturas sociais estão a serviço do Espírito (LG, n. 8 §1). Ele atualiza o Evangelho e o entendimento da Palavra de Deus (DV nn. 8, §3; 23); ele suscita as iniciativas da vida religiosa e as vocações (LG, nn. 44-45); em matéria de iniciativas apostólicas ou missionárias, não é raro que o Espírito santo suscite “inúmeras formas de ação missionária da Igreja de Deus, antecipando-se frequentemente, à intervenção dos que têm por função governar a Igreja” (AG, n. 29, §§ 3-4).⁷⁸

É o Espírito Santo quem age silenciosamente nos corações que se abrem à sua obra, configurando-os ao Cristo profeta, sacerdote e rei. Sua principal missão é gerar comunhão. Ele a realiza no interior da Trindade, mas transborda esta sua missão para além da realidade intratrinitária, ou seja, para o contexto da criação.

Cristo, portanto, não age sozinho. Sua missão está intimamente ligada à missão do Espírito, que o conduz a fazer sempre a vontade do Pai. “Quando o Pai envia seu Verbo, envia sempre seu sopro: missão conjunta em que o Filho e o Espírito Santo são distintos, mas inseparáveis.”⁷⁹

Nos escritos do Novo Testamento, contemplamos o Espírito Santo agindo na vida do próprio Jesus.⁸⁰ Também chamado de Paráclito, pelo Cristo (Jo 14,22), o Espírito está presente em todo este processo da revelação divina à humanidade e de um modo ainda mais particular na revelação do Filho de Deus ao mundo. Em outras palavras, é pela ação do Espírito que Maria fica grávida (Lc 1,35), é o Espírito Santo quem conduz Jesus ao deserto para ser tentado pelo demônio (Lc 4,1), é pela força do Espírito que Jesus inicia a sua pregação dos mistérios do Reino (Lc 4,14). É o mesmo Espírito que o ressuscita dos mortos (Rm 8,11). É ainda o Espírito Santo, a força do alto, que sustentará os discípulos em sua missão de comunicar por todo o mundo a salvação de Deus (Atos 1,8).

⁷⁷ Cf. CONGAR, Y. *Ele é o senhor e dá vida*. (Creio no Espírito Santo II). São Paulo: Paulinas, 2005, p. 31.

⁷⁸ CONGAR, Y. *Revelação e experiência do Espírito*. (Creio no Espírito Santo I). São Paulo: Paulinas, 2005, p. 222.

⁷⁹ CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA. São Paulo: Edições Loyola, 1993, § 689.

⁸⁰ Cf. LIBÂNIO. J. B. *Crer num mundo de muitas crenças e pouca libertação*. Valencia (Espanha): Siquem Ediciones, [2003]; São Paulo: Paulinas, 2003, p. 89.

O nascimento, a missão a vida e a morte de Jesus estão selados com a presença ativa do Espírito. A concepção é obra do Espírito, que une Jesus e faz dele o homem novo, o novo Adão, o fruto primeiro da nova criação [...] No batismo torna-se pública a unção e a missão messiânica de Jesus; atesta-se a comunicação plena do Espírito através da palavra e do símbolo [...] Jesus inicia seu ministério público guiado pelo Espírito Santo, e com o poder do Espírito [...] Através do Espírito de Deus expulsa os demônios e torna presente o Reino de Deus (Mc 12,28). E o próprio Espírito conduz Jesus à morte e o ressuscita de entre os mortos e reviverá todo corpo mortal (Rm 8,11). O Espírito que fecundou as águas para a primeira criação fecunda a humanidade para a nova e definitiva criação cujo fruto primeiro temos na ressurreição de Jesus. O Espírito é Senhor e doador de vida.⁸¹

Na economia da salvação, conforme o ensinamento de João Paulo II, subsiste uma ligação íntima entre o Espírito Santo e Cristo: “[...] em virtude da qual o Espírito da verdade opera na história do homem como ‘um outro consolador’, assegurando de modo duradouro a transmissão e a irradiação da Boa Nova revelada por Jesus de Nazaré.”⁸²

Daí podermos afirmar que a encarnação é o centro de toda a comunicação da mensagem salvífica e que a presença constante do Espírito Santo na história humana torna este processo de salvação sempre dinâmico e atualizado.

Este mesmo Espírito [o Espírito Santo] guia também toda a história da salvação. Suscita sem cessar personagens e líderes carismáticos que irão manter o povo no caminho da vida. Não é outra coisa a história da salvação: tirar a humanidade da morte e da escravidão e conduzi-la para a vida e para a libertação.⁸³

Cristo, como acima afirmamos, é o comunicador perfeito, o ponto máximo do diálogo de Deus com a humanidade. O Espírito Santo é o elo de amor inquebrantável e ininterrupto entre o Pai e o Filho, o princípio supremo de comunhão. É Ele quem vem em socorro aos discípulos de Jesus, como advogado e intercessor, conduzindo-os à plena verdade (Jo 16,13) e à comunhão, e perpetuando a revelação de Cristo ao mundo, conduzindo a humanidade à plenitude da salvação.

O Espírito Santo se revela, ao lado de Cristo, como o missionário por excelência,⁸⁴ como comunicador contínuo da mensagem evangélica pelo mundo, em todos os tempos e lugares, através da Igreja, reunindo homens e mulheres, de todas as raças, cores e condições sociais que, inspirados e amparados por esta força divina, princípio eterno de comunhão, se tornam também eles arautos dos mistérios do Reino anunciado por Cristo.

⁸¹ DÍEZ, F. M. Op. cit., p. 261.

⁸² JOÃO PAULO II. *Carta Encíclica Dominum et Vivificantem*, n. 4.

⁸³ DÍEZ, F. M. Op. cit., p. 257.

⁸⁴ Cf. JOÃO PAULO II. *Carta encíclica Redemptoris Missio*.(1990). São Paulo: Paulinas, 1991, n. 21.

No ápice da missão messiânica de Jesus, o Espírito Santo torna-se presente no mistério pascal *em toda a sua subjetividade* divina: como aquele que deve continuar agora a obra salvífica radicada no sacrifício da cruz. Esta obra, sem dúvida, foi confiada por Jesus a homens: aos Apóstolos e à Igreja. No entanto, nestes homens e por meio deles, o Espírito Santo permanece o transcendente sujeito protagonista da realização desta obra, no espírito do homem e na história do mundo: ele, o Paráclito invisível e, simultaneamente, onipresente! O Espírito que “sopra onde quer” (cf. Jo 3,8).⁸⁵

Um dos principais aspectos da missão do Paráclito é conduzir a humanidade ao pleno conhecimento da verdade (Jo 16,13). Para conduzir a comunidade cristã por este caminho, e para solidificar esta mesma comunidade na comunhão com Deus e entre si, o Espírito Santo ensina, instrui, recorda, comunica, faz entender. Ele é o animador por excelência da comunidade cristã, de tal modo que ela mesma se converta em protagonista da comunicação, comunidade missionária e evangelizadora.⁸⁶

Pentecostes é evento que torna pública a Igreja como continuadora da obra de Cristo no mundo, pela ação do Espírito Santo. Tal acontecimento se reveste de um caráter comunicativo: onde Deus se revela à Igreja e, ao mesmo tempo, lhe desvela sua missão diante do vasto terreno do mundo, com a multiplicidade de raças, línguas e culturas nele espalhadas, fazendo de cada cristão (e destes reunidos em comunidade eclesial), um perpetuador da práxis libertadora do Mestre.

Pentecostes é uma espécie de Babel invertida ou o negativo de Babel revelado em positivo. Se Babel confundiu os povos e fez da multiplicação das línguas um obstáculo intransponível para a comunicação, Pentecostes permite que os povos voltem a se comunicar e a se entender apesar da multiplicidade das suas línguas [...] Obviamente, não desapareceu a multiplicidade de línguas nem os inconvenientes que esse fato coloca para a comunicação humana. Mas agora trata-se de um novo tipo de entendimento e comunicação entre os povos: a chave do entendimento e a comunicação num mesmo Espírito. Este é provavelmente o significado último do fenômeno das línguas de Pentecostes.⁸⁷

O Espírito Santo é, portanto e sempre em união com o Cristo, o princípio supremo de comunhão, que é a meta última de toda comunicação. A missão comunicadora da terceira Pessoa da Trindade na história humana ultrapassa as fronteiras da memória, do ensinamento e da instrução. Sua função comunicadora engloba as relações de comunicação interna ou os laços de

⁸⁵ JOÃO PAULO II. *Carta Encíclica Dominum et Vivificantem*, n. 42.

⁸⁶ Cf. DÍEZ, F. M. Op. cit., p. 272.

⁸⁷ DÍEZ, F. M. Op. cit., p. 275.

comunhão no interior da comunidade.⁸⁸ Como veremos no tópico seguinte, é Ele quem faz da Igreja um mistério de comunhão, sinal do Reino e continuadora da missão de Cristo.

1.5 A Igreja: mistério de comunhão

A Igreja, como já dissemos, e como atesta a tradição cristã, nasce em Pentecostes (Atos 2, 1ss). Através do envio do Espírito Santo sobre os Apóstolos e sobre Maria, no Cenáculo, a Igreja aparece publicamente diante da multidão e teve o seu início a difusão do Evangelho entre os pagãos, por meio da pregação.⁸⁹

Sendo o próprio Jesus Cristo a suprema e mais completa revelação de Deus à humanidade, é o testemunho do Espírito que inspira, garante e consolida a sua fiel transmissão na pregação e nos escritos apostólicos, enquanto o testemunho dos apóstolos lhe proporciona a expressão humana na Igreja e na história da humanidade.⁹⁰

Seguindo os passos do Mestre, a Igreja cumpre sua missão de proclamar a Boa Nova ao mundo, pelo serviço que presta em nome de Cristo - sobretudo aos mais pobres e esquecidos de nossa sociedade, pelo diálogo com todos – dentro e fora de seus limites eclesiais -, pelo anúncio explícito do Reino de Deus e pelo testemunho de comunhão.⁹¹

Conforme a doutrina do Concílio Vaticano II, mais especificamente da Constituição Dogmática *Lumen Gentium*, a Igreja é obra da Trindade. O Pai, por um desígnio misterioso de seu amor cria o ser humano. Mesmo diante de sua rejeição, Deus não abandona a criatura humana às suas más inclinações, mas busca constantemente recolocá-la, através de gestos de misericórdia, no caminho da salvação.⁹² Para isso, suscita homens e mulheres no meio de um povo específico (o povo de Israel), e faz deste mesmo povo um portador de sua salvação para toda a terra. É no meio dele que o Pai dá mostras de seu amor incomensurável e eterno, ao enviar seu Filho Único, o Cristo Senhor, que fará de todos que nele creem, independentemente de sua raça, cor, língua e etnia, um único rebanho em torno de um único pastor.

⁸⁸ Cf. DÍEZ, F. M. Op. cit., p. 279.

⁸⁹ Cf. CONCÍLIO VATICANO II. *Decreto Ad Gentes*. (1963). In: DOCUMENTOS DO CONCÍLIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 1997, n. 4.

⁹⁰ JOÃO PAULO II. *Carta Encíclica Dominum et Vivificantem*, n. 5.

⁹¹ Cf. LORO, T. J. Constituição Pastoral *Gaudium et Spes*: esforço para dialogar com o mundo. *Religião e Cultura: Departamento de Ciências da Religião – Faculdade de Ciências Sociais – PUC-SP*, São Paulo: Paulinas, v. 9, n. 17, p. 9-23, [jan/jun] 2010, p. 10-11.

⁹² Cf. CONCÍLIO VATICANO II. *Constituição Dogmática Lumen Gentium*. (1964). In: DOCUMENTOS DO CONCÍLIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 1997, n. 2.

Aos que acreditam em Cristo quis convocá-los na santa Igreja, a qual, já prefigurada desde a origem do mundo e preparada admiravelmente na história do povo de Israel e na antiga aliança, e instituída “nos últimos tempos”, foi manifestada pela efusão do Espírito, e será consumada em glória no fim dos séculos.⁹³

O Espírito Santo, conforme a promessa de Jesus, no Evangelho de São João (Jo16,13), sustentará a comunidade dos discípulos, em sua árdua tarefa de comunicar ao mundo os ensinamentos de Cristo. É ele quem socorre a Igreja em sua peregrinação rumo à consumação da obra salvífica de Deus, é ele quem a rejuvenesce e a santifica:

Consumada a obra que o Pai confiara ao Filho para que ele a realizasse na terra (cf. Jo 17,4), no dia de Pentecostes foi enviado o Espírito Santo para santificar continuamente a Igreja e assim dar aos crentes acesso ao Pai, por Cristo, num só Espírito (cf. Ef 2,18). Este é o Espírito que dá a vida [...] O Espírito habita na Igreja e nos corações dos fiéis, como num templo (cf. ICor 3,16; 6,19): neles ora e dá testemunho de que são filhos adotivos (cf. Gl 4,6; Rm 8,15-16 e 26). Leva a Igreja ao conhecimento da verdade total (Jo 16,13), unifica-a na comunhão e no ministério, dota-a com diversos dons hierárquicos e carismáticos, com os quais a dirige e embeleza (cf. Ef 4,11; ICor 12,4; Gl 5,22). Com a força do Evangelho, faz ainda rejuvenescer a Igreja, renova-a continuamente e eleva-a à união consumada com o seu Esposo [...]. Assim a Igreja universal aparece como “povo congregado na unidade do Pai e do Filho e do Espírito Santo.”⁹⁴

Em poucas palavras, a Igreja desejada por Deus Pai, concretizada pelo Verbo e manifestada pelo Espírito Santo assume a missão de Cristo, a qual é continuada pelos Apóstolos, para levar as pessoas à comunhão com o Pai, pelo Filho, no Espírito Santo.⁹⁵

A Igreja, ainda segundo os ensinamentos do Concílio Vaticano II, é germe do Reino de Deus,⁹⁶ sacramento da salvação para todos os povos,⁹⁷ nova aliança e novo povo⁹⁸ e, como tal, se revela como mistério de comunhão. A comunhão deverá ser a marca registrada da manifestação eclesial ao mundo, o testemunho autêntico de que Deus fez e faz dela um instrumento eficaz de comunhão para toda a humanidade.

A comunhão eclesial consistirá, segundo Díez, em primeiro lugar, na comunhão de fé, que é a base de toda comunhão e comunicação eclesial. Cristo será sempre o ponto de encontro de todos os cristãos.

⁹³ LG, n. 2.

⁹⁴ Ibid., n. 4.

⁹⁵ Cf. PORRECA, W. *Famílias em segunda união: questões pastorais*. São Paulo: Paulinas, 2010, p. 145.

⁹⁶ Cf. LG, n. 5.

⁹⁷ Cf. Ibid., n. 9.

⁹⁸ Cf. Ibid.

A fé comum em Jesus Cristo introduz os crentes num mundo de sentido compartilhado, numa visão comum da vida e da história, e num trabalho comum. A fé em Jesus Cristo unifica mais do que podem dividir e separar as opiniões e os pontos de vista pessoais, as diferentes filosofias e ideologias, as distâncias culturais. É um laço de união e uma vida de comunicação que transcende as sintonias e as simpatias naturais, os interesses e objetivos particulares, e torna possível a união nas diferenças.⁹⁹

A outra forma de comunhão citada pelo presente autor é a Palavra. Um dos alimentos principais da fé é a Palavra de Deus. “A Palavra de Deus, crida e aceita, é a chave de comunicação na comunidade cristã.”¹⁰⁰ A Igreja tem a missão de comunicar a Palavra, faz parte essencial de sua existência, conforme o mandato de Jesus (cf. Mt 26,19). A este respeito poderíamos citar um importante depoimento de Mario de França Miranda que nos diz:

A proclamação da Palavra de Deus está na origem da Igreja. Pois aqueles que a ouvem e a acolhem na fé pela ação do Espírito constituem a comunidade dos fiéis. Pois entram em comunhão com o Pai e o Espírito Santo pela fé em Jesus Cristo. Esta comunhão significa participação comum de todos os fiéis na vida de Deus-Trindade, construindo assim uma comunidade peculiar chamada Igreja.¹⁰¹

E por fim, a comunhão e a comunicação eclesial expressam-se também na celebração cultural, de modo particular através dos sacramentos, especialmente pelo sacramento da Eucaristia, considerado pela tradição cristã como o ponto mais alto de toda oração e de todo culto cristão.

A Igreja vive da Eucaristia. Esta verdade não exprime apenas uma experiência diária de fé, mas contém em síntese *o próprio núcleo do mistério da Igreja* [...] Desde o Pentecostes, quando a Igreja, povo da nova aliança, iniciou a sua peregrinação para a pátria celeste, este sacramento divino foi ritmando os seus dias, enchendo-os de consoladora esperança. O Concílio Vaticano II justamente afirmou que o sacrifício eucarístico é “fonte e centro de toda a vida cristã” (LG, 11). Com efeito, “na Santíssima Eucaristia, está contido todo o tesouro espiritual da Igreja, isto é, o próprio Cristo, a nossa Páscoa e o pão vivo que dá aos homens a vida mediante a sua carne vivificada e vivificadora pelo Espírito Santo” (PO, 5). Por isso, o olhar da Igreja volta-se continuamente para o seu Senhor, presente no sacramento do Altar, onde descobre a plena manifestação do seu imenso amor.¹⁰²

A Eucaristia é, portanto, o vértice e o centro de toda a vida da Igreja.¹⁰³ A Igreja vive dela e dela faz o ideal de sua própria vocação: como Cristo, deve entregar-se por inteiro ao Pai, pelo Espírito, tornando-se, por sua vez, o corpo de Cristo, eucaristia para o mundo, sinal de salvação e

⁹⁹ DÍEZ, F. M. Op. cit., p. 304-305.

¹⁰⁰ Ibid., p. 305.

¹⁰¹ MIRANDA, Mário de França. *Igreja e Sociedade*. São Paulo: Paulinas, 2009, p. 194-195.

¹⁰² JOÃO PAULO II. *Carta encíclica Ecclesia de Eucharistia*. (2003). São Paulo: Paulinas: 2003, n. 1.

¹⁰³ Cf. Ibid., n. 31.

de comunhão entre os homens. Neste sentido, fica claro que não pode haver divórcio entre a vida cultural da Igreja (e, portanto, de cada cristão) e seu compromisso com a justiça. A Igreja está no mundo como um signo privilegiado através do qual Deus comunica a salvação a todos os homens.

A identidade da Igreja consiste em ser comunicadora do Evangelho. A fundação da Igreja por Cristo, em seu sentido mais profundo, significa que faz dela seu corpo na história, continuadora da sua missão.¹⁰⁴ Segundo John Sobrino, tudo na Igreja: suas estruturas doutrinárias, sacramentais, sua organização, o seu modo de anunciar, tudo isso não alcançará sua plenitude se não estiver a serviço de uma evangelização genuína, ou seja, de uma evangelização entendida como continuação da práxis de Jesus, como germinar do Reino de Deus sobre a terra. “O horizonte último da evangelização da Igreja é o Reino de Deus.”¹⁰⁵ Ainda na linha deste teólogo, a identidade da Igreja está numa missão a realizar e que a vida *ad intra* da Igreja só alcança sua plenitude quando está a serviço desta missão.¹⁰⁶

Embora, no decorrer da história, este aspecto essencial da vida da Igreja, que é a missão de evangelizar, tenha assumido roupagens nem sempre fiéis ao mandato de Cristo, ou no mínimo fragmentadas, a compreensão da missão hoje, sobretudo a partir do Concílio Vaticano II, acontece em sua totalidade. Em outras palavras, a missão da Igreja é ser sinal da salvação de Cristo para toda humanidade. Ela não é o Reino de Deus, mas sinal deste Reino, contribuindo de forma privilegiada pela libertação e salvação da humanidade. Salvação esta que engloba todas as pessoas humanas e a pessoa humana inteira, em sua realidade pessoal e comunitária: “a libertação e a salvação, oferecidas pelo Reino de Deus, atingem a pessoa humana tanto nas suas dimensões físicas como espirituais.”¹⁰⁷ João Paulo II continua dizendo:

[...] A Igreja contribui com o seu testemunho e atividade, expressa no diálogo, na promoção humana, no compromisso pela paz e pela justiça, na educação, no cuidado dos doentes, na assistência aos pobres e mais pequenos, mantendo sempre firme a prioridade das realidades transcendentais e espirituais, premissas da salvação escatológica.¹⁰⁸

Fica explícito, por este viés, que não se pode separar a vida cultural da Igreja (e, portanto de todo cristão) de seu compromisso com a realidade humana que a cerca. Se nos sinóticos, por

¹⁰⁴ Cf. SOBRINO, John. *Ressurreição da verdadeira Igreja*. São Paulo: Edições Loyola, 1981, p. 260.

¹⁰⁵ SOBRINO, John. *Ressurreição da verdadeira Igreja*. São Paulo: Edições Loyola, 1981, p. 260.

¹⁰⁶ Cf. *Ibid.*

¹⁰⁷ JOÃO PAULO II. *Carta encíclica Redemptoris Missio*. (1990). São Paulo: Paulinas, 1991, n. 14.

¹⁰⁸ *Ibid.*, n. 20.

exemplo (Mt 26,26-29; Mc14,22-25; Lc 22,19-20), a descrição da última ceia enfatiza o aspecto sacrificial e, portanto, cultural da Eucaristia, o evangelista São João enfatizará o caráter eucarístico do serviço e do compromisso com a justiça: “vós me chamais de Mestre e Senhor e dizeis bem, pois eu o sou. Se, portanto, eu, o Mestre e o Senhor, vos lavei os pés, também deveis lavar-vos os pés uns aos outros.” (Jo 13, 13-14).

Jesus convida a Igreja, e, portanto, a cada um de seus discípulos, a uma identificação profunda com sua pessoa, em todos os níveis de sua existência. Ele convoca cada um de seus seguidores a ser servo de seus irmãos, a se tornar um ser eucarístico, ou seja, a tornar-se aquilo que recebe, a saber, um *alter christ* no mundo, um sinal de comunhão entre os seres humanos.

A participação de todos no mesmo corpo e sangue do Senhor implica a comunhão de todos entre si: “Todos nós somos um só corpo, porque participamos deste único pão” (ICor 10,17). E a razão desta afirmação nos pede remontar do nível sacramental ao nível existencial. A Eucaristia assinala a entrega real e histórica de Jesus Cristo, mas também a nossa entrega real e histórica. Com outras palavras, expressa e visibiliza o gesto salvífico de Deus, plenamente acolhido por Jesus ao longo de sua história e imperfeitamente acolhido por nós no decurso da nossa. Celebrar a Eucaristia significa assumir a entrega (sacrifício) de Cristo, doar-se por, com e em Cristo, nos sinais do pão e do vinho. O cristão que comunga se torna o que recebe, a saber, o corpo de Cristo (LG 26). Deste modo, a comunhão eucarística implica e requer uma entrega real de nossa parte, uma existência crística. Pois na Eucaristia celebramos não só a vida, paixão, morte e ressurreição de Jesus Cristo, mas também a nossa vida, paixão, morte e ressurreição, por procurarmos, embora imperfeitamente, fazer de sua identidade também a nossa (Fl 3,10s), como tão bem expressou Paulo: “para mim, viver é Cristo” (Fl 1,21).¹⁰⁹

Dessa forma, a Igreja, como comunidade dos que creem, nos mais variados tempos e contextos em que está presente, só permanecerá fiel a Deus, como mistério de comunhão, a partir do momento em que traduzir em gestos concretos o que de fato significa a Eucaristia: compromisso com Deus e compromisso com os irmãos. Como sinal do Reino de Deus, como comunhão visível dos que creem em Jesus Cristo, ela terá sempre algo a dizer e algo a fazer diante das injustiças e desigualdades que tanto ferem a dignidade dos seres humanos, sobretudo a dos mais pobres e marginalizados.

[Entretanto], a verdadeira comunhão ou comunicação cristã deve superar todo ressaibo intimista e idealista. A fé, a palavra, a oração e o culto... não devem dar o pensado ou sentido como realizado. O lugar supremo da comunhão cristã é o amor ou a caridade [...] Por isso é necessário concretizar a comunhão e comunicação em experiências e práticas sociais.¹¹⁰

¹⁰⁹ MIRANDA, Mário de França. *Igreja e Sociedade*. São Paulo: Paulinas, 2009, p. 186-187.

¹¹⁰ DÍEZ, F. M. *Teologia da Comunicação*. São Paulo: Edições Paulinas, 1997, p. 306.

Compete à Igreja ser mediação humana do agir divino ao proclamar a mensagem evangélica. Sua missão consiste em atualizar no mundo - em todo tempo e lugar, sempre atenta ao contexto no qual está inserida, aos sofrimentos e alegrias dos homens e mulheres aos quais é enviada -, os gestos de Jesus que inauguraram o Reino de Deus sobre a terra e que ao mesmo tempo preparam a humanidade para o Reino escatológico. Como mãe e mestra, a Igreja sabe que esta esperança escatológica não diminui em nada a importância das tarefas terrenas, mas, ao contrário, confere-lhes um motivo e um sentido superiores, professa com convicção que todos os seres humanos, independentemente de sua fé, precisam se empenhar a fundo na edificação do mundo como de um templo.¹¹¹

De maneira permanente, a Igreja, como dispensadora das graças da redenção, deve ser sacramento, isto é, signo de Cristo no mundo. A Igreja e o mundo devem buscar o diálogo, a parceria, a reciprocidade, dar as mãos em busca do bem comum de todos os homens concretamente.¹¹²

Na pregação da Palavra, na celebração dos sacramentos, no seu diálogo com o mundo, no aprofundamento da teologia, na sua práxis, sobretudo com os pobres e excluídos, a Igreja deve assumir e comunicar os valores e as práticas que constituíram a história concreta de Jesus de Nazaré para assim exercer com fidelidade sua missão no mundo, de ser fermento na massa (Lc 13,21), sal da terra e luz do mundo (Mt 5,14), mistério de comunhão para a transformação do mundo.

Presente na terra como “grupo histórico e uma comunidade espiritual” (GS 40), caminha com a humanidade, participando com o mundo da condição terrena e agindo como fermento ou como alma da sociedade humana, a ser renovada em Cristo e transformada em família de Deus. A igreja comunica a todos a vida divina e ilumina com sua luz o mundo inteiro, contribui para restabelecer e elevar a dignidade humana e fortalecer os laços sociais, proporcionando uma significação nova e mais profunda a toda a atividade humana.¹¹³

No próximo tópico, refletiremos sobre a distância que existe entre o ideal da comunicação (fundado na relação das Pessoas divinas) e a realidade humana marcada por ambiguidades e

¹¹¹ Cf. CONCÍLIO VATICANO II. *Constituição Pastoral Gaudium et Spes*. (1965). In: COMPÊNDIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 1997, n. 40

¹¹² LORO, T. J. *Constituição Pastoral Gaudium et Spes: esforço para dialogar com o mundo. Religião e Cultura: Departamento de Ciências da Religião – Faculdade de Ciências Sociais – PUC-SP*, São Paulo: Paulinas, v. 9, n. 17, p. 9-23, [jan/jun] 2010, p. 14.

¹¹³ Ibid.

contradições. A imperfeição humana gera incomunicação, ou seja, uma deformação do projeto original de Deus para a humanidade.

1.6 A incomunicação humana: deformações do projeto divino

Deus quis que o ser humano participasse da obra de sua criação. Ele o criou cocriador com o intuito de que o homem seguisse o mesmo fio condutor que inspirou o ato divino criador, ou seja, o amor. Participando da obra da criação, o ser humano não somente cumpre sua própria salvação, como também se torna instrumento de salvação nas mãos de Deus.

Concluindo a obra divina, o homem participa na criação e faz história, ao mesmo tempo que ele cumpre sua própria salvação. Pelo homem, a criação, saída de Deus, retorna, portanto, a Ele como ao seu Fim supremo. Dons do amor divino, as obras e as atividades do homem são, portanto, como toda realidade criada, boas por sua própria natureza. O progresso humano é uma resposta ao apelo que Deus lança aos homens.¹¹⁴

O ser humano, porém, é semelhante e não igual a Deus.¹¹⁵ Em outras palavras, o homem, por sua própria condição de criatura, está sujeito a deixar rastros de sua imperfeição em todo empreendimento no qual atua como parceiro da obra de Deus.

Devido à sua contingência criatural, o homem é um ser falível e capaz de pecar. Isso significa que seus signos de comunhão podem ser falsos. Ou porque não expressam adequadamente sua verdade interior ou subjetiva, ou porque não coincidem com a verdade externa e objetiva, à qual buscam referir-se. Isto pode acontecer por simples erro, ou por intenção dolosa de enganar o outro, mentindo-lhe. Em ambos os casos, o progresso de comunicação perverte-se, gerando incomunicação.¹¹⁶

Portanto, suas atitudes contrárias ao projeto do Criador não trazem consequências apenas para sua vida pessoal, mas podem atingir, direta ou indiretamente, seus semelhantes, numa proporção inimaginável:

Quando por sua própria culpa, o homem se separou de seu Criador, viu-se também separado dos seus irmãos. Perturbada, com efeito, a harmonia com o Criador, perturbada

¹¹⁴ Cf. FOLLIET, J. CAIXA E VIII. Instruction Pastorale sur les Moyens de Communication Sociale (Projeto Folliet), n. 55-58. In: DA SILVA MARTINS, N. B. *Cristo, o Comunicador Perfeito: delineamento de uma teologia da comunicação à luz da Instrução Pastoral Communio et Progressio*. Tradução: Leomar N. de Jesus. Lisboa: Edições Didaskalia, 200 (Apêndice), p. 341-342.

¹¹⁵ Cf. DECOS-CELAM. *Para uma Teologia da comunicação na América Latina*, Vozes, Petrópolis: 1984, n. 81.

¹¹⁶ *Ibid.*, n. 86.

ficou a harmonia com os irmãos, e seguiram-se guerras, discórdias e impossibilidade de intercomunicação.¹¹⁷

A incomunicação humana, entendida como deformação da comunicação, surge desta propensão ao mal ao qual o Catecismo da Igreja Católica dá o nome de concupiscência.¹¹⁸ A concupiscência da natureza humana exige do ser humano uma vigilância e uma disciplina constantes, bem como parâmetros que o ajudem a corresponder da melhor forma possível ao chamado divino de participação na obra da criação.

[...] A contingência da natureza impede ao homem e às suas obras a perfeição absoluta. A atividade humana tem suas imperfeições, suas lacunas e seus revés. Mas, sobretudo, após a ferida infligida pelo pecado original, o homem pode se desviar de seu fim e ao mesmo tempo desviar a criação, da qual ele é o chefe visível, deste mesmo fim, bem como suas obras pelas quais ele transforma a criação. De onde a ambiguidade fundamental dos bens de civilização e de cultura que podem ou servir ou trair ao mesmo tempo Deus e o homem.¹¹⁹

O dom da comunicação que o gênero humano lega da Trindade, portanto, também pode ser influenciado por suas contradições, colocando em risco não somente sua própria vida, como também a vida dos outros, desvirtuando os fins próprios da comunicação que são, de modo particular: a verdade, o bem comum e a dignidade da pessoa humana. A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* chamará a atenção para este perigo, como se segue abaixo:

É evidente, portanto que os meios de comunicação muito podem contribuir para a união entre os homens. Onde, no entanto, há falta de consciência e boa vontade, o emprego destes meios é capaz de produzir precisamente o efeito contrário: poderá agravar os fatores de desinteligência e discórdia, com as suas tristes consequências; é frequente, com efeito, verificarmos que determinados valores humanos são negados ou adulterados pelos meios de comunicação. Ao ver estes abusos, a consciência cristã não pode deixar de sentir a necessidade que o homem tem de ser liberto do pecado, que entrou no mundo desde a origem da humanidade.¹²⁰

Um exemplo concreto desta adulteração de terminados valores humanos é o caso relatado na revista VEJA de junho, do corrente ano, que trata de sites de internet criados intencionalmente para promover o adultério pelos meios virtuais.

¹¹⁷ CP, n. 10.

¹¹⁸ Cf. CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, § 407.

¹¹⁹ Cf. FOLLLET, J. CAIXA E VIII. *Instruction Pastorale sur les Moyens de Communication Sociale* (Projecto Folllet), n. 7. In: DA SILVA MARTINS, N. B. *Cristo, o Comunicador Perfeito: delineamento de uma teologia da comunicação à luz da Instrução Pastoral Communio et Progressio*. Tradução: Leomar N. de Jesus. Lisboa: Edições Didaskalia, 200 (Apêndice), p. 342.

¹²⁰ CP, n. 9.

O site americano Ashley Madison, que chega ao Brasil em agosto, foi criado especialmente para pessoas casadas que querem ter um caso pela internet. A ideia inicial era criar um site de namoro comum, mas os donos descobriram que 30% das pessoas que usavam esse tipo de site eram casadas. Seu slogan é “A vida é curta...curta um caso” e já contabiliza 10 milhões de clientes.¹²¹

Canais de comunicação com este nível de conteúdo e com tal proporção de alcance revelam o quão perigosos podem se tornar tais instrumentos para o contexto da família (e por consequência para a sociedade em geral), já tão desgastada na atualidade por tantos desencontros provocados pela modernidade.

Por trás de sites como este está o mero interesse por ganhos econômicos. A ética aqui não é senão aquela maquiavélica, que diz que os fins para se obter o lucro justificam os meios, sejam eles quais forem. Não importa se se provoca a destruição de famílias, se se fere a dignidade das crianças, se se semeia a discórdia e o erro. O que realmente conta é se os bolsos de quem promove este tipo de comunicação estão se ampliando.

Como podemos constatar, o risco da proliferação das consequências de atitudes maléficas humanas, tais como acabamos de citar, se torna tanto maior quanto maior é o poder que os meios de comunicação vão adquirindo de geração em geração. A internet mostra que chegamos a um patamar de progresso na veiculação de mensagens, como nunca houve em toda a história. Seguramente, porém, as técnicas comunicativas tendem a se sofisticar sempre e num ritmo cada vez mais acelerado. Nem sempre o ser humano consegue acompanhar este progresso de forma satisfatória e equilibrada.

Dessa forma, quanto mais as técnicas e a capacidade do ser humano de se comunicar progredirem, mais nos damos conta do quanto aquilo que é veiculado pelos mais modernos meios de comunicação é capaz de influenciar a vida e o comportamento de milhões de pessoas, espalhadas por todo globo. De fato, “os meios de comunicação, com os seus rápidos progressos, vão abatendo barreiras que o espaço e o tempo levantaram entre os homens.”¹²² Se os conteúdos aí transmitidos são conduzidos pela solidariedade e pela justiça, pelo respeito e pela acolhida mútua, pela caridade na verdade, toda a humanidade é atingida, todo o globo é beneficiado por estes valores que tornam a vida mais agradável e fraterna, independentemente da cultura, da língua, da etnia e religião dos povos.

¹²¹ AMARO, M. Clique, clique, clique... e lá se vai a fidelidade conjugal. *Revista Veja*. São Paulo: Editora Abril, ed. 2227, n. 30, ano 44, [jul], 2011, p. 112.

¹²² CP, n. 20.

Por outro, lado, sabemos que a complexidade e as ambiguidades do mundo da comunicação são também reflexos daqueles conflitos e daquelas ambiguidades que caracterizam o coração humano. Sem uma maturidade fundada naqueles valores universais – do amor, da verdade, da alteridade, do respeito pelo outro, da justiça e tantos outros -, imprescindíveis para a harmonia e paz entre as pessoas, tanto os profissionais da comunicação, como aqueles que são os destinatários da mesma, correrão o risco de fazer destes meios, instrumentos de deterioração da cultura, causa de divisão entre os seres humanos e fonte de desigualdade entre os povos.

A esta ambivalência, os meios de comunicação social, admiráveis dons de Deus, não escapam também, em razão de seu próprio poder, porque eles tocam o homem seja pessoalmente, na intimidade dele mesmo, seja em grupo, na sociedade ou na massa, influenciando sobre o presente e sobre o porvir da humanidade. Esta ambivalência aparece como extrema, portadora de imensas esperanças e de imensos perigos, segundo a utilização que os homens farão de suas descobertas.¹²³

Como podemos perceber, o universo da comunicação é um universo onde subsistem o joio e o trigo, ou seja, a graça e o pecado. Ali se trava uma verdadeira batalha entre a verdade e a mentira, entre a solidariedade e o apego a interesses meramente pessoais, entre a comunicação e a solidão, entre a vida e a morte.¹²⁴

Toda forma de egoísmo, seja em nível pessoal ou comunitário, revestido frequentemente de nacionalismos e etnocentrismos racistas e preconceituosos; todo isolamento e recusa de comunicação; toda iniciativa que se serve dos meios de comunicação para difundir valores contrários àqueles anunciados pelo Evangelho, são, na verdade incomunicação, deformação do projeto inicial de Deus para a comunicação humana.

A seguir, apresentamos a ética como um caminho que auxilia o ser humano a se recolocar nos trilhos da autêntica comunicação. Comunicação esta fundada no modo de se relacionar das Pessoas divinas, expressada, de modo especial pelas palavras e pelo estilo de vida de Cristo.

1.7 A Ética cristã: um caminho de conversão para a comunicação

Diante da contingência da natureza humana, frequentemente inclinada para o mau uso dos bens divinos, faz-se necessário que o ser humano, como acima dissemos, seja guiado por

¹²³ FOLLIET, J. CAIXA E VIII. *Instruction Pastorale sur les Moyens de Communication Sociale* (Projecto Folliet), n. 58. In: DA SILVA MARTINS, N. B. *Cristo, o Comunicador Perfeito: delineamento de uma teologia da comunicação à luz da Instrução Pastoral Communio et Progressio*. Tradução: Leomar N. de Jesus. Lisboa: Edições Didaskalia, 200 (Apêndice), p. 342.

¹²⁴ Cf. DÍEZ, F. M. Op. cit., p. 14.

parâmetros que o ajudem a corresponder da melhor forma possível ao chamado divino de participação na obra da criação, parâmetros que o redirecionem constantemente para os fins próprios da comunicação humana. Em outras palavras, é preciso que toda a atividade comunicacional do ser humano seja orientada por uma ética que postule pela comunhão e pelo progresso da convivência humana, que são, conforme enfatiza a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, “os fins primordiais da comunicação social.”¹²⁵

A ética, literalmente “regras da boa construção da casa,”¹²⁶ funciona como um caminho que conduz o gênero humano a um discernimento constante diante das escolhas que deve fazer, frente aos desafios e conflitos que a vida lhe proporciona, justamente porque sabemos que nas decisões contínuas do dia a dia o ser humano pode equivocarse e perder-se. E, para além do aspecto subjetivo deste discernimento, a gravidade da missão ética toma uma proporção ainda mais relevante na medida em que a maneira de atuar do ser humano não tem apenas repercussões em sua vida pessoal, mas se projeta na vida social e pode ser manipulada através de uma multiplicidade de mecanismos.¹²⁷ Nas palavras de Bucci: “A decisão ética é de foro individual, mas tem seu sentido no bem comum, - que, portanto, deve ser considerado.”¹²⁸

Este último aspecto tem uma importância considerável no universo das comunicações sociais, uma vez que este serviço humano, tão caro às nossas sociedades modernas, pode estar submetido a ideologias em nada humanas e, portanto, em nada éticas, influenciando milhões de seres humanos, trazendo consequências maléficas frequentemente irremediáveis para muitas vidas. Como bem expressa o Frei Carlos Josaphat: “A comunicação social é uma linguagem total, atingindo o homem todo em sua consciência e em seu inconsciente. Daí o necessário discernimento de que precisamente se ocupa a ética da comunicação social.”¹²⁹

Quando nos referimos à necessidade de uma ética para orientar todo o rico e ao mesmo tempo complexo universo das comunicações sociais, chamamos a atenção para os cuidados com os modismos que marcam nossa contemporaneidade, neste campo dos valores e da moral. Nunca se falou tanto em ética como nos últimos tempos e, parece ser isso muito mais um sintoma, com

¹²⁵ CP, n. 1.

¹²⁶ SUSIN, L. C. *Por uma ética da liberdade e da libertação: panorama das questões éticas hoje*. In: BEOZZO, J. O. (org.). Coleção Teologia Popular. *Por uma ética da liberdade e da libertação*. São Paulo: Paulus, 1996, p. 13.

¹²⁷ Cf. PEINADO, J.V. *Éticas teológicas ontem e hoje*. São Paulo: Paulus, 1996, p. 15.

¹²⁸ BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008, p. 24.

¹²⁹ JOSAPHAT, C. *Ética e Mídia: liberdade, responsabilidade e sistema*. São Paulo: Paulinas, 2006, p. 207-208.

largas proporções, da crise ética pela qual passa a humanidade globalizada. Como nos afirma Frei Nilo:

Vivemos num “mundo” de perguntas, de incertezas. Ninguém tem segurança nas respostas a serem dadas. As mudanças são permanentes; o antigo, o tradicional parecem não mais servir para as novas gerações. O moderno se impõe. E bem sabemos hoje que este moderno também entra em crise; falamos então, do *pós-moderno*. Seja qual for a “era”, o certo é que vivemos num vazio; andamos aborrecidos; fazemos a experiência da ausência de sentido e de normas; nos afundamos num individualismo narcisista; somos tomados por um niilismo, ou seja, por uma descrença absoluta frente à atual situação e sua hierarquia de valores, já que nada existiria de realmente absoluto.¹³⁰

Diante dessa crise ética, manifestada como um vazio geral e tudo que implica tal lacuna, surgem propostas éticas que nem sempre visam o bem comum, que nem sempre têm como centro de suas preocupações o ser humano e sua dignidade. Está na moda, por exemplo, discorrer sobre ética empresarial, ética do mercado,¹³¹ ética do profissional da comunicação, além de tantos “valores” impostos pela cultura moderna, fortemente patrocinados e sustentados pelos meios de comunicação social, tais como: padrões de beleza, aos quais quem não se conforma se sente mal à vontade, deslocado; estilos individualistas de vida, onde o que importa é a satisfação individual, em detrimento do bem comum; incitação ao consumo, onde cidadãos que poderiam participar do fortalecimento da teia social são transformados em meros consumidores de bens e serviços; exaltação da aparência, onde a superficialidade é que reina nas relações; exaltação da fama, a qualquer custo e de forma imediata, como caminho de projeção social e felicidade; e supervalorização do que é supérfluo (e mesmo baixo), como forma de atrair a atenção do público e tantas outras tendências em nada éticas.

A ética capitalista neoliberal, por exemplo, é uma suposta ética que faz do mercado o grande deus que se sobrepõe ao valor da vida humana. Se na idade média o grande paradigma da sociedade era a fé, se na modernidade este paradigma se transferiu para a razão, na atualidade o que parece predominar é o mercado.¹³² Assistimos hoje, conforme relata Frei Betto, a uma mercantilização total de todos os domínios da vida humana.¹³³ Assim, em nome do dinheiro se pratica e se promove violência; se oprime os que não têm capacidade de produção e de consumo;

¹³⁰ AGOSTINI, N. A. *Teologia Moral: o que você precisa viver e saber*. Petrópolis: Editora Vozes, 1997, p. 21.

¹³¹ Cf. BUCCI, E. *Op. cit.*, p. 26.

¹³² Cf. FREI BETTO. In: FALCÃO, W.; FREI BETTO; GLEISER, M. *Conversando sobre a fé e a ciência*. Rio de Janeiro: Agir, 2011, p. 160-163.

¹³³ Cf. *Ibid.*

em nome do dinheiro estimula-se o tráfico de drogas e a prostituição; se devasta o meio ambiente e se aniquila minorias que não interessam ao mercado.

As perguntas que devem pulular em nossas mentes diante de tais propostas éticas são: quais, de fato, são os fundamentos dessas éticas e desses valores propostos? Qual é o fio condutor que os orienta? Estão eles voltados para favorecer o bem comum e a dignidade humana, ou beneficiam apenas os interesses daqueles grupos que os formularam? Todas estas perguntas devem nos levar a uma séria reflexão para não sermos vítimas de uma concepção ética deturpada, que não tem como centro de sua formulação e vivência, todos os seres humanos e o ser humano por inteiro.

Uma ética que faça *jus* ao seu verdadeiro significado é uma ética que se apresenta como valor de convivência em sociedade, como busca do bem comum, da liberdade social, e esta vivida com responsabilidade.¹³⁴

Não podemos perder de vista os dois princípios fundamentais para os meios de comunicação que, segundo o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais são: “a pessoa e a comunidade humanas.”¹³⁵ A pessoa e a comunidade humana são a finalidade e a medida do uso dos meios de comunicação social. Não o lucro, não o interesse deste ou daquele grupo, mas o ser humano em si, a comunidade humana em si. O segundo princípio, segundo o mesmo documento, completa o primeiro:

O bem das pessoas não pode realizar-se sem o bem comum das comunidades às quais elas pertencem. Esse bem comum deveria compreender-se em termos globais, como a soma total de objetivos comuns dignos, em cuja busca os membros da comunidade se comprometem conjuntamente e aos quais a comunidade mesma existe para servir.¹³⁶

Sem estes dois princípios básicos, toda comunicação humana está fadada à destruição e não à construção de uma sociedade mais justa e solidária.

Dessa forma, fica explícito aqui que toda e qualquer proposta ética que não tenha como base estes dois princípios (o bem da pessoa e da comunidade humanas), cria um conflito profundo e constante com a ética cristã, a qual está fundada sobre o valor profundo do ser humano, criado à imagem de semelhança de Deus.

¹³⁴ Cf. CHALITA, G. *Educação: a solução está no afeto*. 10.ed. São Paulo: Editora Gente, 2004, p.112.

¹³⁵ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Ética nas comunicações Sociais*. (2000). São Paulo: Paulinas, 2000, n. 21.

¹³⁶ *Ibid.*, n. 22.

A ética cristã, construída sobre uma antropologia que encara o ser humano como imagem e semelhança de Deus, deve funcionar como um caminho que aproxime todo o universo das comunicações sociais ao projeto original que Deus tinha, ao concedê-lo como dom ao ser humano: um dom para criar comunhão, um carisma para semear a justiça e propagar a solidariedade.

A ética cristã é uma ética que brota das palavras e das obras de uma pessoa, de um ser humano especial que dividiu a história entre um antes e um depois de sua passagem pela terra. Em outras palavras, a ética cristã nasce fundamentalmente de um encontro, do encontro entre o ser humano e o Cristo. Certamente não o Cristo segundo a concepção *light* do atual sistema econômico neoliberal que penetra até mesmo na base de muitas confissões cristãs, fazendo com que estas divulguem uma imagem apoteótica do Cristo, um Jesus que atrai multidões, um Jesus acentuadamente taumaturgo, produtor de milagres e prodígios, curas e afins, mas que no fundo sustenta um rentável negócio econômico.¹³⁷

O Cristo, sobre o qual a ética cristã é edificada, é muito mais o Jesus da kênosis, o Cristo pobre, da entrega, da doação, da gratuidade e não o Jesus taumaturgo, o implacável, o todopoderoso. Neste último, a relação se dá muito mais com aquilo que ele pode oferecer. Trata-se de uma relação funcional e de interesse. No caso do Cristo da kênosis, a relação se dá com a pessoa, independentemente do que ela pode oferecer.¹³⁸

Referindo-se ao Cristo como fonte inspiradora do agir ético cristão, assim se expressará Frei Nilo:

Jesus Cristo torna-se o polo inspirador de um itinerário ético capaz de responder com adequação e perspicácia aos desafios atuais advindos da crise [ética já] assinalada [...] é da adesão a Jesus Cristo, fonte inspiradora do agir ético, que emanam os apelos de uma ética cristã.¹³⁹

Peinado, refletindo sobre este mesmo assunto (sobre o fundamento da ética cristã), utilizará a expressão “acontecimento Jesus”,¹⁴⁰ conforme aprofundamos abaixo. O encontro com este acontecimento está sempre permeado pelo amor incondicional de Deus, revelado nas palavras e na práxis de Jesus, envolvendo o ser humano tanto em sua individualidade quanto em

¹³⁷ Cf. PORTELLA, J. A. Mudança de época e conversão pastoral: uma leitura das conclusões de Aparecida. In: *Atualidade Teológica*, Rio de Janeiro, fasc. 30, ano XII, p. 301-316, [set/dez] 2008, p. 307.

¹³⁸ Cf. *Ibid.*

¹³⁹ AGOSTINI, N. A. *Ética cristã e desafios atuais*. Petrópolis: Editora Vozes, 2002, p. 13.

¹⁴⁰ Cf. PEINEDO, J. V. *Éticas teológicas ontem e hoje*. São Paulo: Paulus, 1996, p. 24.

sua dimensão comunitária. Encontro este que não deixa indiferente aquele que por ele se deixa alcançar. Um exemplo disso é a figura de Paulo, o maior propagador da mensagem evangélica nos primórdios do cristianismo.

Paulo teve uma forte experiência espiritual, que marcou profundamente a sua vida, o seu modo de pensar e as suas opções existenciais. Ele apresenta esta experiência não como conversão, mas como revelação de Jesus Cristo, ou como “chamado de Deus”. Graças à livre e gratuita iniciativa de Deus, ele descobriu que Jesus é Filho, o Cristo e o Senhor. A salvação do ser humano é dom divino gratuito e a colaboração humana será uma resposta ao incomensurável amor de Deus. O princípio ético fundamental que rege a vida cristã, seguindo o pensamento de São Paulo, é a gratuidade. Devemos fazer o bem para corresponder à graça recebida. Existem os mandamentos, eles não são anulados. Mas são o efeito e não a causa da salvação.¹⁴¹

Assim, em seus escritos e em sua atividade missionária, o apóstolo Paulo deixará claro que a vida moral cristã não se compreende senão como uma resposta generosa ao amor de Deus para nós.¹⁴² Por este viés paulino, podemos concluir que todo esforço ético e moral do ser humano, não será senão uma resposta ao incansável e incondicional amor de Deus por ele. O dever de fazer o bem, de viver os valores do Reino de Deus não lhe vem como uma força externa que o obriga, mas é, antes, uma consequência lógica na vida daquele que se deixou penetrar pelo insondável mistério do amor de Deus. Na linguagem de Peinado, o acontecimento Jesus “é o símbolo ético fundamental que torna transcendente o empenho moral dos cristãos.”¹⁴³ É no encontro com este acontecimento que o cristão vai construindo e aprofundando a ética.

“A ética cristã, antes de ser ética formulada, é ética vivida.”¹⁴⁴ E, conforme aprofunda este autor, sua identidade mais profunda consiste fundamentalmente na afirmação vital do “acontecimento Jesus.”¹⁴⁵ Nesta linha de pensamento, toda a vida de Jesus, tudo o que Ele é e todos os movimentos de seu ser fundamentam, alimentam e incitam a ética cristã nos mais variados contextos históricos: suas palavras e seus gestos, sempre pautados pela verdade e pela justiça; seu silêncio e seu modo de acolher a todos, sem acepção de pessoas e com um amor incondicional; sua forma de reinterpretar a Torah, bem como o mundo que o cercava, rompendo

¹⁴¹ Cf. FABRIS, Rinaldo. *Para ler Paulo*. São Paulo: Edições Loyola, 1996, p. 131-132.

¹⁴² Cf. PONTIFÍCIA COMISSÃO BÍBLICA. *Bíblia e Moral: raízes bíblicas do agir cristão*. São Paulo: Paulinas, 2009, n. 53.

¹⁴³ PEINADO, J. V. Op. cit., p. 24.

¹⁴⁴ Ibid., p. 23.

¹⁴⁵ Ibid., p. 24.

com o legalismo e reducionismo frios e hipócritas de muitos homens “piedosos” de sua época; sua maneira de se relacionar com seus interlocutores, sobretudo com os mais pobres e excluídos, com as crianças e mulheres, com os doentes e “impuros”, devolvendo-lhes sua dignidade muitas vezes perdida em nome de uma religião deturpada por vaidades humanas e por ideologias opressoras; sua postura profética frente às forças do mal que escravizam o homem e apequenam sua existência; sua entrega total a Deus que não o abandonou na região dos mortos, mas o ressuscitou, prometendo a mesma vitória àqueles que trilharem os passos do Cristo e contribuirão para a expansão do Reino de Deus.

Portanto, o acontecimento Jesus é a guia segura que conduz o ser humano pelas sendas da verdade, da justiça e do amor, em todos os âmbitos de sua complexa e fascinante existência. Como já afirmamos neste trabalho, Jesus não é somente a encarnação da Palavra, mas a encarnação do modo de viver da Trindade. Imitá-lo é imitar o estilo de vida próprio da Trindade. Ele é a norma ética do crente, por excelência.¹⁴⁶ Ou ainda, é o marco referencial, a fonte vital que dá origem ao universo ético orientador da atuação dos cristãos na história.

A ética cristã é, antes de tudo, uma maneira de viver que busca tornar concreta uma utopia precisa. Não qualquer utopia, mas a utopia que Deus tem para a humanização do homem e de seu mundo, tal como se percebe na fé e no seguimento de Jesus, vivido na comunidade eclesial. A identidade profunda do cristão consiste, do ponto de vista humano, em perceber-se chamado a viver com Jesus em união com outros seguidores, vivendo com ele, buscando fazer-se de novo visível entre os homens, justamente porque se crê que quem segue os passos de Cristo, homem perfeito, torna-se gradativamente perfeito em sua própria dignidade humana.¹⁴⁷

A ética colocada em prática pelos seguidores de Cristo é, por consequência, uma ética que se compromete com os problemas da humanidade, que não se fecha entre as paredes da vida eclesial, mas que se envolve com os desafios que se impõem à humanidade em cada contexto histórico.

Com a ajuda preciosa destes autores, queremos salientar que a ética proposta neste trabalho é uma ética precisa, pautada pelo acontecimento Jesus, ou seja, pela vida, pelas palavras e gestos de Jesus, e desenvolvida pela Igreja ao longo dos séculos, através de seu mergulhar constante no mistério de Cristo.

¹⁴⁶ Cf. PEINEDO, J. V. Op. cit., p. 24

¹⁴⁷ Cf. Ibid., p. 23.

Sabemos que uma ética que não coloque o ser humano como centro de suas atenções é uma ética que submete a humanidade a um grande perigo. Qualquer proposta ética que não preveja esta centralidade na dignidade do ser humano se torna uma proposta antiética. E, como é de se supor, onde reina a falta de ética, todo e qualquer avanço e aprimoramento dos bens e serviços, em lugar de servir ao progresso, humano (realidade tão cara à Instrução Pastoral *Communio et Progressio*), aumenta a possibilidade de desrespeito pela dignidade, de corrupção e de ilicitude.¹⁴⁸

A ética cristã, como aqui foi apresentada, deve ser um instrumento de conversão, uma realidade que leve o ser humano a retomar o caminho de sua imagem e semelhança de Deus. Um Deus, que como já dissemos, é essencialmente comunidade e comunicador. A ética cristã, enfim, é proposta aqui como uma força que coloca de volta nos trilhos da verdade, do amor e do bem comum, entre outros, todo o universo da comunicação.

Considerações finais ao capítulo

Neste primeiro capítulo procuramos elucidar que o ser humano é um ser comunicativo por natureza. Este traço instintivo de comunicação, do desejo de sair de si e de se comunicar com o outro e com o mundo que o rodeia é, na verdade, um dom divino vivido em plenitude pela Trindade.

Revelando-se progressivamente na história enquanto Trindade de amor, criando o ser humano à sua imagem e semelhança, Deus quis torná-lo participante ativo de sua obra criacional, comunicando-se com ele e tornando-o também capaz de comunicação.

Por seus gestos progressivos de comunicação, Deus convida o ser humano a fazer de seu modo de comunicar-se um reflexo daquela comunicação divina pautada pelo amor, pelo respeito, pela alteridade, pela comunhão e pela verdade. Neste sentido, o modo de comunicação das Pessoas Trinitárias deve ser a força e o modelo que inspirarão as relações humanas, o modo de se comunicar dos homens em sociedade.

Nesta primeira parte de nossa pesquisa, portanto, buscamos destacar a Encarnação do Verbo, pelo Espírito, como o ápice da comunicação de Deus com a humanidade. Seguindo a linha de pensamento da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, apresentamos o Cristo, o

¹⁴⁸ Cf. CHALITA, G. *Educação: a solução está no afeto*. 10.ed. São Paulo: Editora Gente, 2004, p.114.

perfeito comunicador, como aquele que revela o estilo próprio de vida e de comunicação das Pessoas Trinitárias.

Enfatizamos ainda neste primeiro capítulo que o Espírito Santo é princípio de comunhão, elo de amor eterno entre o Pai e o Filho, força que atua no coração humano, ajudando-o a se tornar, em todos os seus empreendimentos, reflexo da imagem do Cristo.

Destacamos a Igreja, obra da Trindade, como mistério de comunhão. Amparada pela força do Espírito, ela se torna a assembleia daqueles que devem atualizar a obra de Cristo no mundo. A salvação que devem comunicar à humanidade é uma salvação que atinge o ser humano por inteiro e todos os homens.

Ainda nesta primeira parte, procuramos colocar em evidência que o ser humano, apesar de ter sido criado à imagem e semelhança de Deus, é criatura e, como tal, pode falhar em seu modo de exercer a virtude da comunicação, deformando este dom que recebeu gratuitamente da Trindade. O termo incomunicação expressa justamente este descompasso entre o ideal e o real da comunicação humana, frequentemente marcada por ambiguidades, fechamentos e egoísmos.

Terminamos este núcleo enfatizando que a imperfeição humana faz com que o ser humano necessite estar numa vigilância ativa e constante, buscando parâmetros que o ajudem a corresponder da melhor forma possível ao chamado divino de participação na obra da criação. Estes parâmetros são alguns princípios éticos, os quais funcionam como um caminho de conversão ao projeto inicial de Deus para a comunicação. Tais princípios ajudarão o ser humano a não se desviar dos verdadeiros fins da comunicação humana que são, conforme o próprio estilo de vida da Trindade, o amor, a solidariedade, a ajuda mútua, o intercâmbio de dons, entre outros.

Se é verdade que o acontecimento Jesus fundamenta, alimenta e incitam a ética cristã nos mais variados contextos históricos, conforme acima afirmamos, certamente é a partir dele que devemos refletir todo o universo da comunicação, propondo-lhe um caminho ético que promova o progresso humano, o respeito pela dignidade de cada pessoa humana e o bem comum.

Acreditamos que na Instrução Pastoral *Communio et Progressio* estão latentes princípios éticos fundamentais que emanam da própria vida Trinitária e que devem orientar a atividade comunicativa do ser humano. Nosso próximo passo é refletir sobre alguns destes princípios éticos que, ao nosso modo de ver, são como que um caminho que reconduz o ser humano de volta ao projeto de comunicação sonhado por Deus, para a humanidade.

CAPÍTULO II

ALGUNS PRINCÍPIOS ÉTICOS À LUZ DA INSTRUÇÃO PASTORAL *COMMUNIO ET PROGRESSIO*

Introdução ao capítulo

Embora no presente capítulo o objeto de nosso estudo seja essencialmente alguns dos princípios éticos privilegiados pela citada Instrução Pastoral, gostaríamos de iniciá-lo fazendo uma espécie de sondagem histórica no que diz respeito ao modo de a Igreja se relacionar com os meios de comunicação, do surgimento da imprensa até os dias de hoje, para melhor compreendermos a relevância que teve e que tem a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* para o desenvolvimento de um profícuo diálogo entre a Igreja e o mundo das comunicações sociais. Não temos a pretensão de esgotar o assunto. Trata-se apenas de uma síntese, uma espécie de resgate da memória, para uma melhor compreensão do presente.

Após esta sondagem histórica, adentraremos no coração de nossa pesquisa, ou seja, aprofundaremos, sem ter a intenção ingênua de tudo dizer (já que o assunto é bastante amplo e profundo), alguns dos princípios éticos que subjazem à Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, e que consideramos imprescindíveis para todo o universo da comunicação social nos tempos atuais. Tais princípios éticos têm sua fonte na própria maneira de Deus se autocomunicar ao mundo e aos homens: comunicação que é fruto do amor e que produz comunhão; que se fundamenta na verdade e no respeito pela diversidade; que cria laços de solidariedade; que faz nascer e crescer a justiça e a liberdade.

2.1 Breve panorama histórico: relação entre Igreja e meios de comunicação social

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* é um documento pós-conciliar, promulgado por determinação do Concílio Vaticano II, elaborado pela Pontifícia Comissão para os Meios de Comunicação Social¹⁴⁹ (27 de maio de 1971), e que, como o próprio documento se expressa, desenvolve princípios de doutrina e orientações pastorais, em suas linhas básicas, já que os meios de comunicação social estão submetidos a uma contínua evolução e progresso.¹⁵⁰

¹⁴⁹ Atualmente, Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais.

¹⁵⁰ Cf. CP, n. 3.

Quando lançamos um olhar crítico sobre alguns documentos eclesiais anteriores à presente instrução pastoral, nos quais a Igreja se posiciona diante das variadas formas de comunicação que foram surgindo no decorrer dos séculos, entendemos porque a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* é de uma relevância sem precedentes para a relação entre a Igreja e o mundo dos meios de comunicação.

A presente Instrução é o documento que melhor acolheu e valorizou os meios de comunicação social desde a Idade Média até a década de 70. Nele se inspirarão, direta ou indiretamente, os documentos eclesiais sobre a comunicação que lhe são posteriores. Esta Instrução Pastoral, portanto, “é considerada como a Magna Carta da comunicação cristã, caracterizada por uma aproximação mais positiva entre a comunicação e a Igreja, aproximação profissional e concreta.”¹⁵¹

Nos pronunciamentos anteriores, em geral, a Igreja preocupava-se em dar ordens e tornar claros os seus direitos e deveres em relação à comunicação social, além de enfatizar energicamente os perigos potenciais que significavam os instrumentos de comunicação para a sua hegemonia eclesial e para a sociedade como um todo. Só para ilustrar melhor o que estamos afirmando, transcrevemos abaixo um trecho daquele que seria o primeiro pronunciamento oficial da Igreja sobre a imprensa:

Entre as numerosas preocupações que solicitam nosso zelo, o dever pastoral nos impõe, antes de tudo, velar para que as novidades de nosso tempo, desde que salutares e louváveis, em harmonia com a fé católica e conforme aos bons costumes, possam não somente se conservar e desenvolver, mas também se transmitir às gerações futuras. Ao contrário, aquelas que se mostrem perniciosas, condenáveis e ímpias sejam cortadas e extirpadas em sua raiz, sem que se permita jamais sua expansão [...] De modo semelhante se deve considerar pernicioso e sumamente hostil ao mesmo gênero humano o fato de publicar e de levar por escrito ao conhecimento geral o que é nocivo, contrário às sãs doutrinas, à honestidade dos costumes e, sobretudo, à religião ortodoxa. Na verdade, quanto mais universal tanto mais o bem é útil, divino e grande. Igualmente, quanto mais amplo e difundido, tanto mais o mal é perverso e abominável, sobretudo porque a propensão da fraqueza humana mais se inclina para o mal do que para o bem.¹⁵²

Com o advento da modernidade (séc. XV ao XVIII), começa para a Igreja os embates com uma nova concepção de Deus, do homem e do mundo. É a época do Renascimento, do Iluminismo, das guerras religiosas, da Reforma protestante, das tendências liberais e dos ultramontanos. Neste contexto, a Igreja resistiu a uma das características fundamentais da

¹⁵¹ DARIVA, N. (org.). *Comunicação social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p.82.

¹⁵² INOCÊNCIO III. *Constituição Apostólica Inter multiplex: entre as numerosas preocupações*. (1487). In: JOSAPHAT, C. *Ética e Mídia: Liberdade, responsabilidade e sistema*. São Paulo: Paulinas, 2006, p. 276.

modernidade que vai perdurar praticamente até o Concílio Vaticano II. Trata-se da “afirmação da autonomia humana, a valorização da subjetividade pessoal, a importância da experiência como fonte de revelação e de verdade.”¹⁵³ A Igreja se arma, fechando, assim, suas portas à modernidade nascente.

A Reforma protestante abala suas estruturas e a Igreja lhe responde com uma reação de defesa e ataque. Novos valores, novos princípios e cosmovisões impostos pelas novas correntes filosóficas e pela Reforma (e altamente divulgados pela imprensa), questionam em profundidade o modo da Igreja de viver e transmitir a fé, de refletir, de agir e de se estruturar.¹⁵⁴ Diante da investida de seus inimigos ela se enrijece ainda mais, insiste em sua autoridade e aos poucos vai se fechando a um mundo que dela se emancipa.¹⁵⁵

As revoluções francesa e industrial inauguram a idade contemporânea (a partir do séc. XIX). É a época ainda do liberalismo, do positivismo, do materialismo, do ateísmo, das ideologias do progresso e da sociedade. As concepções da nova ciência e do pensar independente de intervenções religiosas provocam uma Igreja fechada na autoridade da Tradição e da Escritura interpretada ao pé da letra.¹⁵⁶ O choque com a modernidade ainda se faz mais contundente através das críticas dos filósofos: K. Marx, F. Nietzsche, S. Freud.¹⁵⁷ As posições destes filósofos em relação à religião fecham ainda mais a Igreja aos reclamos da subjetividade moderna e de sua autonomia.¹⁵⁸ Do outro lado, as expressões agressivas da modernidade contra a Igreja Católica a impediam de perceber no meio de tanta hostilidade elementos válidos e profundos de um mundo novo que se impunha e ao qual ela tinha obrigação de anunciar o Evangelho de modo acessível.¹⁵⁹ Levantaram-se, assim, muralhas intransponíveis aos reclamos do mundo moderno, expressos pelas Igrejas Protestantes e pelo pensamento moderno.¹⁶⁰

No pontificado do Papa Gregório XVI (1831-1846), por exemplo, para se defender das acusações da imprensa, a Igreja toma uma posição de autodefesa e preocupação, já que prevalecia no pensamento católico aquela ideia de que a imprensa era controlada pelos inimigos da Igreja.¹⁶¹

¹⁵³ LIBÂNIO, J. B. *Igreja Contemporânea: encontros com a modernidade*. São Paulo: Edições Loyola, 2000, p. 14.

¹⁵⁴ Cf. *Ibid.*, p. 10.

¹⁵⁵ Cf. *Ibid.*, p. 15.

¹⁵⁶ Cf. LIBÂNIO, J. B. *Igreja Contemporânea: encontros com a modernidade*. Op. cit., p. 19.

¹⁵⁷ Cf. *Ibid.*, p. 22.

¹⁵⁸ Cf. *Ibid.*, p. 24.

¹⁵⁹ Cf. *Ibid.*, p. 26.

¹⁶⁰ Cf. *Ibid.*

¹⁶¹ Cf. BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II*. São Paulo: Paulus, 2010, p. 26.

Com sua encíclica *Mirari vos* (15 de julho de 1832), este papa denuncia a liberdade de imprensa como responsável por um crescente indiferentismo agressivo contra a fé cristã. O trecho abaixo explicita o espírito defensivo e diríamos mesmo agressivo com o qual a Igreja se dirige aos meios de comunicação social. O título deste trecho é: “monstruosidade da liberdade de imprensa:”

Devemos tratar também neste lugar da liberdade de imprensa, nunca condenada suficientemente, se por ela se entende o direito de trazer-se à baila toda espécie de escritos, liberdade que é por muitos desejada e promovida. Horroriza-nos, Veneráveis Irmãos, o considerar que doutrinas monstruosas, digo melhor, que um sem-número de erros nos assediam, disseminando-se por todas as partes, em inumeráveis livros, folhetos e artigos que, se insignificantes pela sua extensão, não o são certamente pela malícia que encerram, e de todos eles provém a maldição que com profundo pesar vemos espalhar-se por toda a terra. Há, entretanto, oh que dor! quem leve a ousadia a tal requinte, a ponto de afirmar intrepidamente que esse aluvião de erros que se está espalhando por toda parte é compensado por um ou outro livro que, entre tantos erros, se publica para defender a causa da religião. É por toda forma ilícito e condenado por todo direito fazer um mal certo e maior, com pleno conhecimento, só porque há esperança de um pequeno bem que daí resulte. Porventura dirá alguém que se podem e devem espalhar livremente venenos ativos, vendê-los publicamente e dá-los a tomar, porque pode acontecer que, quem os use, não seja arrebatado pela morte?¹⁶²

O papa Pio IX mantém-se na mesma linha de Gregório XVI. Em sua Encíclica *Quanta Cura* permanece a acusação de fundo: “A liberdade de imprimir livros sem nenhum tipo de controle e a difusão jornalística contribuem para o aumento do indiferentismo e a corrupção moral e espiritual do povo.”¹⁶³ Prevalece na Igreja, portanto, a atitude de desconfiança e de agressividade em relação aos meios de comunicação de então.

Tudo toma uma nova direção com a ascensão de Leão XIII. Considerado o papa da Doutrina Social da Igreja, este pontífice inaugura um novo comportamento da Igreja em relação aos meios de comunicação social. A encíclica *Etsi nos* (15 de dezembro de 1882), aponta para a necessidade de se lançar mão das liberdades públicas para desenvolver iniciativas nobres. A encíclica *Libertas praestantissimum*, de 1888, desenvolve o tema da liberdade. Mesmo que nela se elenque alguns limites a esta necessidade humana, ela ressalta os aspectos mais positivos da liberdade de impressão e de expressão.¹⁶⁴

Mas é, sobretudo, durante o pontificado de Bento XV que se desperta e se desenvolve na Igreja um maior interesse pelos meios de comunicação social. A Primeira Guerra Mundial suscita o pensamento de que os meios de comunicação são mediações indispensáveis para a paz. É nesta

¹⁶² GREGÓRIO XVI. *Carta encíclica Mirari vos*. (1832). Petrópolis: Editora Vozes, 1947, n. 11.

¹⁶³ BARBEIRA, F. P. Op. cit., p. 26.

¹⁶⁴ Cf. Ibid., p. 26.

conjuntura que desponta a Obra da Boa Imprensa e que começa a tomar corpo a Imprensa Católica.¹⁶⁵

O papa Pio XI, diante da perseguição enfrentada pela imprensa católica na Itália e na Alemanha, “opta por consolidar a imprensa católica responsável, organizada e de qualidade, e ao mesmo tempo convida os leitores a serem críticos em sua leitura.”¹⁶⁶ É no governo deste pontífice que se começa a introduzir a necessidade dos meios de comunicação na ação pastoral da Igreja. Em 1930, por exemplo, os bispos holandeses criam a primeira estação de rádio da Igreja, a KRO.¹⁶⁷

Os três papas eleitos imediatamente anteriores à conclusão do Concílio Vaticano II foram de fundamental importância para a consolidação de uma postura mais positiva e ousada perante os meios de comunicação social. “Pio XII foi o mais importante promotor de um magistério referente aos meios de comunicação, assim como do crescente interesse por fomentar a ação pastoral da Igreja através deles, destacando seus valores positivos, incluindo a televisão.”¹⁶⁸

O seu sucessor, João XXIII, que, contra todas as expectativas eclesiais, convoca o Concílio, louva abertamente os meios de comunicação em suas principais encíclicas. Por fim, Paulo VI, que conclui o maior evento eclesial dos últimos tempos, foi o primeiro a escrever as mensagens para a Jornada Mundial das Comunicações.

Embora, como podemos constatar, com o passar dos anos, sobretudo no período do pré-concílio, já houvesse todo um ambiente que favorecesse um maior diálogo entre Igreja e meios de comunicação, é, sobretudo, com o Decreto *Inter Mirifica* e com a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, que, finalmente, a Igreja se abre para o mundo da comunicação, não somente aprofundando seus conhecimentos no amplo mundo da comunicação, para dele se utilizar em sua missão de anunciar o Reino, mas também investindo num diálogo constante com este universo humano ao mesmo tempo complexo e promissor.

O texto da Instrução Pastoral *Communio et Progressio* possui aproximadamente a seguinte estrutura: num primeiro momento explicita os fins primordiais da comunicação social, que são a comunhão e o progresso da convivência humana;¹⁶⁹ logo após expõe uma breve apresentação teológica tornando explícito, sobretudo, que a união e a solidariedade entre os

¹⁶⁵ Cf. BARBEIRA, F. P. Op. cit., p. 26.

¹⁶⁶ Ibid., p.27

¹⁶⁷ Cf. Ibid.

¹⁶⁸ Ibid. p. 28.

¹⁶⁹ Cf. CP, n. 1.

homens, fim principal de toda comunicação, encontra segundo a fé cristã seu fundamento e figura no mistério primordial da intercomunicação eterna entre o Pai, o Filho e o Espírito Santo, que vivem uma única vida divina;¹⁷⁰ e depois, o presente documento eclesial faz considerações profundas sobre como os meios de comunicação contribuem para o progresso da humanidade. Comparando as intervenções pontifícias acima com a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, é notória a visão positiva que ela demonstra em relação à cultura midiática.¹⁷¹

Dessa forma, a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, pela sua importância histórica, fruto de um longo processo de cooperação internacional; por oferecer tópicos para posteriores reflexões e progressos no âmbito das comunicações sociais; e por apresentar uma visão otimista dos meios de comunicação social, inspirará e orientará, de um modo ou de outro, todos os demais documentos e mensagens posteriores do Magistério da Igreja no âmbito da comunicação social.¹⁷²

Embora este documento eclesial não seja um tratado sobre a ética nos meios de comunicação social, nele está implícita uma base ética sólida, cuja fonte, como já assinalamos, é própria maneira das Pessoas divinas se relacionarem entre si e com a humanidade.¹⁷³ Esta base ética sólida, se levada a sério tanto por quem transmite quanto por quem recebe a mensagem, tornará os *mass media* autênticos instrumentos para a comunhão e o progresso da humanidade, como prevê a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*.¹⁷⁴

2.2 Direito à informação e direito a informar

Dentre os vários princípios éticos evocados pela Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, que consideramos primordial para o universo das comunicações sociais, e portanto, para toda sociedade, está o direito à informação e a informar.¹⁷⁵ “A informação é o mais precioso

¹⁷⁰ Cf. CP, n. 8.

¹⁷¹ Cultura midiática, conforme J. Puntel é aquele “ambiente vital”, o “conjunto de valores”, “o estilo de vida” que constituem o elemento articulador que gera, administra, apoia, impulsiona e sustenta a vida econômica, política, cultural e social. Em outras palavras: é uma comunicação que se tornou um ambiente vital, isto é, uma cultura que influi e na qual se move cada aspecto da vida social e individual. Cf. PUNTEL, J. T. *Comunicação: Diálogo dos saberes na Cultura Midiática*. São Paulo: Paulinas, 2010, p. 130-132.

¹⁷² Cf. DARIVA, N. (org.). *Comunicação social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 81-82.

¹⁷³ Cf. CP, n. 8.

¹⁷⁴ Cf. *Ibid.*, n. 1.

¹⁷⁵ Cf. *Ibid.*, n. 33-47.

patrimônio para o exercício pleno da cidadania,¹⁷⁶ e a necessidade da ética informativa se inscreve no contexto da justiça social, ou seja, como um caminho que favorece e promove a justiça na sociedade, e, ao mesmo tempo, funciona como uma mediação que protege e promove os direitos humanos fundamentais dos indivíduos e dos povos.¹⁷⁷

A presente Instrução Pastoral dedica quatorze parágrafos especificamente sobre este assunto, mostrando, assim, a relevância que tem não somente para os *mass media*, mas para toda sociedade humana, a fim de que todos, como bons informadores e bem informados, exerçam plenamente sua cidadania e contribuam para promover o bem comum e a dignidade da pessoa humana.

O que está em jogo aqui é que seja assegurado o necessário para que a humanidade viva de forma humana, ou seja, ela precisa ser informada sobre os problemas do mundo, para assim contribuir ativamente na resolução dos mesmos, tornando nossa sociedade um espaço de convivência pacífica e criativa. Nesse sentido, “a informação autêntica refere-se à relação objetiva e prudente de fatos, ideias, acontecimentos e opiniões, reduzindo ao mínimo os resíduos de subjetivismo inerente ao todo informativo.”¹⁷⁸

Ao defender o direito de informar e de ser informado, e na linha de diálogo com a realidade secular, inaugurado pelo Concílio Vaticano II, esta Instrução Pastoral vem corroborar um direito garantido em todo mundo democrático, de modo especial desde a Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948 que, entre outros, afirma:

Todo homem tem direito à liberdade de opinião e expressão. Este direito inclui a liberdade de, sem interferências, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras.¹⁷⁹

Assim, todo o aparato de instrumentos de comunicação, sobretudo aqueles dedicados à notícia, tais como sites informativos pelo sistema “www” (World Wide Web: rede de alcance mundial),¹⁸⁰ jornais impressos, revistas, emissoras de televisão e de rádio e tantos outros não deve existir com o mero objetivo de gerar empregos, rios de dinheiro ou levantar impérios da mídia.

¹⁷⁶ BONNER, W. *Jornal Nacional: modo de fazer*. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2009, p. 243.

¹⁷⁷ Cf. BLÁZQUEZ N. *Ética e Meios de Comunicação*. São Paulo: Edições Paulinas, 2000, p. 90.

¹⁷⁸ *Ibid.*, p. 59.

¹⁷⁹ DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. 3.ed. São Paulo: Edições Paulinas, 1978, art. XIX.

¹⁸⁰ Cf. RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. *www. Dicionário de Comunicação*. 8.ed. Rio de Janeiro: Campus; Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

Toda esta parafernália deve existir porque os cidadãos têm o direito à informação.¹⁸¹ Enquanto ser social, o ser humano tem o direito de saber o que se passa na sociedade,¹⁸² bem como de expressar suas opiniões para a edificação da mesma. É no diálogo das várias opiniões, é no confronto respeitoso e honesto de ideias que se vai moldando uma comunidade humana equilibrada e sadia.

Mas o direito a informar pode ser mal utilizado por quem transmite a mensagem. Sobretudo porque hoje a humanidade está imersa na ideologia da globalização, “fenômeno que consegue subjugar tudo ao sistema econômico vigente: o neoliberalismo do capital e dos sistemas de produção.”¹⁸³ Neste sentido, assistimos atualmente a uma mercantilização de todas as dimensões da vida humana, até mesmo da informação. Como nos afirmam os autores, Bauman e Ecooves, referindo-se à questão jornalística e sua situação em épocas de eleição:

O jornal não escapa da regra que rege as economias liberais. Ele é, antes de tudo, uma empresa. E como tal, deve tirar benefício da venda de um produto; ele é, pois, tão frágil quanto empresas de outros setores; isto torna o jornal ainda mais sensível às influências exteriores; sobretudo em período eleitoral.¹⁸⁴

De fato, na realidade atual, tudo parece ter que passar pelo crivo do mercado, de modo especial o universo das comunicações sociais, já que têm um grande poder de influência sobre as pessoas, levando-as a se tornar meras consumidoras, ao invés de cidadãs. Esta realidade atrelada a interesses políticos mesquinhos e individualistas tornam a situação ainda mais grave.

A dinâmica de mercado na qual frequentemente estes meios estão comprometidos faz, não raras vezes, com que se mostrem como objetos de consumo, ou de manipulação política, fato que pode minar a exigência da obediência à verdade e o respeito pela dignidade humana, aspectos tão caros ao progresso social.

Daí a insistência da Instrução Pastoral *Communio et Progressio* ao dizer que o ser humano moderno precisa de informação completa, honesta e precisa.¹⁸⁵ A verdade, como refletiremos mais adiante, deve ser a base sobre a qual toda notícia ou informação tem de ser transmitida e não a busca de ganhos econômicos.

¹⁸¹ Cf. BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008, p. 33.

¹⁸² Cf. CP, 45.

¹⁸³ ECHANIZ, A.; PAGOLA, J. *Ética do profissional da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2007, p. 13.

¹⁸⁴ BAUMAN, S.; ECOUVES, A. *L'information manipulée*. Tradução : Leomar N. de Jesus. Paris : Editions de la Revue Politique et Parlementaire (RPP), 1981, p. 29.

¹⁸⁵ Cf. CP, n. 34.

Aqueles, por exemplo, que se integram no ramo da informação ao público devem oferecer informação independente, ou seja, informação voltada exclusivamente para atender ao direito à informação, e não filtrada por interesses de patrocinadores que injetam dinheiro nos veículos de comunicação. Embora muitos instrumentos de comunicação, de modo especial aqueles que se dedicam a informar, sejam um negócio comercial e a notícia seja mercadoria, e apesar do fato de que muitos jornais, revistas, sites de notícias e outros sejam subjugados aos mecanismos de poder econômico ou de poder político, a expectativa da sociedade continua a exigir, ainda que timidamente, a limpidez editorial, sem a manipulação de interesses econômicos.¹⁸⁶ A democracia protege a liberdade de imprensa e a independência editorial, sem estar atrelada senão à verdade, é o requisito concreto para que a liberdade de imprensa ganhe corpo e vida próprios.¹⁸⁷

O ser humano, se bem informado, poderá se contextualizar nos contínuos desafios do mundo onde vive. Somente assim ele poderá adaptar-se às novas circunstâncias e condições que exigem de sua parte decisões convenientes. Somente por este viés ele poderá exercer concretamente sua cidadania, participando na vida econômica, cultural, política, social e religiosa.¹⁸⁸

Para que isso aconteça não basta que o homem e a mulher modernos recebam passivamente as informações.¹⁸⁹ O ser humano precisa ser também protagonista neste processo de comunicação.¹⁹⁰ Criado à imagem e semelhança de Deus, o ser humano traz em si a marca da criatividade divina, do dinamismo divino que não permite acomodação ou instalação numa vida isolada e medíocre. Faz parte de sua missão colocar em prática este dom da Trindade, é seu dever buscar a informação para conhecer melhor o mundo que o rodeia e colaborar na edificação do mesmo. E para que ele exerça este seu papel é necessário que tenha ao seu alcance suficientes recursos e meios de informação diversos para fazer o seu juízo crítico das situações e colaborar com o bem comum.¹⁹¹ A democracia clama pela pluralidade dos veículos de comunicação no espaço público, ela exige a diversidade de pontos de vista e de opiniões,¹⁹² para que o ser humano, atento aos acontecimentos que o circundam, não seja mero objeto da informação, mas

¹⁸⁶ Cf. BUCCI, E. Op. cit., p. 58.

¹⁸⁷ Cf. Ibid.

¹⁸⁸ Cf. CP, n. 34.

¹⁸⁹ Cf. Ibid., n. 81.

¹⁹⁰ Cf. Ibid., n. 82.

¹⁹¹ Cf. CP, n. 34.

¹⁹² Cf. BUCCI, E. Op. cit., p. 120.

sujeito que a busca e/ou a divulga, que faz dela um instrumento para o exercício de sua cidadania. Assim se expressa a presente Instrução:

[...] Com efeito, aquele direito não poderá ser exercido, se o homem for mero “objeto” da informação em vez de “sujeito” que ativamente a busca. Esta a razão pela qual é necessário que o homem disponha de suficientes recursos e meios de informação para que possa escolher livremente os que mais satisfazem às exigências individuais e sociais. É, pois, contraditório falar do exercício deste direito, se não houver diversidade real das fontes de informação disponíveis.¹⁹³

A própria sociedade como um todo, para que seja bem organizada e estruturada em todas as suas dimensões, precisar ter acesso ao conhecimento da realidade que a envolve, bem como necessita de cidadãos bem informados para a edificação simultânea de cada pessoa e de toda a comunidade. Ao afirmar isto, a presente Instrução Pastoral explicita que “o direito à informação não é somente prerrogativa do indivíduo, mas é exigido pelo próprio bem comum.”¹⁹⁴

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* vem em defesa dos profissionais da comunicação, de modo especial os repórteres em contextos de guerra, que, no exercício de sua função, buscam presenciar os acontecimentos tais quais se verificam, dando ao público o conhecimento da verdade, e que acabam muitas vezes por serem perseguidos por forças hostis dos que pretendem ocultar a verdade.¹⁹⁵ “A igreja, [portanto], reprova e denuncia toda espécie de violência exercida contra estes jornalistas ou outros informadores que, pelo seu trabalho de coleta de notícias, tornam possível o direito dos homens à informação acima referido.”¹⁹⁶

Diante da exigência de que a informação seja o mais veraz possível, o presente documento não desconsidera as dificuldades por que passam os que se dedicam à difusão de notícias, uma vez que não raras vezes se encontram em contextos bastante complexos que exigem um julgamento rápido e uma difusão imediata da informação:

Para todos é difícil captar integralmente a verdade e ser fiel na sua exposição. No caso dos jornalistas, a dificuldade é ainda agravada, já pelo fato de o seu campo ser a “notícia”, isto é, algo que não permite distância, pois ou “acaba de acontecer” ou se revela de utilidade imediatamente presente: acresce ainda, que da imensa afluência de notícias, veem-se obrigados a julgar as que lhes parecem de maior importância ou forem

¹⁹³ CP, n. 34.

¹⁹⁴ Ibid., n. 35.

¹⁹⁵ Cf. Ibid., n. 36.

¹⁹⁶ Ibid.

mais relevantes para o público: donde o perigo de não revelar a verdadeira importância do acontecimento, ou de dar apenas informação parcial.¹⁹⁷

No entanto, a seriedade daqueles que se dedicam à missão de informar os levará sempre a serem cautelosos, sobretudo na difusão de acontecimentos cujo contexto não tiveram ainda possibilidade de investigar plenamente. Preocupante é, porém, a atitude dos que, agindo com menos responsabilidade e com menos competência, acabam por se precipitar, divulgando notícias e informações truncadas e levando um grande número de pessoas ao erro.¹⁹⁸ Bucci, referindo-se ao jornalismo e, mais especificamente à pressa da notícia afirma o seguinte:

A pressa é obrigatória no jornalismo. Ela faz parte do ideal de perfeição. Quanto mais rapidamente a notícia vir para o público, melhor. O que acontece é que o jornalista se vê entre dois imperativos de ordem distinta: um é o da agilidade e o outro o da precisão. O dilema, aqui, não chega a constituir o dilema ético por excelência, aquele em que o sujeito se encontra entre dois valores igualmente válidos. A agilidade é um requisito da qualidade, mas não encarna, por si só, um valor ético do mesmo porte que a verdade. Se a informação de que o jornalista dispõe ainda não está checada, ela é apenas uma pista, não é uma notícia; é uma *possível notícia*. Ao publicá-la, correndo o risco de ter de corrigi-la adiante, ele assume também o risco de distorcer os fatos. A pressa é justa, boa e necessária - mas, quando assumida como um valor ético equiparável à correção, pode ser o atalho para o erro. O engano ético de superestimar a agilidade como um bem em si mesmo conduz à falha técnica.¹⁹⁹

Há ainda um outro desafio ligado à pressa na difusão da notícia. Trata-se de dois fatores que exigem rapidez: primeiramente a necessidade do inédito, aquilo que no jornalismo dá-se o nome de furo, para que se possa interessar o público; em segundo lugar a concorrência com os outros meios de informação.²⁰⁰

Tal pressa na difusão das notícias, tantas vezes necessária, não pode sacrificar o cuidado e a fidelidade da narração. Do contrário, caímos numa espécie de banalização da notícia. Mesmo não sendo um trabalho fácil, uma vez que o comunicador também deve considerar a cultura e os gostos de seus destinatários, ele não pode se safar da verdade ao transmitir sua informação. O que frequentemente vemos em muitos veículos de comunicação é um sensacionalismo, que para atrair uma avantajada audiência a todo custo, beira ao ridículo. Sensacionalismo que acirra preconceitos de todo tipo, que aliena e que cria uma sociedade doente. Certas notícias tiradas de

¹⁹⁷ CP, n. 37

¹⁹⁸ Cf. CP, n. 8.

¹⁹⁹ BUCCI, E. Op. cit., p. 140.

²⁰⁰ Cf. Ibid., p. 39.

seus contextos são de tal forma realçadas que confundem a consciência de seus interlocutores, criando, inclusive, indiferenças a assuntos de peso na sociedade, tais como a miséria e a violência.²⁰¹ Outras vezes cede-se à tentação de submeter tudo à linguagem do espetáculo: da política às necessidades básicas do cotidiano, do turismo aos seguros de vida, tudo converge para o espetáculo.²⁰² “Os ‘destinatários’, por sua vez, recebendo dados tão dispersos, podem ficar com uma ideia deturpada e inadequada do conjunto.”²⁰³ Daí a grande necessidade de se ter acesso a outras fontes de informações, para que o juízo crítico do interlocutor possa ser o mais genuíno possível.

No que diz respeito à concorrência entre os meios de comunicação, estando inseridos no contexto do neoliberalismo, como já mencionamos acima, estes podem trair sua missão de serem instrumentos que promovem o progresso da humanidade e o bem comum, satisfazendo interesses de grupos que não visam senão o lucro. Na grande maioria das vezes a pressa em se divulgar notícias e a forma sensacionalista de transmiti-las estão inevitavelmente ligadas à busca desenfreada por maior audiência, para se obter um melhor resultado econômico. Ora, se no exercício do direito a informar os profissionais e/ou as empresas de comunicação não tiverem como objetivo senão o lucro ao invés de terem como escopo contribuir para o progresso da humanidade, para o bem comum e para a dignidade da pessoa humana, a humanidade corre grande perigo. Perigo este que perpassa todas as dimensões da existência humana, já que, como já apontamos, o mundo da comunicação tem um poder inigualável de influência sobre as consciências.

Neste contexto da concorrência entre as empresas de comunicação, um grande desafio para o mundo da comunicação social nos tempos atuais é a realidade das megafusões e dos conglomerados da mídia que monopolizam a informação. As seguintes palavras de Bucci caminham na mesma direção do que a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* afirma sobre os riscos do monopólio:²⁰⁴

²⁰¹ Cf. CP, n. 40.

²⁰² Cf. BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008, p.194.

²⁰³ CP, n. 41.

²⁰⁴ Cf. CP, n. 76.

[...] O grupo que exerce o monopólio fala sozinho no espaço público, sem sofrer contestações e sem conhecer competidores econômicos, o que gera um ambiente propício para as distorções deliberadas de informação, sobretudo em épocas de eleições. Os meios de comunicação tornam-se cabos eleitorais. E, como não há outros veículos com igual penetração para contestá-los, as distorções informativas acontecem impunemente; não são identificadas, debatidas, criticadas, e condenadas no espaço público.²⁰⁵

Se em tempos idos as empresas de comunicação se dividiam entre aquelas que se dedicavam mais ao entretenimento e outras ao serviço jornalístico, hoje no mercado já não é mais assim. Com o surgimento do rádio e da televisão, estas duas realidades se fundiram numa só (entretenimento e notícia). As vantagens econômicas destas emissoras passaram a depender mais do ibope do que da qualidade estritamente editorial de seus conteúdos informativos.²⁰⁶ Quando no mundo da informação os fins econômicos justificam os meios, coloca-se em cheque a dignidade de cada ser humano e de todos estes reunidos em sociedade. Tal inversão de valores é, portanto, antiética.

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, ainda sobre o princípio do direito à informação e informar, faz menção a um aspecto fundamental para a boa convivência da humanidade:

O direito à informação, todavia, tem de ser limitado sempre que outros direitos se lhe opuserem. Por exemplo: o direito da verdade, que protege o bom nome dos indivíduos e da sociedade; o direito que têm os indivíduos e as famílias que a sua vida privada seja respeitada; o direito ao segredo, se as necessidades, o dever profissional ou o bem comum o exigem. Informar, quando está em causa o bem comum exige sempre prudência e discernimento.²⁰⁷

Fica, portanto, explícito que o direito à informação não é em si absoluto, mas, na relação com outros direitos, deve prevalecer a escolha que não fira princípios superiores, tais como a dignidade da pessoa humana e o bem comum. Bucci, referindo-se ao direito dos cidadãos à privacidade no contexto do jornalismo, irá fazer a seguinte declaração, a qual acreditamos estar em consonância com a orientação da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*.

A privacidade não é um tabu, uma zona proibida, mas um limite socialmente posto. O dilema não é bem “invadi-la” ou não: o dilema está nos critérios claros e socialmente justificáveis para abordá-la e também para a maneira acertada de fazer isso. O sensacionalismo, o moralismo e o mau gosto prejudicam o jornalismo em todos os campos – não apenas no que se refere “à invasão de privacidade”. Quando temas da

²⁰⁵ BUCCI, E. Op. cit., p. 138.

²⁰⁶ Cf. Ibid., p.117.

²⁰⁷ CP, n. 42.

intimidade alheia se prestam aos mercadores de fofocas, movidos pelo mero interesse de extrair lucro da curiosidade perversa do público, o problema não está na privacidade invadida: ele está no desrespeito do jornalismo aos padrões de elegância.²⁰⁸

E isso vale tanto para quem for rico quanto para quem for pobre. Frequentemente canais de comunicação tendem a preservar a privacidade deste ou daquele político, deste ou daquele indivíduo rico, mas não mede esforços para expor o pobre delinquente que, privado de muitos de seus direitos, acaba caindo no mundo da marginalização.

Se o fato de um milionário acusado de corrupção ser tratado com maus modos pelas manchetes é motivo para seminários sobre ética – com razão –, o fato de um subassalariado ser humilhado por um entrevistador de TV é um dado a mais do cotidiano. Não desperta crise de consciência. Entre os pobres, a invasão de privacidade é uma regra que não incomoda ninguém. É como se nem mesmo o sensacionalismo mais barato pudesse prejudicar a imagem de alguém que, afinal de contas, nem goza do direito de ter uma reputação.²⁰⁹

Este modo preconceituoso de difundir notícias é um grande desrespeito à ética da comunicação, porque expõe ao ridículo pessoas humanas, sobretudo aquelas que não têm mínimas condições de defenderem sua reputação. Fica explícito aqui que o direito à informação não é um direito absoluto, como acima afirmamos, mas está submetido a princípios superiores, que protegem a dignidade do ser humano e o bem comum.

O presente documento eclesial salienta ainda sua preocupação no que diz respeito à informação sobre atos de crueldade ou violência. Segundo esta Instrução Pastoral é necessário, sim, que sejam divulgados tais atos, mas de tal forma que a informação gere desaprovação na sociedade. De outro modo, se a descrição é demasiado frequente ou realista, como frequentemente acontece em algumas emissoras sensacionalistas, há um perigo de perversão do valor da vida humana. Em outras palavras, a insistência sobre cenas de crueldade e violência pode gerar “uma espécie de psicose ou hábito mental, que aceite a força e a violência como meio normal para resolver conflitos.”²¹⁰ Não raras vezes as pessoas se acostumam com atos de violência, chegando a considerá-los normais, corriqueiros. O despertar para a gravidade destes atos ocorre, frequentemente, só quando esta mesmas pessoas são atingidas direta ou indiretamente por atos tão trágicos, o que é profundamente lamentável.

²⁰⁸ BUCCI, Op. cit., p. 152-153.

²⁰⁹ Ibid., p.156-157.

²¹⁰ CP, n. 43.

Por fim, a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* afirma que “ao direito de ser informado corresponde a liberdade de comunicar.”²¹¹ À imagem do eterno diálogo das três Pessoas da Santíssima Trindade, que, como já afirmamos no primeiro capítulo, em seu modo de se comunicar levam em consideração a diversidade do outro, valorizam o outro, que tomam a sério a especificidade do outro, é que os seres humanos contribuirão para o progresso da vida social.

Os meios de comunicação social potencializam este diálogo recíproco e podem se tornar, de fato, mediações eficazes para a comunhão entre as pessoas. É no confronto das ideias, na dialética de pensamentos que uma sociedade amadurece e progride em todas as suas dimensões: “[...] O saber humano progride mais pelo trabalho de grupo que por esforços isolados do indivíduo.”²¹²

Em nossas sociedades atuais, marcadas pela diversidade e pelo pluralismo, é de grande valor o debate de opiniões para que construamos uma sociedade mais justa e fraterna:

As chamadas sociedades pluralistas, que admitem no seu âmbito diversidade de partidos, compreendem bem a importância que tem a livre difusão de notícias e opiniões para que os cidadãos possam participar ativamente na vida social; procuram, portanto, salvaguardar esta liberdade por meio de leis. A Declaração Universal dos Direitos do Homem, por sua vez, proclamou esta liberdade como essencial, o que implicitamente equivale a exigir a liberdade, antes de mais nada, dos meios de comunicação.²¹³

Na vida e na prática social este direito de expressar-se possibilita a indivíduos e grupos obter e divulgar notícias. Entretanto, conforme afirma o presente documento, o mesmo princípio que assinalamos acima quanto à liberdade para se obter informação, vale para a difusão da mesma. Em outras palavras:

[Mas] tal liberdade de comunicar terá de ter em conta determinados limites, alguns deles incluídos precisamente no próprio direito de comunicar; de outro modo, a informação passaria a depender da satisfação dos gostos do informador, mais do que do verdadeiro interesse público.²¹⁴

²¹¹ CP, n. 44.

²¹² Ibid., n. 45.

²¹³ Ibid., n. 46.

²¹⁴ Ibid., n.17.

Intimamente ligado ao direito de informar e de ser informado está o direito à verdade. Já acenamos para esta exigência ética no universo da comunicação social, mas é no próximo tópico que melhor desenvolveremos este tema.

2.3 O direito à verdade

No primeiro capítulo deste nosso trabalho afirmávamos que a comunicação entre as Pessoas divinas é comunicação da verdade e na verdade, ou seja, que sua comunicação está absolutamente fundada na verdade e visa sempre a comunhão e nunca a separação.

Afirmamos ainda que é a verdade que faz avançar a humanidade e que torna o ser humano verdadeiramente livre: “Conhecereis a Verdade e a Verdade vos libertará” (Jo, 8,32). Criados à imagem e semelhança de Deus, o ser humano, em todos os movimentos de seu ser, é chamado a viver este princípio eterno que emana da própria vida intratrinitária.

Esta sua vocação é tanto mais exigente quanto mais abrangente é o poder de comunicação do ser humano, já que “o que a humanidade do nosso tempo sabe e pensa da vida está, em grande parte, condicionado pelos meios de comunicação.”²¹⁵

No universo das dúvidas éticas causadas por estes novos instrumentos de comunicação perpassados pela globalização e pelas ideias da pós-modernidade está o conflito sobre a verdade.²¹⁶ A verdade solidifica as relações, cria um clima de confiança e faz despontar “laços de solidariedade.”²¹⁷ Nas palavras de Susin: “[Pois] a verdade é um dom irrecusável que dá sustento à liberdade, é uma busca comum, uma peregrinação e uma aventura percorrida em comum.”²¹⁸ Ela se desenvolve onde há democracia e também a democracia só dá passos onde há verdade, a partir da informação. O contrário também é certo: a mentira mina todo e qualquer relacionamento e faz imperar a desconfiança e o isolamento e, por vezes, até a violência. Da mesma forma, uma sociedade onde não existe a participação de um povo bem informado na edificação de seu ambiente coletivo, impera os conflitos e a desordem.

²¹⁵ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Instrução Pastoral Aetatis Novae*. (1992). São Paulo: Paulinas, 1992, n. 2.

²¹⁶ Cf. ECHANIZ, A.; PAGOLA, J. *Ética do profissional da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2007, p. 13.

²¹⁷ CP, n. 9.

²¹⁸ SUSIN, L. C. *A verdade e as versões*. In: ALTEMEYER JUNIOR, F.; BOMBONATTO, V. I (orgs.). *Teologia e Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2011, p. 198.

É evidente, pois, que os meios de comunicação muito podem colaborar para criar e reforçar os laços de solidariedade entre os seres humanos, se estiverem sempre a serviço da verdade. Entretanto, lá onde há falta de transparência, de consciência e boa vontade, a utilização destes instrumentos é capaz de produzir o inverso. “Poderá agravar os fatores de desinteligência e de discórdia, com as suas tristes consequências; é frequente, com efeito, verificarmos que determinados valores humanos são negados ou adulterados pelos meios de comunicação.”²¹⁹

Na cultura midiática atual, frequentemente atrelada a interesses econômicos de grupos ou pessoas nem sempre interessados no bem comum, a verdade é um dos valores mais ameaçados em todo esse universo da comunicação. Um dos temas que mais devem preocupar a ética da comunicação é, de fato, o conflito sobre a verdade, justamente porque, embora os meios de comunicação em geral enfrentem na atualidade uma considerável crise de credibilidade, paradoxalmente permanecem uma das instituições mais aclamadas e valorizadas na sociedade atual, sendo detentora de uma grande influência na formação de opinião e na assimilação de tendências.²²⁰ “A dinâmica de mercado em que os *mass media* se encontram comprometidos faz com que se mostrem como objetos de consumo, com o que a obediência à verdade e o respeito à dignidade humana podem perder valor nessa luta comercial.”²²¹

Embora a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* não dedique um tópico especificamente ao tema da verdade (como ocorre com o direito à informação e a informar), o presente documento, em vários de seus parágrafos, como já começamos a assinalar, evidenciará o princípio ético da verdade como sendo categórico para que os meios de comunicação cumpram sua função social em meio aos homens: “Toda a comunicação deve obedecer à lei fundamental da sinceridade, honestidade e verdade.”²²²

A sinceridade e a honestidade são facetas da mesma verdade: a sinceridade indica que o comunicador deve se expressar sem a intenção de enganar. A honestidade diz respeito à comunicação do fato de forma íntegra e não esfacelada, ao bel prazer do comunicador. Em outras palavras, verdade indica que o comunicador deve apresentar a “coisa” tal como ela é. Mesmo que para isso precise colocar em apuros o anunciante que patrocina aquele meio de comunicação.²²³ Bucci, em seu livro *Sobre a Imprensa*, defenderá que no jornalismo, para se esquivar da

²¹⁹ CP, n. 9.

²²⁰ Cf. ECHANIZ, A.; PAGOLA, J. Op. cit., 13.

²²¹ Ibid., p. 13-14.

²²² CP, n. 17.

²²³ Cf. BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008, p. 61.

dependência do anunciante, é necessário repartir a empresa em dois departamentos: um editorial e o outro comercial, de forma que, mesmo fazendo parte da mesma estrutura empresarial, são domínios diferentes que independem um do outro.²²⁴ Este é um caminho interessante para se evitar a manipulação da verdade por parte daqueles que sustentam economicamente o meio de comunicação em questão.²²⁵

Ainda na linha da *Communio et Progressio*, não é suficiente reta intenção e boa vontade em toda atividade comunicacional. Neste árduo serviço prestado ao ser humano e às sociedades, deve haver uma correspondência fiel entre aquilo que se comunica e a verdade interna daquilo de que se está tratando. “Não basta, portanto a reta intenção e a boa vontade para que a comunicação seja, *ipso facto*, positiva; deve apresentar os fatos segundo a realidade, isto é, dar uma imagem fiel da situação, conforme à sua verdade interna.”²²⁶

O presente documento eclesial sobre a comunicação vai mais longe ao dizer que o mérito e a validade moral de uma comunicação não dependem apenas do assunto ou do conteúdo intelectual, mas, de igual modo, do tom e estilo com que se é comunicado aquele determinado tema; da linguagem e meios de persuasão que se empregam; do contexto do momento e até do público ao qual se está dirigindo.²²⁷ Esta exigência é ainda mais gritante em nosso atual contexto marcado por uma espécie de ditadura da imagem, onde toda informação tende a passar por este viés e onde facilmente, com as modernas tecnologias digitais, pode-se manipular imagens, ao gosto de quem as publica, desvirtuando os destinatários da verdade objetiva. Muitas vezes, num mundo marcado por tanta agitação e inseguranças, programações que privilegiam as imagens – de modo especial as mais espetaculares – tendem a atrair mais a atenção do público, pois exigem menos esforço de reflexão e produzem um clima de prazer naqueles que as assistem:

A aceleração do ritmo de vida, o conseqüente cansaço e a diminuição do tempo disponível consagram a lei do menor esforço, propiciando o domínio incontestado da comunicação através dos sentidos. Sem dúvida alguma, a informação que dispensa a atitude reflexiva e crítica, que não contextualiza os acontecimentos, tende a ser

²²⁴ Cf. BUCCI, E. Op. cit., p. 60-62.

²²⁵ Ibid. Bucci dá a esta estrutura administrativa bipartida da empresa de comunicação o nome de “Igreja Estado,” método no qual “as redações sejam autorizadas oficialmente a decidir os assuntos editoriais sem ter de consultar os setores comerciais da companhia, ou sem ter de passar pelo seu crivo” (p. 60). Este método, porém, apresenta dificuldades para funcionar corretamente nas megafusões, ou conglomerações da mídia (cf. p. 177).

²²⁶ CP, n. 17.

²²⁷ Cf. Ibid.

superficial, episódica, objeto de consumo, podendo mesmo ser etiquetada como “entretenimento.”²²⁸

Frequentemente a linguagem das imagens pode encobrir sorrateiramente a questão da verdade do que se está transmitindo. Muitos canais de comunicação priorizam aquilo que é sensacional, fascinante, extraordinário e chocante, sem se dar ao trabalho de ir às suas verdadeiras fontes ou de explicar o assunto emitido dentro de seu real contexto. O mundo da imagem, da imaginação, da fantasia e dos sentimentos não raras vezes suplanta as funções da razão.²²⁹ Tende-se a criar na sociedade uma preocupação acirrada com a imagem e com a aparência, deixando de lado a preocupação essencial com o ser.

Continuando nossa reflexão, na transmissão de uma notícia, segundo a *Communio et Progressio*, há de se considerar ainda a sensibilidade dos destinatários, lançando mão de um tom e de um estilo que não agridam, mas que preparem os interlocutores para a recepção plena daquela informação. Na linguagem a ser utilizada deve-se considerar o grau de instrução dos receptores, o contexto da notícia a ser transmitida, bem como o contexto dos que a recebem. Todos estes aspectos são fundamentais, segundo a presente Instrução, para que a verdade seja bem transmitida e bem assimilada. Para além de tudo, um canal de comunicação que leva em consideração estes aspectos, apontados pela presente Instrução, tende a conquistar de modo mais profícuo a confiança do público.²³⁰

Quanto ao aspecto da confiança, embora frequentemente se ouça dizer que o que sustenta qualquer empresa, a de jornalismo, por exemplo, seja a publicidade, autores mais avisados defendem que o que de fato sustenta, a longo prazo, tais empresas da notícia é a credibilidade do público. Esta se desponta com a qualidade editorial, que presume conhecer o destinatário, atender às suas necessidades e, até mesmo, antecipar-se a elas. Qualidade editorial que pressupõe, sobretudo, fazer valer os direitos do cidadão, informá-lo com exclusividade e em primeira mão, transmitir a mensagem numa linguagem que entenda, que goste e com a qual aprenda e se divirta.²³¹ O trabalho sério e transparente de qualquer empresa de comunicação gera confiança e fidelidade no público.

²²⁸ MIRANDA, Mário de França. *O cristianismo entre o próximo e o distante no processo comunicativo*. In: ALTEMEYER JUNIOR, F.; BOMBONATTO, V. I (orgs). *Teologia e Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2011, p. 169.

²²⁹ Cf. *Ibid.*, p. 170.

²³⁰ Cf. CP, n. 17.

²³¹ Cf. BUCCI, E. *Op. cit.*, p. 66.

Segundo a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, em nenhuma hipótese a verdade deve ser omitida, manipulada ou distorcida. Os comunicadores e as empresas de comunicação, sejam de cunho informativo, publicitário, lúdico ou cultural, têm uma grande responsabilidade social, uma vez que são formadores de consciência, uma vez que muito do que veiculam é assumido como verdade por muitos interlocutores.

Toda pessoa humana tem direito natural à verdade, seja sobre si mesma, seja sobre a sociedade que integra. O ser humano busca a verdade como um faminto a procura de alimento. De modo análogo, os seres humanos, reunidos em sociedade, têm direito à verdade, sobretudo àquelas imprescindíveis para a boa convivência humana.²³² Porém, nem sempre o indivíduo pode exercer este direito e satisfazer essa necessidade por si mesmo. Ele precisa de profissionais avisados que sejam mediadores da verdade, que sejam responsáveis e competentes, capazes de darem resposta adequada às exigências da verdade, tanto do indivíduo quanto da sociedade em geral. Profissionais que ajudem o ser humano e a sociedade a dismantelar ídolos, a desmascarar demagogos e a construir um espaço humano de acordo com os postulados da dignidade humana e das liberdades legítimas. Daí o apreço que a presente instrução tem pelos comunicadores que se dedicam à crítica.²³³ Voltaremos a eles quando refletirmos sobre a opinião pública, no terceiro capítulo.

A verdade, assim, se destaca, em toda e qualquer situação, diante de todo e qualquer grupo humano, como o valor fundador da existência, da pessoa e da sociedade. Neste sentido, não é a verdade que deve passar pelo crivo das ideologias e dos sistemas. São eles que devem ser submetidos ao crivo da verdade. A verdade dá consistência à convivência humana.

A verdade emerge qual valor fundador da existência, da pessoa e da sociedade. Esta se constitui e se organiza por um consenso racional livre, cujo objeto é o bem comum. Não se trata de uma miragem, de uma construção imaginária. Mas de um núcleo de direitos e deveres, de bens e de serviços reconhecidos e aceitos em sua realidade, apreciada em uma primeira percepção, que se há de aprimorar e aprofundar.²³⁴

Sacrificar a verdade em nome de interesses particulares é um grande desrespeito pela dignidade do ser humano, já que isso leva a humanidade ao erro e à alienação. Acima das exigências da velocidade e do mercado está o compromisso com a verdade. Prescindir dela é

²³² Cf. BLÁZQUEZ N. *Ética e Meios de Comunicação*. São Paulo: Edições Paulinas, 2000, p. 90.

²³³ Cf. CP, n. 78.

²³⁴ JOSAPHAT, C. *Ética e Mídia: Liberdade, responsabilidade e sistema*. São Paulo: Paulinas, 2006, p. 76.

colocar em risco a obra de um Deus que nos criou na verdade e para a verdade que liberta o ser humano. Lançando mão das palavras de Frei Josaphat poderíamos acrescentar:

Um dos grandes riscos ou ameaças para a sociedade vem precisamente das representações infundadas, tecidas de ilusões, de desejos incontrolados, de ideologias inverificáveis, que ameaçam tomar o lugar das *verdades de base*, de uma ordem real de caráter político, jurídico e cultural.²³⁵

Portanto, como nos afirma a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*: “todos os homens de boa vontade são convidados a um trabalho conjunto, para que os meios de comunicação contribuam para a procura da verdade e para o verdadeiro progresso humano.”²³⁶ Mesmo porque a vida do homem pós-moderno em grande parte é construída sobre aquilo que é divulgado pela cultura digital. Ora, se o que se anuncia é falacioso e só satisfaz a interesses egoístas, a vida em sociedade poderá se tornar insustentável.

Terminamos este tópico reafirmando aquilo a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* defende como princípio fundamental para a comunicação, que tem seu fundamento na própria maneira de Deus agir e se comunicar, ou seja, na verdade: toda notícia, publicidade, mensagem ou informação veiculadas pelos meios de comunicação (ou por qualquer pessoa, ou grupo de pessoas) só serão instrumentos de comunhão se forem baseadas na verdade. Este respeito pela verdade leva inevitavelmente ao respeito pela dignidade humana, assunto do próximo tópico.

2.4 Respeito à dignidade humana

Sondando os documentos eclesiais, de modo especial os documentos da Doutrina Social da Igreja, constataremos que o tema da dignidade humana foi sempre uma preocupação explícita em suas reflexões, tanto para compreender este aspecto da existência humana, quanto para promover a sua efetiva implementação: “Tudo quanto existe sobre a terra deve ser ordenado em função do homem, como seu centro e seu termo: neste ponto existe um acordo quase geral entre crentes e não crentes.”²³⁷

Leis civis (sobretudo nos países democráticos), códigos deontológicos (de modo especial, no nosso caso, aqueles que orientam o trabalho do profissional da comunicação) e declarações

²³⁵ JOSAPHAT, C. *Ética e Mídia: Liberdade, responsabilidade e sistema*. São Paulo: Paulinas, 2006, p. 76.

²³⁶ CP, n. 13.

²³⁷ GS, n. 12.

que visam a boa convivência entre os homens, tais como a Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), têm como pano de fundo de todas as suas normas e orientações o respeito pela dignidade humana: “Todos os homens nascem livres e iguais em dignidade e direitos. São dotados de razão e consciência e devem agir em relação uns aos outros com espírito de fraternidade.”²³⁸

A antropologia cristã, que no decorrer da história influenciou profundamente os vários códigos e declarações civis, afirmará sem titubeios que a marca principal, a base sobre a qual está construída a dignidade do ser humano é o fato dele ter sido criado à imagem e semelhança de Deus. O livro do Gênesis, já tantas vezes citado neste estudo, nos apresenta a fonte primeira da qual brota o mistério da dignidade humana. Não existe uma fundamentação mais consistente, abrangente e coerente desta verdade do que o que está contido nas Sagradas Escrituras:²³⁹

Deus disse: façamos o homem à nossa imagem, como nossa semelhança, e que eles dominem sobre os peixes do mar, as aves do céu, os animais domésticos, todas as feras e todos os répteis que rastejam sobre a terra. Deus criou o homem à sua imagem, à imagem de Deus ele o criou, homem e mulher ele os criou. (Gn 1, 27-27).

O Deus do qual o ser humano é imagem e semelhança é o Deus revelado nas Sagradas Escrituras e manifestado de forma plena na encarnação do Verbo. Conforme nos atesta o Concílio Vaticano II, somente no mistério do Verbo Encarnado é que se esclarece verdadeiramente o mistério do homem e sua dignidade.²⁴⁰ É somente pela encarnação do Verbo que se pode vislumbrar a vocação sublime do ser humano à santidade.

Na realidade, só no mistério do Verbo encarnado se esclarece verdadeiramente o mistério do homem. Adão, o primeiro homem, era efetivamente figura daquele futuro, isto é, de Cristo Senhor. Cristo, o novo Adão, na própria revelação do mistério do Pai e do seu amor, revela o homem a si mesmo e descobre-lhe a sua vocação sublime [...] “Imagem de Deus invisível” (Cl 1,15), ele [o Cristo] é o homem perfeito, que restituiu aos filhos de Adão a semelhança divina, deformada desde o primeiro pecado, já que nele a natureza humana foi assumida, e não destruída, por isso mesmo, também em nós foi ela elevada a sublime dignidade. Porque, pela sua encarnação, ele, o Filho de Deus, uniu-se de certo modo a cada homem. Trabalhou com mãos humanas, pensou com uma inteligência humana, agiu com uma vontade humana, amou com coração humano. Nascido da Virgem Maria, tornou-se verdadeiramente um de nós, semelhante a nós em tudo, exceto no pecado.²⁴¹

²³⁸ DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. 3.ed. São Paulo: Paulinas, 1978, art. I.

²³⁹ Cf. SEHNEM, M. A. A Dignidade Humana na *Gaudium et Spes*. In: *Religião e Cultura: Departamento de Ciências da Religião – Faculdade de Ciências Sociais – PUC-SP*, São Paulo: Paulinas, v. 9, n. 17, p. 129-140, [jan/jun] 2010, p.130.

²⁴⁰ Cf. JOÃO PAULO II. *Carta Encíclica Centesimus Annus*. (1991). São Paulo: Edições Paulinas, 1991, n. 47.

²⁴¹ GS, n. 22.

A felicidade do homem consistirá em trilhar, mesmo que às apalpadelas, as pegadas de Deus na história. Um Deus que, como já dissemos no primeiro capítulo, é amor e, como tal, é gerador de vida, de comunhão. Um Deus que cria o ser humano dotado de inteligência, de liberdade e de vontade; que se faz companheiro de caminhada do ser humano ao assumir sua condição terrena; um Deus que convida constantemente a pessoa humana a seguir os traços de sua personalidade divina, prolongando a obra de seu amor criacional sobre a terra.

Diferentemente de todos os demais seres, a pessoa humana é digna por sua consciência, onde “descobre uma lei que não se impôs a si mesmo, mas à qual deve obedecer; essa voz, que sempre o está a chamar ao amor do bem e fuga do mal, soa no momento oportuno, na sua existência” (GS 17).²⁴²

Portanto, a dignidade do gênero humano, encontra em Deus seu verdadeiro fundamento. Ele é digno de todo o respeito porque criado por Deus, salvo por Ele, destinado a viver uma vocação sublime, que é a participação na santidade divina, tendo como modelo supremo o Verbo encarnado e como força moldadora desta santidade o próprio Espírito de Deus.

Este *ser criado à imagem e semelhança de Deus* deve se traduzir em todos os âmbitos da vida humana, e, portanto, no modo de se comunicar do gênero humano. Em outras palavras, o ideal da comunicação humana, como já assinalamos, também no primeiro capítulo, é ser um reflexo, nas proporções humanas, da atividade comunicativa de Deus que se revela como um Deus comunidade de amor. É buscando imitar o modo de Deus se comunicar que o ser humano se tornará um ser verdadeiramente ético. Como nos afirma o Frei Josaphat: “[...] Na teologia e na espiritualidade cristãs, a ‘virtude’, a perfeição ética se funda sobre o dom inicial da ‘imagem’, sobre a criação e sobre a vocação de todos os homens à uma vida de santidade.”²⁴³

Segundo o pensamento da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, ao se investir honestamente também nesta área do conhecimento, o homem está prolongando a obra criadora do Deus Trindade, contribuindo para que sua glória brilhe nas realidades imanentes, ou seja, para que as realidades do Reino de Deus reveladas em Jesus, o ápice da comunicação de Deus com a humanidade, sejam concretas e visíveis: a verdade, o amor, a justiça, a solidariedade entre os homens, entre outros.

²⁴² LOPES, G. *Gaudium et Spes: texto e comentário*. São Paulo: Paulinas, 2011, p. 63.

²⁴³ JOSAPHAT, C. *Éthique chrétienne et dignité de l’homme*. Tradução: Leomar N. de Jesus. Paris : Editions du Cerf, 1992 ; Fribourg : Editions Universitaires Fribourg Suisse, 1992, p. 6.

Como imagem e semelhança do Deus Trindade, o ser humano é um ser social, não um ser solitário, mas criado para as relações.

Deus [porém], não criou o homem sozinho: desde o princípio criou-os “varão e mulher” (Gn 1,27); e a sua união constitui a primeira forma de comunhão entre pessoas. Pois o homem, por sua própria natureza, é um ser social, que não pode viver nem desenvolver suas qualidades, sem entrar em relação com os outros.²⁴⁴

Como tantas outras de suas capacidades herdadas da Trindade, sua faculdade comunicativa não deve ter outro fim senão o de gerar comunhão, de manifestar a verdade e de fazer vir a lume a justiça. Esta responsabilidade é tanto mais grave quanto mais o ser humano se dá conta da influência que os meios de comunicação social têm sobre o destino das sociedades, já que permeiam, no contexto atual, praticamente todos os ambientes da raça humana.

Ao contrário das ciências naturais e exatas, no estudo dos meios de comunicação o ser humano é, ao mesmo tempo, sujeito e objeto de pesquisa.²⁴⁵ É em torno do respeito pela sua dignidade, tanto a do profissional quanto do destinatário daquele serviço de comunicação, que devem girar todas as conquistas e progressos da cultura midiática.

Neste atual período da humanidade, constatamos que pesquisando e dominando o mundo material, o ser humano obteve enormes resultados. As várias invenções e descobertas, os avanços da ciência e da tecnologia tornaram possível ao gênero humano uma melhoria sem precedentes na vida material e científica, oferecendo um progresso nos padrões e na qualidade de vida. Tudo isso foi muito bem assinalado pelo Concílio Vaticano II, mais especificamente, pela Constituição Pastoral *Gaudium et Spes*.²⁴⁶ Entretanto, o questionamento que deve vir à tona diante de tal progresso é este: todos os seres humanos têm acesso a estas conquistas? Tais avanços e descobertas reduziram o nível de pobreza e miséria no mundo? As injustiças foram dissipadas nas sociedades? Toda esta avalanche de novas técnicas e de novos conhecimentos tem contribuído para que a dignidade do ser humano seja respeitada e promovida? Com pesar constatamos facilmente que para a maioria (senão todas) destas perguntas a resposta é negativa. Na atualidade, os bispos e o povo latino-americano e do Caribe, reunidos em Aparecida em 2007, denunciam a tendência da sociedade hodierna, diante da inversão de valores que nela se encontra e reafirmam o valor da pessoa humana como imagem e semelhança de Deus

²⁴⁴ GS, n. 12.

²⁴⁵ Cf. BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008, p. 91-92.

²⁴⁶ Cf. GS, n. 15.

A cultura atual tende a propor estilos de ser e viver contrários à natureza e dignidade do ser humano. O impacto dominante dos ídolos do poder, da riqueza e do prazer efêmero se transformou, acima do valor da pessoa, em norma máxima de funcionamento e em critério decisivo na organização social. Diante dessa realidade, anunciamos, uma vez mais, o valor supremo de cada homem e de cada mulher. Na verdade, o Criador, ao colocar a serviço do ser humano tudo o que foi criado, manifesta a dignidade da pessoa humana e convida a respeitá-la (Gn 1,26-30).²⁴⁷

Esta preocupação da Igreja, reunida em Aparecida, pelo respeito à dignidade humana, é tanto maior diante da situação de milhões de filhos e filhas de Deus que se encontram numa situação deplorável de pobreza, vítimas de um sistema que privilegia o lucro e não o ser humano:

Dentro dessa ampla preocupação pela dignidade humana, situa-se nossa angústia pelos milhões de latino-americanos e latino-americanas que não podem levar uma vida que corresponda a essa dignidade. A opção preferencial pelos pobres é uma das peculiaridades que marca a fisionomia da Igreja latino-americana e caribenha.²⁴⁸

Todo progresso científico, toda descoberta no amplo leque das ciências humanas não pode ter outro fim senão a melhoria da vida humana, tanto em seu aspecto individual quanto coletivo. Todo achado científico ou qualquer que seja o avanço tecnológico não pode negligenciar a urgência de socorrer o ser humano, sobretudo aquele em situação de risco social. O ideal é que todo cientista, todo pesquisador, enfim, todo ser humano, traga em si a consciência de que é um colaborador de Deus nas suas respectivas áreas de trabalho e de pesquisa e que, portanto, não tem outro objetivo senão a dignificação de seus semelhantes, o cuidado, sobretudo, com os mais vulneráveis.

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, ao reconhecer o empenho do ser humano pelo melhoramento das condições de vida, bem como sua busca constante por descobertas técnicas e científicas com o objetivo de aprimorar a convivência entre as pessoas em sociedade, enfatiza a doutrina cristã que revela o ser humano como participante da obra criadora de Deus: “Quando Deus com efeito fez o homem à sua imagem, deu-lhe também capacidade de participar no poder criador, em ordem à construção da cidade terrestre.”²⁴⁹

Participar do poder criador de Deus, de sua inteligência e de sua santidade, significa concretamente: promover o ser humano, individual e coletivamente; dispensar esforços para que sua dignidade seja respeitada e promovida; fazer com que tudo seja ordenado em função dele, e

²⁴⁷ Vª CONFERÊNCIA GERAL DO EPISCOPADO LATINO AMERICANO E DO CARIBE. *Documento de Aparecida*. 3.ed. Brasília: Edições CNBB, 2007, n. 387.

²⁴⁸ *Ibid.*, n. 391.

²⁴⁹ CP, n. 7.

não da própria ciência, ou de interesses pessoais e muito menos do mercado. O esforço pela melhoria da vida humana sobre a terra deve ser um movimento que tenha como escopo o homem todo e todos os seres humanos, e não somente este ou aquele grupo, esta ou àquela raça, esta ou aquela classe de pessoas. Este esforço inclui ainda o cuidado com a terra. Pois, se mal cuidada e explorada irresponsavelmente, coloca em xeque a vida de toda a humanidade.

No que diz respeito ao processo de evolução constante dos *mass media*, a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* afirmará com propriedade que o próprio ser humano “é a norma no uso dos meios de comunicação social.”²⁵⁰ É a sua dignidade que está em questão e, portanto, tudo deve concorrer para que ela seja defendida, respeitada e promovida. O ser humano está no centro das preocupações éticas. Ou como afirma Vidal: “A ética dos meios de comunicação social tem sua razão axiológica no valor do homem, enquanto se realiza no âmbito da comunicação social através da peculiaridade dos diversos meios de comunicação social.”²⁵¹

Dessa forma, o ser humano deve ser visto e tratado como pessoa, jamais como coisa. Esta é uma exigência do conceito de dignidade humana. Tratar as pessoas como coisas, como meros objetos manipuláveis é uma forma horrenda de violência e de humilhação, de despir de humanidade o que é humano.

[...] A Instrução Pastoral sobre a comunicação social *Communio et Progressio* esclarece que os *mass media* são chamados ao serviço da dignidade humana, ajudando os indivíduos a viverem bem e a agirem como pessoas em comunidade. Os *mass media* fazem-no, encorajando os homens e as mulheres a estarem conscientes da própria dignidade, a entrarem nos pensamentos e nos sentimentos dos outros, a cultivarem um sentido de responsabilidade recíproca e a crescerem na liberdade pessoal, no respeito pela liberdade do próximo e na capacidade de dialogar.²⁵²

Nos canais de comunicação onde não há um mínimo de consciência e de boa vontade, muitos prejuízos podem macular a dignidade humana: quando se lança mão da mentira em detrimento da verdade; quando determinados valores humanos são negados ou adulterados; quando o ser humano é explorado como mero objeto ou visto como mero consumidor de bens; quando a reputação da pessoa é manchada, sobretudo ao bel prazer de quem a expõe; quando os

²⁵⁰ CP, n. 14.

²⁵¹ VIDAL, M. *Para conhecer a Ética Cristã*. São Paulo: Edições Paulinas, 1993, p. 449-450.

²⁵² PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Ética nas comunicações Sociais*. (2000). São Paulo: Paulinas, 2000, n. 6.

valores da democracia são ignorados; quando o bem comum é sacrificado em detrimento de interesses particulares, entre outros.²⁵³

Muitos meios de comunicação que lançam mão da mentira, da omissão ou da distorção da mensagem para satisfazerem interesses comerciais ou prestígio provocam frequentemente uma violência psicológica e ideológica, causando danos irreparáveis na vida de muitos cidadãos que, ingênuos e mal avisados, caem nestas teias falaciosas. De fato, a violência não acontece somente no nível físico. Ela também pode ser psicológica e ideológica.

Um profissional ou uma empresa de comunicação que adota este tipo de comportamento fere profundamente a dignidade não só dos destinatários da comunicação como também dos que honestamente se dedicam a esta profissão. Como bem expressa a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*: “Os comunicadores, cuja única norma é o sucesso comercial ou o desejo vão de celebridade, não somente atraíam o público, mas também contribuem para o descrédito de sua própria profissão.”²⁵⁴

Ainda segundo a presente Instrução Pastoral, a equidade e o sentimento de justiça devem levar os profissionais da comunicação a respeitar todo seu público, mesmo as minorias, sejam elas povos pequenos ou grupos.²⁵⁵

O melhor remédio (pelo menos ao alcance de todos) para sanar a tentação de ferir a dignidade do outro é a empatia. É a prática da regra de ouro: não faça aos outros o que não gostaria que fizessem a ti. Possivelmente esta regra não resolverá todos os problemas levantados pelo mundo da mídia e que podem ferir a dignidade humana, mal talvez seja a única solução ética ao alcance de muitos comunicadores e - acima deles - dos proprietários dos canais de comunicação.²⁵⁶ Buscar um padrão mínimo de bom gosto, sendo o critério do bom gosto aquilo que cada um aceitaria com tranquilidade dentro de seu próprio lar, seguramente seria um ótimo instrumento para o respeito para com a dignidade alheia.²⁵⁷ “Não se pode condenar ninguém pelo pecado da deselegância, mas pode-se perfeitamente questionar um dono de emissora que oferece à sociedade aquilo que sabiamente não toleraria que fosse oferecido aos seus filhos.”²⁵⁸

²⁵³ Cf. CP, n. 9.

²⁵⁴ Ibid., n. 77.

²⁵⁵ Cf. Ibid., n. 76.

²⁵⁶ Cf. BUCCI, E. Op. cit., p. 23.

²⁵⁷ Cf. Ibid., p. 160.

²⁵⁸ Ibid.

O que subjaz no texto da Instrução *Communio et Progressio* é que os meios de comunicação social exercem um papel fundamental na promoção da dignidade humana: ao serem instrumentos da verdade e do progresso humano,²⁵⁹ ao incentivarem a cultura e a educação,²⁶⁰ ao denunciarem a corrupção política e a violência,²⁶¹ ao desmascararem mecanismos que provocam pobreza e desrespeito à natureza; ao se contraporem a toda e qualquer imposição arbitrária contra a liberdade;²⁶² ao promoverem a concórdia e a tolerância entre os diferentes; ao promoverem a liberdade religiosa e ao incentivarem o entretenimento sadio.²⁶³ Atuando com este espírito, os meios de comunicação prestam um precioso serviço à humanidade e tornam sua missão ainda mais digna de respeito e admiração. Como acena Sehnm:

O respeito e a dignidade são conceitos mutuamente relacionados. A dignidade eleva o respeito e o respeito é o sentimento adequado diante de uma realidade digna como a pessoa. Em outras palavras, a dignidade humana não é um atributo de caráter físico ou natural, mas uma qualidade que se atribui universalmente a cada pessoa, indistintamente de suas características físicas e de suas manifestações individuais.²⁶⁴

Como podemos perceber, a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, no que diz respeito à dignidade humana, não faz outra coisa senão confirmar a centralidade da dignidade humana dentro de um contexto preciso, que é o da atual cultura midiática. Numa só palavra, o presente documento defenderá que tudo o que o mundo midiático significa e produz: informação, entretenimento, publicidade, cultura e tantos outros, não pode ter outro fim senão o respeito, a defesa e a promoção da dignidade do ser humano. Dignidade que, como um dom de Deus, o homem traz impressa em seu ser, independentemente de sua raça, cor, etnia, língua, religião, condição social e sexual.

A seguir, refletiremos sobre um outro princípio ético fundamental, elencado pela presente instrução. Trata-se da liberdade acompanhada pelo senso de responsabilidade. Veremos que é a liberdade responsável que faz a humanidade caminhar rumo à verdadeira comunhão e ao verdadeiro progresso.

²⁵⁹ Cf. CP, n. 1, 13, 17, 29, 78.

²⁶⁰ Cf. Ibid., n. 48, 50, 54, 144.

²⁶¹ Cf. Ibid., n. 36.

²⁶² Cf. Ibid., n. 84.

²⁶³ Cf. Ibid., n. 142.

²⁶⁴ SEHNEM, M. A. A Dignidade Humana na *Gaudium et Spes*. In: *Religião e Cultura: Departamento de Ciências da Religião – Faculdade de Ciências Sociais – PUC-SP*, São Paulo: Paulinas, v. 9, n. 17, p. 129-140, [jan/jun] 2010, p.135.

2.5 Liberdade responsável

Ao criar o ser humano à sua imagem e semelhança, Deus o dotou de inteligência, de vontade e de liberdade. Neste tópico de nosso estudo, refletiremos sobre aquela que é uma das mais fundamentais características do ser humano: a liberdade. Esta, porém, como veremos, não caminha sozinha, mas de mãos dadas com a responsabilidade. A liberdade responsável é que faz humanidade avançar por patamares sempre mais humanos e justos.

Dentre todos os seres vivos da terra, somente o homem tem o poder de escolher e decidir entre um e outro caminho. Só ele pode dizer sim ou não a um determinado projeto. Este poder que Deus lhe concedeu não raras vezes é vivido num clima dramático, já que todo poder implica uma grande responsabilidade. Fazer mau uso da liberdade é colocar em risco não somente a própria vida mas – já que o ser humano foi criado como um ser relacional – a vida dos que caminham ao seu lado ou daqueles que dele dependem. No caso dos comunicadores, esta responsabilidade é ainda mais exigente, conforme nos afirma a presente Instrução Pastoral:

Os comunicadores [também] não podem esquecer que os "*mass media*", pela sua mesma natureza, atingem um público incontável. Permanecendo fiéis ao espírito e características próprias de sua arte, meçam, porém o seu imenso poder de influência e, portanto, a grande responsabilidade que tal poder implica: está, com efeito, nas suas mãos, um dos maiores estímulos de progresso e felicidade entre os homens.²⁶⁵

No universo dos *mass media*, como podemos constatar, a liberdade, tanto de quem comunica quanto de quem recebe a comunicação, deve caminhar de mãos dadas com a responsabilidade. Se a liberdade é a marca registrada do ser humano, sua característica mais peculiar, a responsabilidade não desponta como um acessório da liberdade. Se assim fosse, seria irrisória. Mas a responsabilidade é a própria materialização e vivência da liberdade. Liberdade e responsabilidade são duas colunas que dão sustentação à dignidade humana.²⁶⁶ É a liberdade humana que determina a importância e o significado de tudo que lhe cerca, e, no nosso caso, dos meios de comunicação.²⁶⁷

²⁶⁵ CP, n. 76.

²⁶⁶ Cf. SEHNEM, M. A. A Dignidade Humana na *Gaudium et Spes*. In: *Religião e Cultura: Departamento de Ciências da Religião – Faculdade de Ciências Sociais – PUC-SP*, São Paulo: Paulinas, v. 9, n. 17, p. 129-140, [jan/jun] 2010, p. 136.

²⁶⁷ Cf. CP, n. 13.

[...] A liberdade é proclamada como o bem soberano, como o valor dos valores, no sentido e à medida em que ela é a condição primordial e indispensável para que a verdade, a busca e a difusão de uma informação verdadeira sejam efetivamente possíveis.²⁶⁸

Levando em consideração que os meios de comunicação são cada vez mais fascinantes e abrangentes, com suas notícias e mensagens, com seus entretenimentos e suas publicidades, alcançando pessoas e grupos humanos nos mais recônditos espaços do globo, influenciando a consciência e a decisão de um número cada vez mais numeroso de pessoas, é imprescindível que se considere a gravidade do princípio de liberdade responsável, fortemente exaltado pela Instrução Pastoral *Communio et Progressio*. No parágrafo abaixo a presente instrução elenca alguns dos incontáveis benefícios dos meios de comunicação social para o homem, quando liberdade e responsabilidade caminham juntas:

Os meios de comunicação, com os seus rápidos progressos, vão abatendo barreiras que o espaço e o tempo levantavam entre os homens; apresentam-se portanto como fatores de proximidade e de comunhão. Graças a eles, notícias e conhecimentos de toda a ordem circulam continuamente por toda a terra, permitindo aos homens seguir muito mais ativamente a vida do mundo de hoje. Graças também a eles, novas oportunidades surgiram para a divulgação do ensino a todos os níveis; novas oportunidades, sobretudo, para a luta contra o analfabetismo e para a instrução elementar ou educação permanente. Muito podem contribuir também para a promoção e libertação humana nos países menos desenvolvidos. Estabelecem e preservam, além disso, maior igualdade entre os homens, de modo que todas as camadas sociais possam usufruir dos mesmos benefícios culturais e recreativos. Enriquecem finalmente o espírito, pondo-o em contato, pelo som e pela imagem, com a realidade concreta, ou dando-lhe a possibilidade de reviver situações remotas, quanto a tempo ou lugar. E quando numa região não existe cultura literária, os cidadãos - conservando sempre o apreço pelos valores e costumes da sua cultura tradicional - terão mais rapidamente ao seu dispor os benefícios da sociedade moderna.²⁶⁹

Embora possa parecer uma utopia e embora a realidade atual dos meios de comunicação, frequentemente influenciada por interesses econômicos e políticos, pareça estar longe do ideal apresentado pela presente Instrução Pastoral, não podemos deixar de crer que o homem é capaz de seu melhor, que uma mídia responsável ainda é uma via possível, porque, criado à imagem e semelhança de um Deus que se revelar amor, também o homem tende para este fim.

Deus criou o homem e a mulher para compartilhar com eles o seu amor e fazer deles autênticos colaboradores em sua obra criacional. O preceito divino de Gênesis, “enchei a terra e

²⁶⁸ JOSAPHAT, C ; BÉGUIN, B. *L'éthique professionnelle des journalistes*. Tradução : Leomar N. De Jesus. 2.ed. Fribourg Editions Universitaires Fribourg Suisse, 1983, p. 14.

²⁶⁹ CP, n. 20.

submetei-a” (Gn 1,26-28; cf. Gn 9,2-3; Sb 9,2-3), citado no número 7 (sete) da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, se reveste de um valor inestimável, uma vez que por esta ordem, Deus torna o ser humano também responsável, um cuidador da criação com a qual presenteia toda a humanidade.²⁷⁰

Um dos primeiros pronunciamentos da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, sobre a liberdade humana, já nos aponta para a íntima relação que existe entre liberdade e responsabilidade. Aliás, todo o documento será permeado de um apelo à liberdade responsável tanto de quem informa quanto de quem é informado, no mundo da comunicação social:

A união mútua e a colaboração criadora dos homens apoiam-se, em última análise, na sua livre vontade, a qual, por sua vez, é condicionada por fatores psicológicos, sociológicos e técnicos. É a liberdade humana que determina a importância e o significado último dos meios de comunicação. Se é o homem quem decide o modo de usar os meios de comunicação, então os princípios morais aqui em causa baseiam-se no mesmo homem, chamado a fazer parte da comunidade dos filhos adotivos de Deus.²⁷¹

Fazer parte da comunidade dos filhos adotivos de Deus significa cuidar do mundo e da humanidade, como uma continuação do cuidado eterno de Deus para com sua criação. Significa otimizar os diversos dons e carismas com os quais o Criador nos presenteia (e em nosso caso, o dom da comunicação), visando a comunhão e o progresso da convivência humana.²⁷²

Se em épocas idas a Igreja, mergulhada num contexto de grande hostilidade do mundo com o qual se debatia, chegou a criticar a liberdade de expressão,²⁷³ na presente Instrução Pastoral a Igreja reconhece esta mesma liberdade como realidade intransferível do ser humano e meta para a qual todos devem caminhar. Assim o presente documento eclesial se expressa:

Ao direito a ser informado corresponde a liberdade de comunicar. A vida social apoia-se nas relações e diálogo permanente entre os indivíduos e grupos, o que é indispensável para uma ação e cooperação mútuas. Ora, os "meios de comunicação" vêm dar nova densidade a este mútuo diálogo; não só, como a própria expressão o indica, porque são fatores de comunhão, mas porque vêm dar possibilidade a um número de homens sempre crescente de participar na vida e progresso social.²⁷⁴

²⁷⁰ Cf. CP, n. 7.

²⁷¹ Ibid., n. 13-14.

²⁷² Cf. Ibid., n. 1.

²⁷³ Cf. GREGÓRIO XVI. *Carta Encíclica Mirari vos*. (1832). Petrópolis: Editora Vozes, 1947. n. 1.

²⁷⁴ CP, n. 44.

Concretamente os seres humanos participam na construção de uma sociedade mais justa e solidária através de seu engajamento neste diálogo constante, intensificado pelos meios de comunicação. A presente Instrução Pastoral defende que a liberdade de expressão é fundamentalmente necessária para uma adequada formação da opinião pública. Uma opinião pública que seja capaz de viabilizar melhorias na convivência humana.

Ora, a liberdade de exprimir a própria opinião é elemento indispensável na formação da opinião pública; pois só assim as opiniões manifestadas revelam o modo de pensar dos grupos mais importantes em determinadas condições de lugar, tempo e cultura. A liberdade, que garante a cada um a expressão das próprias ideias e sentimentos, é algo de essencial para a formação adequada da opinião pública.²⁷⁵

O presente documento eclesial vai mais longe ao tratar da liberdade de expressão não somente como um direito do cidadão, mas como uma obrigação da qual o ser humano não pode se esquivar, um talento que ele não pode enterrar, uma vez que, vivendo em sociedades cada vez mais pluralistas e diversas,²⁷⁶ ele é chamado a ser protagonista na edificação das mesmas.

A natureza social do homem exige que ele tenha possibilidade de exprimir o seu pensamento e de o confrontar com outros; e hoje, mais do que nunca, uma vez que o saber humano progride mais pelo trabalho de grupo que por esforços isolados do indivíduo. Sempre, portanto que os homens, segundo a tendência da sua natureza, comunicam entre si opiniões ou conhecimentos, não exercem apenas um direito pessoal, mas um dever para com toda a sociedade.²⁷⁷

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* dá um passo qualitativo e quantitativo em relação à atitude hostil generalizada da Igreja diante dos meios de comunicação até antes do Concílio Vaticano II.²⁷⁸ Seguindo a linha conciliar, o presente documento reconhece a autonomia do braço secular, valoriza a diversidade de pensamento na sociedade e defende a liberdade de expressão para que os cidadãos sejam protagonistas no aprimoramento da vida social. Ao contrário do que se podia esperar da Igreja em épocas não tão longínquas, o presente documento eclesial defende a criação de uma legislação que proteja a liberdade de expressão de possíveis ameaças.

²⁷⁵ CP, n. 25-26.

²⁷⁶ Cf. *Ibid.*, n. 46.

²⁷⁷ *Ibid.*, n. 45.

²⁷⁸ Como já expusemos no início do presente capítulo, embora tenha havido progressos no relacionamento entre a Igreja e os meios de comunicação, sobretudo a partir dos pontificados de Leão XIII e Bento XV, é, sobretudo a partir do Concílio Vaticano II, que este diálogo se tornará mais fecundo.

As chamadas sociedades pluralistas, que admitem no seu âmbito diversidade de partidos, compreendem bem a importância que tem a livre difusão de notícias e opiniões para que os cidadãos possam participar ativamente na vida social; procuram, portanto, salvaguardar esta liberdade por meio de leis. A Declaração Universal dos Direitos do Homem, por sua vez, proclamou esta liberdade como essencial, o que implicitamente equivale a exigir a liberdade, antes de mais, dos meios de comunicação.²⁷⁹

Entretanto, sem diminuir sua visão positiva sobre a liberdade de expressão, o presente documento não deixa de afirmar que tal liberdade não é ilimitada, uma vez que pode se tornar agressão e fonte de prejuízo para a humanidade, quando ultrapassa os limites de moralidade e do bem comum:

Impõe-se, pois, reafirmar, com o Concílio Vaticano II, que a liberdade de expressão, dentro dos limites da moralidade e do bem comum, é um direito dos indivíduos e dos grupos. Uma vez que a cooperação de todos é indispensável para que a vida social progrida, torna-se necessário o livre confronto das opiniões mais importantes. Uma serão admitidas, outras rejeitadas ou aperfeiçoadas, outras finalmente completadas mutuamente e adaptadas. As ideias mais válidas e constantes, provenientes deste processo, lançarão as bases para uma ação comum.²⁸⁰

Num outro parágrafo, o presente documento eclesial praticamente reafirmará a doutrina do Concílio Vaticano II, pondo em evidência a preocupação da Igreja diante de possíveis abusos da liberdade de expressão, em detrimento do bem comum.

Na prática da vida social, este direito de comunicação implica a possibilidade, para indivíduos e grupos, de obter e difundir notícias - o que implica livre acesso aos meios de comunicação. Mas tal liberdade de comunicar terá de ter em conta determinados limites, alguns deles incluídos precisamente no próprio direito de comunicar; de outro modo, a informação passaria a depender da satisfação dos gostos do informador, mais do que do verdadeiro interesse do público.²⁸¹

Também autores do mundo jornalístico reconhecem prudentemente que a liberdade de expressão não pode ser uma ferramenta usada ao bel prazer do comunicador. Este ofício exige responsabilidade social e uma boa dose de consciência para não ferir a dignidade das pessoas destinatárias da comunicação. Ao se referir à cobrança que hoje se faz aos jornalistas, Bucci, distingue dois tipos de exigência:

²⁷⁹ CP, n. 46.

²⁸⁰ Ibid., n. 26.

²⁸¹ Ibid., n. 47.

O primeiro é aquele que reclama um limite para o poder dos meios de comunicação. É uma cobrança legítima. Adquirindo um vasto poder sobre a sociedade, os meios de comunicação fizeram de seus proprietários e de seus funcionários figuras arrogantes, que se julgam acima de qualquer limite quando se trata de garantir seus interesses e se divertir com seus caprichos. Exigir que ajam com responsabilidade social e com consciência, que não abusem do poder de que estão investidos, que não se valham dele para destruir reputações e para deformar as instituições democráticas é exigir que o espírito que se encontra na origem do jornalismo não seja corrompido.²⁸²

Quanto à segunda exigência, o presente autor a considera tola e até mesmo uma armadilha para os destinatários mal avisados da comunicação. Trata-se de uma exigência mais estética que ética, daquela cobrança que “pretende resguardar as aparências das boas maneiras.”²⁸³ Assim se expressa Bucci:

Cultivar a ideia de que bons modos – e as boas consciências – resolvem por si os impasses que se apresentam é ajudar a tecer a cumplicidade entre o jornalismo e o poder, é reduzir os graves problemas da ética jornalística e dos meios de comunicação a uma questão de etiqueta. Os representantes da mídia devem, sim, ser bem-educados, e muito bem-educados (em todos os sentidos), mas não mais em relação aos poderosos e aos saras cibernéticos que eles organizam. Devem sê-lo em relação ao público.²⁸⁴

Embora muitos comunicadores encarem o tema da responsabilidade com desconfiança, como uma forma camuflada de impor a censura, ninguém pode ignorar que os meios de comunicação, como poder que são, exigem de seus controladores uma subordinação a princípios éticos que edifiquem – e não minem - a democracia em nome da qual a liberdade lhes é conferida.²⁸⁵

O Frei Carlos Josaphat, ao se referir à responsabilidade ética, num sentido abrangente, nos dá uma grande contribuição para compreendermos a responsabilidade que deve ser como que a companheira inseparável da liberdade de expressão de qualquer comunicador, ou de qualquer empresa de comunicação:

Ela [a responsabilidade ética], se caracteriza como uma atitude de totalidade e de síntese de todas as qualidades do agir humano. Ela é o despertar da consciência em sua função interior de sinceridade, de lealdade e de conhecimento objetivo, de atenção à realidade, de análise das situações e das conjunturas, à luz do sentido do dever e da consideração para com o outro e o bem comum.²⁸⁶

²⁸² BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008, p. 10-11.

²⁸³ *Ibid.*, p. 11.

²⁸⁴ *Ibid.*

²⁸⁵ Cf. BUCCI, E. *Op. cit.*, p. 162.

²⁸⁶ JOSAPHAT, C. *Comunicação e compromisso Social*. In: ALTEMEYER JUNIOR, F.; BOMBONATTO, V. I (orgs). *Teologia e Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2011, p. 204.

Tal responsabilidade ética não se refere somente aos profissionais da comunicação, mas também aos cidadãos comuns. O presente documento eclesial nos advertirá que o princípio da liberdade responsável, para cumprir efetivamente o seu fundamental papel de aprimorar a vida social, engloba a todos, sem distinção entre agentes de comunicação e público em geral. Este último também deve procurar aperfeiçoar seus conhecimentos para bem utilizar os meios de comunicação social

Os que recebem a comunicação devem possuir a formação básica que lhes permita tirar o maior proveito possível dos meios de comunicação social; formação que contribuirá não só para próprio benefício, mas também para que todos possam participar no grande diálogo da sociedade e todos possam colaborar no trabalho comum da humanidade; só assim se descobrirão os caminhos que possam pôr estes meios ao serviço da justiça entre as nações, eliminando a enorme desigualdade entre povos ricos e pobres.²⁸⁷

Assim, para que cresça a maturidade do cidadão comum, para que ele participe daquele diálogo que edifica a sociedade de forma autêntica e para que ele saiba discernir entre aquilo que é viável para ele e para os seus nos meios de comunicação é urgente que ele tenha acesso a uma sólida formação neste campo. O presente documento eclesial insistirá sobre a urgência em colocar à disposição de todos, meios que os ajudem neste caminho formativo: “o processo de educação deve ser continuamente aperfeiçoado, com a colaboração de especialistas, em reuniões e encontros, cursos especiais e sessões de estudos.”²⁸⁸ Especial atenção esta Instrução Pastoral dedica à missão dos pais na educação de seus filhos, no manuseio dos mais variados aparados oferecidos pela mídia: “Os pais e educadores ensinarão as crianças a discernir e escolher, por si próprias, entre as diversas comunicações; o que não impede, como é natural, que reservem para si a última palavra nesta escolha.”²⁸⁹

Como podemos constatar, ao nos referirmos à liberdade responsável, não se trata de impor censura à liberdade de expressão, mas submetê-la ao crivo do bem comum e de princípios éticos universais que garantem e promovem a boa convivência humana. Manifestações racistas, preconceituosas e terroristas, por exemplo, não podem ser consideradas expressões cabíveis - não importa de que canal de comunicação se trate -, no mesmo nível em que outras expressões humanas aceitáveis universalmente. Justamente porque ferem o bem comum, promovem a violência e a incomunicação humana. Liberdade de expressão não pode ser sinônimo de

²⁸⁷ CP, n. 65.

²⁸⁸ Ibid., n. 66.

²⁸⁹ Ibid., n. 67.

agressividade. A liberdade responsável caminha pelos trilhos do respeito à diferença e pela capacidade de diálogo.

Neste processo de liberdade responsável, a responsabilidade entra em cena aqui como um valor mais universal, mais amplo e mais operacional. Ela se desdobra como a atitude de empenho efetivo, racional e livre visando à realização pessoal e social do ser humano.²⁹⁰ “Ela é a sinergia da razão e da liberdade, em vista de discernir e promover todos os direitos e todos os deveres, de todos para todos, em cada situação e em toda conjuntura socioeconômica, política e cultural”.²⁹¹

A responsabilidade, dessa forma encarada, buscada como um ideal do qual não se pode esquivar, orientando todos os recursos humanos em prol da valorização da pessoa e da promoção do bem social, é a qualidade que melhor se adequa aos comunicadores, e mesmo a todo cidadão comum diante do universo midiático, de suas funções e de sua ação crescente e global.²⁹²

A liberdade de expressão, fruto das revoluções e acontecimentos que construíram a democracia moderna, e reconhecida na presente Instrução Pastoral como um princípio ético indispensável,²⁹³ só existe para beneficiar a sociedade democrática em sua dimensão civil e pública. Em hipótese alguma ela pode se tornar privilégio de negócios inescrupulosamente ilimitados no universo da mídia e das telecomunicações, quer seja em dimensões nacionais ou transnacionais. Segundo este documento eclesial “deve haver leis que protejam a liberdade de expressão e o direito à informação, contra toda forma de pressão econômica, política ou ideológica.”²⁹⁴

A liberdade responsável, tanto de quem comunica quanto de quem recebe a comunicação, é o caminho seguro que conduz a humanidade a uma convivência pacífica e a um progresso em todos os níveis, de todos os seres humanos e do homem todo. Como bem afirma a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, os meios de comunicação social só alcançarão o seu objetivo - fomentar o bem comum e o progresso humano – se não abusarmos da liberdade, com a qual Deus nos cumulou, mas se dela lançarmos mão com responsabilidade, não cedendo às tendências egoístas e individualistas que marcam nossa época, mas abraçando uma atitude e comportamento que abarquem toda a humanidade.

²⁹⁰ Cf. JOSAPHAT, C. *Comunicação e compromisso Social*. In: ALTEMEYER JUNIOR, F.; BOMBONATTO, V. I (orgs). *Teologia e Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2011, p. 204.

²⁹¹ Ibid.

²⁹² Cf. Ibid.

²⁹³ Cf. CP, n. 26.

²⁹⁴ CP, n. 87.

A liberdade de expressão deve vir a lume para promover o bem comum e dignificar a vida humana. Fora destes parâmetros ela trai a sua vocação primordial. É sobre o princípio ético do bem comum que discorreremos no próximo item.

2.6 Bem comum: solidariedade e comunhão

O princípio ético do bem comum, que deve ser fruto da solidariedade e da comunhão entre os seres humanos, é um princípio que tem sua origem no modo de as Pessoas da Santíssima Trindade se relacionarem e é um dos princípios éticos privilegiados pela Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, no que diz respeito aos meios de comunicação social.

Como já assinalamos no primeiro capítulo, a capacidade humana de se comunicar, cujo fim principal é a união e a solidariedade entre os homens,²⁹⁵ é, na verdade, um dom da Santíssima Trindade ao ser humano para que, ao seu exemplo, viva os valores e os princípios eternos vividos em plenitude pelas três Pessoas Divinas. “[Por sua vez], esta união e solidariedade entre os homens [...] encontra, segundo a fé cristã, seu fundamento e figura no mistério primordial da intercomunicação eterna entre o Pai, o Filho e Espírito Santo, que vivem a única vida divina.”²⁹⁶

Ainda partindo do que já dissemos na primeira parte deste nosso estudo, toda a vida intratrinitária é pautada por um dinamismo de amor recíproco, que busca sempre a realização do outro e a harmonia do todo. Este modo eternamente solidário de se comunicar das três Pessoas divinas leva em consideração a diversidade do outro e gera comunhão entre elas.

Postulamos mais uma vez que esta maneira de se relacionar da Trindade deve inspirar as relações humanas, tornando-as um acontecimento que gere alegria, compreensão mútua, inclusão e complementariedade. Numa só palavra: que gere comunhão.

A compreensão mútua e a boa vontade recíproca desabrocham naturalmente na justiça, na paz, na benevolência, na ajuda mútua, no amor e finalmente na comunhão. É por isso que os meios de comunicação social constituem um dos mais válidos recursos de que o homem pode usar para fomentar o amor, fonte de união.²⁹⁷

Sempre nesta perspectiva positiva, a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* considera os meios de comunicação social como uma dádiva divina para o ser humano e

²⁹⁵ CP, n. 8.

²⁹⁶ Ibid.

²⁹⁷ Cf. CP, n. 12.

acentuará sua fundamental importância para a promoção do bem comum, quando utilizados num espírito de solidariedade e utilizados como instrumentos que promovam a comunhão e não a separação entre os homens: “A Igreja encara estes meios de comunicação social como ‘dons de Deus’, na medida em que, segundo intenção providencial, criam laços de solidariedade entre os homens, pondo-se assim ao serviço da Sua vontade salvífica.”²⁹⁸ A comunhão aqui nada mais é do que o fruto de uma comunicação dinâmica pautada pelo amor e pela solidariedade, cujas origens emanam do próprio amor eterno de Deus.

Num contexto profundamente marcado pela supervalorização da subjetividade, como o é o nosso, o individualismo enfraquece os vínculos comunitários e provoca frequentemente um clima de despreocupação pelo bem comum na sociedade. Tal preocupação acaba cedendo à realização imediata dos desejos dos indivíduos, à criação de novos e muitas vezes arbitrários direitos individuais, em detrimento dos direitos coletivos.²⁹⁹

A compreensão da presente Instrução Pastoral, sobre o princípio ético do bem comum, segue a mesma linha dos documentos da Doutrina Social da Igreja, tais como a encíclicas do Papa João XXIII (*Mater et Magistra*³⁰⁰ e *Pacem in Terris*³⁰¹), retomada pelo Concílio Vaticano II, de modo especial pelos documentos conciliares *Dignitatis Humanae*³⁰² e a constituição pastoral *Gaudium et Spes*. Assim se expressa o Concílio:

A interdependência, cada vez mais estreita e progressivamente estendida a todo o mundo, faz com que o bem comum – ou seja, o conjunto das condições de vida social que permitem, tanto aos grupos como a cada membro, alcançar mais plena e facilmente a própria perfeição – se torne hoje cada vez mais universal e que, por esse motivo, implique direitos e deveres que dizem respeito a todo o gênero humano.³⁰³

Na atualidade, os meios de comunicação vão se revelando progressivamente como um elemento articulador da sociedade.³⁰⁴ Eles intensificam a interdependência entre as pessoas e grupos e mesmo entre as sociedades. Conforme nos afirma a presente Instrução Pastoral:

²⁹⁸ CP, n. 2.

²⁹⁹ Cf. Vª CONFERÊNCIA GERAL DO EPISCOPADO LATINO AMERICANO E DO CARIBE. *Documento de Aparecida*. 3.ed. Brasília: Edições CNBB, 2007, n. 44.

³⁰⁰ Cf. JOÃO XXIII. *Carta Encíclica Mater et Magistra*. (1961). São Paulo: Edições Paulinas, 1980, n. 62.

³⁰¹ Cf. JOÃO XXIII. *Carta Encíclica Pacem in Terris*. (1963). 3a. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1963, n. 58.

³⁰² Cf. CONCÍLIO VATICANO II. *Declaração Dignitatis Humanae*. (1965). In: DOCUMENTOS DO CONCÍLIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 1997, n. 4.

³⁰³ GS, n. 26.

³⁰⁴ Cf. PUNTEL, J. T. *Comunicação: Diálogo dos saberes na Cultura Midiática*. São Paulo: Paulinas, 2010, p. 130.

Os meios de comunicação social, mesmo quando são dirigidos apenas aos simples indivíduos enquanto tais, não deixam de atingir e afetar toda a sociedade humana. Informam, com efeito, rapidamente um vasto público sobre tudo aquilo que se passa no mundo: acontecimentos, ideias, mentalidade.³⁰⁵

Com a chegada e o avanço da internet, todos estão interligados pelas redes de computadores e muitas fronteiras são ultrapassadas fazendo do mundo literalmente uma “aldeia global”. Se em tempos não muito longínquos a *mídia* se dividia basicamente em emissor e receptor, com as novas tecnologias, mais especificamente com a realidade do ciberespaço,³⁰⁶ os limites entre agentes da comunicação e destinatários se tornaram uma linha tênue ou nem existe.

A mídia velha divide o mundo entre produtores e consumidores: nós somos autores ou leitores, emissoras e ou telespectadores, animadores ou audiência; como se diz tecnicamente, essa é a comunicação um-todos. A nova mídia, pelo contrário, dá a todos a oportunidade de falar assim como de escutar. Muitos falam com muitos – e muitos respondem de volta.³⁰⁷

Os desafios da cultura midiática atual ultrapassam o uso da tecnologia e tocam a esfera da cultura e da questão ética,³⁰⁸ já que, na atual conjuntura de nossa sociedade, os seres humanos estão imersos neste universo midiático que influencia cada vez mais cada consciência e a sociedade como um todo.

As novas tecnologias da comunicação se impõem como uma realidade essencial da sociedade industrial avançada: dos bancos de dados aos instrumentos interativos, da alta definição à realidade virtual, do satélite à fibra ótica, do telefone ao fax, ao celular e à internet. A visão atual e de futuro que se propõe à sociedade nos impele a olhar a comunicação social como um fenômeno cultural dos nossos tempos, que organiza e move a globalização, a modernidade e a pós-modernidade.³⁰⁹

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* vislumbra o papel fundamental dos meios de comunicação social neste contexto, que, se utilizados para criar laços de solidariedade entre os

³⁰⁵ CP, n. 6.

³⁰⁶ O “ciberespaço” é definido como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Cf. LEVY, P. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 2000, p. 92. Ou ainda como “um espaço de acesso livre, informal, descentrado, capaz de atender a muitas das idiosincrasias – motoras, afetivas, emocionais, cognitivas – do usuário.” Cf. SANTAELLA, L. *A comunicação a distância no mundo globalizado: mudanças paradigmáticas*. In: ALTEMEYER JUNIOR, F.; BOMBONATTO, V. I (orgs.). *Teologia e Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 201, p. 135.

³⁰⁷ DIZARD JUNIOR, W. *A nova mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000, p. 23.

³⁰⁸ Cf. PUNTEL, J. T. *Comunicação: Diálogo dos saberes na Cultura Midiática*. Op. cit., p. 130.

³⁰⁹ PUNTEL, J. T. *Comunicação: Diálogo dos saberes na Cultura Midiática*. Op. cit. p. 131.

seres humanos, estarão cumprindo autenticamente seu papel ético para que o bem comum seja promovido.

[Os meios de comunicação social] revelam-se, portanto como necessários nesta sociedade em que as solidariedades se multiplicam em intimidade e extensão. Daí a incidência que têm neste campo os princípios que regem, segundo a perspectiva cristã, a vida comum dos homens. Com efeito, estes meios técnicos, têm como finalidade ideal, dar a conhecer os problemas e aspirações da sociedade humana, para que sejam satisfeitas o mais rapidamente possível, contribuindo assim para estreitar os laços de união entre os homens. Ora, este é o princípio fundamental que determina a avaliação cristã das possibilidades que aqueles instrumentos oferecem à prosperidade do homem.³¹⁰

Diante da profunda interdependência que os meios de comunicação social submetem as pessoas e as sociedades, como um todo, a responsabilidade ética do ser humano neste contexto, de modo especial daqueles que detêm maior poder de expressão na mídia, é ainda mais exigente. A busca pelo bem comum deverá ser um critério ético indispensável, uma vez que estamos todos direta ou indiretamente interligados e que o não êxito de uma parcela da sociedade fará com que todo o corpo social padeça.

Conforme nos atesta o papa João Paulo II, diante da atual interdependência entre os seres humanos, a solidariedade é a força que nos move em direção ao bem comum. Sem esta, dificilmente alcançaremos um equilíbrio em nossas comunidades humanas.

Quando a interdependência é reconhecida assim, a resposta, correlativa, como atitude moral e social e como “virtude”, é a solidariedade. Esta, portanto, não é um sentimento de compaixão vaga ou de enternecimento superficial pelos males sofridos por tantas pessoas, próximas e distantes. Pelo contrário, é a determinação firme e perseverante de se empenhar pelo bem comum; ou seja, pelo bem de todos e de cada um, porque todos nós somos verdadeiramente responsáveis por todos.³¹¹

A determinação firme e perseverante de se empenhar pelo bem comum, eis uma definição concisa e ao mesmo tempo densa do que é a solidariedade, na visão do Beato João Paulo II. Ela é como que a alma do bem comum e conduz a humanidade à comunhão querida por Deus. Esta solidariedade é tanto mais querida e exigente quanto maior se torna o poder de influência dos meios de comunicação social sobre a vida humana, podendo contribuir para sua edificação ou para que pereça.

³¹⁰ CP, n. 6.

³¹¹ JOÃO PAULO II. *Carta Encíclica Sollicitudo Rei Socialis*. (1987). São Paulo: Edições Paulinas, 1988, n. 38.

Como enfatiza a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* e como já afirmamos no presente trabalho, o ser humano “é a norma no uso dos meios de comunicação social.”³¹². E, no amplo e complexo mundo midiático, o bem comum só será uma realidade progressivamente palpável na medida em que o ser humano for tratado como pessoa, e não como objeto; na medida em que os meios de comunicação social não tiverem outro fim, senão o respeito e a promoção da dignidade humana. Somente com este espírito é que a solidariedade terá autêntica expressão na nossa atual conjuntura de pós-modernidade. João Paulo II, referindo-se a este assunto, assim se expressará:

A prática da solidariedade no interior de cada sociedade é válida quando os seus membros se reconhecem uns aos outros como pessoas. Aqueles que contam mais, dispendo de uma parte maior de bens e de serviços comuns, hão de sentir-se responsáveis pelos mais fracos e estar dispostos a compartilhar com eles os que possuem. Por seu lado, os mais fracos, na mesma linha de solidariedade, não devem adotar uma atitude passiva ou destrutiva do tecido social; mas, embora defendendo os seus direitos legítimos, fazer o que lhes compete para o bem de todos.³¹³

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* insiste que o requisito imprescindível para uma boa avaliação dos meios de comunicação social, qualquer que seja o seu contexto, é o bem comum, fruto da solidariedade humana, resultado do trabalho em mutirão dos seres humanos. Este requisito é ainda mais indispensável, sobretudo numa época marcada pela privatização crescente dos meios de comunicação e pela mercantilização não só da notícia, mas de tudo o que se é oferecido pelo universo midiático.

No mesmo espírito do Concílio Vaticano II,³¹⁴ a presente Instrução chama a atenção para o fato de que os agentes e as empresas de comunicação têm uma grande responsabilidade no sentido de ordenar a política, a arte e a economia em direção ao bem comum.

O perigo de se fazer destes canais de comunicação meros instrumentos para satisfação de interesses pessoais ou de grupos econômicos, deixando de lado o compromisso de se construir uma sociedade mais justa e fraterna para todos, é algo grave e lamentavelmente já presente em nossas sociedades. O apelo da presente Instrução Pastoral visa uma conversão no modo de gerir os meios de comunicação que não cumprem a função social do bem comum. Em outras palavras, independentemente do instrumento de comunicação e da natureza do que se veicula (notícias,

³¹² CP, n. 14.

³¹³ JOÃO PAULO II. *Carta Encíclica Sollicitudo Rei Socialis*, n. 39.

³¹⁴ Cf. CONCÍLIO VATICANO II. *Decreto Inter Mirifica*. (1963). In: DOCUMENTOS DO CONCÍLIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 1997. n. 11.

cultura, lazer, por exemplo), o presente documento eclesial recorda que tudo isso deve contribuir para a efetivação do bem comum, conforme o conceito acima expresso. É a partir deste critério que se deve avaliar um canal de comunicação.

A apreciação global dos diversos meios, num lugar determinado, deve ser feita segundo o contributo que prestam ao bem comum; isto é, se pela qualidade da informação e emissões culturais ou recreativas, contribuem para a vida e progresso da sociedade.³¹⁵

O verdadeiro progresso,³¹⁶ do qual frequentemente fala a presente Instrução Pastoral, se refere ao progresso não só econômico do ser humano, mas, segundo a linha da Doutrina Social da Igreja, de um progresso que abarca a integralidade da vida humana, e não de um progresso que separe o econômico do humano, nem o desenvolvimento das sociedades nas quais ele se inclui:

O objeto da economia é a formação da riqueza e o seu incremento progressivo, em termos não apenas quantitativos; mas qualitativos: tudo isto é moralmente correto se orientado para o desenvolvimento global e solidário do homem e da sociedade em que ele vive e atua. O desenvolvimento, com efeito, não pode ser reduzido a mero processo de acumulação de bens e serviços. Ao contrário, a pura acumulação, ainda que em vista do bem comum, não é uma condição suficiente para a realização da autêntica felicidade humana.³¹⁷

Nas palavras do Beato João Paulo II, “o desenvolvimento não se reduz a um simples crescimento econômico. Para ser autêntico, deve ser integral, quer dizer, promover todos os homens e o homem todo.”³¹⁸ Em outras palavras, na busca pelo progresso, o que deve contar é o ser humano, seja ele individualmente, seja inserido em uma coletividade, até chegar à humanidade inteira.

Concretamente falando, o progresso da sociedade segundo a concepção da Doutrina Social da Igreja e reafirmada pela Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, desembocará obrigatoriamente no bem comum, que se traduz para todos em:

Direito à vida, ao estudo, ao trabalho e, antes desses, o direito ao nascimento, à procriação responsável; e, depois, o direito à paz, à liberdade, à justiça social; e, ainda, o direito a participar das decisões que incidem sobre a vida de cada um e a vida dos povos,

³¹⁵ CP, n. 16.

³¹⁶ Cf. Ibid. n. 13.

³¹⁷ PONTIFÍCIO CONSELHO “JUSTIÇA E PAZ”. *Compêndio da Doutrina Social da Igreja*. São Paulo: Paulinas, 2005, n. 334.

³¹⁸ PAULO VI. *Carta Encíclica Populorum Progressio*. (1967). São Paulo: Edições Paulinas, 1967, n. 14.

como o direito de professar e testemunhar, individual e coletivamente, a própria religião, sem ser discriminados ou punidos.³¹⁹

Poderíamos concluir este tópico citando mais uma vez o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, que, em 2004, referindo-se ao bem comum e retomando a doutrina da Instrução Pastoral *Communio et Progressio* sobre este tema, afirmou o seguinte sobre o amplo e complexo universo da atividade comunicativa:

[...] O princípio fundamental é este: a pessoa e a comunidade humanas são a finalidade e a medida do uso dos meios de comunicação social; a comunicação deveria fazer-se de pessoa a pessoa, para o desenvolvimento integral delas [...] O segundo princípio e complementar do primeiro: o bem das pessoas não pode realizar-se sem o bem comum das comunidades às quais elas pertencem. Esse bem comum deveria compreender-se em termos globais, como a soma total de objetivos comuns dignos, em cuja busca os membros da comunidade se comprometem conjuntamente e aos quais a comunidade mesma existe para servir.³²⁰

Em poucas palavras, “uma dupla perspectiva deve guiar a ética da comunicação social: àquela relativa à centralidade da pessoa, entendida seja como sujeito que comunica, seja como fruidora; e aquela do bem comum.”³²¹ E, como já assinalamos acima, o bem comum só será uma realidade concreta se os meios de comunicação social cumprirem sua função ética de promover os laços de solidariedade e de comunhão entre os homens. Um dos caminhos para a concretização deste ideal é a promoção da educação e da cultura para todos. Este é o assunto do próximo tópico.

2.7 Direito à educação e à cultura

Vivemos num país de grandes riquezas culturais, uma nação dotada de recursos naturais incomensuráveis, habitada por um povo criativo e alegre. Somos um país com uma história marcada por encontros e desencontros, mas, sobretudo, pela luta e pelo trabalho de tantos homens e mulheres que construíram e que constroem esta nação, frequentemente à custa de grandes embates, e até com o preço da própria vida.

³¹⁹ PAULO VI. *As comunicações sociais diante dos direitos e deveres fundamentais do homem*. Mensagem do Papa Paulo VI para o 10º dia mundial das comunicações sociais. (1976). In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II*. São Paulo: Paulus, 2010 p.133.

³²⁰ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Ética nas comunicações Sociais*, n. 21-22.

³²¹ CNBB. *A comunicação na vida e missão da Igreja no Brasil*. (Estudos da CNBB n. 101). São Paulo: Paulus 2011, n. 95.

Mas este país é também uma terra de grandes contradições: é o país da concentração de renda nas mãos de uns poucos e a pobreza da grande maioria; é uma nação marcada pela violência e pela corrupção política. Violência doméstica, violência na rua, no trânsito, na escola, nos estádios de futebol (e a lista poderia continuar). Corrupção no meio político, na polícia, na saúde, nos departamentos públicos e até mesmo em ambientes que dizem levantar a bandeira de Deus.

Mas a corrupção não nasce já crescida. Ela é, na maioria das vezes, fruto de uma série de pequenas corrupções que o ser humano foi acumulando ao longo da vida. Ela começa frequentemente dentro de casa, nas pequenas coisas do dia a dia, tais como quando se aprende com quem deveria educar que é normal se apossar do bem alheio; que é normal furar a fila do banco; trapacear os outros; encontrar sempre um modo de burlar a lei, tudo para satisfazer a interesses pessoais, e tantas outras *pequenas* corrupções cotidianas.

Muitos países não só descobriram o segredo para dirimir (ou pelo menos abrandar) contrastes tão gritantes, mas se esmeraram para concretizá-lo, já que é fonte de uma sã vida social, um caminho para o pleno exercício da cidadania de todos. Trata-se da educação e, unida a ela, a valorização da cultura. Este é um princípio ético fundamental para o desenvolvimento de qualquer nação e para dar um basta à insanidade social, política, econômica e cultural à qual frequentemente está submetido o povo, sobretudo os jovens e as crianças.

A educação e a cultura são patrimônios imprescindíveis em toda e qualquer sociedade. E o acesso a estes patrimônios deve ser priorizado por qualquer governo que se arrogue os adjetivos de sério e democrático.

Toda pessoa tem direito à instrução. A instrução será gratuita, pelo menos nos graus elementares e fundamentais. A instrução elementar será obrigatória. A instrução técnico-profissional será acessível a todos, bem como a instrução superior, esta baseada no mérito. A instrução será orientada no sentido do pleno desenvolvimento da personalidade humana e do fortalecimento do respeito pelos direitos humanos e pelas liberdades fundamentais. A instrução promoverá a compreensão, a tolerância e a amizade entre todas as nações e grupos raciais ou religiosos, e coadjuvará as atividades das Nações Unidas em prol da manutenção da paz. Os pais têm prioridade de direito na escolha do gênero de instrução que será ministrada a seus filhos.³²²

No Brasil, o texto da Constituição Federal de 1988, que é como que a carta magna, a lei maior de nosso país,³²³ assim se expressa:

³²² DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. 3.ed. São Paulo: Paulinas, 1978, art. XXVI.

³²³ Cf. CHALITA, G. *Educação: a solução está no afeto*. 10.ed. São Paulo: Editora Gente, 2004, p. 108.

A educação, direito de todos e dever do Estado e da família, será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.³²⁴

Mais adiante, referindo-se à cultura, a Constituição Federal continua:

O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais. O Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional.³²⁵

Portanto, o direito à educação e à cultura é um direito humano inalienável, explícito na Declaração Universal dos Direitos Humanos e, no Brasil (como em todos os países democráticos através de suas próprias leis), garantido pela Constituição Federal de 1988. Tal direito, exercido por cada cidadão e pela sociedade como um todo, faz progredir a sociedade e funciona como um antibiótico combatente de comportamentos e ideologias que minam o bem comum e colocam em risco a convivência social. Sem educação e sem a valorização da própria cultura (sempre em diálogo com culturas alheias), toda nação está fadada ao fracasso.

O direito à educação e à cultura é também um dos princípios éticos fundamentais para a comunicação social, segundo a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*. Meios tão potentes e cada vez mais abrangentes têm em sua posse a grande possibilidade de contribuir para o resgate da cidadania, para a justiça social e para a reestruturação da sociedade, se colocarem o ser humano no centro de seus interesses e, portanto, se se colocarem a serviço da educação e da cultura.

Os meios de comunicação social têm um papel cada vez mais importante no vasto domínio da educação. Em muitos países, os meios audiovisuais, os "videocassetes", o rádio e a televisão, tornaram-se instrumentos de ensino, possibilitando uma maior divulgação do trabalho dos especialistas. Noutras partes, estes meios são utilizados como complemento dos métodos habituais de ensino, dando aos adultos a possibilidade de atualizar a sua instrução. Nas regiões com poucas possibilidades de escolarização, oferecem vantagens sobre diversos aspectos: educação religiosa, formação de base, luta contra o analfabetismo, ensino de técnicas agrícolas, medicina, higiene e métodos de desenvolvimento comunitário. Na medida do possível, tal trabalho deveria promover a criatividade e apresentar-se como verdadeiro diálogo. Deste modo, o aluno não se limitaria a amontoar conhecimentos, mas aprenderia a exprimir-se, utilizando estes mesmos meios.³²⁶

³²⁴ CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL (1988). 5.ed. São Paulo: Editora Atlas, 1995, art. 205.

³²⁵ Ibid., art. 215.

³²⁶ CP, n. 48.

Toda comunicação deve vislumbrar a educação, já que é um fenômeno que perpassa todos os ambientes da sociedade e vai adquirindo um poder de influência cada vez mais poderoso nas consciências e nas comunidades humanas em geral. Esta educação não se limita ao aspecto cognitivo do processo educacional, mas deve abarcar o desenvolvimento integral do ser humano. Em outras palavras, a educação deve, sim, levar os educandos a conhecimentos científicos e técnicos, mas deve incluir em seu processo o incentivo à cultura, o exercício da cidadania, a educação para o convívio social, o cuidado para com os bens criados, a liderança com espírito de serviço, a solidariedade para com os mais frágeis e indefesos, o ingresso no mercado de trabalho, a honestidade e tantas outras formas de conhecimento e experiências humanas que otimizam a convivência social.³²⁷

Nem sempre os que detêm canais de comunicação se dão conta do poder que exercem sobre a sociedade e dos perigos a que incorrem caso utilizem estes meios irresponsavelmente. “Isso é ainda mais grave quando se pensa no poder de um veículo como a televisão que, nas últimas décadas do século, exerceu hegemonia na organização do espaço público contemporâneo em todo o mundo, e, de modo mais marcante, no Brasil.”³²⁸

Só para melhor ilustrar, já que a Instrução Pastoral cita a televisão como possível instrumento de educação e cultura (a internet estava ainda sendo gerada), poderíamos citar alguns dados sobre o poder da televisão na vida do público.

O primeiro deles nos dado pelo professor Lourenço Mika. Segundo este autor, antes da chegada da TV (até 1970), a maior influência na educação das crianças e adolescentes do Brasil era da família (75%); em segundo lugar da escola (10%); em terceiro lugar da Igreja (9%) e, por último da sociedade (6%). Depois do aparecimento da TV (após os anos 70), este quadro muda abruptamente: a maior influência sobre a educação chega pelos meios de comunicação (80%) e os restantes 20% são efetivados pela família, escola e Igreja.³²⁹

³²⁷ Cf. CHALITA, G. Op. cit., p. 105.

³²⁸ BUCCI, E. Op. cit., p. 162.

³²⁹ Cf. MICA, L. *Processo da comunicação*. Disponível em: <<http://www.maikol.com.br/subpages/apostila2.htm>>. Acesso em: 25 de setembro de 2011, 20:02:02, p. 5.

O segundo dado nos é dado por Fernanda Mena. Segundo esta autora: “Das 24 horas do dia, o brasileiro passa, em média, cinco diante da TV. São 76 dias por ano dedicados ao cubo mágico. Um ano de sofá e controle remoto a cada cinco.”³³⁰

Um último exemplo nos apresenta uma informação interessante, e ao mesmo tempo preocupante, sobre a relação entre a criança e a televisão:

Num país em que as crianças passam cada vez mais tempo em frente à televisão, se faz necessário discutir a respeito dessa relação Criança-TV. Todos os dias, a cena se repete: ao voltar da escola, a criança larga a mochila no chão e, em seguida, liga a TV. Temos que salientar que não é hábito somente das crianças, todos nós estamos muito ligados à televisão. É importante considerar que ela nos mantém informados e é um avanço tecnológico imensurável. Segundo dados do IBOPE, as crianças brasileiras passam em média 5 horas diárias em frente da TV e assistem aproximadamente 40 mil propagandas em 1 ano. A criança tem normalmente uma atitude passiva vendo TV, não lhe é exigido nenhum esforço mental, nenhum trabalho criativo, enfim, ela não precisa nem pensar. A TV proporciona companhia imediata e mecânica. Não é mais preciso chamar o amiguinho da rua, não existe relacionamento, também não é preciso criar nada, as coisas já vêm prontas. Diante disso, vemos crianças apresentando problemas de coordenação motora ampla e fina, problemas para escrever e dificuldades para manter atenção e concentração nas atividades escolares. A criança tem necessidade de desenvolver as habilidades próprias da natureza humana, ou seja, interagir com as pessoas, com as coisas que a natureza oferece e, através dessa interação, desenvolver-se. A primeira infância é marcada pela fragilidade de suas estruturas de personalidade ainda em formação. Até os 4 anos, a criança não consegue diferenciar propagandas de programas, e, conforme as pesquisas, bastam 30 segundos para uma marca influenciá-la. Enquanto assistem a programas infantis veiculados pelas emissoras de TV, nos intervalos comerciais, a educação para o consumismo vai se instalando de forma poderosa. Não podemos confundir o sentido da vida e da felicidade com consumismo. Temos que analisar qual a influência de tal exposição na subjetividade de uma criança. Darcy Ribeiro, um dos maiores educadores do Brasil, dizia: “Enquanto num turno a escola educa, no contraturno a TV deseduca.”³³¹

Poderíamos citar ainda outros meios de comunicação, de modo especial a internet, mas este não é o objeto de nossa pesquisa. Os exemplos acima nos servem apenas como alertas, para que a sociedade como um todo se dê conta do poder dos meios de comunicação e os utilizem como instrumentos que promovam a educação e a cultura, e não a alienação e a passividade.

Esta importância dos meios de comunicação para a educação é tal que deu gênese, na década de oitenta, a uma nova ciência cuja expressão vem ganhando força no universo da educação. Trata-se da “Educomunicação”:

³³⁰ MENA, F. *Semana sem TV*. OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/fernanda-mena--27237>>. Acesso em: 03 de setembro 2011, 09:25:13.

³³¹ WOLFF CISZ, B. *Criança e televisão*. Disponível em: <<http://www.zigzigzaa.com.br/espaco-da-pedagoga/crianca-e-televisao/>>. Acesso em: 03 de setembro 2011, 09:29:45.

[Em síntese], é possível conceber a Educomunicação como uma área que busca pensar, pesquisar, trabalhar a educação formal, informal e não formal no interior do ecossistema comunicativo. Posto de outro modo, a comunicação deixa de ser algo tão somente midiático, com função instrumental, e passa a integrar as dinâmicas formativas, com tudo o que possa ser carreado para o termo, envolvendo desde os planos de aprendizagem (como ver televisão, cinema, ler o jornal, a revista; a realização de programas na área do audiovisual, da internet), de agudização da consciência ante a produção de mensagens pelos veículos; de posicionamento perante um mundo fortemente editado pelo complexo industrial dos meios de comunicação.³³²

A visão que a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* tem dos meios de comunicação como instrumentos que possibilitam a potencialização da educação e a divulgação da cultura, mesmo sendo anterior ao processo que deu origem a esta nova ciência, está em profunda conexão com o conceito de Educomunicação. Num mundo perpassado pelos meios de comunicação social, onde, sobretudo os jovens e as crianças, se sentem cada vez mais fascinados e atraídos por esta cultura midiática, a relação entre educação e comunicação, de fato, tende a se estreitar e a se interdepende cada vez mais.

Segundo o Dr. Ismar de Oliveira, a junção destas duas áreas de conhecimento (educação e comunicação) só é possível a partir do diálogo entre dois valores fundamentais e irrenunciáveis:

O primeiro afirma que a educação só é possível enquanto ‘ação comunicativa’, uma vez que a comunicação configura-se, por si mesma, como um fenômeno presente em todos os modos de formação do ser humano [...] O segundo axioma afirma que toda comunicação – enquanto produção simbólica e intercâmbio/transmissão de sentidos – é, em si, uma “ação educativa”. No caso, diferentes modelos de comunicação determinariam resultados educativos distintos.³³³

Profundamente ligada à educação, está a realidade da cultura, já que a difusão da cultura nacional e o respeito pela história de cada povo são fundamentais para a educação.³³⁴ Como afirmamos acima, a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, apresenta o direito à educação e à cultura como primordial para o progresso da humanidade e para a justiça social:

Acresce ainda que os meios de comunicação social, sendo, já em si mesmos, elemento e manifestação da cultura moderna, põem, além disso, à disposição de grande parte da sociedade (e, brevemente, talvez da sociedade inteira), as grandes obras artísticas e culturais da humanidade. Enriquecimento este que pertence tanto ao autêntico progresso da sociedade humana, como à abolição das desigualdades econômico-sociais.³³⁵

³³² CITELLI, A. O.; CASTILHO COSTA, M. C. (orgs). *Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento*. São Paulo: Paulinas, 2011, p. 8.

³³³ DE OLIVEIRA SOARES, I. *Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação*. São Paulo: Paulinas, 2011, p. 17.

³³⁴ Cf. CHALITA, G. Op. cit., p. 109.

³³⁵ CP, n. 49.

Hoje, com as tecnologias cibernéticas, é possível visitar qualquer museu ligado à rede, no Brasil e no mundo; consultar bibliotecas; assistir a filmes, a peças teatrais, a grupos musicais e de dança. É possível ter acesso às muitas riquezas culturais da própria nação e de outros povos. Ou ainda se inteirar das conquistas e dos dramas humanos; assistir a vídeos educativos e interagir com outros usuários; aprender novas línguas; e, ultimamente, até mesmo se formar em alguma faculdade pelo sistema semipresencial de educação pela internet. As possibilidades são verdadeiramente incontáveis e o acesso a este leque infindável de riquezas culturais deve ser plenamente democratizado, sempre com um senso de responsabilidade e de capacidade crítica.

Uma vez que estes meios contribuem grandemente para o enriquecimento da cultura contemporânea, os informadores devem ter presente que todos os homens têm direito a esta cultura. Portanto, não hesitem em usar os chamados "Mass Media" para que possam atingir público mais numeroso. Tais meios permitem ainda responder às necessidades e interesses dos diferentes campos da cultura, na medida em que apresentam, de modo competente e interessante, o fruto das diversas artes liberais. Qualquer homem poderá assim facilmente, usando estes meios, enriquecer a sua cultura, contanto que mantenha sempre uma atitude crítica, e frequente confronto de pontos de vista com outras pessoas.³³⁶

Por fim, a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* foi feliz ao incluir em sua reflexão sobre o princípio ético da educação e da cultura, no amplo universo dos instrumentos de comunicação, o aspecto lúdico deste direito. Sobretudo em nossas sociedades urbanizadas, onde o ritmo acelerado da vida, os transtornos causados pelo tráfego intenso de transportes, o estresse próprio das grandes cidades, entre outros, tendem a deixar as pessoas muito tensas e indispostas.

Não se pode esquecer que o primeiro objetivo de muitas obras primas - em música, teatro ou literatura - foi divertir ou entreter o público; tais diversões, portanto, muito podem contribuir para a cultura. Ora, nos tempos de hoje, graças aos meios de comunicação, as melhores manifestações artísticas estão à disposição, para descanso e prazer, de um número crescente de pessoas que deles têm necessidade no meio de sociedade tão complicada. É importante tal descanso, enquanto liberta o homem do peso das preocupações quotidianas e ocupa, de modo útil, o tempo livre. Presta, portanto, grande serviço aos nossos contemporâneos a variedade de iniciativas que contribuem para a ocupação dos tempos livres.³³⁷

O presente documento eclesial, porém, não deixa de advertir para os perigos que possam ameaçar aqueles que não colocam limites à busca desenfreada por diversão, deixando em segundo plano responsabilidades primordiais do dia a dia: “Deverão, contudo, os leitores ou

³³⁶ CP, n. 50.

³³⁷ Ibid. n. 52.

espectadores saber-se regular, de modo que não se deixem absorver pela beleza ou curiosidade e venham a descuidar os seus deveres principais ou perder tempo.”³³⁸

Como podemos constatar, a Instrução Pastoral vê com otimismo os canais de comunicação, desde que empregados com responsabilidade e em vista do desenvolvimento integral do ser humano.

Os meios de comunicação são uma novidade para a humanidade de hoje, uma vez que se dirigem simultaneamente a um número incontável de pessoas. Podem, sem dúvida, enriquecer a humanidade, mas também a podem empobrecer, quando se adaptam às exigências menos sérias e dignas dos ouvintes ou leitores. Quando o homem lhes dedica demasiado tempo, facilmente fica impedido de ocupar as suas capacidades em objetivos mais exigentes.³³⁹

Na relação entre estes meios e a realidade da educação e da cultura, o presente documento eclesial entrevê, como já afirmarmos, possibilidades imensas para o progresso da humanidade e, da mesma forma, para a promoção do bem comum, já que aperfeiçoam e tornam mais rápidos o acesso do ser humano à educação e à cultura.

Somente um povo que tem acesso à educação integral de qualidade e à cultura pode ser protagonista na construção de uma sociedade democrática, consciente e solidária. Somente com a educação poderemos formar nossos jovens para a plena cidadania. Cidadania que significa, entre outros: “A consciência de direitos e deveres, a possibilidade de participar de pleitos decisórios, o direito à voz, à manifestação do próprio pensamento, o preparo para a autonomia, para a independência [...]”³⁴⁰

Ou ainda, como nos atesta Mário Sérgio Cortella, ao relacionar cidadania plena e política: “Para nós, quando falamos, na política, em cidadania plena, estamos nos referindo a escola de qualidade para todos, atendimento de saúde adequado, possibilidade de trabalho digno etc. Em resumo, nós mesclamos a noção de cidadania com direitos humanos e direitos sociais.”³⁴¹

Começamos este tópico falando das contradições presentes num país tão rico e belo como o nosso. Contradições estas presentes também em tantas outras nações e culturas, sobretudo na América Latina. Terminamos esta parte de nosso trabalho fazendo nossas as palavras de Chalita. Palavras que servem para todo e qualquer povo:

³³⁸ CP, n. 52.

³³⁹ Ibid., n. 53.

³⁴⁰ CHALITA, G. *Educação: a solução está no afeto*. 10.ed. São Paulo: Editora Gente, 2004, p. 105.

³⁴¹ CORTELLA, M. S.; JANINE RIBEIRO, R. *Política para não ser idiota*. 4.ed. Campinas: Papirus 7 Mares, 2010, p. 44.

Falar sobre educação é expressar a única alternativa política e social para que este país encontre a dimensão de sua grandeza e para que o povo que aqui vive encontre dignidade.³⁴²

A seguir, desenvolveremos o tema da publicidade, encarada pela Instrução Pastoral *Communio et Progressio* como um instrumento cujo espírito deve ser o de serviço ao ser humano, cuja base de atuação seja a verdade e o respeito pela dignidade humana.

2.8 A Publicidade a Serviço do Ser humano

Referindo-se à atividade publicitária, a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* insistirá no fato de que o vetor de toda atividade ligada a este tema deve ser a verdade, sempre conforme à dignidade humana e objetivando o bem comum. Em outras palavras, a publicidade deve estar a serviço do homem e não o contrário.

Campanhas e propagandas só serão lícitas na medida em que os seus objetivos e métodos sejam conformes à dignidade do homem, estejam ao serviço da verdade, ou das causas que contribuem para o bem comum dessa nação e do mundo inteiro, dos indivíduos e dos grupos.³⁴³

Como bem afirma o presente documento eclesial, a publicidade tem uma função importante no desenvolvimento da vida social, sobretudo no atual contexto de nossas sociedades modernas. Trata-se de uma realidade onipresente e profundamente influenciadora no ritmo e estilo de vida das pessoas. O papa Paulo VI expressou o seguinte a este respeito:

Hoje, ninguém pode fugir da sugestão da publicidade, porquanto, mesmo prescindindo do conteúdo das suas mensagens, ela apresenta, ou, pelo menos, inspira-se em determinadas visões do mundo, que solicitam inevitavelmente o cristão, o seu juízo, o seu modo de agir; a publicidade, além disso, assume uma importância cada vez mais crescente, porque, em grande parte, os financia e se serve deles, no desenvolvimento dos meios de comunicação, incidindo de maneira direta e de formas por vezes perigosas sobre a orientação e sobre a sua liberdade.³⁴⁴

Logicamente a publicidade é vista pela Igreja com benevolência. Ela pode ser um instrumento que viabiliza e movimenta o comércio, que faz avançar o progresso tecnológico e

³⁴² CHALITA, G. Op. cit., p. 12.

³⁴³ CP, n. 29.

³⁴⁴ PAULO VI. *A publicidade nas comunicações sociais: vantagens, perigos, responsabilidades*. Mensagem do Papa Paulo VI para o 11º dia mundial das comunicações sociais. 1977. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II*. São Paulo: Paulus, 2010. p. 138.

instiga o desenvolvimento de uma nova visão do conhecimento com base no mundo da imagem. Para além de tudo, a publicidade tem o poder de promover o emprego e facilita o abastecimento de produtos de consumo e de serviços aos cidadãos.

A importância da publicidade na sociedade moderna é cada vez maior. Por toda a parte faz sentir a sua presença, de maneira que não podemos escapar à sua influência. É certo que pode prestar múltiplos benefícios: informa os compradores sobre gêneros e serviços que se encontram no mercado; promove uma maior distribuição dos produtos, contribuindo assim para o que não pode deixar de reverter em bem de todo o povo.³⁴⁵

Na mesma linha de pensamento, o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, num outro documento, irá afirmar que a publicidade, como sistema, “pode desempenhar um importante papel no processo que permite a um sistema econômico, inspirado pelas normas morais e sociais do bem comum, contribuir para o progresso da humanidade.”³⁴⁶ Como podemos perceber, a presente Instrução sabe reconhecer os pontos positivos da publicidade (e a Igreja como um todo, sobretudo a partir do Concílio Vaticano II o fará), porém alerta-nos diante do perigo ao qual pode submeter a sociedade quando mal utilizada:

Benefícios [acima citados], portanto, inteiramente aceitáveis, contanto, porém, que se respeitem duas condições: primeiro, que fique sempre salvaguardada a liberdade de escolha - mesmo quando se apela a necessidades primárias do consumidor para estimular a compra; segundo, que ao fazer valer o produto se não saia da verdade própria deste tipo de comunicação.³⁴⁷

Num mundo marcado pela ideologia do neoliberalismo, o sistema publicitário pode trair a sublimidade de sua vocação, como instrumento para o bem comum e para a promoção da dignidade do ser humano, e se enveredar pelo caminho da imoralidade. Em outras palavras, a publicidade, se mal administrada, pode se tornar um veneno para a vida social, sobretudo para aquelas realidades sociais mais precárias.

Em contraposição, o uso prudente da publicidade pode contribuir para o melhoramento do nível de vida dos povos em via de desenvolvimento. Mas pode também causar-lhes grave prejuízo, se a publicidade e a pressão comercial se tornam de tal maneira irresponsáveis, que as comunidades, que se esforçam por sair da pobreza e elevar o seu nível de vida, vão procurar o progresso na satisfação de necessidades que foram criadas artificialmente. Deste modo, grande parte dos seus recursos são desaproveitados, ficando

³⁴⁵ CP, 59.

³⁴⁶ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Ética da Publicidade*. (1997). São Paulo: Paulinas, 1997, n. 5.

³⁴⁷ CP, n. 59.

relegado, para o último lugar, o autêntico desenvolvimento e a satisfação das verdadeiras necessidades.³⁴⁸

A ética deixa de existir quando os anúncios publicitários incentivam a aquisição de produtos nocivos ao ser humano. Ou ainda quando, aproveitando da ignorância ou ingenuidade do público, estimulam necessidades falsas, aconselhando mercadorias supérfluas, sem uma verdadeira utilidade, privando os menos avisados de serviços e produtos de necessidade básica. Agridem a ética os anúncios publicitários que divulgam promessas falaciosas, atribuindo um valor ou uma qualidade ao produto que, na verdade, não existe; quando aproveitam das contingências humanas para explorar, como nos afirma o presente documento eclesial, tendências menos nobres do ser humano. Tais atitudes são antiéticas, ferem a dignidade do ser humano e deterioram a edificação social. Além disso, fazem despontar o descrédito do público diante do comunicador, da empresa que viabiliza o produto em questão, bem como do instrumento que comunica a publicidade.³⁴⁹

O presente documento eclesial continua a reflexão sobre a publicidade afirmando:

Sobretudo deve-se evitar a publicidade que fere o pudor, explora o instinto sexual para fins comerciais ou influencia o subconsciente, de tal modo a violentar a liberdade dos compradores.³⁵⁰

O exagero da sensualidade e o apelo à violência, fenômenos frequentemente explorados pela publicidade e a ela aliados, devem preocupar a sociedade como um todo, pois ferem a dignidade humana, sobretudo quando expõem jovens e crianças, ainda em processo de maturação, além de criarem um clima de insanidade moral e psicológica que faz regredir a humanidade em sua busca pelo bem e pela verdade.

Hoje em dia, quase tudo apela à sensualidade. Basta assistir a um pouco de televisão, navegar pela internet ou dar uma olhada nas publicidades em nossas ruas e praças. Logicamente há muita coisa boa nos meios de comunicação, entretanto, frequentemente, movidos pela lógica do mercado - onde não se visa a verdade, mas o lucro - os meios de comunicação podem ceder à tentação de satisfazer a estes interesses meramente econômicos e difundir publicidades e programações que tornam a nossa sociedade ainda mais doente e menos instruída. É preciso

³⁴⁸ CP, n. 61.

³⁴⁹ Cf. Ibid., n. 60.

³⁵⁰ Ibid.

romper com esta lógica que destrói a beleza das várias dimensões humanas, e, de um modo todo especial, a da sexualidade.

A pornografia e a exaltação da violência são velhas realidades da condição humana, que evidenciam a componente mais torpe da natureza humana decaída pelo pecado. Durante o último quarto de século, adquiriram uma amplitude nova e passaram a constituir um sério problema social. Enquanto cresce a confusão a respeito de normas morais, as comunicações tornaram a pornografia e a violência acessíveis ao grande público, inclusive às crianças e aos jovens. Este problema, que antes permanecia confinado no âmbito dos países ricos, começou, com a comunicação moderna, a corromper os valores morais das nações em desenvolvimento.³⁵¹

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* defende que os próprios agentes de publicidade devem estabelecer limites à sua ação, para resguardar a dignidade humana e não prejudicar a sociedade com possíveis produtos e serviços nocivos aos seres humanos.

Infelizmente, porém, o interesse pelo lucro, como acima afirmamos, faz com que muitos publicitários assumam uma atitude pautada pela filosofia do: “os meios justificam os fins”. Inescrupulosamente, os interesses da publicidade podem ser reduzidos a comerciais ou lucrativos, ideológicos e políticos. Contra este perigo, assim se manifesta o Departamento de Comunicação Social da Conferência Episcopal Latino-Americana:

A publicidade, feita com todo o luxo pelas empresas poderosas, desequilibra a justa competência, aumentando a ganância de uns poucos, favorecendo tendências monopolistas e seduzindo o povo com o ideal de uma sociedade consumista, que reduz todos os valores humanos ao econômico (cf. DP 1073). A pouca formação do público e a falta de senso crítico tornam mais fácil a montagem de muitas campanhas desse tipo.³⁵²

Não raras vezes a possibilidade de manipular a informação a partir da propaganda é um fenômeno real diante do qual o ser humano deve se precaver. Do contrário, iludido por uma falsa liberdade – fruto da manipulação de propagandas e publicidades que condicionam escolhas e comportamentos humanos – o ser humano, sem se dar conta, é profundamente ferido em sua dignidade.

A advertência acima tem um peso ainda mais significativo nesta sociedade de consumo na qual estamos inseridos, uma vez que hoje em dia, a publicidade se manifesta mais como força de sedução do que como sistema de informação. Não é uma publicidade voltada para informar

³⁵¹ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Pornografia e violência nos meios de comunicação: uma resposta pastoral*. (1989). São Paulo: Paulinas, 1989, n. 6.

³⁵² DECOS-CELAM. *Para uma Teologia da comunicação na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1984, n. 51.

sobre os aspectos da mercadoria ou do serviço, mas focada na personalidade e nas fragilidades do receptor.

Hoje, pais que se orgulham de não presentear seus filhos com espingardinhas de plástico para não ensiná-los a ter atitudes violentas orgulham-se também de poder comprar equipamentos caros que, acoplados à televisão, oferecem não apenas pistolas automáticas, mas aviões de guerra, tanques, morteiros e até bombas. As crianças não têm direito a ganhar de Natal um revólver e um chapéu de xerife, mas podem aprender a matar zumbis (como no vídeo game *Resident Evil II*) e soldados comunistas (em *007*). De outro lado, a publicidade as ensina a fumar e beber, com marcas de cigarro estampando o macacão dos ídolos de Fórmula 1 e atrações culturais as mais diversas. As propagandas na TV ensinam que ter um tênis caro é mais importante do que ser solidário.³⁵³

Dentre outros vários tipos possíveis de publicidade antiéticas está na moda um que lança mão de uma linguagem audiovisual agressiva, com informações que interessam o publicitário em letras garrafais, mas que, em contrapartida, coloca em letras minúsculas para o cidadão - e numa velocidade que inviabiliza qualquer possibilidade de leitura – aquilo que são os limites da compra daquele produto.

Outras publicidades, como aquelas das cervejas, apresentam sempre seus atores felizes, com corpos esbeltos, num clima de harmonia universal, quando a realidade da vida é totalmente outra. Não é preciso muito esforço para constatar o quanto a bebida alcoólica no Brasil tem causado desarmonia em muitas famílias, violências de todo tipo e prejuízos irremediáveis para a saúde de muitos, além, claro, de tantas mortes que poderiam ser evitadas.

Propagandas e publicidades que geram violência e preconceitos, que enganam, que omitem a verdade, que deturpam a realidade deveriam ser extirpadas dos meios de comunicação. O prejuízo não é só para a pessoa, vítima destas armadilhas, mas para toda sociedade.

Há tipos de propaganda absolutamente inadmissíveis e diretamente opostos ao bem comum: propagandas, por exemplo, que usam métodos de persuasão onde uma resposta pública e aberta não é possível; que deturpam a realidade ou difundem preconceitos; que espalham meias verdades, instrumentalizam a informação ou omitem elementos importantes. Todos estes métodos, enfim, que inibem a liberdade de discernimento crítico, devem ser rejeitados. Este problema é tanto mais grave, quanto certas ciências humanas, por exemplo a psicologia e o próprio progresso dos métodos de comunicação social, conferem cada vez mais poder e influência às técnicas da propaganda.³⁵⁴

³⁵³ BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008, p. 161.

³⁵⁴ CP, n. 30

Joana Puntel faz uma crítica a este parágrafo da presente instrução pastoral, ao afirmar que ele está repleto de um idealismo que não prevê a complexidade do contexto político, econômico e ideológico no qual a Igreja estava inserida quando a presente Instrução Pastoral veio a lume. Assim se expressa J. Puntel: “neste contexto de ‘idealismo’, o documento [também] negligencia a função ideológica que os meios de comunicação de massa devem ter.”³⁵⁵ Voltaremos a este assunto na introdução do terceiro capítulo. Por hora, continuamos nossa reflexão sobre a publicidade como serviço à humanidade.

De fato, muitas empresas e grupos, para satisfazer sua busca desenfreada por lucro, ou para resolver suas crises financeiras, são frequentemente tentados a recorrer a uma publicidade falaciosa e manipuladora.

As grandes somas de dinheiro gastas na publicidade ameaçam até os próprios fundamentos dos meios de comunicação. O público, com efeito, fica à vezes com a impressão de que a função de tais meios se reduz praticamente a estimular as necessidades do homem, fazendo-o comprar artigos divulgados. Além disso, dada a pressão e procura econômica, é ameaçada a liberdade dos meios de comunicação.³⁵⁶

Publicidade em vista do lucro ou em vista de sanar dificuldades financeiras da empresa de comunicação gera uma sociedade doente, porque trata o ser humano como objeto. Este tipo de comportamento trai a função primordial das comunicações sociais de promover o bem comum, a dignidade da pessoa humana e o progresso das sociedades, porque distorce, manipula e engana o destinatário.

Como nos afirma a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*:

[...] É verdade que estes [os meios de comunicação], só podem muitas vezes subsistir economicamente devido aos subsídios da publicidade o que, por outro lado, vai abrir a porta aos monopólios, prejudicando o direito à informação e dificultando o intercâmbio e diálogo social.³⁵⁷

Entretanto, em nenhuma hipótese a verdade, o respeito pela dignidade humana e o bem comum podem ser sacrificados em nome do capital.

A ética lembra que em face dessa situação a empresa de comunicação deve resolver os seus problemas econômicos sem inverter a escala de valores, qual seja, substituindo o ideal da verdade pelo lucro. Urge que as empresas de comunicação respeitem por igual os princípios éticos da informação e os que devem presidir a atividade empresarial. O

³⁵⁵ PUNTEL, J. P. *A Igreja e a democratização da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1994, p. 68.

³⁵⁶ CP, n. 62.

³⁵⁷ Ibid.

capital de base da empresa de comunicação deve ser a verdade, em função da qual todos os eventuais benefícios econômicos são automaticamente justificados.³⁵⁸

Como já salientamos no tópico sobre o direito à verdade, a transparência e a seriedade dos canais de comunicação é que garantirão a fidelidade do público e, portanto, sustentarão, a longo prazo, a empresa de comunicação. Como bem afirma o Papa Paulo VI, a publicidade “deve ser verdadeira, prudente, respeitosa do homem e dos seus valores essenciais, atenta na escolha das circunstâncias e dos modos de apreciação.”³⁵⁹ Somente assim ela será de fato uma realidade a serviço da humanidade, contribuindo para a comunhão e para o progresso humano.

Considerações finais ao capítulo

Neste segundo capítulo, num primeiro momento, procuramos explicitar o duro, progressivo e sempre necessário caminho de aproximação e de reconciliação entre a Igreja e o universo das comunicações sociais. Por esta síntese histórica buscamos ainda demonstrar as razões de nossa escolha da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, uma vez que este documento eclesial, por sua abertura, acolhida e apreço pela comunicação, significou o marco de uma nova era no relacionamento entre a Igreja e o *mass media*.

Num segundo momento, evidenciamos alguns princípios éticos que subjazem à Instrução Pastoral *Communio et Progressio* propriamente ditos: o direito à informação e a informar, o direito à verdade, o respeito à dignidade humana, a liberdade responsável, o bem comum, o direito à educação e à cultura e a publicidade a serviço do ser humano. Estes foram apresentados como frutos da experiência da Igreja, de sua reflexão constante da Palavra de Deus, de modo especial do Evangelho, e do seu confronto com a realidade do ser humano, nos vários contextos sociais onde está presente. Neste capítulo buscamos elucidar o valor perene de tais princípios para a realidade complexa e ao mesmo tempo promissora da cultura midiática hodierna.

Enfatizamos nesta parte de nossa pesquisa que os meios de comunicação social não podem ser instrumentos a serviço do mercado, de interesses meramente pessoais ou de grupos, mas devem estar a serviço do bem comum, da dignidade humana, ajudando os indivíduos a

³⁵⁸ BLÁZQUEZ, N. *Ética e Meios de Comunicação*. São Paulo: Edições Paulinas, 2000, p. 87.

³⁵⁹ PAULO VI. A publicidade nas comunicações sociais: vantagens, perigos, responsabilidades. Mensagem do Papa Paulo VI para o 11º dia mundial das comunicações sociais. (1977). In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II*. São Paulo: Paulus, 2010, p. 138.

viverem bem e a agirem como pessoas em comunidade, imitando em suas relações a comunicação amorosa que perpassa a vida intratrinitária.

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* contempla outros princípios éticos fundamentais para a comunicação social. Entretanto, acreditamos que os princípios acima elencados abrangem direta ou indiretamente todos os outros, tais como a justiça, a subsidiariedade,³⁶⁰ a igualdade e tantos outros.

Insistimos no fato de que tais princípios, latentes nesta Instrução e desenvolvidos na presente etapa de nosso estudo, elucidam a maneira da comunicação trinitária. Em outras palavras, eles revelam o estilo próprio das três Pessoas divinas de se comunicarem e são, ao mesmo tempo, inspiração e modelo, para que também a comunidade humana construa a sua atividade comunicativa.

No último capítulo deste nosso estudo, após fazermos uma breve análise do atual cenário de nossas sociedades, temos a intenção de confrontar os princípios éticos aqui desenvolvidos - de maneira geral - a este contexto, e elucidar que tais princípios são profundamente atuais e necessários para os meios de comunicação e que só a partir deles poderemos vislumbrar uma verdadeira comunhão e um autêntico progresso da sociedade humana.

Este caminho ético é uma alternativa, um paradigma que ajuda o ser humano a se recolocar nos trilhos da vocação primordial à qual Deus o chamou: uma comunicação que gera comunhão.

³⁶⁰ Cf. CP, n. 86.

CAPÍTULO III

ATUALIDADE DA ÉTICA DA COMUNICAÇÃO A PARTIR DA INSTRUÇÃO PASTORAL *COMMUNIO ET PROGRESSIO* (PCMCS)

Introdução ao capítulo

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* veio a lume em maio de 1971, década de grandes mudanças paradigmáticas na forma de conceber o mundo, o homem e Deus.

Neste processo, os meios de comunicação, com o seu acentuado e veloz desenvolvimento, tornaram ainda mais rápida esta ebulição - aparentemente pacata, mas sem precedentes - de mudanças no pensamento, nos comportamentos, enfim, na forma de o ser humano se conceber e conceber o universo que o cerca.

O texto da Instrução Pastoral *Communio et Progressio* reflete uma visão bastante otimista desta sociedade em rápida e profunda transformação. Como já afirmamos, este documento eclesial é a mais positiva manifestação da Igreja em relação aos meios de comunicação, desde a época o surgimento da Imprensa.

Os meios modernos de comunicação reúnem os homens do nosso tempo, como que em mesa redonda, para o convívio fraterno e a ação comum. Na verdade, estes meios suscitam e difundem por toda parte relações entre os homens e promovem diálogo público e universal. A torrente de informação e opinião, assim movimentada, faz de cada homem um participante no drama, nos problemas e dificuldades do gênero humano; participação que cria, por sua vez, as condições necessárias para a compreensão mútua, que conduz ao progresso de todos.³⁶¹

Entretanto, talvez pelo fato de vir à luz justamente nos primórdios de uma mudança silenciosa, mas bem enraizada no espírito humano, em nível mundial, o modo de este documento enxergar o contexto no qual os meios de comunicação estão inseridos, parece ainda bastante desprovido daquela astúcia tão necessária num mundo marcado por competições e interesses de todos os tipos. José Marques de Melo classificará esta atitude da Igreja como “deslumbramento ingênuo”, onde a Igreja, após um período de censura e de desconfiança, respectivamente falando, em relação aos meios de comunicação, assume uma postura completamente oposta (bastante presente na Instrução pastoral *Communio et Progressio*), encarando estes instrumentos sem um necessário e autêntico espírito crítico.³⁶²

³⁶¹ CP, n. 19.

³⁶² Cf. DE MELO, J. M. *Comunicação Ecclesial: utopia e realidade*. São Paulo: Paulinas, 2005, p. 25-26.

Retomando ao que acenamos no final do capítulo anterior, quando Joana Puntel se referia a um certo idealismo presente na Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, ainda segundo esta autora, “o [presente] texto trata da mídia como se ela fosse destinada a desenvolver-se numa sociedade na qual não há tensão interna.”³⁶³ E continua com uma afirmação bastante pertinente:

Os sete anos empregados na preparação do documento [da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*] não foram suficientes, na verdade, para que a Igreja, em suas várias instâncias, descobrisse a íntima relação entre comunicação social e política: a comissão não conseguiu alcançar os aspectos políticos da mídia. De fato, o documento trata da comunicação sem referir-se à sua dimensão política e econômica. A esse respeito, pode-se questionar como a Igreja pôde atribuir uma função social aos instrumentos de comunicação, para promoverem a “comunhão” e o “progresso”, sem discutir o fato de que esta mídia é conduzida, e por vezes totalmente controlada e denominada, pelo sistema econômico e político.³⁶⁴

Como veremos no início deste último capítulo de nossa pesquisa, de fato, a realidade contemporânea à presente Instrução não correspondia à sua visão simplista da sociedade. Muitas transformações ali estavam em ebulição, levando a humanidade não somente a uma época de mudanças, mas a uma “mudança de época,”³⁶⁵ caracterizada pelo pluralismo, pela ideologia do mercado, pelo relativismo ético e por uma crise profunda de sentidos, “ausência de sentido único e dificuldade para a transmissão das tradições às gerações seguintes.”³⁶⁶

De modo especial nas últimas duas décadas do século XX, novas teorias sobre a sociedade e novas concepções do ser humano fizeram surgir uma sociedade marcada pelo pluralismo e pela diversidade, tornando ainda mais complexa e exigente a convivência humana. Os meios de comunicação se tornaram os principais instrumentos para a divulgação destas novas tendências e concepções.

Como acima dissemos, talvez pelo fato de estar ainda muito próxima do surgimento desses novos paradigmas, a Instrução Pastoral não os contemplou satisfatoriamente. Postulamos, entretanto, que apesar deste descompasso entre tais transformações e a visão ainda limitada e ingênua da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, ela oferece avanços significativos na relação da Igreja com o universo da comunicação, bem como no modo de concebê-los e utilizá-los. Inclusive, embora sendo uma Instrução Pastoral de 1971, há muitos de seus apelos que ainda

³⁶³ PUNTEL, J. T. *Comunicação: Diálogo dos saberes na Cultura Midiática*. São Paulo: Paulinas, 2010, p. 49.

³⁶⁴ *Ibid.*

³⁶⁵ Cf. PORTELLA, J. A. Mudança de época e conversão pastoral: uma leitura das conclusões de Aparecida. In: *Atualidade Teológica*, Rio de Janeiro, fasc. 30, ano XII, p. 301-316, [set/dez] 2008, p. 303.

³⁶⁶ Cf. *Ibid.*, p. 304.

não foram superados por outros documentos eclesiais³⁶⁷ e, muito menos, colocados em prática, de modo especial no que diz respeito ao empenho dos católicos na compreensão e na utilização dos canais de comunicação, nomeadamente a hierarquia católica e os religiosos. A formação dos futuros sacerdotes e religiosos para a comunicação, por exemplo, apelo explícito da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*,³⁶⁸ ainda tem pouca expressão (quando existe) em casas de formações e na grade de estudos destes estudantes.

Como veremos mais adiante, a Igreja, sendo uma realidade divina e dinâmica, não se acomodou em sua busca por um aperfeiçoamento na relação com os meios de comunicação e na utilização dos mesmos. A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* não tinha a intenção de responder a todos os questionamentos e desafios da sociedade de 40 anos atrás e os de hoje. Ela revela, antes, um passo significativo para a Igreja em sua busca para assimilar de forma holística o vasto universo da comunicação social e ao mesmo tempo lançar mão dos canais de comunicação para um diálogo profícuo com o mundo, bem como para o aprimoramento de sua missão profética na história.

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* é muito mais um ponto de partida que um ponto de chegada. Este documento se apresenta, antes de tudo, como um impulso sem precedentes que moverá tantas outras iniciativas eclesiais no campo da comunicação. Iniciativas estas que demonstrarão uma maior compreensão e segurança da Igreja no que diz respeito ao largo domínio da comunicação social

Para além de tudo isso, apesar de uma visão ainda opaca em relação às grandes transformações sócio-político-econômicas que emergiram no mundo na segunda metade do século passado, postulamos que os princípios éticos que emanam da Instrução Pastoral *Communio et Progressio* são realidades inalienáveis, necessárias e sempre atuais para a comunicação social, de modo especial no contexto de globalização da cultura neoliberal no qual todos estamos inseridos.

É com esta visão otimista da caminhada da Igreja rumo a um maior entendimento e diálogo com os meios de comunicação que gostaríamos de situar a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* no palco de mudanças paradigmáticas que marcarão para sempre a humanidade inteira.

³⁶⁷ Cf. DUARTE A. *Na era da comunicação social*. Disponível em: < <http://www.vox-radios.pt/noticia.php?id=24>> Acesso em: 23 de setembro de 2011, 16:09:21.

³⁶⁸ Cf. CP, n. 111.

Para isto, neste capítulo acenaremos para alguns desafios da atualidade e sua repercussão nos meios de comunicação, tais como a globalização e o neoliberalismo; o subjetivismo e o individualismo reinantes; o relativismo ético; bem como o avanço assustador das tecnologias de comunicação.

Além disso, discorreremos sobre a importância de uma opinião pública bem formada, num contexto de globalização neoliberal, a fim de que o progresso da humanidade e a promoção do bem comum, exigências tão caras à *Communio et Progressio*, sejam de fato efetivos.

Também dedicaremos um tópico à missão da Igreja neste vasto universo da comunicação, acentuando, em sua tarefa de atualizar a obra de Cristo, a proeminência de seu diálogo interno, bem como de seu diálogo com o mundo fora de seus muros.

Por fim, para que a Igreja continue a práxis de Cristo na história, bem como contribua com a sociedade na divulgação e promoção da ética cristã, ela precisa aprimorar constantemente a sua educação para a comunicação. Os esforços eclesiais nesta direção serão o último tópico de nossa pesquisa.

3.1 Alguns desafios da atualidade e os meios de comunicação.

Até meados dos anos 80, rivalizavam entre si duas formas de conceber o mundo: uma que se impunha a partir do bloco dos países do Ocidente, sob a liderança dos Estados Unidos e orientados pelo sistema capitalista; e a outra, a dos países em volta da União Soviética que ocupavam geograficamente o lado oriental do continente europeu, de orientação comunista.³⁶⁹

Contudo, é também neste período que se desenrola uma nova visão humana do mundo e das relações humanas: trata-se do fenômeno da globalização. Como bem afirma Sella, este fenômeno não é estritamente econômico, entretanto, desenvolvido e dinamizado pelo capitalismo moderno “para colocar as bases do mercado livre no mundo inteiro, sobretudo através das novas tecnologias, e para a reprodução mundial do império do capital,”³⁷⁰ ele é profundamente marcado pelo aspecto econômico, mais especificamente pela ideologia neoliberal.

Este novo paradigma social, político, econômico e cultural produzirá mudanças profundas em todos os âmbitos da sociedade, fazendo surgir inúmeros questionamentos éticos, desafiando

³⁶⁹ Cf. ECHANIZ, A.; PAGOLA, J. *Ética do profissional da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2007, p.19.

³⁷⁰ SELLA, A. *Globalização neoliberal e exclusão social*. São Paulo: Paulus, 2002, p. 60.

de modo especial os detentores da comunicação, já que os *mass media*, como assinalamos acima, se tornaram, em muitos casos, o mais precioso colaborador na divulgação destas novas concepções e tendências.

a) A globalização e o neoliberalismo

O processo de mundialização, tal como o conhecemos hoje, inicia sua gestação na segunda metade do século XX, ganhando novas forças e nova expressão com o advento do terceiro milênio. Seu primeiro nome – aldeia global - foi cunhado pelo pensador canadense Marshall McLuhan (1911-1980), mas atualmente ele é mais conhecido como globalização.³⁷¹

Encontramos sua consolidação [da globalização] na queda do bloco Leste e na preeminência de um só sistema, o neocapitalista. Uma tendência que encharca as relações políticas, econômicas e sociais com a lógica do mercado e que consegue adaptá-las, em muitos casos, a parâmetros de ganhos e perdas. Para nós, uma orientação na qual se verão comprometidas as diferentes indústrias culturais e, entre elas, a da comunicação.³⁷²

A globalização, embora essencialmente marcada pelo signo do mercado, é um processo bem mais abrangente, que toca a cada indivíduo e a sociedade, como um todo. Ela abarca outras forças da sociedade, tais como a cultura, a política e a vida social em geral, provocando uma interdependência e uma complexificação mundiais nas relações sociais, dando à ação humana um poder de alcance mundial jamais visto.³⁷³

[Na realidade], a globalização ou mundialização da sociedade é um fenômeno complexo que abrange aspectos ou momentos preponderantemente econômicos (comércio mundial, especialmente o mercado financeiro...), políticos (organismos e instituições internacionais...), culturais/ideológicos (revolução tecnológica, meios de comunicação, imperialismo cultural estadunidense, religiões, ONGS, Fórum Social Mundial, movimentos antiglobalização) e ambientais (limite de recursos naturais, desequilíbrios ambientais...). Isso sem falar nas estruturas de “dinheiro oculto” (pense-se, por exemplo, nos chamados “paraísos fiscais”, nas lavagens de dinheiro), no crime organizado e nos movimentos de contra-a-violência (especialmente o chamado “terrorismo árabe ou islâmico”) que também se tornaram globais.³⁷⁴

³⁷¹ Cf. ECHANIZ, A.; PAGOLA, J. Op. cit., p.11.

³⁷² Ibid.

³⁷³ Cf. DE AQUINO JUNIOR, F. Práxis cristã em tempos de globalização. In: *REB*, Petrópolis, vol. 67, n. 266, p.281-304, [abr.] 2007, p. 284.

³⁷⁴ Ibid., p. 286.

Em nosso atual contexto, a globalização se apresenta como um fenômeno articulador da ideologia econômica neoliberal, que consegue subjugar tudo - inclusive e de modo especial os meios de comunicação, como acima foi afirmado -, aos anseios do mercado. Esta relação profunda entre globalização e neoliberalismo acaba por provocar grandes embates éticos, já que, como veremos a seguir, personaliza o mercado e despersonaliza o ser humano, tornando-o um objeto a serviço do sistema neoliberal.

A razão instrumental, que está na raiz do sistema neoliberal, é um modo humano de exercer a racionalidade que opta pelo caminho mais simples para se chegar a um objetivo preciso. Em outras palavras, trata-se de uma razão utilitarista, sem considerações éticas, que se autoavalia pelo sucesso de seus resultados. Ela busca ser eficiente, competente e econômica.³⁷⁵ As repercussões de sua filosofia antiética abrangem o mundo da ciência, das relações humanas, do trato com a natureza, enfim, todos os domínios da vida humana. Contra este tipo de exercício da razão se opõe a ética cristã, já que a razão instrumental tende a reduzir tudo, inclusive o ser humano, a um meio para se obter resultados.

A ética condena a razão instrumental, que destrói o meio ambiente (ética ecológica), que atenta contra a vida humana (bioética), que ameaça a família (ética familiar), que envolve procedimentos ilícitos nas relações econômicas (ética econômica), que distorce o convívio social humano (ética política), que corrompe o universo simbólico (ética da cultura, da mídia) etc.³⁷⁶

O neoliberalismo, assim, fruto da razão instrumental, é como a alma da globalização atualmente vigente. O sistema econômico neoliberal perpassa todos os domínios da vida humana e transforma a humanidade, os recursos da natureza, os serviços, mesmo os mais elementares, a um grande mercado livre, porque tudo submete ao crivo do mercado.³⁷⁷ Neste contexto socioeconômico, fala-se do mercado como se se falasse de uma pessoa, que tem vida própria, que dita as regras de toda vida social, que fica contente com as altas das bolsas de valores, mas que entra em crise quando os índices despencam colocando, aliás, todo o mundo em crise (informação verbal).³⁷⁸

³⁷⁵ Cf. LIBÂNIO, J. B. *Crer num mundo de muitas crenças e pouca libertação*. Valencia (Espanha): Siquem Ediciones, [2003]; São Paulo: Paulinas, 2003. p. 70.

³⁷⁶ *Ibid.*, p. 71.

³⁷⁷ Cf. SELLA, A. *Op. cit.*, p. 50.

³⁷⁸ Texto baseado nas palavras de Frei Betto, em uma de suas conferências, no retorno dos trabalhos acadêmicos da Escola Dominicana de Teologia (EDT), em agosto de 2011, em São Paulo.

Trata-se de uma ideologia que se concretiza, sobretudo, na estruturação de uma economia voltada somente à vantagem individual, ou seja, ao lucro e à sua maximização, situando tudo numa função instrumental e transformando qualquer ser vivente, até a pessoa humana, em mercadoria a serviço do lucro. Isto é, a humanidade e a natureza devem estar a serviço do lucro. E por isso o objetivo do lucro legitima a possibilidade de explorar, violentar, massacrar e destruir a humanidade e o seu meio ambiente. Para o neoliberalismo o bem real é individual, pois o bem comum não existe na forma comunitária, mas se dá através do bem privado.³⁷⁹

Para subsistir, o sistema neoliberal exige que a política esteja a serviço do lucro e não do bem comum. Para isso, professa o caminho das privatizações e destrói o patrimônio público, acumulando e concentrando a renda nas mãos de uns poucos, deixando a grande maioria na pobreza.³⁸⁰ Este modo de proceder, além de provocar a exclusão social, contrasta violentamente com um dos princípios éticos fundamentais para a convivência humana, explicitado pela Instrução Pastoral *Communio et Progressio* e por nós desenvolvido no capítulo anterior: o bem comum.

A exclusão social, provocada por este sistema de pensamentos, não é apenas uma exclusão do mundo do trabalho, concebida como uma das consequências mais dramáticas do capitalismo neoliberal. Trata-se também da exclusão de bens elementares para a vida humana, tais como a saúde, a educação, a alimentação, a moradia, a terra, o lazer e tantos outros. Trata-se do esmagamento da dignidade humana, fazendo surgir uma enorme massa de seres humanos descartáveis, considerados sem nenhum valor.³⁸¹ Tais atitudes são profundamente antiéticas e precisam ser combatidas.

Nesta ideologia neoliberal, a cultura transforma a pessoa humana em um consumidor compulsivo.³⁸² Os meios de comunicação são considerados aliados para instrumentalizar o ser humano, de modo especial pela publicidade. Eles devem formar a pessoa não para pensar a sociedade, provocar interrogações sobre questões fundamentais da existência humana, da convivência social e participar de sua construção. Não. Os instrumentos de comunicação, como aliados do sistema neoliberal, devem formar bons consumidores.³⁸³ Quanto mais compulsivos, melhor. Para se sentir viva na sociedade, a pessoa precisa comprar o que se indica nas publicidades, precisa assumir o estereótipo de beleza apresentado pelos canais de comunicação a

³⁷⁹ SELLA, A. Op. cit, p. 49.

³⁸⁰ Cf. Ibid., p. 50.

³⁸¹ Cf. Ibid., p. 13.

³⁸² Cf. Ibid., p. 50.

³⁸³ Cf. FREI BETTO. In: FALCÃO, W.; FREI BETTO; GLEISER, M. *Conversando sobre a fé e a ciência*. Agir, Rio de Janeiro, 2011, p. 231.

serviço do mercado. Do contrário, está fora, deve ser descartada, não serve para este universo neoliberal. Há um texto do Frei Betto que ilustra bem esta redução do ser humano a um mero consumidor de produtos.

Ao ligar a TV, nos deparamos com um espelho mágico a nos incutir que somos infelizes porque não temos esse caro, não fazemos aquela viagem de navio, não usamos tal perfume etc. A publicidade tenta nos convencer de que ser feliz é consumir. Essa é uma das grandes aberrações do mundo em que vivemos. A equação da economia clássica é pessoa-mercadoria-pessoa. Eu, pessoa, visto esta camisa porque ela facilita minha sociabilidade, o contato com meus semelhantes. Agora é o inverso: mercadoria-pessoa-mercadoria. Se chego na sua casa a pé, tenho valor Z, se chego a bordo do último modelo de Mercedes-Benz, tenho valor A. Sou a mesma pessoa, mas é a mercadoria que me reveste, que me imprime mais ou menos valor. Tanto que agora a etiqueta fica de fora da roupa, para que você veja que o produto que uso é de grife.³⁸⁴

Esta perversão da cultura fere profundamente a dignidade humana, porque engana o ser humano, dando-lhe um falso sentimento de liberdade, reduzindo-o a servo de um sistema que não dá as mínimas para sua real importância, para o que pensa, para o que sofre. O que interessa para esta ideologia é tornar o ser humano um consumidor em potencial.

Quanto à questão ética, o único preceito ético da ideologia neoliberal é o que afirma que os fins justificam os meios.³⁸⁵ Neste sentido, para se obter o lucro, não importa se se desmata a Amazônia, se se polui os rios, se se fabrica armas, ou se se dizima a humanidade, contanto que o lucro fique garantido, tudo é permitido. Este modo maquiavélico de se conceber a ética coloca em risco toda a humanidade já que, pela globalização neoliberal, todos estamos interligados por um complexo e profundo processo de interdependência, potencializado pelos meios de comunicação, sobretudo pelo espaço cibernético.

Até mesmo a religião se torna subserviente a este sistema neoliberal. O Deus aparentemente cristão é, no entanto, uma farsa do ídolo mercado, que constrói uma espiritualidade da prosperidade, do fanatismo, da intolerância religiosa, do intimismo religioso e do descompromisso social.³⁸⁶ A religião se torna um instrumento de alienação a serviço do mercado. A preocupação com a justiça social cede lugar à preocupação meramente individualista da satisfação pessoal.

³⁸⁴ FREI BETTO. In: FALCÃO, W.; FREI BETTO; GLEISER, M. *Conversando sobre a fé e a ciência*. Agir, Rio de Janeiro, 2011, p. 201.

³⁸⁵ Cf. SELLA, A. Op. cit., p. 50.

³⁸⁶ Cf. Ibid.

A religião é acantoadada ao domínio privado e é concebida como uma realidade completamente aquém das lutas por um mundo melhor para todos. Os meios de comunicação se tornam, frequentemente, os grandes divulgadores desta forma de conceber Deus e a religião, o que dificulta ainda mais a conscientização dos crentes para os perigos desta espécie de ópio coletivo. A religião é um dos universos simbólicos mais significativos para o ser humano. Subjugá-lo ao sistema neoliberal é uma agressão àquilo que o ser humano tem de mais específico: a abertura ao transcendente. Violar esta dimensão humana é um grande atentado à ética.

Embora a nova concepção do mundo e das relações humanas, promovida pela globalização neoliberal, entusiasme a muitos, lamentavelmente, porém, não tem tornado a sociedade mais fraterna, mais solidária e mais justa.

Sendo uma realidade, em sua essência, de cunho econômico e, portanto, sustentada pelo espírito neoliberal, a globalização normalmente é defendida pelos que detêm o poder de mercado. Para eles, a globalização é um caminho inevitável para o progresso do mundo,³⁸⁷ já que a economia ganhou proporções mundiais, tornando o mercado interno das nações praticamente sem expressão, em face das exigências da economia neoliberal, que reivindicam sempre mais o livre intercâmbio de produtos e serviços.

Várias teses e argumentos dos que defendem a globalização, tal como ela está sendo vivida atualmente, se diluem quando fazemos um estudo mais aprofundado dessa realidade complexa. Em outras palavras, animada pelo espírito neoliberal, cuja ideologia de base é privilégio do mercado em detrimento da pessoa humana, a globalização tem provocado um fosso ainda maior entre ricos e pobres; tem acentuado as condições de miséria ao redor do mundo, sobretudo nos países, ditos em desenvolvimento (ou emergentes); tem contribuído para a destruição da natureza; tem provocado uma inversão de valores que minam as relações humanas e ferem o bem comum.

É no campo socioeconômico que, já à primeira vista, sobressaem os problemas. João Paulo II e Puebla denunciaram a *brecha crescente* entre ricos e pobres (DP 28, 30). Ela é índice de uma profunda ruptura na Comunicação dos bens que Deus criou para o benefício de todos [...] O fenômeno da *extrema pobreza* (cf. DP 29) revela, como poucos, o grau a que chegou a incomunicação na América Latina. Uma minoria acumula imensas fortunas, enquanto grandes massas desfalecem de fome, permanecendo marginalizados na vida social e do uso dos bens destinados a todos.³⁸⁸

³⁸⁷ Cf. SELLA, A. *Globalização neoliberal e exclusão social*. 2.ed. São Paulo: Paulus, 2002, p. 72.

³⁸⁸ DECOS-CELAM. *Para uma Teologia da comunicação na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1984, n. 26-27.

Conhece-se a árvore por seus frutos (Mt 12,33). Hoje ouvimos falar muito em crescimento econômico, em ampliação comercial em nível mundial, em progresso científico e tantos outros avanços. Entretanto, a miséria, as injustiças e as grandes diferenças sociais continuam a ser um grande escândalo num mundo tão cheio de recursos naturais, de riquezas econômicas e de avanços científicos e tecnológicos.

Lamentavelmente neste contexto, os meios de comunicação social tornam ainda mais evidente a ideologia neoliberal. Por sua própria natureza dinâmica, fascinante e veloz, eles acabam se tornando veículos indispensáveis para os grandes legitimadores da globalização neoliberal. Estamos, portanto, diante de um perigo sem precedentes para a humanidade, já que todos estamos interligados, numa relação complexa e de profunda de interdependência.

Os meios de comunicação, se orientados por uma ética que prime pela boa convivência humana, para o progresso e para a comunhão humanas, para a defesa da dignidade humana podem ser colaboradores fundamentais para uma mudança de paradigma em nossas sociedades, onde o homem, e não o capital esteja no centro. Mas para isso é preciso vontade política, é necessário arregaçar as mangas e enfrentar muita oposição. É preciso que agentes de comunicação e sociedade como um todo se unam para tal empreendimento.

A verdadeira globalização que se espera é globalização da solidariedade, da justiça e da paz efetivas e não aquela que privilegia o mercado financeiro em detrimento do desenvolvimento integral do ser humano. Urge uma globalização alternativa, que prime por uma economia solidária, que tenha como pupila dos olhos os pobres e marginalizados, que construa uma sociedade com valores éticos universais.³⁸⁹

Neste sentido, os responsáveis pelos meios de comunicação, de modo especial as grandes agências de notícias, têm diante de si uma responsabilidade sem precedentes. Mergulhados neste universo de globalização neoliberal, podem ceder à tentação de tornar ainda mais evidente a desigualdade e a injustiça entre os seres humanos, acentuar preconceitos e intolerâncias, acelerar o processo de destruição do planeta. Os meios de comunicação, sem uma ética pautada pela busca do bem e da boa convivência humana, podem contribuir para o extermínio da humanidade.

Embora pareça uma utopia neste emaranhado de desafios e complexidades, acreditamos que os princípios éticos apontados pela Instrução Pastoral *Communio et Progressio* e por nós

³⁸⁹ Cf. SELLA, A. *Globalização neoliberal e exclusão social*. São Paulo: Paulus, 2002, p. 75-137.

desenvolvidos no segundo capítulo precisam ser uma referência para reverter esta situação. Sem parâmetros éticos, tais como aqueles apresentados pelo presente documento eclesial, os meios de comunicação social perdem o seu norte, tornam-se instrumentos de destruição e não de elevação da humanidade.

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, embora, como constatamos no início deste capítulo, pareça não contemplar estas mudanças profundas na sociedade, iniciadas concomitantemente à sua composição, ao se referir aos meios de comunicação como instrumentos que objetivam o bem comum e o progresso da humanidade, explicitará princípios éticos que, independentemente do contexto, das visões de mundo ou de sistemas políticos, sociais e econômicos, são essenciais para orientar e reger toda a humanidade.

A autêntica formação da opinião pública neste contexto de globalização neoliberal é uma das funções mais sublimes dos meios de comunicação. Ela é capaz de suscitar reações concretas contra esta realidade neoliberal que encobre atualmente toda a humanidade. Logicamente, quando utilizamos o adjetivo autêntica, estamos acentuando que este trabalho de formação das consciências e de educação para o senso crítico só será de fato efetivo se for pautado por princípios éticos, tais como aqueles destacados pela presente Instrução Pastoral.

b) O subjetivismo e o individualismo

O momento histórico atual, perpetrado pela globalização neoliberal, traz ainda um outro agravante que desafia o contexto dos meios de comunicação social: trata-se, como já mencionamos na introdução do segundo capítulo, da afirmação da autonomia humana, a valorização da subjetividade pessoal e a importância da experiência como fonte de revelação e de verdade.³⁹⁰

Com a morte da modernidade e das referências de épocas passadas, o homem entrou de forma implacável no pluralismo e na diversidade. Conceitos como relativismo, mestiçagem e hibridação cultural irromperam na personalidade espiritual, ideológica e afetiva do ser humano – um homem mais individualista, muito encerrado em sua vida privada. Em muitas ocasiões, os meios de comunicação tornam mais visível esse modelo pós-moderno. Alimentam um processo de frivolidade e a “caixa de retalhos” constante na qual tudo cabe e reflete a perda de valores de que sofre a sociedade.³⁹¹

³⁹⁰ Cf. LIBÂNIO, J. B. *Igreja Contemporânea: encontros com a modernidade*. São Paulo: Edições Loyola, 2000, p. 14.

³⁹¹ ECHANIZ, A.; PAGOLA, J. *Ética do profissional da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2007, p.12-13.

O ser humano atual passou a enxergar o mundo pela ótica da subjetividade, ou seja, a pessoa humana se torna sujeito de si mesma e da história. A subjetividade apresenta a face do emergir da ciência moderna com o conhecimento que leva à produção, a valorização da experiência, que é o teste das produções teóricas do homem. O outro lado desta subjetividade é o manifestar-se da liberdade.³⁹²

Entretanto, esta tão exaltada liberdade pode fechar a pessoa humana em um acirrado individualismo, tornando-a incapaz de verdadeiras e estáveis relações humanas. Evidentemente a individualidade e a subjetividade são aspectos importantes para a vida humana. A sadia individualidade e a equilibrada subjetividade não prejudicam em nada o ser humano. Porém, a ênfase exagerada dada a elas transformam-nas em subjetivismo e em individualismo, ou seja, formas narcísicas de se viver a própria vida.

O subjetivismo se manifesta por um modo de se encarar o mundo única e exclusivamente a partir do eu. Não há aqui espaço para os aspectos objetivos da realidade. Por consequência, nega-se qualquer possibilidade de normas e princípios. E isto é antiético, porque fere a coletividade, valores superiores que resguardam a convivência humana.

Já no individualismo, parente próximo do subjetivismo, faz com que tudo gire em torno do indivíduo. Ele é o centro das atenções. Tudo que faz é pensando em si, visando sua própria satisfação, buscando a todo custo a sua autorealização.

O ideal cultural do mundo industrializado ocidental é o indivíduo *self-made*, autossuficiente e autônomo, que se vale a si próprio, sem precisar de mais ninguém (a não ser no campo sexual), nem dever nada a ninguém [...] O individualismo ocidental tem-se espalhado por todo o mundo. Faz parte da globalização neoliberal e está destruindo outras culturas comunitárias com sua onda [...] O individualismo em si não é novo. O que é novo, sendo um dos importantes sinais de nosso tempo, é a consciência crescente de que o individualismo narcisista é psicológica, social, política, econômica, espiritual e ecologicamente destrutivo.³⁹³

Segundo este autor, até os direitos humanos são vistos pela ótica individualista, o que traz um grande problema para o princípio ético do bem comum.

Embora o conceito dos direitos humanos tenha contribuído enormemente para um mundo mais justo, também esse é um conceito um pouco individualista. Os direitos humanos são os direitos do indivíduo [...] A nossa cultura de individualismo nas próprias lutas pela justiça vê muitas vezes o bem comum como inimigo dos interesses do

³⁹² Cf. MORO, C. *A Formação Presbiteral*. 6.a ed., Aparecida - SP: Editora Santuário, 1997, p. 362.

³⁹³ NOLAN, A. *Jesus Hoje: uma espiritualidade de liberdade radical*. 2.ed. São Paulo: Paulinas, 2004. p. 41-42.

indivíduo. Ora, isso não é verdade. O bem comum serve sempre os melhores interesses do indivíduo.³⁹⁴

Estes dois parentes próximos, o subjetivismo e o individualismo, colocam um grande problema aos meios de comunicação, uma vez que se tornaram, em muitos casos (sobretudo com a internet e as possibilidades do mundo virtual,) espaço propício para o desenvolvimento e divulgação destes estilos egocêntricos de se viver.

Ao lado do individualismo moderno e pós-moderno, desenvolveu-se uma consciência de interligação entre as pessoas pelos canais de comunicação. Fenômeno paradoxal. Se, de um lado, parece romper a frialdade do individualismo exacerbado, interligando pessoas do mundo inteiro pelas rápidas vias da *internet*, do outro, reforça o isolamento real das pessoas. Substitui os encontros face a face por presenças virtuais. Estas conservam “alias”, nomes artificiais que camuflam a própria realidade dos interlocutores. As relações virtuais, diferentemente das relações reais, são estabelecidas sem contato físico [...] É um mundo fantástico, que vai exigir uma nova psicologia interpretativa. Não temos ainda ideia da repercussão que isso terá sobre as próprias vivências religiosas da fé.³⁹⁵

Bucci, falando sobre subjetividade e objetividade no jornalismo, relata o desafio do profissional da informação ao ter que equilibrar seu trabalho entre objetividade e subjetividade, haja visto o fato de que na comunicação o ser humano é ao mesmo tempo sujeito e objeto:

O drama do jornalismo é próximo àquele da pesquisa de campo nas ciências humanas, sobretudo na antropologia e, de modo específico, na etnologia: não há distinção clara entre o sujeito e o objeto [...] Nas ciências naturais e nas ciências exatas, a distinção entre sujeito e objeto é imediata. Já nas ciências humanas o que surge é antes um problema – não uma distinção. Foi com os etnólogos do século XX que a questão ganhou corpo. Para eles, o homem é ao mesmo tempo sujeito e objeto de estudo. Ambos, sujeito e objeto, ganham sua existência não na natureza, e sim na linguagem, ou seja, no simbólico, e, mais ainda, ambos se enxergam não como sujeito e objeto, enxergando-se como sujeitos que olham como outros. Nada disso interessa muito de perto à ética jornalística, mas ajuda a entender um pouco do mal-estar do repórter que miseravelmente procura ser objetivo.³⁹⁶

Diante deste dilema, o presente autor defende a impossibilidade de uma objetividade pura, isenta de quaisquer manifestações subjetivas e defende a ideia de uma intersubjetividade. Certo, precisa Bucci, há informações que são inteiramente objetivas, como o placar de um jogo entre duas equipes de futebol. Há, entretanto, outras, que passarão pelo universo daqueles que são notícia, dos que relatam a notícia e daqueles que recebem notícia. No fundo, o que garante uma

³⁹⁴ NOLAN, A. Op. Cit., p. 45.

³⁹⁵ LIBÂNIO, J. B. *Crer num mundo de muitas crenças e pouca libertação*. Valencia (Espanha): Siquem Ediciones, [2003]; São Paulo: Paulinas, 2003, p. 82.

³⁹⁶ BUCCI, E. Op. cit., p. 91-92.

certa objetividade da notícia (chamada de intersubjetividade pelo autor), é a reta intenção do profissional em relatar o acontecimento ou a notícia o mais clara, o mais sensata e o mais verossímil possível.³⁹⁷

A única resposta possível [a este dilema] é subjetiva: a objetividade depende de quem for o jornalista e de qual for a história a ser investigada e contada. A melhor objetividade no jornalismo é então uma justa, transparente e equilibrada apresentação da intersubjetividade. Quando o jornalista busca a objetividade, está buscando estabelecer um campo intersubjetivo crítico entre os agentes que aí atuam: os sujeitos que produzem o fato, os que o observam e o reportam, e os que tomam conhecimento do fato por meio do relato.³⁹⁸

Por fim, este autor defende que na profissão jornalística não se pode excluir o aspecto do sentimento e da emoção, que são realidades importantes da subjetividade de cada um. Tal dimensão humana no jornalismo, porém, para ser ética, deve ser acompanhada de uma boa dose de equilíbrio.

Pensa-se e declara-se que as emoções atrapalham a precisão. É um erro. O bom jornalismo nada tem a ver com a indiferença, com a neutralização do sujeito. Como toda atividade própria da cidadania, ele se alimenta também de indignação. As emoções devem integrar a reportagem assim como integram a alma humana – e, de fato, estão presentes nas mais marcantes passagens do jornalismo, nos melhores textos, nas grandes manchetes, nas fotos que fizeram história. [...] Sem indignação, o espanto, a surpresa não há reportagem. O que não significa que o estilo deva ser meloso ou, noutro, extremo, vociferante. [...] Banir a emoção da informação é banir a humanidade do jornalismo. A objetividade no jornalismo, que é intersubjetividade, não pede isenção total – pede equilíbrio.³⁹⁹

Estas reflexões de Bucci vêm ao encontro do que afirmamos até agora: uma equilibrada dose de subjetividade e de apreço pela individualidade de cada um é salutar para a sociedade, como um todo, e de forma especial no modo de agir dos agentes de comunicação. Entretanto, quando tais manifestações humanas se tornam doentias, ou quando são enfatizadas desmedidamente nos meios de comunicação, para favorecer o ibope, provocam grandes problemas éticos para a convivência humana, sobretudo no que diz respeito ao bem comum.

³⁹⁷ Cf. BUCCI, E. Op. cit., p. 91-92.

³⁹⁸ Ibid., p. 93-94.

³⁹⁹ Ibid., p. 94-95.

c) O relativismo ético

Um outro grande desafio atual que compromete o modo de utilizar os meios de comunicação é o relativismo ético. Também relacionado com a tendência subjetivista e individualista dos tempos atuais, o relativismo ético tende a criar uma sociedade do vale tudo em nome de verdades pessoais. A repercussão desta ideologia no âmbito da comunicação social é eticamente desastrosa: nós a vemos no seio da família; nas escolas e universidades; nas gangues e até em ambientes religiosos.

O relativismo é uma doutrina que rejeita toda e qualquer verdade absoluta e perene, da mesma forma que toda ética absoluta, ficando a critério de cada indivíduo definir a sua verdade e o seu bem. Tudo o que se faça ou se diga é relativo à época, ao lugar, ao contexto e a demais circunstâncias nas quais o ser humano se encontra. Aqui, o indivíduo é a medida e o padrão de todas as coisas. A verdade, portanto não é aquilo que a filosofia clássica afirma (conformação do intelecto com a realidade em si), mas ao contrário, é a conformação da realidade com o intelecto.⁴⁰⁰

A verdade é, pois, algo subjetivo, pessoal, em vez de ser objetiva, universal, para toda a humanidade. Como consequência para a ética, não existem normas morais válidas para todos os homens. Cada um constrói sua própria ética, cada um formula a sua própria moral. Existem normas e opiniões subjetivas, que o indivíduo compõe para si mesmo fazendo uso de sua liberdade, que só pode ser refreada pelos limites que os direitos alheios lhe impõem.⁴⁰¹

O então Cardeal Joseph Ratzinger, às vésperas de se tornar o atual Papa Bento XVI, se referirá a este fenômeno com a expressão “ditadura do relativismo”:

“Não vos deixeis sacudir por qualquer vento de doutrina” (Ef 4, 14). Quantos ventos de doutrina viemos a conhecer nestes últimos decênios, quantas correntes ideológicas, quantas modalidades de pensamento...! O pequeno barco do pensamento de não poucos cristãos foi frequentemente agitado por essas ondas, lançado de um extremo para o outro: do marxismo ao liberalismo ou mesmo libertinismo; do coletivismo ao individualismo radical; do ateísmo a um vago misticismo religioso; do agnosticismo ao sincretismo... Todos os dias nascem novas seitas e se realiza o que diz São Paulo sobre a falsidade dos homens, sobre a astúcia que tende a atrair para o erro (cf. Ef 4, 14). O ter uma fé clara, segundo o Credo da Igreja, é, muitas vezes, rotulado como fundamentalismo. Entrementes, o relativismo ou o deixar-se levar para cá e para lá por qualquer vento de doutrina aparece como orientação única à altura dos tempos atuais.

⁴⁰⁰ Cf. BETTENCOURT, E. *O que é o Relativismo*. Disponível em: < <http://www.presbiteros.com.br/site/o-que-e-o-relativismo/>>. Acesso em: 7 de setembro de 2011, 15:50:13.

⁴⁰¹ Cf. *Ibid.*

Constituiu-se assim uma ditadura do relativismo, que nada reconhece de definitivo e deixa como último critério o próprio eu e suas veleidades.⁴⁰²

A teoria do relativismo ético é, na verdade, uma teoria antiética, já que mina a possibilidade de uma ética que valha para todos; provoca, em muitos casos, uma inversão de valores, onde o que é essencial é deixado de lado e o que é irrisório e banal acaba sendo exaltado. Tudo isto é potencializados pelos meios de comunicação, os quais, ao invés de se tornarem instrumentos de difusão das nobres virtudes humanas, canais que transmitem cultura e educação, tornam-se marionetes nas mãos do mercado, alimentando-o pela procura desmedida de ibope, disseminando a banalização e a mediocridade.

Um exemplo claro disso são os programas estilo *reality shows*, que incrivelmente alimentam o ibope das emissoras que os promovem, apesar de tanto vazio ético, de tanto conteúdo banal e de tanta bestialidade humana. Um texto atribuído a Luiz Fernando Veríssimo, referindo-se ao BBB, reality show transmitido pela Rede Globo, retrata muito bem esta inversão de valores: desprezo pelo essencial e digno de admiração e exaltação do que é banal.

Outro dia, durante o intervalo de uma programação da Globo, um outro repórter acéfalo do BBB disse que, para ganhar o prêmio de um milhão e meio de reais, um Big Brother tem um caminho árduo pela frente, chamando-os de heróis. Caminho árduo? Heróis? São esses nossos exemplos de heróis? Caminho árduo para mim é aquele percorrido por milhões de brasileiros: profissionais da saúde, professores da rede pública (aliás, todos os professores), carteiros, lixeiros e tantos outros trabalhadores incansáveis que, diariamente, passam horas exercendo suas funções com dedicação, competência e amor, quase sempre mal remunerados. Heróis são milhares de brasileiros que sequer têm um prato de comida por dia e um colchão decente para dormir e conseguem sobreviver a isso, todo santo dia. Heróis são crianças e adultos que lutam contra doenças complicadíssimas porque não tiveram chance de ter uma vida mais saudável e digna. Heróis, são aqueles que, apesar de ganharem um salário mínimo, pagam suas contas, restando apenas dezesseis reais para alimentação, como mostrado em outra reportagem apresentada, meses atrás pela própria Rede Globo. O Big Brother Brasil não é um programa cultural, nem educativo, não acrescenta informações e conhecimentos intelectuais aos telespectadores, nem aos participantes, e não há qualquer outro estímulo como, por exemplo, o incentivo ao esporte, à música, à criatividade ou ao ensino de conceitos como valor, ética, trabalho e moral.⁴⁰³

⁴⁰² BENTO XVI. *Homilia da Santa Missa em preparação para o Conclave* (18/04/2005). Disponível em: <<http://www.universocatolico.com.br/index.php/?o-relativismo-no-ambiente-da-fe.html>> Acesso em: 07 de setembro de 2011; 15:45:30.

⁴⁰³ VERÍSSIMO, L. F. Big Brother Brasil. Disponível em: <<http://www.teologiaesociedade.com/2011/01/sensacional-critica-de-luiz-fernando.html>>. Acesso em: 7 de setembro de 2011, 16:33:20.

A ética nos meios de comunicação social, conforme apresentada pela Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, baseada no bem comum, no respeito pela dignidade humana, no direito à educação e à cultura e na liberdade responsável (entre outros), deve precaver a humanidade contra aberrações deste nível e similares.

d) O rápido avanço das novas tecnologias

A comunicação moderna abarca e envolve cada vez mais o universo das coisas e dos homens, qual nova criação tecnológica recobrando e enfeixando a primeira criação. É um mundo vasto de ideias, de interesse, de imagens e paixões que seduz e conduz todo o mundo humano.⁴⁰⁴

O acelerado avanço das novas tecnologias, atrelados aos fenômenos da globalização, é um outro grande desafio atual que tem repercussões profundas nos meios de comunicação social. Este avanço desmedido, uma vez que a humanidade nem sempre consegue acompanhá-lo e prever as suas possíveis consequências, inaugurou uma via de ilimitadas possibilidades. Esta via, ao mesmo tempo que fomenta o desenvolvimento sempre mais avançado de instrumentos de comunicação, não deixa de causar preocupações ao instaurar também um terreno movediço de indagações éticas, ainda não sanadas pelos profissionais. Em outras palavras, surgem novas dúvidas para novos instrumentos.⁴⁰⁵ “As tecnologias digitais e cibernéticas (Internet, fibra ótica, telefones móveis, comunicação via satélite e outras), que avançam no mundo desenvolvido com grande força, são uma faca de dois gumes, principalmente quando se aliam ao poder.”⁴⁰⁶

Portanto, no complexo universo destas novas tecnologias da comunicação a admiração se mescla à preocupação. O progresso cada vez mais crescente e cumulativo das técnicas de comunicação apresentam também perigos aos indivíduos e às instituições humanas. Os canais são cada vez mais aprimorados, é verdade, mas a mensagem corre o risco de se banalizar na mesma intensidade. Ela se torna instantânea, o que é fabuloso, entretanto, cede de bom grado à ambição de satisfazer a curiosidade superficial e por vezes perversa, ou passa a obedecer aos interesses dos mais fortes ou dos mais ricos.⁴⁰⁷

⁴⁰⁴ Cf. JOSAPHAT, C. *Ética e Mídia: Liberdade, responsabilidade e sistema*. São Paulo: Paulinas, 2006, 13.

⁴⁰⁵ Cf. ECHANIZ, A.; PAGOLA, J. *Ética do profissional da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2007, p.12-13.

⁴⁰⁶ *Ibid.*, p.12.

⁴⁰⁷ Cf. JOSAPHAT, C. *Ética e Mídia*. Op. cit., p. 14.

Os meios de comunicação social, inseridos neste contexto, profundamente tentados a se beneficiar pela lógica do mercado, acabam por se desvirtuar de sua vocação primordial, que é a informação veraz, tornando-se instrumentos de manipulação e de deterioração da humanidade.

Em outras palavras, colocam em xeque, numa velocidade nunca vista, em nome do mercado, o fundamental princípio da verdade, como já assinalamos no capítulo anterior e todos os outros princípios ligados a ele: a informação já nasce truncada, porque fruto de considerações meramente subjetivas, sem uma autêntica relação com a realidade apresentada; a dignidade humana é descartada, já que não alimenta a fome do mercado; a liberdade responsável é reduzida à expressão individualista e narcísica a serviço de interesses particulares; o bem comum, como já afirmamos, vive sob constante ameaça, já que não contribui para a ideologia neoliberal; a educação é um direito sorrateiramente negado, já que não interessa pessoas que pensam; a cultura é submetida à uma ideologia instrumentalista de publicidade, descaracterizando o ser humano, tornando-o mero consumidor compulsivo.

[Insisto em que] a grande virada ética dos MCS contemporâneos consiste no seu deslocamento progressivo rumo às instâncias de poder nos âmbitos econômico, político e ideológico. O padrão ético já não é mais a verdade objetiva como paradigma ideal, mas a sinceridade subjetiva com a menor carga possível de responsabilidade. Já não se trata de informar de acordo com a realidade, mas de informar “criando” a realidade que mais interessa ao emissor ou ao destinatário.⁴⁰⁸

Fica explícito que os meios de comunicação social, cada vez mais sofisticados e como instrumentos que permeiam e alcançam um número cada vez mais abrangente de pessoas e numa velocidade assustadora, podem cair frequentemente nas mãos de grupos, como o acima citado, que trarão consideráveis e, frequentemente, irremediáveis prejuízos à família humana. E todos sabemos que isto já é um processo em andamento em muitos contextos sociais espalhados pelo globo.

[...] Os MCS são o braço forte das empresas comerciais e das instituições políticas, e os comunicadores empresarialmente organizados tendem a fazer o jogo uns dos outros. Às vezes tem-se a impressão de que a ambição de poder e de prestígio seduz as empresas informativas quase tanto como os seus profissionais tradicionais. A revolução tecnológica nos MCS implica uma perigosa revolução dos monopólios econômicos internacionais e das ideologias políticas em voga. Certos profissionais dão a impressão de que agem mais como vulgares ativistas de grupos de pressão do que como profissionais propriamente ditos.⁴⁰⁹

⁴⁰⁸ BLÁZQUEZ N. Op. cit, p. 26.

⁴⁰⁹ Ibid., p. 28.

Com o crescente desenvolvimento das técnicas de comunicação social, tudo indica que uma nova humanidade vai sendo engendrada, dia-a-dia. Contudo, o mais preocupante é que esta nova humanidade avança sem ter consciência da realidade, da amplitude e da profundidade dessa evolução, que atinge o conjunto das instituições e as raízes mesmas da natureza e da cultura.⁴¹⁰

Usufruir dessas novas e avançadas tecnologias de forma utilitarista e, portanto, sem parâmetros éticos, cria uma sociedade marcada por costumes e hábitos que na verdade são imorais, tratam o ser humano como objeto e o dinheiro como uma divindade.

Diante dessa realidade ampla e complexa, não nos resta dúvidas de que a atualidade se apresenta com um leque de grandes desafios para o contexto das comunicações sociais, tornando ainda mais urgente um esforço ético por parte de todos os seguimentos da sociedade. Esforço este que estanque ou que ao menos minimize as consequências maléficas de ideologias que ferem a dignidade humana e o bem comum.

3.2 Opinião pública em tempos de globalização

Ao se referir a este tema, a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* dedica nove parágrafos especificamente ao mesmo e põe em relevo a opinião pública como sendo a expressão das diferentes opiniões, dos diversos sentimentos e das múltiplas sensibilidades que, confrontadas entre si, devem enriquecer toda a sociedade e promover o progresso da vida social.⁴¹¹ Os meios de comunicação são apresentados como “uma espécie de praça pública onde se trocam impressões espontaneamente.”⁴¹²

Intimamente ligada ao direito à informação e à informar, a opinião pública vai amadurecendo e se fortificando à medida que é fruto do acesso democrático dos cidadãos aos mais variados canais de comunicação, à informação com justeza e à livre expressão.⁴¹³ Como já afirmamos no primeiro capítulo, a presente Instrução Pastoral defende que a liberdade de expressão é fundamentalmente necessária para uma adequada formação da opinião pública.⁴¹⁴

⁴¹⁰ Cf. JOSAPHAT, C. *Ética e Mídia*. Op. cit., p. 15.

⁴¹¹ Cf. CP, p. 24-32.

⁴¹² Ibid., n. 24.

⁴¹³ Cf. Ibid., n. 33.

⁴¹⁴ Cf. Ibid., n. 25.

De fato, quanto mais completa, honesta e precisa for a informação;⁴¹⁵ quanto mais democrático for o acesso às várias fontes de informação,⁴¹⁶ para que sejam confrontadas e para que cada pessoa chegue a um juízo maduro de cada situação, e quanto mais os cidadãos exercerem o seu direito de livre expressão, tanto mais teremos uma opinião pública bem formada e capaz de responder às exigências da vida social, política, econômica, cultural e religiosa da sociedade, sobretudo na atual conjuntura da globalização neoliberal.

Ao contrário, se os profissionais da comunicação, ou qualquer pessoa que se arrogue o papel de comunicador, não exercerem esta função com responsabilidade e seriedade ética, prescindindo da honestidade, da precisão e da integridade da mensagem veiculada e se entregando aos reclamos da ideologia neoliberal; da mesma forma, se os cidadãos comuns não exercerem este direito com responsabilidade, agindo passivamente diante daquilo que lhes é despejado pelos canais de comunicação, podemos criar uma opinião pública alienada, cômoda e ao gosto das ideologias sutilmente veiculadas pelos meios de comunicação, que não visam senão seu próprio interesse. O hábito de manipular ou distorcer uma mensagem, seja ela de cunho informativo, publicitário ou lúdico, provoca a perturbação da vida coletiva e é uma atitude profundamente antiética, que degrada os relacionamentos humanos.

Não raras vezes ouvimos de alguns profissionais da comunicação slogans tais como aquele citado por Blázquez: “ao público o que ele pede.”⁴¹⁷ Quando a receita é esta, os meios de comunicação perdem seu norte.⁴¹⁸ Geralmente afirmações como estas ignoram (ou fingem ignorar) que a opinião pública pode ser manipulada. Neste sentido, é preciso distinguir opinião pública, fruto de uma busca sincera e racional do bem e da verdade, daquela curiosidade perversa do público, com seus caprichos e mazelas.⁴¹⁹ A segunda é mais adequada e agrada mais ao sistema neoliberal vigente, além de ser uma grande ameaça para o bem comum.

Ninguém pode negar que um dos componentes elementares do universo da comunicação – de modo especial aqueles canais mais expressivos na sociedade – é a tarefa que tem o público. Inserida no contexto da globalização “a audiência dos meios transformou-se no ingrediente que faz pesar a balança do produto ‘comunicação.’”⁴²⁰ Uma rede de televisão, um programa de rádio,

⁴¹⁵ Cf. CP, n. 34.

⁴¹⁶ Cf. Ibid., n. 33.

⁴¹⁷ Cf. BLÁZQUEZ, N. Op. cit., p.32.

⁴¹⁸ Cf. BUCCI, E. Op. cit., p. 159.

⁴¹⁹ Cf. Ibid., p. 166.

⁴²⁰ ECHANIZ, A.; PAGOLA, J. Op. cit., p. 14.

uma revista sobrevivem graças ao público que deles lançam mão. No espírito neoliberal, manter a fidelidade destes expectadores é o que sustenta e alimenta a força econômica das empresas que os patrocinam.⁴²¹ Olhando por esse ângulo, a opinião pública pode ser manipulada em nome de interesses particulares, levada a assumir comportamentos egoístas e em nada comprometidos com o bem comum.

Neste sentido, muito daquilo que o público aparentemente aspira não é senão uma necessidade psicológica desnecessária criada nele, à força de publicidades que incansavelmente invadem as consciências, pelos vários canais de comunicação.⁴²² Aproveitando da tendência individualista hodierna, primando mais pelos sentidos que pela capacidade crítica, muitos meios de comunicação se utilizam de publicidades que anestesiam o ser humano em sua capacidade de levantar questionamentos, de criticar ideologias estabelecidas e de se sentir responsável pela construção de uma sociedade mais justa e fraterna. Ora, quando as tecnologias da comunicação são utilizadas com este espírito manipulador, o prejuízo é uma sociedade superficial, preconceituosa, consumista e que tende a definhar.

Um exemplo claro da curiosidade perversa do público (curiosidade que se opõe ao verdadeiro sentido de opinião pública), e da morbidez de muitos meios de comunicação que alimentam a ignorância e a superficialidade da vida social são os já citados programas no estilo *reality shows* que, no Brasil, enchem os bolsos das emissoras que os promovem. A atração que eles exercem no público brasileiro é, de certa forma, um termômetro que registra o quanto o nível de senso crítico brasileiro está abaixo da média. Maria Ida Fontelle, psicanalista do percurso Psicanalítico de Brasília e da Associação Psicanalítica de Porto Alegre, faz um desabafo ao se referir a este estilo de programa:

Reality show! Assim se denominam alguns programas agora em moda na televisão brasileira: Big Brother Brasil, Casa dos Artistas, No Limite, e outros que supõem estar falando e mostrando a dura realidade dos humanos. No fundo, declaradas versões tupiniquins de já detestáveis programas americanos. [...] Meus amigos, que horror! Entristeço-me só de pensar que nosso povo, principalmente nossos jovens, podem estar submetidos e se contentando com bobagens de tal ordem. Numa só noite vi: Adriane Galisteu, Luciana Gimenez, João Kleber, Ratinho, Big Brother, Monique Evans e outros. Nunca vi tanta exploração de baixaria junta, buscando ibope. O que presenciei [...] foi nada mais do que a uma triste deturpação de sentimentos, a apresentação do grotesco e do vexame alheio, a promoção de situações que ridicularizam indivíduos. A exploração do sexual, do corpo da mulher, da nudez, tratados como mercadorias de valor efêmero. Os *reality shows*, gincanas que têm o voyeurismo como apelo, são exibições das mais

⁴²¹ Cf. ECHANIZ, A.; PAGOLA, J. Op. cit., p. 14.

⁴²² Cf. BLÁZQUEZ, N. Op. cit., p. 32.

feias neuroses, da mais genuína ignorância e do que há de mais deprimente no comportamento humano, além de infantilizar as pessoas e trabalhar com os piores sentimentos até às últimas consequências. [...] Que tipo de sociedade estamos construindo? As pessoas mais amadurecidas ou com formação mais consistente podem assistir a um desses programas e ter uma postura crítica diante deles. Duvido que seja a situação da maioria dos telespectadores, que, num país como o nosso, têm a televisão quase como único meio de lazer e de informações. Que tipo de cabeças estão sendo formadas? O que vão poder desejar essas pessoas? Será que esses telespectadores vão achar que a “reality” de nossas vidas tem de ser assim tão pobre, tão mesquinha, tão pouco inteligente? Existem formas menos rudes, grosseiras, burras e mesquinhas de tratar e discutir os problemas do humano, sem precisar apelar para baixarias e mediocridades.⁴²³

Estes questionamentos são sérios, justamente porque programas como estes deseducam, desinformam, deturpam a verdade, ferem o bem comum e a dignidade do ser humano. Estilos televisivos (ou de qualquer natureza) como estes, formam uma opinião pública viciada, passiva e totalmente aquém dos verdadeiros problemas da sociedade. Em uma só palavra, são antiéticos e deveriam ser extirpados de nossas redes de comunicação. Como ainda se expressa a citada autora:

O que fazem as autoridades competentes sobre essa questão? Onde estão as discussões que levariam a uma melhora na qualidade da nossa televisão? Até quando estaremos submetidos à tirania do vale-tudo na corrida pelo ibope? [...] Devem existir mecanismos democráticos, que envolvam a sociedade, que não se pareçam com censura – o que é inadmissível – mas que façam o papel de melhorar o nível dos programas e, conseqüentemente, no nível cultural das pessoas do nosso país.⁴²⁴

Só teremos uma opinião pública que faça *jus* ao seu real significado, se o povo não for submetido a tipos de programas tão alienadores. Só seremos uma nação soberana se o público brasileiro for suficientemente e honestamente esclarecido por aqueles que detêm o poder da informação; se as autoridades e os cidadãos promoverem um debate aberto e eficaz sobre aquilo que é veiculado nos meios de comunicação; se ao invés de baixaria e depravações o povo ter acesso à cultura e à educação.

Diante do perigo da manipulação, expressado de modo especial nas palavras da Dra. Maria Ida Fontenelle, grande é a responsabilidade do papel desempenhado pelos agentes de comunicação: “no recolher, elaborar e divulgar opiniões, muita influência podem ter para que estas sejam confrontadas com juízo crítico e livre.”⁴²⁵ Grande é a responsabilidade do público que deve assumir seu protagonismo na sociedade e não permitir que lhe seja despejada esta enxurrada

⁴²³ FONTELLE, M. I. In: VIEIRA, R. *Big Brother : traições à espiritualidade do cotidiano nos reality shows*. 7.a. Aparecida – SP: Editora Santuário, 2005, p. 14-16.

⁴²⁴ Ibid.

⁴²⁵ CP, n. 27.

de informações, mensagens e entretenimentos truncados. Como nos adverte a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*:

O papel do público, no sentido de melhorar a qualidade das transmissões, é mais decisivo do que à primeira vista se pode supor. E, portanto, grande é também a sua responsabilidade. Dele, por exemplo, depende que se trave verdadeiro diálogo. Se o público se limita, com efeito, a receber, passivamente, as comunicações, inúteis serão os esforços dos comunicadores para estabelecer um diálogo e teremos corrente de um só sentido.⁴²⁶

Num contexto de supervalorização do mercado em detrimento do valor irrenunciável do ser humano, a atitude passiva do público tende a criar uma opinião pública que corre grande risco de perder sua identidade inicial, como cidadãos bem esclarecidos e aptos para uma discussão fecunda em torno do interesse público, ou como instância suprema da sabedoria democrática⁴²⁷ e tende a ser um brinquedo nas mãos dos que detêm o poder de comunicação em suas mãos. Como bem afirma Bucci:

Enquanto os jornais do século XIX eram produto da iniciativa dos cidadãos de se comunicar, de dialogar e de debater ideias, os meios de comunicação de massa do século XX são produto do mercado. Não mais são produzidos pelas necessidades políticas do público, mas pelas necessidades de mercado. O público é que é agora “produzido” para então ser vendido no mercado.⁴²⁸

Habermas, citado por Bucci, dá um exemplo muito interessante sobre o significado do que até agora afirmamos sobre a opinião pública como brinquedo do mercado: “Os desejos ‘privados’ por automóveis e geladeiras recaem na categoria de ‘opinião pública’, tanto quanto todos os demais modos de comportamento de grupos quaisquer.”⁴²⁹ Trata-se, porém de uma opinião pública forjada pelos interesses do mercado, um feixe de opiniões individualistas semelhantes, apresentado como verdade para todos, porém, concretamente, descabido para a coletividade.

Neste sentido, a Instrução Pastoral *Communio et Progresso*, após elencar tipos de propagandas inadmissíveis e diretamente opostas ao bem comum,⁴³⁰ nos legará uma afirmação profundamente atual para a conjuntura social, política e econômica na qual nos encontramos hoje, no que diz respeito à opinião pública.

⁴²⁶ CP, n. 81.

⁴²⁷ Cf. BUCCI, E. Op. cit., p. 166.

⁴²⁸ Ibid. p. 171.

⁴²⁹ HABERMAS, J. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984, p. 283, In: BUCCI, E. Op. cit., p. 171.

⁴³⁰ Cf. CP, n. 30.

Nem tudo o que atinge publicidade deve ser considerado "ipso facto" como expressão da opinião pública, a qual de si diz respeito a grande número de pessoas. De fato, opiniões divergentes podem coexistir, embora uma delas tenha o apoio da maioria - o que não quer dizer necessariamente que seja a mais válida. De resto, a mesma opinião pública está sujeita a flutuação, o que nos impõe certa reserva, ante ideias que em determinado momento estão em voga; bem depressa, com efeito, poderemos ter motivo fundado para as não aceitar.⁴³¹

Na mesma linha de pensamento e com outros termos, Blázquez nos alertará para a confusão em torno do que chamamos de opinião pública. Assim ele se expressa:

O que chamamos de "opinião pública" muitas vezes é apenas uma opinião privada difundida de forma exclusiva e excludente até se converter em *vox populi*, sem nenhuma outra razão de ser senão a sua inculcação prévia através dos meios de comunicação.⁴³²

Daí o cuidado com opiniões bastante difundidas, já que podem ser produto de interesses de pessoas, grupos ou empresas, diligentemente inculcadas, sobretudo em populações com um baixo nível de senso crítico. Como bem nos atesta o presente documento eclesial, ao concluir o tópico destinado à reflexão da opinião pública: "[No entanto], opiniões muito difundidas, por exprimirem o pensamento e vontade do público, devem ser atentamente ponderadas; tal atenção exige-se das autoridades tanto civis como religiosas."⁴³³

A Instrução Pastoral *Comunio et Progressio*, além de fazer um apelo aos agentes de comunicação e aos cidadãos comuns, para que exerçam esta atividade humana pautando-a pela verdade e pelo respeito à dignidade humana, fazendo despontar um público bem consciente e protagonista de uma vida social mais justa, entrevê no papel da crítica um caminho de fundamental importância para a plena configuração de um público bem formado.

A crítica tem um papel indispensável para que a comunicação se conserve num alto nível profissional e moral e para estímulo aos mesmos comunicadores. Além disso, os críticos, sendo também eles mesmos comunicadores, provocam uma sã autocrítica no interior da profissão, o que precaverá contra ataques do exterior. Todos, com efeito, se devem convencer que a honestidade é a alma desta profissão. Levados, portanto, pelo sentimento de justiça e o amor da verdade, manifestarão os méritos e os pontos débeis das várias comunicações, de modo a que o público tenha os dados para formar o próprio juízo.⁴³⁴

⁴³¹ CP, n. 31.

⁴³² BLÁZQUEZ, N. Op. cit., p. 33.

⁴³³ CP, n. 32.

⁴³⁴ Ibid., n. 78.

Esta exigência é ainda mais emergente quando se trata de um público que não tem suficiente maturidade ou preparação cultural.⁴³⁵ Aproveitar da debilidade humana fornecendo informações truncadas ou omitindo informações é uma atitude antiética e profundamente agressiva à dignidade humana. Muitos canais de comunicação, inclusive ditos cristãos (sem excluir até mesmo católicos), lançam mão de uma linguagem sensacionalista e do espetáculo, que não forma o público, mas, pelo contrário, que o manipula, que o aliena, que o distrai diante dos problemas da sociedade e das prioridades para o bem comum.

Na informação de baixa qualidade ou manipulada, o que prevalece é o aspecto atrativo da notícia por sobre o profundo. O razoável, normal, de senso comum e natural não é notícia. É notícia a extravagância, a anormalidade e tudo o que é excepcional.⁴³⁶

Os críticos ajudam a população a se precaver – sobretudo aquelas sociedades culturalmente subdesenvolvidas, nas quais os mecanismos de defesa contra a manipulação são irrisórios⁴³⁷ - não se permitindo persuadir por qualquer forma de mensagem veiculada pelos meios de comunicação, mas, antes, se opondo àquilo que lhe pareça falso e enganador.

A opinião pública tal e qual é compreendida pela Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, é um ideal a ser buscado por todas as sociedades, sobretudo num momento histórico em que os meios de comunicação exercem cada vez mais um grande poder e fascínio sobre a humanidade, tendem a impor comportamentos e estilos de vidas nem sempre benéficos, além de incorrerem na tentação de satisfazer a meros interesses comerciais.

Sem absolutizá-la, a opinião pública deve se construir como realidade humana composta por cidadãos bem formados, aptos para discutir os problemas da sociedade e se envolverem em mútua colaboração para a resolução dos mesmos. Como já afirmamos no início deste tópico, seguindo o pensamento da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, a opinião pública deve ser como que uma síntese das diferentes opiniões, dos mais variados sentimentos e das mais diversas sensibilidades humanas que, debatidas como em plenário, enriqueçam a convivência social e promovam o progresso da sociedade. Os meios de comunicação têm em suas mãos a possibilidade de aperfeiçoar e potencializar a opinião pública, ou de fazer dela um brinquedo ao seu bel prazer. A escolha entre estes dois caminhos fará toda diferença em nossas atuais sociedades.

⁴³⁵ Cf. BLÁZQUEZ, N. Op. cit., p. 52.

⁴³⁶ Ibid., p. 51.

⁴³⁷ Cf. Ibid.

No tópico seguinte nos dedicaremos ao tema da comunicação, mas agora dentro de um contexto preciso, ou seja, dentro do contexto eclesial. Comunicação eclesial tanto no interior da Igreja quanto desta para a sociedade como um todo.

3.3 A comunicação na vida da Igreja: diálogo e missão profética

Até agora nos referimos à comunicação social como um todo, incluindo agentes de comunicação, empresas de comunicação, instituições religiosas, ou não, e o cidadão comum. Em nossa pesquisa enfatizamos a necessidade de que todos primem pelos princípios éticos elucidados pela Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, num contexto de globalização neoliberal, que coloca em risco a sadia convivência humana e até mesmo sua sobrevivência, uma vez que em nome do mercado, esta ideologia age inescrupulosamente contra a natureza.

Neste tópico queremos aprofundar mais especificamente - sem a intenção de esgotar o tema - o papel comunicativo da Igreja e sua fundamental importância. Como mistério de comunhão, ela é chamada a refletir o modo de comunicação da Trindade e está destinada a dar continuidade à práxis libertadora de Cristo, pela ação do Espírito, num mundo conturbado por ideologias que não privilegiam o ser humano como imagem e semelhança de Deus. Um mundo que faz dos meios de comunicação o seu principal aliado para a propagação destas ideologias antiéticas.

Se no contexto da cristandade a Igreja detinha a hegemonia de um poder que influenciava todos os âmbitos da sociedade - inclusive o poder político e econômico -, na conjuntura atual este paradigma sofreu uma reviravolta sem precedentes. Ela é considerada, pelo menos pelo conjunto da sociedade em geral, como uma instituição a mais em meio a tantas outras, como uma voz perdida nos meio de tantas vozes que se levantam no mundo.

Se em tempos passados, graças a esta hegemonia de seu poder, graças também à sua autocompreensão como coluna da verdade, popularmente expressada como dona da verdade, a Igreja não precisava dispensar tantas energias com o diálogo, com a chegada da modernidade este quadro mudou abruptamente. Sua relação interna e com o mundo secular precisou sofrer uma revolução copernicana.

Para não sucumbir e resistir aos embates dos desafios contemporâneos, para compreender-se e compreender o mundo, a Igreja precisou se colocar na escola do diálogo. Um diálogo que apresenta duas faces da mesma moeda: uma para o interior de sua vida eclesial e a outra para a

complexidade do mundo contemporâneo, com seus questionamentos e incoerências, com suas contribuições e suas ameaças.

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* acentua a necessidade deste diálogo *ad intra* e *ad extra* da Igreja como condição *sine qua non* para que ela contribua para a edificação da sociedade. Diálogo profundo que não significa apenas uma troca de ideias, mas, sobretudo, “intercâmbio de dons.”⁴³⁸

Como sinal do Reino de Deus⁴³⁹ e, portanto, como continuadora da obra do Cristo, seria uma grande incoerência da parte da Igreja não iniciar este diálogo *ad intra*. Só assim ela poderá também dar um testemunho autêntico em seus esforços de dialógico *ad extra*, e se se tornar, de fato, sacramento da salvação⁴⁴⁰ de Deus para o mundo.

A Igreja esforça-se por aumentar e aprofundar os elos de união entre os fiéis; para o que é indispensável a comunicação e o diálogo entre os católicos. Por outro lado, a Igreja faz parte da sociedade humana; o que implica, além do mais, por razões tiradas da sua própria natureza, que se estreitem pelo diálogo, os laços e as relações com essa comunidade. Cumpre esta obrigação, informando e ouvindo atentamente a opinião pública, dentro e fora da Igreja, e procurando um diálogo contínuo com o mundo contemporâneo, participando, assim, na resolução dos problemas do homem de hoje.⁴⁴¹

Sem este diálogo de mão dupla, a Igreja terá grandes dificuldades de cumprir sua tarefa de participar ativa e profeticamente do dinamismo favorecido pelos meios de comunicação social. É sobre este duplo diálogo que discorreremos a seguir.

a) Diálogo *ad intra*: diálogo no interior da Igreja

A Igreja sempre foi uma instituição altamente produtora e incentivadora da cultura ao longo dos séculos. Basta constatar a grande herança cultural acumulada em nossas sociedades, quer seja em relação à música, quer ao teatro, à arte sacra, à iconografia e a tantos outros patrimônios culturais, muitas vezes chegados até nós graças ao patrocínio e à intervenção da Igreja.⁴⁴²

⁴³⁸ JOÃO PAULO II. *Carta Encíclica Ut unum sit*. 1995. Disponível em:

<http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_25051995_ut-unum-sint_po.html>. Acesso em: 24 de setembro de 2011, 02:30:01, n. 28.

⁴³⁹ Cf. LG, n. 5.

⁴⁴⁰ Ibid. n. 9.

⁴⁴¹ CP, n. 114.

⁴⁴² Cf. CNBB. EQUIPE DE REFLEXÃO DO SETOR DE COMUNICAÇÃO. *Educação para a comunicação dos institutos de filosofia e teologia dos futuros presbíteros da Igreja do Brasil*. São Paulo: Paulinas, 2001, p.12.

Entretanto, como ainda afirma a presente equipe de reflexão da CNBB:

[...] A partir do momento que a reprodução de bens simbólicos foi se transferindo para a era industrial e, logo em seguida, para a era da informação, a Igreja se deparou com imensas dificuldades no lidar com as novas tecnologias relacionadas à comunicação.⁴⁴³

Já nos referimos, no início do segundo capítulo, à tensa relação da Igreja com os meios de comunicação, desde o surgimento da imprensa até a atualidade. Não vem ao caso aqui repetir qual o pano de fundo que gerou esta tensão. Gostaríamos, porém, com a ajuda do Prof. José Marques Melo, de sintetizar a relação da Igreja com os meios de comunicação social, evidenciando, assim, a abertura progressiva da Igreja para os novos paradigmas da comunicação social, sobretudo através do Concílio Vaticano II, o qual está na base da configuração da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*. Segundo José Marques, ao vislumbrar o relacionamento da Igreja com os meios de comunicação, podemos identificar quatro fases:

A primeira fase é aquela em que o comportamento da Igreja está orientado para o exercício da *censura e da repressão*. Vai de Inocêncio VIII ao século XIX [...] A partir daí, a hierarquia eclesial se afigura como intermediária entre o saber produzido, não exclusivamente o saber teológico, e a sua dimensão na sociedade. A segunda fase registra uma mutação profunda e se traduz pela *aceitação desconfiada* dos novos meios de comunicação. Seus marcos históricos são o pontificado de Leão XIII e a convocação do Concílio Vaticano II, pelo papa João XXIII [...] A terceira fase corresponde à velocidade com que se dão as transformações sociais e tecnológicas. A Igreja vê-se compelida a acertar o passo, a se adaptar às novas exigências do mundo contemporâneo. E proclama a imperiosidade do *aggiornamento*, palavra-chave do magistério que emerge do Vaticano II. Este processo se traduz por um *deslumbramento ingênuo* no campo da comunicação. Sua principal referência é a instrução pastoral *Communio et Progressio*, em certo sentido uma interpretação atualizada o decreto *Inter mirifica* [...] A quarta fase é a que estamos vivendo, em particular na América Latina, depois de Puebla. [...] A Igreja supera aquela fase do deslumbramento ingênuo (que marcou sensivelmente a postura adotada em Medellín), e deixa de acreditar que a tecnologia pode resolver os problemas da ação evangélica. Adotando uma postura de *avaliação crítica*, ela começa a repensar a questão da comunicação. Faz uma autocrítica em relação aos posicionamentos anteriores e busca novos padrões, resgatando as práticas do cristianismo primitivo, em certo sentido vivenciadas intensamente pelas comunidades eclesiais de base em todo o continente.⁴⁴⁴

Estes passos progressivos da Igreja em seu relacionamento com os meios de comunicação só foram possíveis, porque a Igreja foi compreendendo paulatinamente que para corresponder às exigências do mundo moderno, ela precisaria passar por um processo de profunda metamorfose, superando seu fechamento em si mesma, abrindo-se ao diálogo, em primeiro lugar no seu próprio

⁴⁴³ CNBB. EQUIPE DE REFLEXÃO DO SETOR DE COMUNICAÇÃO. *Educação para a comunicação dos institutos de filosofia e teologia dos futuros presbíteros da Igreja do Brasil*. São Paulo: Paulinas, 2001, p.12.

⁴⁴⁴ DE MELO, J. M. *Comunicação Eclesial: utopia ou realidade*. São Paulo: Paulinas, 2005, p. 25-26.

seio. De fato, nenhum diálogo *ad extra* seria possível, se não se começasse este diálogo no interior da vida eclesial. Ele foi e será sempre um caminho árduo a ser colocado em prática por toda a Igreja.

Embora se tratando do mesmo *Corpo de Cristo*, embora professando a mesma fé, apesar de pregar o mesmo amor, os cristãos são diferentes, há seguimentos diversos no interior da própria Igreja e, como tais, têm visões diversificadas, que se complementam e que se enriquecem, a partir de seus respectivos contextos e situações.

Esta diversidade irá sempre desafiar o diálogo eclesial *ad intra*, sobretudo porque numa parcela em nada negligenciável da Igreja tem-se a tendência de praticar uma comunicação verticalista, ou seja: uma comunicação marcada pelo monólogo e não pelo diálogo; uma prática comunicativa que prima pela divulgação do que se pode e do que não se pode, do que é certo e do que não é certo; uma comunicação dedutiva, que parte das realidades etéreas para realidade do povo, ao invés de partir da situação concreta das pessoas; uma comunicação pautada pela doutrinação, mais que pela evangelização.⁴⁴⁵ Como salienta José Marques:

Se a Igreja afirma que a comunicação é um direito de todos na sociedade, ela assume implicitamente o compromisso de praticar essa proposição. Infelizmente a tradição da Igreja não é de vivenciar a comunicação de maneira democrática. Os processos de comunicação eclesial afiguram-se em geral como verticalistas e autoritários. Trata-se, porém, de uma situação que não encontra fundamentação bíblica: o Evangelho está repleto de registros que traduzem o direito à comunicação como bem coletivo, comunitário.⁴⁴⁶

Embora seja um grande desafio este diálogo no seio mesmo da Igreja, não há outro caminho para o progresso humano e espiritual da Igreja. Uma prova disso é o Concílio Vaticano II. Frei Carlos Josapha, ao se referir a João XXIII e aos embates de pensamentos e correntes teológicas diferentes nos bastidores e na execução deste evento eclesial sem precedentes, afirmará:

No centro de tudo está a realidade do diálogo que se estabelece entre todas as tendências que agitavam e dividiam a Igreja. Da graça desse diálogo brotará, enfim, o milagre de um novo paradigma de compreensão da Igreja. Ela se verá qual comunhão do Espírito, à luz de um novo paradigma de Deus Amor Universal, donde brotará uma nova ética pessoal e social, inspirada nos valores evangélicos e humanos de solidariedade e de responsabilidade, relegando a velha moral dos interditos e culpabilizações. Ele [João

⁴⁴⁵ Cf. DE MELO, J. M. *Comunicação Eclesial: utopia ou realidade*. São Paulo: Paulinas, 2005, p. 25-26. Cf. também: MICA, L. *Processo da comunicação*. Disponível em: <<http://www.maikol.com.br/subpages/apostila2.htm>>. Acesso em: 25 de setembro de 2011, 20:02:02, p. 6.

⁴⁴⁶ DE MELO, J. M. Op. cit., p. 57.

XXIII] aposta na comunhão e no diálogo como meios indispensáveis para que o Espírito de verdade e de amor se faça ouvir e possa transformar pessoas e comunidades.⁴⁴⁷

A presente Instrução Pastoral, como resultado e reflexo do Concílio Vaticano II, acentuará a necessidade deste diálogo interno no modo da Igreja se comunicar, referindo-se mais especificamente à opinião pública que se deve formar no seio da própria igreja, a partir da liberdade de expressão:

Como corpo vivo, a Igreja necessita duma opinião pública para alimentar o diálogo entre os seus membros, condição do progresso no seu pensamento e ação [...] Por isso, é necessário que os católicos se conscientizem daquela verdadeira liberdade de expressão de pensamento que o "*sensus fidei*" e a caridade lhe conferem (cf. LG 12): o "*sensus fidei*", que é estímulo e força do Espírito da Verdade, que os faz aderir, em união e sob a guia do Magistério, à Fé da Tradição-adesão profunda, e, por isso mesmo contínuo aprofundamento e aplicação na vida prática; e a Caridade, que eleva aquela liberdade à comunhão na própria liberdade de Cristo, redentor que libertando-nos do pecado, nos tornou livres de tudo julgarmos segundo a sua vontade. As autoridades responsáveis favoreçam e procurem que exista na Igreja, graças à liberdade de expressão e de pensamento, uma troca legítima de opiniões. Estabeleçam, portanto, as normas e condições necessárias a este fim.⁴⁴⁸

Embora ainda se perceba no texto acima um sutil cerceamento da liberdade de expressão no interior da Igreja, o referido trecho revela avanços em relação a posições anteriores ao Concílio, que nem sequer acenavam para isso. Poderíamos dizer que na Instrução Pastoral *Communio et Progressio* encontramos um germe daquela prática comunicativa horizontal, marcada pela perspectiva dialógica, hoje ainda não completamente praticada pela Igreja.⁴⁴⁹

O texto abaixo, ao mesmo tempo que revela a prudência da Igreja diante de uma possível interpretação da fé a partir de uma ótica de cunho individualista, simultaneamente reflete a abertura inaugurada pelo Concílio Vaticano II, sobretudo em relação ao modo de transmitir o depósito da fé:

É muito vasto o campo em que o diálogo, no interior da Igreja, se deve desenvolver. É certo que as verdades da fé pertencem à própria essência da Igreja, e não podem, de nenhum modo, ser deixadas à interpretação arbitrária dos indivíduos. Contudo, a Igreja está encarnada na história humana; deve adaptar-se às circunstâncias particulares de tempo e de lugar; deve procurar a melhor maneira de expor as verdades da fé às

⁴⁴⁷ JOSAPHAT, C. Vaticano II: aposta evangélica em uma Igreja do diálogo e da comunhão, em sintonia com a humanidade. In: *Convergência*, Rio de Janeiro, v. 40, n. 381, p.143-153, [abr.] 2005, p. 146-147.

⁴⁴⁸ CP, n. 115-116.

⁴⁴⁹ Cf. GOMES, P. G. *Contribuições do cristianismo para as idéias comunicacionais na América Latina*. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/6/6c/Pedro_Gilberto_Gomes.pdf>. Acesso em: 25 de setembro de 2011, 20:02:03, p. 13.

diferentes épocas e culturas e adaptar a sua ação às condições sempre mutáveis dos tempos.⁴⁵⁰

A presente Instrução Pastoral encara a liberdade de pesquisa de cada católico como um dom para a Igreja, como um caminho que faz crescer o espírito de concórdia a partir do confronto de ideias, desde que tal atitude seja pautada pela caridade, pelo desejo de construir e pela busca sincera da verdade.

Em união leal com o magistério, cada um dos católicos pode e deve, portanto, comprometer-se, numa investigação livre, para melhor interpretar as verdades reveladas e melhor as poder apresentar aos diversos grupos em evolução. Este diálogo livre no seio da Igreja não prejudica a unidade, a solidariedade entre os fiéis; pelo contrário, favorece a concórdia e o encontro das diversas correntes de pensamento, através do confronto de pareceres dentro da opinião pública. Mas, para que este progresso se processe como convém, é necessário que reine a caridade, mesmo nos casos de diferença de pontos de vista e opiniões. Neste diálogo, todos devem procurar e desejar servir e consolidar a união e cooperação, animados pela vontade de construir e não de destruir. Movidos por um profundo amor à Igreja e zelo de unidade, lembrar-se-ão que Cristo fez da unidade o sinal distintivo da verdadeira Igreja e dos verdadeiros discípulos (cf. Jo 17,21).⁴⁵¹

Este documento eclesial ainda fará uma distinção importante entre o “campo da investigação científica” e o “campo da instrução dos fiéis”. Em síntese, afirmará que todos os católicos, e de modo especial os teólogos, são livres para a investigação livre e sincera, entretanto, quando se tratar da divulgação do resultado de sua busca, nada seja anunciado enquanto “doutrina da Igreja”, se tais ensinamentos não forem confirmados pelo Magistério autêntico da Igreja. Segundo a presente Instrução, o risco de confusão é ainda maior diante dos meios de comunicação que além de otimizar a veiculação do pensamento livre, às vezes o faz de modo deturpado.

[Por esta razão], é necessário distinguir claramente dois campos: o campo da investigação científica, em que as pessoas verdadeiramente competentes gozam da liberdade necessária para o seu trabalho e do direito de comunicar aos outros o resultado da sua investigação; e o campo da instrução dos fiéis, em que só se pode propor, como doutrina da Igreja, as verdades reconhecidas como tais pelo Magistério autêntico, ou pelo menos consideradas como ensinamento seguro. Contudo, dada a própria natureza dos meios de comunicação social, acontece por vezes virem, prematuramente, ao conhecimento do público, novas opiniões de teólogos. Os fiéis, portanto devem fazer uso nesses casos do seu sentido crítico, para não confundir estas opiniões com a doutrina autêntica da Igreja, apercebendo-se, além disso, que o verdadeiro significado destas

⁴⁵⁰ CP, n. 117.

⁴⁵¹ Ibid.

opiniões pode também ser deturpado pelo estilo próprio de certos meios de informação.⁴⁵²

A liberdade de expressão dentro da própria Igreja é ainda um espinho encravado, um tabu que a muitos incomoda. Atualmente há quem diga que esta abertura da Igreja para a liberdade de expressão em seu interior, instaurada pelo Concílio Vaticano II, tem retrocedido, sobretudo no que diz respeito ao trabalho de pesquisa dos teólogos.⁴⁵³

Certo, porém, é que somente a partir de um diálogo autêntico em seu interior é que a Igreja também será capaz de dialogar com o mundo. Será sempre um grande contratestemunho diante da sociedade secular se, por exemplo, Magistério e teólogos de todas as tendências, não forem capazes de se ajudarem mutuamente na busca pela verdade, numa unidade marcada pela diversidade e na busca pela melhor forma de apresentar esta verdade.

A comunhão no seio da Igreja, a colaboração entre as dioceses, a comunicação entre as várias comunidades e a capacidade de repensar os seus instrumentos de comunicação, bem como os seus modos de apresentar a mensagem evangélica é uma exigência em nada negligenciável para que a Igreja se revele como mistério de comunhão e cumpra o mandato de Cristo de anunciar a Boa Nova neste grande “areópago moderno.”⁴⁵⁴

b) Diálogo *ad extra* e missão da Igreja

Com as palavras: “as alegrias e as esperanças, as tristezas e as angústias dos homens de hoje, sobretudo dos pobres e de todos aqueles que sofrem, são também as alegrias e as esperanças, as tristezas e as angústias dos discípulos de Cristo,”⁴⁵⁵ a presente constituição conciliar revela a humildade de uma Igreja que reconhece o seu atraso na história, a sua dificuldade no diálogo com o mundo, o seu desejo de aprofundar este diálogo e o seu anseio profundo de se identificar cada vez mais com o Cristo pobre e servo. Tais palavras são alentadoras para aqueles que desejavam ardentemente uma renovação do modo de agir da Igreja Católica.

⁴⁵² CP, n. 118.

⁴⁵³ Cf. BOFF, L. *Igreja: carisma e poder*. São Paulo: Editora Ática, 1994, p. 35-48.

⁴⁵⁴ Cf. JOÃO PAULO II. *Carta Encíclica Redemptoris Missio*, n. 37.

⁴⁵⁵ GS, n. 1.

A Constituição Dogmática *Gaudium et Spes* enfatiza nos números 40 a 45 o dever de se respeitar e promover a dignidade humana; concebe o homem como protagonista da construção da sociedade terrena; revela uma abertura ao diálogo com as outras comunidades cristãs e outras religiões; nos mostra o rosto de uma Igreja que quer ajudar a sociedade no seu desenvolvimento e no seu progresso; reconhece e promove a dignidade do corpo; revela o desejo da Igreja de ser serva dos homens, sobretudo dos pobres; uma Igreja que quer ser profeta no anúncio da verdade e na denúncia da injustiça; condena o divórcio entre fé e vida, afirmando ser tal separação um dos mais graves erros de nosso tempo; reconhece e incentiva o serviço prestado pelos leigos; exorta os padres para a vivência da unidade sacerdotal ao redor do bispo; incentiva o anúncio do Evangelho de uma forma terna e, portando, inculturada.

Todos estes aspectos que este documento conciliar estabelece foram de fundamental importância para Igreja, uma vez que dará a base para o seu trabalho pastoral e missionário a ser desenvolvido no pós-concílio, ao mesmo tempo que propiciará um diálogo fecundo não somente com as instâncias seculares, mas também com cristãos de outras confissões, bem como com outras religiões.

Com a *Gaudium et Spes* produz-se na Igreja uma nova compreensão de si mesma. Ao modelo hierárquico e verticalista sucede outro em que o dado inicial é a comunidade dos crentes com uma missão a ser desempenhada no mundo. Esta mudança profunda de paradigma permitiu a revalorização do papel do Povo de Deus e dos leigos mais concretamente. Vemos despontar uma nova concepção do homem e da sociedade, cujo traço mais peculiar seria, sem dúvida, seu caráter dinâmico.⁴⁵⁶ A Igreja se apresenta ao mundo com um espírito mais empático diante das vicissitudes que assolam o ser humano moderno. Ela se mostra mais solidária e humilde diante de um mundo que até então tinha dificuldades em acolher e com o qual dialogar.

Um dos aspectos fundamentais dessa aproximação humilde ao mundo, proporcionada pelo Concílio Vaticano II, foi o diálogo com a ciência, já que abarca tantos outros universos da vida humana. Aqui estão incluídas ciências que se tornaram um grande auxílio para a Igreja não só na compreensão do vasto universo dos meios de comunicação, mas também na sua tentativa de lançar mão destes canais para o cumprimento de sua missão. A psicologia, a sociologia, a economia, a antropologia são apenas alguns exemplos.

⁴⁵⁶ Cf. CAMACHO, I.; RINCÓN, R.; HIGUEIRA, G. *Práxis cristã III: opção pela justiça e pela liberdade*. São Paulo: Edições Paulinas, 1988, p. 126-127.

Esta busca do diálogo foi confirmada por todas as iniciativas eclesiais após o Concílio Vaticano II, nomeadamente, pela Instrução Pastoral *Communio et Progressio*. Entretanto, este é um terreno bastante instável que ainda precisa ser trabalhado tanto pelo mundo eclesial quanto pelo universo secular. Muitos passos já foram dados, porém, muito ainda tem que se fazer. É o que afirma a teóloga Olga Consuelo, referindo-se à ciência, mas que serve para o amplo universo da comunicação entre a Igreja e o mundo. Para falar ao mundo de hoje, a Igreja, que durante tanto tempo ditou as regras no vasto âmbito da vida social, precisa se colocar mais à escuta para poder responder aos desafios de sua missão.

[Já falamos como o Vaticano II abriu-se ao mundo e a todos os seus avanços]. A ciência é contemplada nesta abertura. Porém, não tem sido fácil estender laços entre a fé e a ciência. Longas disputas e mútuas condenações marcam o caminho de encontro e desencontro destas duas instâncias. Neste momento não basta o argumento da autoridade divina. Precisa-se estabelecer diálogo com as ciências e disciplinas que ajudam a entender a realidade para não aproximar-se a ela de maneira ingênua, mas com critério e análise rigorosa. Além disso, o desenvolvimento científico não somente transforma o mundo e as condições de vida, mas também enriquece a teologia, indispensável na vida cristã para uma fé que saiba dar razão de si mesma. Fecundam-se reciprocamente experiência de fé e reflexão teológica. Por isso, caminhar no ritmo da ciência significa, neste particular, deixar que as contribuições da ciência possam esclarecer e abrir novos horizontes ao desenvolvimento teológico e à vida eclesial.⁴⁵⁷

Desencontros à parte, ninguém negará que o Concílio Vaticano II inaugurou um novo tempo para a vida da Igreja, um novo paradigma em sua relação com a realidade secular. Fruto desse novo paradigma eclesial, a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, acentuará, a necessidade do diálogo eclesial com este mundo em ebulição: “O diálogo da Igreja dá-se não só no seu âmbito, entre os fiéis, mas com todos os homens.”⁴⁵⁸ Como já afirmamos acima, aí estão incluídas as instâncias científicas, as instâncias acadêmicas em geral, as ciências médicas, o mundo da política e da economia, o universo da cultura e das comunicações sociais, da mesma forma que as outras Igrejas cristãs, as religiões espalhadas pelo mundo (de modo especial o judaísmo e o islamismo) e tantos outros.

Com o Concílio Vaticano II, a Igreja vai descobrindo que o diálogo é para ela a forma privilegiada de anunciar e testemunhar o Cristo à humanidade.⁴⁵⁹ Como sinal daquela comunhão vivida em plenitude pela Trindade e como continuadora da obra de Cristo, a Igreja vai se dando

⁴⁵⁷ VÉLEZ CARO, O. C. Desafios da Igreja do Século XXI. In: *REB*, Petrópolis, v. 65, n. 260, p. 859-873, [out.] 2005, p.871.

⁴⁵⁸ CP, 22.

⁴⁵⁹ Cf. JOSAPHAT, C. Vaticano II: Aposta evangélica em uma Igreja do diálogo e da comunhão, em sintonia com a humanidade. In: *Convergência*, Rio de Janeiro, v. 40, n. 381, p. 143-153, [abr.] 2005. p. 149.

conta de que só saberá falar ao mundo de hoje e exercer sua missão profética de anunciar o Reino, se procurar conhecê-lo (o mundo), se dialogar com ele, saber de seus dramas, se se encarnar na sua realidade, levando-lhe a Boa Nova do Cristo de uma forma inculturada e dialógica.

Neste sentido, os meios de comunicação são de uma importância sem precedentes para o cumprimento da missão eclesial. Como a própria Instrução Pastoral *Communio et Progressio* vai afirmar: por eles a Igreja entra em contato com o mundo, dialoga com ele, aprofunda seus conhecimentos; mas ao mesmo tempo, lançando mão dos mesmos, se dá a conhecer ao mundo, sobretudo como serva de Cristo.

[Portanto], a Igreja deve saber como reagem os nossos contemporâneos, católicos ou não, aos acontecimentos e correntes de pensamento atual. Os meios de comunicação social contribuem para esse conhecimento que a Igreja deseja ter, na medida em que referem e divulgam estas respostas. Quem ocupa posições responsáveis na Igreja deve anunciar plena e integralmente a verdade, pelos meios de comunicação, e esforçar-se por dar uma imagem autêntica da vida da Igreja.⁴⁶⁰

A presente Instrução Pastoral em sua visão otimista em relação aos meios de comunicação social afirma que estes prestam um tríplice serviço à Igreja. Em primeiro lugar, eles possibilitam a sua manifestação ao mundo, como mistério de comunhão, uma realidade divina e humana atualizadora da obra de Jesus. Os meios de comunicação proporcionam, no seio mesmo da Igreja, o diálogo (sua comunicação *ad intra*, já comentada acima) e, finalmente, mantêm-na atualizada em relação à mentalidade do mundo atual, com suas tendências e ideologias. Por este tríplice caminho, a Igreja intensifica e melhora o seu diálogo com a humanidade, ao mesmo tempo que se sente mais preparada para anunciar-lhe o Evangelho numa linguagem mais compreensível, partindo das problemáticas que angustiam o ser humano.⁴⁶¹

Este diálogo incontestavelmente passará pelo dinamismo dos meios de comunicação social, uma vez que na atual conjuntura da sociedade, a humanidade está perpassada pela cultura midiática. Diante desse contexto, não é só seu direito, mas é dever da Igreja anunciar ao mundo a mensagem evangélica através dos meios de comunicação social.⁴⁶²

Sua presença e seu diálogo com os meios de comunicação contribuirão para que aquela ética autêntica, nascida da pregação de Cristo, baseada no amor, na justiça e na verdade, e

⁴⁶⁰ CP, n. 122-123.

⁴⁶¹ Cf. Ibid., n. 125.

⁴⁶² Cf. Ibid., n. 126.

subjacentes à Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, possam também penetrar as instâncias dos canais de comunicação, contribuindo para uma efetiva elevação da humanidade, à altura de sua dignidade como imagem e semelhança de Deus.

Como fica evidente pelas palavras da presente Instrução Pastoral, a essencialidade da missão profética da Igreja é o anúncio da Boa Nova. Reafirmamos, porém, que este anúncio só será fecundo se, ao invés de impor suas ideias (como em épocas idas), a Igreja for capaz de dar um testemunho vivo do Cristo, servo da humanidade e se for capaz de por em prática um diálogo fecundo com todas as instâncias da sociedade.

Cristo mandou aos Apóstolos e seus sucessores que ensinassem "todas as nações", (Mt 28,19), que fossem "a luz do mundo" (Mt, 5,14), que proclamassem o Evangelho em todo o tempo e lugar. Do mesmo modo que Cristo se comportou, durante a sua vida terrestre, como o modelo perfeito do "Comunicador", e os Apóstolos usaram os meios de comunicação então ao seu alcance, também o nosso trabalho apostólico atual deve usar as mais recentes descobertas da técnica. De fato, seria impossível, hoje em dia, cumprir o mandato de Cristo, sem utilizar as vantagens oferecidas por estes que permitem levar a mensagem a um número muito superior de homens. Aliás, o Concílio Vaticano II exorta os católicos a que, "sem demoras, usem os meios de comunicação social, nas diversas formas de apostolado" (IM, 13).⁴⁶³

Esta missão da Igreja significa atualização da mensagem de Cristo no contexto atual, marcado por grandes avanços tecnológicos e científicos, por tantas conquistas humanas, mas ao mesmo tempo por tantas tragédias humanas provocadas pela globalização neoliberal: fragmentação da pessoa pela ideologia de consumo; individualismo acirrado; ditadura do relativismo ético; injustiças em todos os níveis da sociedade; violências; desigualdades sociais; guerras; miséria em grande escala; destruição da natureza e tantas outras situações que afligem o gênero humano.

Como comunidade humana, também inserida no contexto neoliberal ao qual nos referimos acima, como sacramento da Salvação e como mistério de comunhão, a Igreja precisa assumir uma firme postura como anunciadora da verdade e denunciadora das injustiças que assolam, sobretudo os mais pobres e desprotegidos.

Sua atenção deve estar redobrada, uma vez que, como já mencionamos, o atual sistema neoliberal é capaz até mesmo de subjugar a religião, mais especificamente as forças da Igreja, podendo torná-la condizente com a ideologia do mercado e não sua denunciadora.

⁴⁶³ CP, n. 126.

A espiritualidade, como todos sabemos, é um componente essencial do ser humano, um universo simbólico extremamente importante para o desenvolvimento da humanidade. Embora haja em geral, na atualidade, um certo distanciamento da maioria das pessoas em relação às religiões institucionalizadas, em relação às verdades dogmáticas impostas, a sede e a busca por algo que transcenda o meramente óbvio e o meramente material é imenso em nossa atual conjuntura. E como na ideologia neoliberal nada se joga fora, tudo se aproveita, também a religião é utilizada como meio de saciar a fome de mercado, como trilha sobre o qual o produto ideológico chega aos corações de milhões de pessoas, dando-lhes uma falsa impressão de liberdade e alívio.

Neste sentido, nunca se faz um mal tão perversamente quando sê-lo faz em nome do bem ou em nome de Deus. Muitos grupos, ditos cristãos (sem excluir possíveis seguimentos da Igreja Católica), cedendo às exigências da ideologia neoliberal, e lançando mão dos meios de comunicação em larga escala, acabam por instrumentalizar a religião, fazendo dela um poderoso canal de alienação. Nem sempre todos estão conscientes de que também estão sendo vítimas de um sistema que ao invés de libertar o ser humano, o escraviza.

O texto de Portela, abaixo citado, é uma reflexão sobre a Cristologia que está por trás do Documento de Aparecida e, por consequência, se torna também uma reflexão sobre o estilo missionário que a Igreja deve assumir no atual contexto de globalização neoliberal. Através das palavras deste autor fica mais lúcido constatar os riscos de se instrumentalizar a religião.

Vivemos num tempo de pluralismo, em que circulam inúmeras formas de compreender a realidade, tanto em nível sociocultural quanto em nível pessoal. Neste contexto, o ser humano se torna fragmentado nos critérios de enfrentamento da realidade. Diante deste quadro, Aparecida indica como pista evangelizadora central o *recomeçar a partir de Cristo* (41). [...] Na essência do Evangelho, encontra-se não apenas a centralidade de Jesus Cristo como também o caráter antropologicamente indispensável de um eixo articulador para a totalidade da vida de pessoas, grupos e povos. Jesus não se propõe apenas a este ou àquele setor da vida. Sua proposta é abrangente, totalizante, de tal modo que não haja uma única instância onde os valores do Evangelho não penetrem. [...] A questão de se recomeçar a partir de Jesus Cristo apresenta, no entanto, uma inevitável preliminar: *de que Jesus Cristo estamos falando?* Ao que tudo indica, um significativo eixo cristológico em Aparecida se manifesta na referência a IICor 8,9, texto mencionado pelo Papa Bento XVI, em seu discurso inaugural e repetido no documento de Aparecida [31 e 392]. A repetição é pequena: somente duas vezes. É, no entanto decisiva. Ao fundamentar a opção preferencial pelos pobres, a referida frase atinge e fundamenta a proposta missionária presente em Aparecida, manifestando, deste modo, uma tendência cristológica da Vª Conferência. Trata-se da cristologia da saída de si, do esvaziamento,

da gratuidade, do encontro, da alteridade e da missão. É esta concepção de Jesus Cristo que leva a Igreja a ser cada vez mais missionária e samaritana.⁴⁶⁴

Portella continua sua reflexão contrapondo o *Jesus* apresentado por Aparecida, chamando-o de *Jesus da Kênosis*, ao Jesus, filho do contexto político-econômico que marca o nosso atual momento. Consideramos este texto de fundamental importância para que a Igreja, em seus mais variados seguimentos, não confunda evangelização com massificação.

O atual período traz em si uma concepção de Jesus Cristo, com a qual é preciso dialogar. Na medida em que o religioso sai do centro da cena e o econômico tende a ocupar o lugar central, também o fenômeno religioso se vê afetado [35] e a relação com o transcendente passa a ser economicizada. Torna-se predominantemente relação de causa-e-efeito, troca, escambo. O Jesus Cristo que emerge neste contexto é muito mais Jesus Cristo taumaturgo, produtor de milagres, prodígios, curas e afins. À primeira vista, é possível supor que a ruptura entre evangelho e cultura, no Continente, não esteja acontecendo, uma vez que o nome de Jesus Cristo continua sendo pronunciado e até mesmo invocado com maior frequência. No entanto, para o Evangelho, será sempre necessário se indagar se, ao uso do nome de Jesus Cristo, corresponde, efetivamente, uma postura de vida coerente com o mesmo Jesus. Não soa estranho constatar que, concomitantemente a tanta invocação do nome de Jesus aconteçam tantas ameaças à vida, tantos desrespeitos ao bem comum, tanta insensibilidade ao sofrimento dos mais pobres?⁴⁶⁵

Em consonância com estes questionamentos de Portella, o Frei Josaphat dará uma resposta bastante plausível:

Esta vaga de religiosismo, estimulada e incentivada pela mídia, tem uma grande afinidade com o sistema geral, em suas dimensões comerciais, políticas e ideológicas, pois semelhante sentimentalismo pietista adormece ou anestesia as consciências, alienando-as e preservando-as de qualquer preocupação ou aspiração de caráter social.⁴⁶⁶

Portella, prosseguindo sua reflexão sobre a cristologia que subjaz ao documento de Aparecida, contrapõe duas visões de Cristo: uma utilitarista, concebida pelo atual sistema neoliberal e outro despojado e gratuito, conforme o modo autêntico de Cristo se revelar nos Evangelhos:

⁴⁶⁴ PORTELLA, J. A. Mudança de época e conversão pastoral: uma leitura das conclusões de Aparecida. In: *Atualidade Teológica*, Rio de Janeiro, fasc. 30, ano XII, p. 301-316, [set/dez] 2008, p. 306-307.

⁴⁶⁵ *Ibid.*, p. 307.

⁴⁶⁶ JOSAPHAT, C. Globalização e Religião: comunicação, mídia e mercado. In: *Revista Espaços*, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 125-139 [jun] 1994, p. 135.

Nunca será demasiado repetir que, entre o Jesus taumaturgo e o Jesus da Kênosis, acontecem relações distintas. No caso do Jesus taumaturgo, a relação se dá muito mais com aquilo que o taumaturgo pode fornecer. São relações funcionais e de interesse. No caso do Jesus da Kênosis, a relação se dá com a pessoa, independentemente daquilo que ela possa oferecer.⁴⁶⁷

Partindo da cristologia de Aparecida, conforme a visão apresentada por Portella, poderíamos dizer que a Igreja será fiel à sua missão profética à medida que se identificar com o Cristo da kênosis. Em termos práticos, como o fez Jesus, a Igreja deve continuar comprometida com a transformação da história, manifestando-se ao mundo como o bom samaritano do Evangelho (cf. Lc 10,33), buscando um discernimento constante e perseverante diante dos desafios da sociedade, denunciando as artimanhas e injustiças geradas pelo atual sistema neoliberal e procurando favorecer todas as alternativas possíveis para incluir os menos favorecidos.⁴⁶⁸

Se a missão primordial de Jesus era a instauração do Reino de Deus, a Igreja precisa seguir pelo mesmo caminho. Todos sabemos que os valores do Reino de Deus abarcam o homem todo e todos os homens. Como nos afirmará Olga Consuelo:

A Igreja, servidora dos homens e das mulheres situados nas suas condições particulares, tem que assumir, decisivamente, a integralidade do sujeito em todas as suas dimensões. Recuperar a afetividade, os sentimentos, a fantasia, o simbolismo sem perder as conquistas da racionalidade, da linguagem, da sistematização [...] Nesta recuperação do ser humano integral romper o dualismo alma-corpo continua sendo uma tarefa pendente na vida da Igreja. É preciso valorizar o corpo, a sexualidade, o prazer, o gozo, longamente negados por uma vida ascética que via nessas realidades a presença do mal e do pecado. [...] A Igreja precisa aproveitar [do] este ressurgimento da mística, do sagrado, do mistério, para recriar a sua presença e oferecer verdadeiros horizontes de sentido aos homens e mulheres de hoje.⁴⁶⁹

No complexo contexto da globalização neoliberal, a Igreja deve se apresentar no palco do mundo como a religião da “oferta graciosa dos valores humanos da verdade, da justiça, da liberdade e da solidariedade, bem como dos valores da fé, esperança e caridade, do dom total de si a Deus, ao seu Reino e ao serviço do próximo.”⁴⁷⁰ Ela deve ajudar a humanidade a assumir estes valores éticos em todos os âmbitos da vida social, nomeadamente, no campo das

⁴⁶⁷ PORTELLA, J. A. Mudança de época e conversão pastoral: uma leitura das conclusões de Aparecida. In: *Atualidade Teológica*, Rio de Janeiro, fasc. 30, ano XII, p. 301-316, [set/dez] 2008, p. 307.

⁴⁶⁸ Cf. VELEZ CARO, O. C. *Desafios da Igreja do Século XXI*. In: *REB*, Petrópolis, v. 65, n. 260, p.859-873, [out.] 2005, p. 864.

⁴⁶⁹ *Ibid.*, p. 866-867.

⁴⁷⁰ JOSAPHAT, C. Globalização e Religião: comunicação, mídia e mercado. In: *Espaços*, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 125-139, [dez.] 2001, p. 131-132.

comunicações sociais. Uma vez que eles perpassam toda a vida humana na atual conjuntura do mundo, podendo ser instrumentos que edificam a sociedade, mas também podendo produzir lamentavelmente efeitos contrários.

Como afirma Frei Josapha, referindo-se à Igreja, mergulhada num mundo globalizado: “A universalidade de sua missão [da Igreja] de sal da terra e luz do mundo nunca teve um campo tão imenso: enfrentar, transformar e elevar para Deus a humanidade globalizada.”⁴⁷¹ Para isso será sempre de fundamental importância que ela lance mão dos meios de comunicação social.

Para cumprir esta missão, porém, a Igreja deve superar completamente aquele vislumbamento ingênuo já mencionado por José Marques e ao qual fizemos aceno no início deste capítulo.⁴⁷² Segundo este autor, a superação desta ingenuidade iniciou-se a partir do Documento de Puebla, onde a Igreja na América Latina manifesta uma visão mais lúcida e madura no que diz respeito à relação dos meios de comunicação com os meios de produção que os sustentam. Assim se expressa o presente autor:

Atuando como aparatos da superestrutura ideológica, os meios de comunicação, do mesmo modo que funcionam como resultantes da ação social das forças que detêm a propriedade dos meios de produção, desenvolvem um trabalho de legitimação e sustentação da ordem vigente. Em outras palavras, são causa e consequência da realidade sociocultural. [...] A partir dessa constatação é que o documento de Puebla dá um passo além do de Medellín. Na Colômbia, os bispos apenas registravam que a propriedade dos meios de comunicação estava na mão de grupos conservadores, vinculados à estrutura do poder. No México, os prelados latino-americanos partem para a denúncia dessa situação e das consequências que acarretam para a inalterabilidade da estrutura social [...] Não há mais aquela ilusão sobre a possibilidade de a presença cristã nos meios burgueses de comunicação vir a representar um fator de convencimento junto aos detentores do capital, sensibilizando-os para a humanização do processo de desenvolvimentista. Há, ao contrário, uma compreensão do monopólio exercido pelos centros de poder, que manipulam os meios de comunicação de acordo com princípios que não são absolutamente os da justiça e do bem comum, mas os do arbítrio e dos interesses imperialistas.

Segundo José Marques, em sua missão evangelizadora e em seu esforço para a compreensão da cultura midiática atual, a Igreja deve priorizar concomitantemente dois aspectos nesta sua busca: dar continuidade e aprimorar as iniciativas na América Latina de uma comunicação alternativa, respaldando e patrocinando experiências comunicativas do próprio povo;⁴⁷³ e, ao mesmo tempo, se empenhar num diálogo permanente com a cultura atual e com os

⁴⁷¹ JOSAPHAT, C. Globalização e Religião: comunicação, mídia e mercado. In: *Espaços*, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 125-139, [dez.] 2001, p.132.

⁴⁷² Cf. DE MELO, J. M. *Comunicação Eclesial: utopia ou realidade*. São Paulo: Paulinas, 2005, p. 26.

⁴⁷³ Cf. *Ibid.*

grandes meios de comunicação, buscando uma possível agregação a estes meios do trabalho de construção de novos meios, comunitários e populares.⁴⁷⁴ E para que esta sua tarefa seja realizada com qualidade e eficiência, ela precisará se educar para a comunicação. Ela precisará superar sua tendência de praticar a comunicação numa perspectiva verticalista, monológica e assumir uma postura horizontal, ou seja, de diálogo aberto com a sociedade atual, tentando compreendê-la a partir de sua realidade concreta e à luz do Evangelho.

c) Educação para a Comunicação

Mesmo que a Igreja tenha dado largos passos em sua busca para compreender os novos paradigmas inaugurados pela atual cultura midiática - para assim contribuir na edificação de uma sociedade mais justa e solidária, um espaço onde a ética cristã tenha vez e voz -, um caminho longo resta ainda a percorrer.

Os meios de comunicação social estão num processo constante de multiplicação (cada dia surge um novo instrumento, um novo mecanismos de comunicação), de aprimoramento e de alcances cada vez mais ampliados. A Igreja, embora tenha progredido em sua busca de aproximação a este mundo midiático, traz ainda uma herança de resistência e de temor em relação aos meios de comunicação. Isto lhe dificulta um contato mais efetivo e uma compreensão mais eficiente e abrangente, não só das técnicas de comunicação, mas também do universo simbólico que subjaz a estes instrumentos, bem como de sua relação com a economia e com a política. Em outras palavras, ainda falta muito para que a Igreja possa se incorporar a estas novas mudanças. Em sua realidade *ad intra*, o mundo eclesial ainda se debate com os seus principais desafios.⁴⁷⁵

Une-se a esta dificuldade de progredir na educação para a comunicação o fato de na Igreja conviverem formas bastante contrastantes de se exercer a comunicação. Há programas católicos, sobretudo aqueles na linha da comunicação alternativa proposta por movimentos sociais da América Latina, que apresentam uma comunicação mais dialógica, horizontal, contestadora e aberta, fruto das iniciativas populares, com bastante incidência na organização da sociedade.⁴⁷⁶ Outros programas de envergadura católica insistem numa política de comunicação com uma

⁴⁷⁴ Cf. DE MELO, J. M. *Comunicação Eclesial: utopia ou realidade*. São Paulo: Paulinas, 2005, p. 36.

⁴⁷⁵ Cf. CNBB. EQUIPE DE REFLEXÃO DO SETOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA CNBB. Op. cit. p.12.

⁴⁷⁶ Cf. DE MELO, J. M. *Comunicação eclesial: utopia e realidade*. São Paulo, Paulinas, 2005, p. 28.

visão bastante ingênua dos meios de comunicação, ignorando a profunda relação entre massificação do Evangelho e altos ganhos lucrativos, utilizando uma linguagem acentuadamente verticalista, monológica, de doutrinação e de irrisória incidência nos conflitos que emergem no campo social. Diante deste contexto, para que a educação para a comunicação na Igreja seja eficaz e eficiente é necessário:

Trabalhar para encontrar um consenso mínimo entre os diferentes segmentos que constituem a sociedade eclesial a respeito das bases teóricas sobre as quais construir uma política de comunicação da Igreja. Neste sentido, incentivar as pesquisas em torno do pensamento dos documentos da Igreja sobre a comunicação social, assim como sobre as teorias e pesquisas científicas na área.⁴⁷⁷

Como ainda nos afirma o setor de comunicação da CNBB: “A Igreja reconhece sua prática marcada por uma concepção instrumentalista e moralista da comunicação e, por outro lado, por uma visão dialética dos processos comunicacionais.”⁴⁷⁸ Isto dificulta a compreensão da comunicação como um todo e a aproximação com o público.

Como já mencionamos na presente pesquisa, vivemos numa sociedade sedenta de espiritualidade, mas profundamente desconfiada em relação a Instituições moralistas e moralizantes, e acentuadamente dogmáticas. Para falar ao ser humano moderno, a Igreja precisará primar por uma educação para a comunicação pautada pelo diálogo constante com a sociedade, que inclui os homens comuns, pessoas e empresas da comunicação, as ciências, outras confissões cristãs, outras religiões, ateus, jovens, movimentos sociais e tantos outros. Isto exige de toda comunidade eclesial colocar em prática sua capacidade de escuta, com um olhar atento às realidades da sociedade e ao mesmo tempo buscando uma luz nas palavras e na práxis de Cristo.

Os inúmeros documentos eclesiais sobre a comunicação, entre eles: a Carta Encíclica *Miranda Prorsus*, que está na origem da Pastoral da Comunicação (PASCUM);⁴⁷⁹ o decreto conciliar *Inter Mirifica*; a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*; a criação do Dia Mundial das Comunicações Sociais (e todos que se seguiram após estes), demonstram a grande preocupação da Igreja em conhecer o complexo mundo dos *mass media* e poder lançar mão deste universo de uma forma coerente, que lhe permita um diálogo interno e, ao mesmo tempo uma linguagem que dialogue com o mundo externo a ela.

⁴⁷⁷ CNBB. *Igreja e comunicação rumo ao novo milênio: conclusões e compromissos*. (Documentos da CNBB n. 59). São Paulo: Edições Paulinas, 1997, n. 10.

⁴⁷⁸ CNBB. EQUIPE DE REFLEXÃO DO SETOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA CNBB. Op. cit., p.12.

⁴⁷⁹ Cf. FOGOLARI, E. M.; DA SILVA BORGES, R. *Novas fronteiras da Pastoral da Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2009, p. 47.

Fala-se hoje no contexto eclesial em “Educação para a Comunicação”, com uma visão mais ampla e total, ou seja, como caminho para que a Igreja aprenda a lidar com os meios de comunicação, não somente em seus aspectos funcionalistas e técnicos, mas de uma forma holística, pois, como afirma Frei Moser:

Sucessivas descobertas (máquina a vapor, eletricidade, telegrafia, telefonia e tantos outros inventos posteriores), não apenas criaram fatos novos, como também criaram uma nova cultura. Isto significa que juntamente com a sucessão e concatenação dos inventos, ia se criando uma nova maneira de trabalhar, de pensar, de se organizar em sociedade. Como decorrência, também uma nova autocompreensão antropológica foi se firmando e abrindo espaço para novas iniciativas e novas transformações.⁴⁸⁰

Este aprendizado holístico dos meios de comunicação social é tanto maior quanto mais se constata o avanço sem precedentes das novas tecnologias informáticas, capazes de colocar todos os seres humanos em rede mundial. Em seu esforço de uma educação para a comunicação, já manifestado em muitos documentos eclesiais, a Igreja necessita adentrar mais profundamente neste universo comunicacional. Como se expressou João Paulo II:

Não é suficiente, portanto, usá-los [os meios de comunicação] para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nesta « nova cultura », criada pelas modernas comunicações. É um problema complexo, pois esta cultura nasce, menos dos conteúdos do que do próprio fato de existirem novos modos de comunicar com novas linguagens, novas técnicas, novas atitudes psicológicas.⁴⁸¹

É indispensável, portanto, para a Igreja, compreender os meios de comunicação social como um fenômeno que abrange todo o processo cultural da sociedade, assimilando a amplidão dos mesmos na vida da humanidade e participando na construção de uma mídia que prime pelos princípios éticos cristãos, de modo especial pelo respeito à verdade, à dignidade humana e pela busca do bem comum.

Este caminho exige da comunidade eclesial, como um todo, uma maior compreensão dos mecanismos econômicos que regem os meios de comunicação. Em outras palavras, a Igreja precisa perceber astuciosamente que a compreensão no manuseio dos grandes aparatos da comunicação não basta para produzir mudanças socioculturais na sociedade. É imprescindível

⁴⁸⁰ MOSER, A. Ética e nova condição comunicativa. In: *REB*, Petrópolis, vol. 67, n. 266, p. 261-279, [abr.] 2007, p. 262.

⁴⁸¹ JOÃO PAULO II. *Carta Encíclica Redemptoris Missio*. Op. cit., n. 37.

compreender que o complexo mundo da indústria cultural está profundamente entrelaçado com o exercício da dominação econômica e de pressões políticas.⁴⁸²

A educação para a comunicação dessa forma não é tarefa fácil já que, como afirma a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, os meios de comunicação estão submetidos a uma contínua e progressiva evolução⁴⁸³ e já que tais mecanismos de dominação econômica e de pressões políticas são muitas vezes hegemônicos e, aparentemente, intransponíveis. Este dinamismo e esta complexidade do mundo midiático, porém, não podem deixar a Igreja indiferente. Eles exigem uma pronta resposta da comunidade eclesial.

Bispos, Sacerdotes, Religiosos, Leigos e todos os que têm responsabilidades no seio do Povo de Deus são convidados insistentemente a escrever na imprensa, e a participar em emissões radiofônicas e televisivas. Esta representação pode trazer grandes benefícios para a opinião pública, mas exige perfeito conhecimento da índole e fins dos meios de comunicação. Por isso, as comissões nacionais, bem como as organizações especializadas atendam à informação e preparação dos que utilizam ou hão de utilizar estes meios.⁴⁸⁴

Investir na formação dos leigos, dos sacerdotes e religiosos, investir na pastoral da comunicação em nossas comunidades, paróquias e dioceses, e em nível universal, é uma condição indispensável para que não somente a comunicação interna da Igreja possa se aprimorar, mas para que também ela se sinta capaz de dialogar com o mundo no qual está inserida e contribuir para que a ética cristã ganhe espaço no universo da cultura midiática.

Neste sentido, como já dissemos acima, não se pode negar que com tantas iniciativas no campo da comunicação, a Igreja tenha dado consideráveis passos: no fato mesmo de intensificar mais sua presença nos canais de comunicação; em seu esforço para aperfeiçoar-se no manuseio das técnicas comunicacionais; no integrar esta nova cultura e com ela interagir; na busca de uma interdisciplinaridade, sobretudo na compreensão dos mecanismos econômicos e políticos que regem os meios de comunicação; no seu dialogar *ad intra* e *ad extra*; no seu investir mais constante em agentes de comunicação, entre todas as classes de fiéis.

Entretanto, seu esforço na área da comunicação é sempre na ordem do estar em processo, num interminável diálogo com a sociedade, como permite vislumbrar a variedade de pesquisas e documentos elaborados na história da Igreja.⁴⁸⁵ Em outras palavras, diante de uma sociedade em

⁴⁸² Cf. DE MELO, J. M. *Comunicação eclesial: utopia e realidade*. Op. cit., p. 28.

⁴⁸³ Cf. CP, n. 3.

⁴⁸⁴ CP, 106.

⁴⁸⁵ Cf. FOGOLARI, E. M.; DA SILVA BORGES, R. Op. cit., p.56.

constante mudança, a Igreja precisa estar num processo contínuo de renovação em seu esforço no complexo, mas fascinante domínio da comunicação. Um outro parágrafo da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, que se refere à colaboração da Igreja no âmbito da educação, reflete mais uma vez esta exigência:

[Por seu lado], Bispos, Sacerdotes, Religiosos e Religiosas, assim como os grupos de leigos devem dar o seu contributo na educação cristã que se refere a este campo, tendo em conta a perspectiva social. Por sua própria iniciativa, devem, além disso, manter-se ao corrente das recentes descobertas e acompanhá-las sem cessar, o que supõe a familiarização e o uso direto dos meios de comunicação. Em colaboração com os profissionais, estudarão empenhadamente os problemas envolvidos na comunicação, trocando opiniões e enriquecendo-se mutuamente, pelo intercâmbio de ideias.⁴⁸⁶

O documento 29 da CNBB, no mesmo espírito da Instrução Pastoral *Communio et Progressio* e referindo-se à Pastoral da Comunicação, nos oferece algumas pistas interessantes que podem servir a toda Igreja em seu esforço pela a educação para a comunicação. Segundo o citado documento, a PASCOM deve atuar concomitantemente em três eixos: através dos meios de comunicação; nos meios; e diante dos meios de comunicação.⁴⁸⁷ Ao comentar cada um desses eixos, assim se expressam as seguintes autoras:

Através dos meios: implica um saber técnico conectado às ferramentas comunicativas vigentes (universo das novas tecnologias), sem preterir as tradicionais, com a finalidade de divulgar e promover as atividades da Igreja e da comunidade, cuja meta é o anúncio do Evangelho. Inclui-se neste eixo a produção de produtos comunicacionais (produção de boletins, sites, blogs, fóruns, filmes, videoconferências, programas de rádio), entre outros. **Nos meios:** indica que a qualificação teórica e técnica dos agentes pastorais demais atores sociais é indispensável para fazer dos suportes de comunicação ferramentas fundamentais na missão da evangelização e da mudança social (realização periódica de cursos, oficinas, media training e workshops). **Diante dos meios:** diz respeito à atitude reflexiva, calcada na espiritualidade, na promoção e na ética, que seja capaz de despertar nos agentes de pastorais a consciência crítica, a fim de que saibam, diante da cultura midiática, discernir e escolher aquilo que nela efetivamente contribui para a emancipação do homem e a construção do Reino de Deus.⁴⁸⁸

Um outro contributo para auxiliar a Igreja em sua busca de educação para a comunicação nos vem do Professor Gomes. Segundo este pesquisador, a Igreja do Brasil, no que diz respeito à comunicação social, vive um grande dilema na atualidade entre o pensar e o fazer. Da mesma forma que a Igreja reconhece a necessidade de um estudo mais largo sobre a realidade da comunicação, ela se dá conta de que precisa também lançar mão dos meios de comunicação mais

⁴⁸⁶ CP, n. 110.

⁴⁸⁷ Cf. CNBB. *7º Plano Bienal dos organismos nacionais - 1983/1984*. (Documentos da CNBB n. 29). São Paulo: Edições Paulinas, 1983, p. 98-99.

⁴⁸⁸ FOGOLARI, E. M.; DA SILVA BORGES, R. Op. cit., p. 57-58, [grifo nosso].

sofisticados, para levar ao mundo a mensagem do Evangelho e recuperar o espaço perdido no coração e nas mentes das pessoas. Dá para se notar que os princípios cristãos mais profundos e caros para a vida humana parecem não estar presentes no dia a dia das pessoas e a expressão da Igreja nesta realidade complexa parece cada vez mais opaca, não sendo considerada pela sociedade em geral.⁴⁸⁹

Os escândalos de abuso de menores, envolvendo membros da hierarquia da Igreja, e altamente veiculados pelos meios de comunicação, pioram ainda mais esta situação. Ela que sempre se apresentou no palco do mundo como uma impecável guardiã da moralidade cristã se vê em maus lençóis diante do execrável contra testemunho de alguns de seus mais visíveis membros. Se em tempos idos a autoridade da Igreja era intocável, a conjuntura atual mostra uma realidade totalmente outra: sua autoridade não tem mais o mesmo peso quando propõe ao mundo valores e princípios cristãos. Daí a necessária humildade e capacidade de escuta que a Igreja deve colocar em prática num mundo que a olha com desconfiança, mas com o qual ela pode contribuir se assumir uma postura mais de serva do que de senhora.

Gomes, referindo-se ainda ao contexto da comunicação no Brasil e ao relacionamento da Igreja com esta conjuntura, seguindo uma linha de reflexão a partir dos documentos da Igreja, mas ao mesmo tempo a partir de sua experiência comunicacional, apresenta alguns desafios às políticas de comunicação no interior da Igreja, em nível teórico, organizacional e educacional, os quais funcionam como pistas para que a Igreja aprimore sua educação para a comunicação e possa ajudar a sociedade em sua busca por um norte ético que torne a vida coletiva mais humana e saudável.

O primeiro desafio é aquele expressado pela CNBB e já acima citado: “Trabalhar para encontrar um consenso mínimo entre os diferentes segmentos que constituem a sociedade eclesial a respeito das bases teóricas sobre as quais construir uma política de comunicação da Igreja.”⁴⁹⁰ O presente autor apresenta sua visão sobre este aspecto afirmando que há ainda pelos menos duas fortes tendências no interior da Igreja:

⁴⁸⁹ Cf. GOMES, P. G. *Contribuições do cristianismo para as ideias comunicacionais na América Latina*. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/6/6c/Pedro_Gilberto_Gomes.pdf>. Acesso em: 25 de setembro de 2011, 20:02:03, p. 13.

⁴⁹⁰ CNBB. *Igreja e comunicação rumo ao novo milênio: conclusões e compromissos*. (Documentos da CNBB n.59). São Paulo: Edições Paulinas, 1997, n. 10.

Os fundamentos teóricos em conflito são, por um lado, uma concepção instrumentalista e moralista da comunicação (usar a comunicação para fazer adeptos, definir controvérsias e combater os *inimigos da fé*) e, por outro, uma visão culturalista e dialética dos processos comunicacionais (criar processos comunicativos que permitam a democratização da palavra na Igreja). A primeira concepção parte do princípio de que a Igreja é um corpo uniforme que detém a verdade acabada, cabendo às autoridades da instituição transmitir a herança cultural. A segunda visão entende que o diálogo possível com o homem moderno parte da sua aceitação como interlocutor. É uma posição de riscos, mas que ganha legitimidade, no Brasil, a partir das *Diretrizes Gerais da CNBB (1991-1994)*. Entretanto, nem esse documento, nem o seu substitutivo (*Diretrizes, 1995-1998*), conseguiu fazer a ligação necessária entre *prática pastoral, sociedade em evolução e processos de comunicação*, permanecendo no paradoxo de realizar uma excelente leitura das condições de vida do homem moderno, e propor uma relação comunicacional incapaz de superar o tradicional verticalismo das práticas comunicacionais. Enquanto tal paradoxo não for resolvido, dificilmente a Igreja avançará na construção de uma política de comunicação coerente com sua nova leitura da realidade.⁴⁹¹

Sobre este assunto já discorreremos no início deste terceiro tópico. Com suas palavras, o presente autor lança mais luz sobre o grande desafio de superar esta dicotomia no seio da Igreja.

Um outro desafio por ele elencado é a formação de alianças e a articulação de esforços, e iniciativas que devem ser pautados pelo diálogo, conforme exige o contexto histórico atual. Assim ele se expressa:

No campo da comunicação, os primeiros aliados são os próprios receptores das mensagens, convertidos em interlocutores, se a perspectiva adotada é a dialógica. Em seguida, encontram-se os inúmeros grupos e instituições que vicejam no espaço da Igreja. Articular tais atores é um trabalho específico para um *gestor de processos comunicacionais*. Trata-se de uma nova figura profissional a ser adotada pela Igreja no quadro de seus agentes de pastoral da comunicação: a pessoa com visão de globalidade, em condições de realizar análise de conjuntura e capaz de assessorar os processos de planejamento e de avaliação da comunicação.⁴⁹²

Um terceiro desafio apresentado pelo Prof. Gomes é o da criação de Equipes Locais de Comunicação, com a mobilização dos diferentes setores da Igreja.⁴⁹³

A função dessas equipes seria rever as políticas de comunicação de seus espaços geopolítico-pastorais e adequá-las às necessidades concretas das pessoas que habitam e formam as comunidades. Tal comportamento serviria de baliza para a atuação dos produtores que controlam os grandes meios católicos.⁴⁹⁴

⁴⁹¹ GOMES, P. G. *Contribuições do cristianismo para as idéias comunicacionais na América Latina*. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/6/6c/Pedro_Gilberto_Gomes.pdf>. Acesso em: 25 de setembro de 2011, 20:02:03, p. 14.

⁴⁹² Ibid.

⁴⁹³ Cf. Ibid., p. 14.

⁴⁹⁴ Ibid., p. 15

O quarto desafio é o da capacitação de novos quadros,⁴⁹⁵ ou seja, ampliação de cursos de comunicação, investimento em especializações e pós-graduações nesta área. Ligado a este desafio está o tema deste último tópico de nossa pesquisa, ou seja, a educação para a comunicação: “Não mais formar para o uso dos meios, mas trabalhar no âmbito das comunidades para que as pessoas sejam educadas para e na comunicação. Desse modo, poderão exercer em plenitude a sua cidadania.”⁴⁹⁶

O sexto desafio que se impõe à Igreja em sua lida com a comunicação é “a *avaliação permanente*, afim de que se promovam correções de rumo, quando necessárias.”⁴⁹⁷ Sem um *feedback* constante é impossível progredir em qualquer contexto que seja, mas de modo especial no mundo da comunicação. Justamente porque ele está em constante desenvolvimento e ebulição. Não é suficiente, portanto, abraçar tudo que aparece na comunicação como caminho de evangelização. É preciso ter uma visão do conjunto, assumir com responsabilidade e com capacidade de escutar e não esmorecer no esforço de uma autoavaliação crítica constante. Em outras palavras é preciso: ver, julgar, agir e avaliar constantemente os caminhos da comunicação assumidos pela Igreja.

O último desafio elencado por Gomes trata da necessidade de um protagonismo cada vez mais acentuado da mulher na vida da Igreja. Desde a animação de base até a assunção de trabalhos no âmbito regional e nacional. A mulher, com sua sensibilidade, dinamismo e coragem tem muito a contribuir para a efetivação de uma comunicação eclesial que corresponda às exigências do tempo presente. Assim se expressa o presente autor.

Nos grupos de comunicação comunitária, o papel da mulher é fundamental. Muitos desses grupos subsistem graças a sua atuação. Aproveitar esta valorização para incrementar o trabalho pastoral e reconhecer a capacidade da mulher para um efetivo trabalho na pastoral da comunicação é um desafio que se impõe à Igreja neste final de século.⁴⁹⁸

Estes caminhos propostos pelos autores acima citados ajudarão a Igreja em seu árduo esforço de adentrar no universo da comunicação e compreendê-lo de uma forma holística e não fragmentada. Tendo uma visão mais ampla e mais madura dos meios de comunicação, a Igreja

⁴⁹⁵ Cf. GOMES, P. G. *Contribuições do cristianismo para as ideias comunicacionais na América Latina*. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/6/6c/Pedro_Gilberto_Gomes.pdf>. Acesso em: 25 de setembro de 2011, 20:02:03, p. 15.

⁴⁹⁶ Ibid.

⁴⁹⁷ Ibid.

⁴⁹⁸ Ibid.

poderá corresponder melhor ao diálogo com o mundo e propor à realidade ao mesmo tempo complexa e promissora destes meios, os princípios éticos cristãos.

Estas e outras pistas ajudarão a Igreja não somente a obter bons resultados quantitativos, mas, sobretudo, qualitativos. Tal empenho fortalecerá aquele diálogo imprescindível tanto interno, quanto em relação ao mundo externo, para que a Igreja cumpra sua missão profética de ser sal da terra e luz do mundo (Mt 13,33); de ser fermento na massa (Mt 13,33) de ser sinal do Reino de Deus no mundo.

Considerações finais ao capítulo

Nesta última etapa de nossa pesquisa, buscamos demonstrar a necessidade e a atualidade da ética cristã, conforme apresentada no segundo capítulo, em face às tendências, comportamentos e ideologias da sociedade hodierna em geral, tais como a globalização neoliberal, o individualismo e o subjetivismo, entre outros. Estes fenômenos se apresentam no palco da história como um verdadeiro desafio real à humanidade, já que, potencializados pelos meios de comunicação social, impõem um grande risco à comunhão e ao progresso humanos.

Procuramos analisar os princípios éticos que permeiam a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, apresentando-os como elementos imprescindíveis em todo o universo do *mass media*, uma exigência à qual devem se submeter todas as iniciativas no campo das comunicações.

De igual modo tivemos a intenção de destacar a grave responsabilidade dos meios de comunicação social para constituir uma opinião pública bem formada, que seja capaz de protagonizar a edificação de uma teia social mais justa e solidária, num contexto marcado pela globalização e pelo neoliberalismo.

Também neste terceiro capítulo, destacamos a comunicação da Igreja, a necessidade de um diálogo eclesial profundo, tanto em sua realidade interna quanto em sua relação com o mundo para além de seus muros. Acentuamos aqui o esforço constante da Igreja em aperfeiçoar sua ação comunicativa, no intuito de contribuir na construção de uma sociedade marcada pela pluralidade e pela diversidade. Como sinal do Reino de Deus e tendo o privilégio de estar presente em meio a tantas culturas e contextos, de participar dos dramas humanos que marcam o momento atual, a Igreja reconhece como parte de sua missão propor ao mundo da comunicação a ética cristã, que não visa outro escopo senão o bem e a elevação da humanidade.

Embora pertencentes a âmbitos diferentes, tantos os meios de comunicação social da vida pública e privada quanto aqueles administrados pela Igreja (incluindo os de outras confissões cristãs e religiosas) têm uma grande responsabilidade sobre o futuro da vida social e da humanidade como um todo.

Apesar de esses seguimentos terem suas próprias convicções, doutrinas e suas distintas visões de mundo, não resta dúvida que todos têm como tarefa irrenunciável aqueles princípios éticos comuns, que tornam melhor e mais frutífera a convivência humana sobre a terra: a verdade, a solidariedade, o direito pela informação veraz, o direito de se expressar, a liberdade responsável, o respeito pela dignidade humana, o bem comum, o direito a uma boa educação e à formação espiritual e o direito de ter nas publicidades uma ferramenta a serviço da vida.

Os responsáveis pelos meios de comunicação, independentemente de sua ideologia e área de atuação, precisam ter consciência, no atual contexto da globalização neoliberal, que grande parte das mudanças que possam ocorrer em nossas atuais sociedades injustas, depende do modo como se prestam a servir a humanidade por estes meios.

Para a Igreja, talvez o grande critério para se discernir a atuação dos meios de comunicação social diante da humanidade é a situação dos pobres. Sendo uma opção do próprio Cristo e, por prolongamento, da Igreja, a estrutura moderna terá sinais do Reino quando promover e aumentar a dignidade do ser humano, fazendo com que todos tenham acesso a tudo que de bom e justo a sociedade pode oferecer: saúde, emprego, pão, lazer, liberdade, entre outras. Do contrário, o mundo será um barril de contradições a serviço dos ídolos, especialmente do ídolo mercado.

CONSIDERAÇÃO FINAL

A presente pesquisa revela sua importância, em primeiro lugar, ao apresentar o arquétipo da comunicação a ser seguido pela humanidade, o paradigma ideal a ser buscado pelos seres humanos, na construção de caminhos comunicativos que façam *jus* à sua verdadeira vocação de promotores da comunhão entre os indivíduos e do progresso da humanidade, entendida como evolução de todos os aspectos da vida humana: físico, espiritual, econômico, político, cultural, social, e tantos outros.

Assim, no primeiro capítulo, procuramos enfatizar que a Trindade foi progressivamente se revelando à humanidade através da criação, da redenção e do sopro do Espírito que penetra os corações, apresentando-se no palco da história humana como o arquétipo a ser imitado pelo gênero humano. O relacionamento pericorético vivenciado pelas três Pessoas divinas nos desvelam a via segura a ser trilhada pela humanidade no exercício de sua comunicação: um caminho pautado pelo amor, pelo respeito às diferenças, pela alegria do encontro com o outro, pela empatia, pela liberdade, pela solidariedade e pela compaixão. As palavras, os gestos e todos os movimentos de Cristo, o perfeito comunicador, revelam o estilo de vida e de comunicação próprios das Pessoas Trinitárias e devem inspirar o esforço comunicativo do homem, quer seja em nível interpessoal, grupal ou global. O Espírito Santo é aqui apresentado como princípio de comunhão. Ele é elo de amor eterno entre o Pai e o Filho, ele é a força que atua no coração humano, ajudando-o a se tornar, em todos os movimentos de seu ser, reflexo da imagem do Cristo.

Também no primeiro capítulo destacamos a Igreja que, tendo sido fruto do amor e da obra trinitária, chamada a ser mistério de comunhão e amparada pela força do Espírito, deve continuar e atualizar a salvação que nos é garantida por Cristo. A Igreja deve ter consciência de que a salvação da qual é porta-voz precisa alcançar o homem todo e todos os seres humanos. Como mistério de comunhão, ela deve contribuir para que o Reino de Deus não seja uma realidade apenas a ser concretizada num mundo vindouro, mas uma experiência a ser iniciada e vivenciada aqui e agora.

Ainda nesta primeira parte, buscamos colocar em destaque que o ser humano, embora tendo sido formado segundo a imagem e semelhança de Deus, está muito aquém da forma perfeita de Deus se comunicar. Marcado por contingências de sua própria natureza imperfeita, o

ser humano pode falhar em seu modo de exercer a virtude da comunicação, deformando este dom que recebeu gratuitamente da Trindade. O termo incomunicação expressa justamente a distância que existe entre o ideal da comunicação sonhado por Deus e a realidade concreta do ser humano, frequentemente marcada por ambiguidades, fechamentos e egoísmos.

Concluimos o primeiro capítulo demonstrando que a imperfeição humana obriga o ser humano a buscar uma disciplina, a se conduzir por parâmetros que o ajudem a corresponder da melhor forma possível ao chamado divino de participação na obra da criação. Estes parâmetros são alguns princípios éticos, os quais funcionam como um caminho de conversão ao projeto inicial de Deus para a comunicação. Tais princípios, latentes na Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, auxiliarão o ser humano para que não se desvie dos verdadeiros fins da comunicação humana que são, conforme o próprio estilo de vida da Trindade, o amor, a solidariedade, a ajuda mútua, o intercâmbio de dons, entre outros.

No primeiro tópico do segundo capítulo, procuramos elucidar o árduo, progressivo e sempre necessário caminho de aproximação e de reconciliação entre a Igreja e o universo das comunicações sociais. Nossa intenção ao apresentar um resumo histórico deste relacionamento foi também demonstrar as razões que nos fizeram eleger a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* como objeto formal desta pesquisa. Por sua abertura, acolhida e apreço pela comunicação, o presente documento eclesial significou o marco de uma nova era no relacionamento entre a Igreja e o universo da comunicação social.

Ainda no segundo capítulo desta pesquisa, procuramos trazer à luz alguns princípios éticos que permeiam a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*. Eles são como que o coração do presente trabalho: o direito à informação e a informar, o direito à verdade, o respeito à dignidade humana, a liberdade responsável, o bem comum, o direito à educação e à cultura e a publicidade a serviço do ser humano. Estes foram apresentados como frutos da experiência da Igreja, de sua reflexão constante da Palavra de Deus, de modo especial do Evangelho, e do seu confronto com a realidade do ser humano, nos vários contextos sociais onde está presente. Neste capítulo buscamos elucidar o valor perene de tais princípios para a realidade complexa e ao mesmo tempo promissora da cultura midiática hodierna.

Enfatizamos ainda nesta parte de nossa pesquisa que os meios de comunicação social não podem ser instrumentos a serviço do mercado, de interesses meramente pessoais ou de grupos, mas devem estar a serviço do bem comum, da dignidade humana, ajudando os indivíduos a

viverem bem e a agirem como pessoas em comunidade, imitando em suas relações a comunicação amorosa que perpassa a vida intratrinitária.

Insistimos no fato de que tais princípios, latentes nesta Instrução e desenvolvidos na presente etapa de nosso estudo, elucidam a maneira da comunicação trinitária. Em outras palavras, eles revelam o estilo próprio das três Pessoas divinas de se comunicarem e são, ao mesmo tempo, inspiração e modelo, para que também a comunidade humana construa a sua atividade comunicativa.

Na terceira e última etapa de nossa pesquisa, buscamos demonstrar a necessidade e a atualidade da ética cristã, conforme apresentada no segundo capítulo, em face às tendências, comportamentos e ideologias da sociedade hodierna em geral, tais como a globalização neoliberal, o individualismo e o subjetivismo, entre outros.

Estes fenômenos sociais têm tornado o mundo extremamente voltado para o lucro, caminho este que conduz a sociedade à ruína, uma vez que impõe uma mentalidade de coisificação da pessoa humana e de personalização do mercado.

Tais ideologias têm influenciado profundamente as relações humanas, maculando-as com uma tendência à manipulação das pessoas, à omissão e à deturpação da verdade. Além disso, a ideologia da globalização neoliberal tem sido marcada pela busca a qualquer custo do progresso econômico. Sabemos, porém, que progresso econômico não significa necessariamente o progresso humano. Basta percebermos que apesar de todas as conquistas, nos mais variados domínios humanos, vemos os ricos se tornarem cada vez mais ricos e os pobres cada vez mais pobres. Estes fenômenos se apresentam no palco da história como um desafio real à humanidade, já que, potencializados pelos meios de comunicação social, impõem um grande risco à comunhão e ao progresso humanos.

Procuramos, portanto, analisar os princípios éticos que permeiam a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, apresentando-os como elementos imprescindíveis, atuais para todo o universo do *mass media*, o crivo pelo qual devem passar todas as iniciativas no campo das comunicações.

Não é possível pensar em verdadeiro progresso da humanidade se o direito à informação e de ser informado for tolhido ou manipulado. Não é possível vislumbrar uma sociedade equilibrada e sadia, se as relações entre as pessoas e grupos não forem pautadas pela verdade, pelo respeito à dignidade e pela liberdade responsável. É impossível construir um mundo melhor,

sem educação e sem a valorização da cultura, sem o exercício pleno da cidadania. Não é possível avançar por patamares de justiça e de paz se se coloca o lucro acima da pessoa humana e se cada indivíduo não se preocupar senão com o seu mundo, deixando o bem comum em último plano.

Eis porque acentuamos, neste terceiro capítulo, a grave responsabilidade dos meios de comunicação social para constituir uma opinião pública bem formada. Os meios de comunicação não podem ser criadores de meros consumidores, mas instrumentos para formar cidadãos capazes de questionar os mecanismos de opressão que assolam a humanidade e de protagonizar a construção de uma teia social mais justa e solidária.

Também neste terceiro capítulo destacamos o duplo diálogo que a Igreja deve exercer em sua missão como sal da terra e luz do mundo: um diálogo profícuo em seu interior e, ao mesmo tempo, um diálogo com o mundo no qual está inserida.

Acentuamos aqui o esforço constante da Igreja em aperfeiçoar sua ação comunicativa, no intuito de contribuir na construção de uma sociedade marcada pela pluralidade e pela diversidade. Como sinal do Reino de Deus e tendo o privilégio de estar presente em meio a tantas culturas e contextos, de participar dos dramas humanos que marcam o momento atual, a Igreja reconhece como parte fundamental de sua missão propor ao mundo da comunicação a ética cristã, que não visa outro escopo senão o bem e a elevação da humanidade. A Igreja tem a missão de recordar a todos que o processo de educação para o comportamento ético no mundo da comunicação deve ser permanente. Por isso, ela mesma precisa se aperfeiçoar constantemente neste universo, não somente se valendo de técnicas comunicativas, mas integrando a vasta cultura midiática.

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* é concluída por uma questão bastante intrigante para a época em que foi composta: “Estamos ou não no limiar duma nova era da Comunicação Social? Por outras palavras, todo o processo que acabamos de descrever comporta apenas mudanças quantitativas, ou também qualitativas?”⁴⁹⁹

O presente trabalho contribui para responder a esta indagação: sim, os meios de comunicação, tal como se encontram nos tempos atuais, revelam uma nova era da comunicação social. Uma era marcada por grandes progressos técnicos e metodológicos; por uma troca infinita de riquezas culturais e humanas, enormemente facilitada pela interdependência dos seres humanos entre si, através da rede mundial de computadores conectados à internet.

⁴⁹⁹ CP, n. 181.

Testemunhamos um período histórico no qual é impensável viver sem os meios de comunicação, de modo especial sem a internet. Nos tempos modernos tudo vai ganhando expressão mundial a partir de sua inclusão no mundo virtual. A dona de casa, perdida no interior de qualquer estado do Brasil, pode alcançar celebridade de um dia para outro ao ser exposta, em qualquer rede social de alcance global, tentando dizer as palavras *www*, de forma engraçada. De um dia para o outro ela se torna uma comediante espontânea conhecida mundialmente. Basta que se acesse o seu link, na rede social. O mundo se tornou, de fato, uma grande praça pública onde atores e expectadores se confundem, se misturam e se interagem. Tudo isso tem repercussões enormes na forma de as pessoas se relacionarem, no modo como reagem diante dos problemas e conflitos presentes no mundo, na maneira de conceberem a si mesmas, o mundo e o fenômeno religioso.

Este mundo fascinante, esconde, porém, mecanismos de manipulação, de injustiça e de instrumentalização da ciência, da religião, enfim do ser humano. A pergunta que nos surge e para a qual não há resposta fácil é: como fazer com que meios tão potentes estejam a serviço da dignidade humana, da liberdade, do bem comum, da comunhão e do progresso entre os seres humanos, num contexto sócio-econômico-político que privilegia o mercado e não a pessoa humana? Como frear as ações comunicativas que caminham na contramão da dignidade humana, sem cair numa espécie de censura ou de cerceamento à liberdade de expressão?

Evidentemente há que se fazer um trabalho em conjunto e perseverante, com um caráter interdisciplinar profundo e incluindo os vários seguimentos da sociedade para se conseguir a superação do uso dos meios de comunicação como instrumentos que põem em risco a comunhão e o verdadeiro progresso da humanidade.

Diante da contingência humana, a Igreja deve sempre lembrar a si mesma e ao mundo as exigências inerentes ao Evangelho, de modo especial no contexto das comunicações sociais, uma vez que estes instrumentos perpassam atualmente até os mais recônditos ambientes humanos do mundo, influenciando e condicionando a vida de inumeráveis grupos e pessoas. Diante do risco real de se desvirtuar a verdadeira vocação da comunicação, a Igreja é chamada a propor profeticamente os caminhos que redirecionam o ser humano para o autêntico sentido e para a autêntica função da comunicação humana.

Os princípios éticos elencados aqui como caminho que recoloca o ser humano nas trilhas de uma comunicação querida por Deus são frutos da pregação evangélica, do aprofundamento da

reflexão eclesial e de sua experiência milenar nos amplos contextos humanos onde a Igreja está presente. Em outras palavras, a Doutrina Social da Igreja é fruto do encontro da mensagem evangélica e de suas exigências, com os problemas que emanam da vida da sociedade: situações de miséria, de violência, de desigualdades sociais e tantos outros. Atenta ao contexto que a circunda, a Igreja propõe um conjunto de princípios, de reflexões, de critérios, como também de diretrizes de ação para iluminar as situações humanas que não correspondem à dignidade do ser humano como imagem e semelhança de Deus.

A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* foi de uma importância sem precedentes para que a Igreja ousasse mais no diálogo com o mundo das comunicações sociais, para que se lançasse mais neste campo e para que se autoavaliasse com maior sinceridade e com maior disposição para escutar o mundo. Como já mencionamos no último capítulo, o presente documento não tem uma solução para todos os conflitos em torno da comunicação social, mas é marco inicial de um tempo novo no relacionamento da Igreja com a cultura midiática.

Por maior que seja a contingência e a limitação humanas, por mais que não se apegue a uma religião ou a Deus, o ser humano normalmente está em busca do bem, do belo, da ordem, do equilíbrio. Estas realidades o atraem naturalmente. Os princípios éticos privilegiados pela Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, falam por si só, além de serem bastante atuais para o contexto dos meios de comunicação social.

Mesmo aqueles que não têm fé podem ser levados a reconhecer que o direito à informação, o direito à verdade, o respeito à dignidade humana, a liberdade responsável, o bem comum, o direito à educação e à cultura e a exigência de que a publicidade esteja a serviço do ser humano, são princípios de grande atualidade para todo o universo midiático atual, sobretudo porque marcado pela globalização neoliberal. Trazendo em seu bojo os perigos da ideologia individualista e subjetivista, da razão instrumental e da idolatria do mercado, a atual conjuntura político-econômica exige de todos os seguimentos da sociedade uma atenção redobrada, a reivindicação de princípios éticos precisos, para que a humanidade não pereça.

Independentemente, porém, do sistema político e econômico que possa reger uma sociedade, para além das várias teorias da comunicação e ultrapassando os limites das culturas e dos costumes dos povos, os princípios éticos aqui apresentados e desenvolvidos são de um valor universal e funcionam como uma alternativa para tornar a comunicação humana mais próxima

daquele protótipo que encontramos no relacionamento trinitário. Logicamente que para isso é necessário vontade política, é preciso que os seres humanos se decidam por este caminho.

Talvez o fundamental critério para avaliarmos se a comunicação social está ou não a serviço da vida; se está ou não encontrando sua inspiração no estilo de vida trinitário, revelado pelas palavras e pela prática de Jesus, seja a situação dos pobres. Uma comunicação que seja fiel à sua verdadeira vocação deve estreitar os laços de amor entre os seres humanos, uni-los em torno de ideais nobres, que visam, entre outros, o bem comum o progresso integral dos povos. Pode até parecer uma bela utopia, mas não custa gritar mais uma vez, no mundo, que os meios de comunicação devem ser um instrumento para unir, jamais para separar; para testemunhar a verdade e não para amparar a mentira.

Eles devem denunciar mecanismos que humilham o ser humano, subjugando-o a uma vida precária e sem norte. Neste sentido, o contexto atual é bastante instigante, uma vez que, como já dissemos, apesar das grandes descobertas científicas em todos os campos da ciência, apesar das fronteiras abatidas entre os homens pelos meios de comunicação, apesar ainda dos grandes avanços tecnológicos e de tantos recursos no mundo, o abismo entre ricos e pobres continua crescendo, a natureza está sendo destruída, a violência é cada dia mais gritante em amplos ambientes da sociedade e a educação, em vários contextos sociais (sobretudo na América Latina), anda sempre precária.

A Igreja, sendo uma realidade humana e divina, procurando ser obediente aos ensinamentos e à práxis do Cristo, terá sempre algo a dizer sobre o contexto social, econômico e político que a circunda, em todo tempo e lugar, sobretudo naqueles onde há injustiças, manipulação, opressão e subjugação dos mais pobres.

Há quem pense que a Igreja é uma instituição meramente espiritual e que, portanto, não deve se intrometer nos assuntos polêmicos que afligem a humanidade, tais como a corrupção política, a injustiça social e tantos outros problemas sociais presentes no mundo. Mas a Igreja não é feita de anjos, de homens e mulheres meramente espirituais. Somos de carne e osso. Muitos de nós e de nossos fiéis foram e são atingidos diretamente por situações dramáticas causadas pela injustiça dos homens, pela ganância de quem nunca se convence de que tem o bastante. Evidentemente a preocupação da Igreja não é somente com os católicos, mas, em sua missão profética, ela busca defender a dignidade de todo ser humano, pertencente a qualquer raça, povo ou nação.

A Igreja tem o privilégio de estar presente em meio a praticamente todas as culturas do mundo. Graças a este fato, ela tem condições de interagir com a realidade plural que marca nossa contemporaneidade, propondo um diálogo que gere comunhão na diversidade. Atenta à realidade na qual ela está inserida, a Igreja deve ser uma das instâncias promotoras do discurso ético nos meios de comunicação. Para isso, precisará abrir mão daquela tendência instrumentalista e moralista já tão ultrapassada (porque não responde às exigências do mundo midiático e não gera comunhão), e investir em projetos, grupos e pessoas que sejam capazes de compreender e lançar mão dos meios de comunicação com uma visão abrangente, horizontal, dialógica e crítica, contribuindo para a construção de uma verdadeira ética cristã que promova o ser humano pessoalmente e em seu contexto social. A educação para este tipo de comunicação mais circular e participativa é um dos imperativos para que a Igreja possa se apresentar ao mundo como uma instância credível e, como já dissemos, promotora de um discurso ético autêntico no e através dos meios de comunicação.

A educação é um dos grandes segredos para que nossas sociedades evoluam integralmente, para que nosso futuro seja menos incerto e para que a humanidade não seja tão ameaçada. Por uma educação autêntica, os seres humanos aprendem a se respeitar mutuamente e a viver em sociedade civilizadamente.

Os meios de comunicação social têm um poder enorme em suas mãos, já que atraem homens e mulheres de todas as raças, cores, línguas, culturas e nações. Os princípios éticos aqui apresentados, tais como o direito à educação e à cultura, o respeito à dignidade do ser humano, à verdade, o direito à informação e a informar, entre outros, poderão se tornar de fato um caminho para que a humanidade evolua, se forem considerados e aplicados tanto pelos agentes de comunicação, quanto pelas empresas de mídia, bem como pelos cidadãos comuns que recebem a comunicação. Mais uma vez, o rumo dos meios de comunicação e, por consequência, da humanidade, está nas mãos do ser humano, dependendo de seu modo de conceber e de colocá-los em prática.

BIBLIOGRAFIA

SAGRADAS ESCRITURAS.

1. Documentos do Magistério Universal da Igreja

1.1 Documentos Conciliares

CONCÍLIO VATICANO II. *Decreto Inter Mirifica*. (1963). In: DOCUMENTOS DO CONCÍLIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 1997.

___*Constituição Dogmática Dei Verbum* . (1963). In: DOCUMENTOS DO CONCÍLIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 1997.

___*Decreto Ad Gentes*. (1963). In: DOCUMENTOS DO CONCÍLIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 1997.

___*Constituição Dogmática Lumen Gentium*, 1964. In: DOCUMENTOS DO CONCÍLIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 1997.

___*Declaração Dignitatis Humanae*. (1965). In: DOCUMENTOS DO CONCÍLIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 1997.

___*Constituição Pastoral Gaudium et Spes* (1965). In: DOCUMENTOS DO CONCÍLIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 1997.

___*Decreto Presbyterorum Ordinis*. (1965). DOCUMENTOS DO CONCÍLIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 1997.

1.2 Magistério Pontifício: Encíclicas e Exortações Apostólicas

GREGÓRIO XVI. *Carta encíclica Mirari vos*. (1832). Petrópolis: Editora Vozes, 1947.

PIO IX. *Carta encíclica Quanta cura*. (1864). São Paulo: Edições Paulinas, 1965.

LEÃO, XIII. *Carta encíclica Inscrutabili dei consilio*. (1878). Petrópolis: Editora Vozes, 1950.

___ *Carta encíclica Libertas praestantissimum*. (1888). Petrópolis: Vozes, 1946.

___ *Carta encíclica Enxertos*. (1890). Petrópolis: Editora Vozes, 1947.

___ *Carta encíclica Divinum illud munus*. (1897). 2a.ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1946.

___ *Carta encíclica Etsi prospicientibus*. (1900). Petrópolis: Editora Vozes, 1947.

PIO XI. *Carta encíclica Vigilanti cura*. (1936). São Paulo: Edições Paulinas, 1965.

PIO XII. *Carta encíclica Mystici Corporis* (1943). São Paulo: Edições Paulinas, 1965.

___ *Carta encíclica Miranda prorsus*. (1957). Petrópolis: Editora Vozes, 1957.

JOÃO XXIII. *Carta encíclica Mater et magistra*.,1961. São Paulo: Edições Paulinas, 1980.

___ *Carta encíclica Pacem in terris*. (1963). 3a. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1963.

PAULO VI. *Carta Encíclica Populorum Progressio*. (1967). São Paulo: Edições Paulinas, 1967.

___ *Exortação apostólica Evangelii Nuntiandi* (1975). São Paulo: Paulinas, 1986.

JOÃO PAULO II. *Carta encíclica Redemptor Homminis*. (1979). São Paulo: Edições Paulinas, 1982.

___ *Carta encíclica Dominum et Vivificantem*. (1986). 4.ed. São Paulo: Paulinas, 1986.

___ *Carta encíclica Sollicitudo Rei Socialis*. (1987). São Paulo: Edições Paulinas, 1988.

___ *Carta encíclica Redemptoris Missio*. (1990). São Paulo: Paulinas, 1991.

___ *Carta Encíclica Centesimus Annus*. (1991). São Paulo: Edições Paulinas, 1991.

___ *Carta Encíclica Ecclesia de Eucharistia*. (2003). São Paulo: Paulinas: 2003.

1.3 Voz dos Papas para o Dia Mundial das Comunicações Sociais

PAULO VI. *Os meios de comunicação social*. Mensagem do Papa Paulo VI para o 1º dia mundial das comunicações sociais. 1967. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II*. São Paulo: Paulus, 2010.

___ *A imprensa, o rádio, a televisão e o cinema para o progresso dos povos*. Mensagem do Papa Paulo VI para o 2º dia mundial das comunicações sociais. 1968. In: BARBEIRA, F. P.

Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II. São Paulo: Paulus, 2010.

___ *Os meios de comunicação social ao serviço da unidade dos homens.* Mensagem do Papa Paulo VI para o 5º dia mundial das comunicações sociais. 1971. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

___ *As comunicações sociais e a evangelização no mundo contemporâneo.* Mensagem do Papa Paulo VI para o 8º dia mundial das comunicações sociais. 1974. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

___ *As comunicações sociais diante dos direitos e deveres fundamentais do homem.* Mensagem do Papa Paulo VI para o 10º dia mundial das comunicações sociais. 1976. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

___ *A publicidade nas comunicações sociais: vantagens, perigos, responsabilidades.* Mensagem do Papa Paulo VI para o 11º dia mundial das comunicações sociais. 1977. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

JOÃO PAULO II. *Comportamento ativo das famílias perante os meios de comunicação social.* Mensagem do Papa João Paulo II o 14º dia mundial das comunicações sociais. 1980. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

___ *As comunicações sociais a serviço da liberdade responsável do homem.* Mensagem do Papa João Paulo II para o 15º dia mundial das comunicações sociais. 1981. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

___ *Comunicações Sociais e formação cristã da opinião pública.* Mensagem do Papa João Paulo II para o 20º dia mundial das comunicações sociais. 1986. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

___ *Comunicações Sociais e promoção da solidariedade e fraternidade entre os homens e os povos.* Mensagem do Papa João Paulo II para o 22º dia mundial das comunicações sociais. 1988. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

___ *Comunicações Sociais e o progresso da família humana.* Mensagem do Papa João Paulo II para o 25º dia mundial das comunicações sociais. 1991. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

___ *A proclamação da mensagem de Cristo nos meios de comunicação.* Mensagem do Papa João Paulo II para o 26º dia mundial das comunicações sociais. 1992. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

___ *Os mass media: areópago moderno para a promoção da mulher na sociedade.* Mensagem do Papa João Paulo II para o 30º dia mundial das comunicações sociais. 1996. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

___ *Anunciai-o do cimo dos telhados: o Evangelho na era da comunicação global.* Mensagem do Papa João Paulo II para o 35º dia mundial das comunicações sociais. 2001. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

___ *Internet: um foro para a proclamação do Evangelho.* Mensagem do Papa João Paulo II para o 36º dia mundial das comunicações sociais. 2002. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

BENTO XVI. *Os media: rede de comunicação, comunhão e cooperação.* Mensagem do Papa Bento XVI para o 40º dia mundial das comunicações sociais. 2006. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

___ *Os meios de comunicação social: na encruzilhada entre protagonismo e serviço. Buscar a verdade e partilhá-la.* Mensagem do Papa Bento XVI para o 42º dia mundial das comunicações sociais. 2008. In: BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II.* São Paulo: Paulus, 2010.

___ *Verdade, anúncio e autenticidade de vida, na era digital.* Mensagem do Papa Bento XVI para o 45º dia mundial das comunicações sociais. 2011. In: Publicações Paulinas de Comunicação. São Paulo: Paulinas, 2011.

1.4 Pontifício Conselho Para as Comunicações Sociais

COMISSÃO PONTIFÍCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Instrução Pastoral Communio et Progressio: sobre os Meios de Comunicação Social.* (1971). São Paulo: Edições Paulinas, 1971.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Instrução Pastoral Aetatis Novae.* (1992). São Paulo: Paulinas, 1992.

___ *Ética da Publicidade.* (1997). São Paulo: Paulinas, 1997.

___ *Pornografia e violência nos meios de comunicação: uma resposta pastoral.* (1989). São Paulo: Paulinas, 1989.

___ *Ética nas comunicações Sociais.* (2000). São Paulo: Paulinas, 2000.

___ *Igreja e Internet.* (2002). 2a.ed. São Paulo: Paulinas, 2002.

___ *Ética na Internet.* (2002). São Paulo: Paulinas, 2002.

1.5 Outros documentos eclesiais.

PONTIFÍCIA COMISSÃO BÍBLICA. *Bíblia e Moral: raízes bíblicas do agir cristão.* São Paulo: Paulinas, 2009.

PONTIFÍCIO CONSELHO “JUSTIÇA E PAZ”. *COMPÊNDIO DA DOCTRINA SOCIAL DA IGREJA.* São Paulo: Paulinas, 2005.

CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA. São Paulo: Vozes, 1993.

1.6 Conselho Episcopal Latino-Americano

DECOS-CELAM. *Para uma Teologia da comunicação na América Latina,* Vozes, Petrópolis: 1984.

___ *Comunicação: missão e destino.* São Paulo: Edições Paulinas, 1988.

1.7 Conferências Episcopais

IIª CONFERÊNCIA GERAL DO EPISCOPADO LATINO AMERICANO. *Conclusões de Medellín.* 6ª ed. São Paulo: Edições Paulinas, 1987.

IIIª CONFERÊNCIA GERAL DO EPISCOPADO LATINO AMERICANO. *Puebla: a evangelização no presente e no futuro da América Latina.* 7.ed. Petrópolis: Vozes, 1987. (Texto oficial da CNBB).

Vª CONFERÊNCIA GERAL DO EPISCOPADO LATINO AMERICANO E DO CARIBE. *Documento de Aparecida.* 3.ed. Brasília: Edições CNBB, 2007.

1.8 Conferência Nacional dos Bispos do Brasil

CNBB. *7º Plano Bial dos organismos nacionais -1983/1984*. (Documentos da CNBB n. 29). São Paulo: Edições Paulinas, 1983.

___CAMPAÑA DA FRATERNIDADE DE 1989. *A fraternidade e a comunicação: comunicação para a verdade e a paz*. São Paulo: Editora Salesiana, [1988].

___*Ética: pessoa e sociedade*. (Documentos da CNBB n. 50). São Paulo: Edições Paulinas, 1993.

___*Igreja e comunicação rumo ao novo milênio: conclusões e compromissos*. (Documentos da CNBB n. 59). São Paulo: Edições Paulinas, 1997.

___EQUIPE DE REFLEXÃO DO SETOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. *Educação para a comunicação dos institutos de filosofia e teologia dos futuros presbíteros da Igreja do Brasil*. São Paulo: Paulinas, 2001.

___*Diretrizes gerais da ação evangelizadora da Igreja do Brasil - 2003-2006*. (Documentos da CNBB n. 71). São Paulo: Edições Paulinas, 2003.

___*A comunicação na vida e missão da Igreja no Brasil*. (Estudos da CNBB n.101). São Paulo: Paulus, 2011.

2. Dicionários

BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, A. *Mini Aurélio: o dicionário da língua portuguesa*. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1986.

BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, A. *Novo dicionário da língua portuguesa*. 2.ed. Curitiba: Editora Positivo, 2010.

BURTIN-VINHOLES, S. *Dicionário Francês-Português, Português-Francês*. 35. ed. São Paulo: Editora Globo, 1993.

DA CUNHA, A. G. *Dicionário etimológico nova fronteira da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1982.

LASCOSTE, J. Y. *Dicionário Crítico de Teologia*. São Paulo: Paulinas; São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MARCONDES FILHO, C. (org). *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.

PRIVITERA, S.; PIANA, G.; CAMPAGNONI, F. *Dicionário de teologia moral*. São Paulo: Paulus, 1998.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. *Dicionário de Comunicação*. 8.ed. Rio de Janeiro: Campus; Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

3. Livros

AGOSTINI, N. *Teologia Moral: o que você precisa viver e saber*. Petrópolis: Editora Vozes, 1997.

___ *Fundamentos da ética cristã*. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

___ *A. Ética cristã e desafios atuais*. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

ALMEIDA, J. C. (org.). *Imagem e semelhança de Deus na mídia*. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

ALTEMEYER JUNIOR, F.; BOMBONATTO, V. I (orgs). *Teologia e Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2011.

BARBEIRA, F. P. *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II*. São Paulo: Paulus, 2010.

BAUMAN, S. ; ECOUVES, A. *L'information manipulée*. Paris : Editions de la Revue Politique et Parlementaire (RPP), 1981.

BEOZZO, J. O. (org.). Coleção Teologia Popular. *Por uma ética da liberdade e da libertação*. São Paulo: Paulus, 1996.

BLAZQUEZ N. *Ética e Meios de Comunicação*. São Paulo: Edições Paulinas, 2000.

BOFF, L. *A Santíssima Trindade é a melhor comunidade*. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 1988.

___ *A Trindade, a sociedade e a libertação*. Petrópolis: Vozes, 1986.

___ *Ética e Moral: a busca dos fundamentos*. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

___ *Igreja: carisma e poder*. São Paulo: Editora Ática, 1994.

BONNER, W. *Jornal Nacional: modo de fazer*. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2009.

BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

CAMACHO, I.; RINCÓN, R.; HIGUIERA, G. *Práxis Cristã III: opção pela justiça e pela liberdade*. São Paulo: Edições Paulinas, 1988.

CARVALHO, R. *O Cardeal e o Repórter: histórias que fazem história*. São Paulo: Global Editora, 2010.

CHALITA, G. *Educação: a solução está no afeto*. 10.ed. São Paulo: Editora Gente, 2004.

CITELLI, A. O.; CASTILHO COSTA, M. C. (orgs). *Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento*. São Paulo: Paulinas, 2011.

COMBLIN, J. *Viver na cidade: pistas para a pastoral urbana*. São Paulo: Paulus, 1996.

CONGAR, Y. *Revelação e experiência do Espírito* (Creio no Espírito I). São Paulo: Paulinas, 2005.

___ *Ele é o Senhor e dá a vida* (Creio no Espírito Santo II). São Paulo: Paulinas, 2005.

___ *O rio da vida corre no Oriente e no Ocidente* (Creio no Espírito Santo III). São Paulo: Paulinas, 2005.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL (1988). 5.ed. São Paulo: Editora Atlas, 1995.

CORTELLA, M. S. *O que a vida me ensinou*. 2.ed. São Paulo: Editora Saraiva; São Paulo: Versar, 2009.

___ *Qual é a tua obra: inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética*. 11.ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

CORTELLA, M. S.; JANINE RIBEIRO, R. *Política para não ser idiota*. 4.ed. Campinas: Papyrus 7 Mares, 2010.

DA SILVA MARTINS, N. B. *Cristo o Comunicador Perfeito: delineamento de uma teologia da comunicação à luz da Instrução Pastoral *Communio et Progressio**. Lisboa: Edições Didaskalia, 2000.

DARIVA, N. (org.). *Comunicação social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003.

DE MELO, J. M. *Comunicação Eclesial: utopia ou realidade*. São Paulo: Paulinas, 2005.

DE OLIVEIRA SOARES, I. *Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação*. São Paulo: Paulinas, 2011.

DE OLIVEIRA, J. F. (Pe. Zezinho). *Novos Púlpitos e novos pregadores*. São Paulo: Paulinas, 2004.

- DE OLIVEIRA, M. A. *Desafios Éticos da Globalização*. 2.ed. São Paulo: Paulinas, 2001.
- DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. 3.ed. São Paulo: Paulinas, 1978.
- DÍEZ, F. M. *Teologia da Comunicação*. Edições Paulinas, São Paulo: 1997.
- DIZARD JUNIOR, W. *A nova mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- DOS SANTOS, R. E. *As teorias da comunicação: da fala à internet*. 3.ed. São Paulo: Paulinas, 2003.
- ECHANIZ, A.; PAGOLA, J. *Ética do profissional da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2007.
- FABRIS, R. *Para ler Paulo*: Edições Loyola, 1996.
- FALCÃO, W.; FREI BETTO; GLEISER, M. *Conversando sobre a fé e a ciência*. Agir, Rio de Janeiro, 2011.
- FOGOLARI, E. M.; DA SILVA BORGES, R. *Novas fronteiras da Pastoral da Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2009.
- FREIRE, P. *Extensão ou comunicação?* São Paulo: Paz e Terra, 2010.
- GOMES, P. G. “...e Deus rompeu o Silêncio”. 2.ed. São Paulo: Paulinas, 1980.
- JOSAPHAT, C ; BÉGUIN, B. *L'éthique professionnelle des journalistes*. 2.ed. Fribourg Editions Universitaires Fribourg Suisse, 1983.
- ___ *Éthique chrétienne et dignité de l'homme*. Paris : Editions du Cerf, 1992 ; Fribourg : Editions Universitaires Fribourg Suisse, 1992.
- ___ *Ética e Mídia: Liberdade, responsabilidade e sistema*. São Paulo: Paulinas, 2006.
- ___ *Ética mundial*. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.
- LEVY, P. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 2000.
- LIBÂNIO, J. B. *Cenários da Igreja*. São Paulo: Edições Loyola 1999.
- ___ *Crer num mundo de muitas crenças e pouca libertação*. Valencia (Espanha): Siquem Ediciones, [2003]; São Paulo: Paulinas, 2003.
- ___ *Igreja Contemporânea: encontros com a modernidade*. São Paulo: Edições Loyola, 2000.
- LOPES, G. *Gaudium et Spes: texto e comentário*. São Paulo: Paulinas, 2011.

- MATTELART, A.; MATTELART, M. *Histoire des théories de la Communication*. Paris : La Découverte, 1997.
- MIRANDA, Mário de França. *Igreja e Sociedade*. São Paulo: Paulinas, 2009.
- MORO, C. *A Formação Presbiteral*. 6.a ed., Aparecida - SP: Editora Santuário, 1997.
- NOLAN, A. *Jesus Hoje: uma espiritualidade de liberdade radical*. 2.ed. São Paulo: Paulinas, 2004.
- PEINADO, J. V. *Éticas teológicas ontem e hoje*. São Paulo: Paulus, 1996.
- PONTIFÍCIA FACULDADE DE TEOLOGIA NOSSA SENHRA DA ASSUNÇÃO. FABRI DOS ANJOS, M.; DE SOUZA, N. (Organizadores). *Metodologia da Pesquisa Científica*. São Paulo: 2004.
- PORRECA, W. *Famílias em segunda união: questões pastorais*. São Paulo: Paulinas, 2010.
- PUNTEL, J. T. *A Igreja e a democratização da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1994.
- ___ *Comunicação: Diálogo dos saberes na Cultura Midiática*. São Paulo: Paulinas, 2010.
- ___ *Cultura mediática e Igreja: uma nova ambiência*. São Paulo: Paulinas, 2005.
- PUNTEL, J. T.; CORAZZA, H. *Pastoral da Comunicação: diálogo entre fé e cultura*. São Paulo: Paulinas, 2007.
- QUINTERO GOMÉZ, C. A. *A comunicação à luz de Aparecida*. Brasília: Edições CNBB, [2008 ou 2009].
- RAHNER, K. *Vaticano II: Um começo de renovação*. São Paulo: Editora Herder: 1966.
- SACONNI, L. A. *Novíssima gramática ilustrada Saconni*. 23.ed. São Paulo: Editora Nova Geração, 2010.
- SELLA, A. *Globalização neoliberal e exclusão social*. 2.ed. São Paulo: Paulus, 2002.
- SOBRINO, John. *Ressurreição da verdadeira Igreja*. São Paulo: Edições Loyola, 1981.
- VIDAL, M. *Para conhecer a ética cristã*. São Paulo: Edições Paulinas, 1993.
- VIEIRA, R. *Big Brother: traições à espiritualidade do cotidiano nos reality shows*. 7.ed. Aparecida-SP, 2005.

4. Periódicos

Atualidade Teológica, Rio de Janeiro, fasc. 30, ano XII, p. 301-316, [set./dez.] 2008.

Convergência, Rio de Janeiro, v. 40, n. 381, p. 143-153, [abr.] 2005.

Espaços, São Paulo, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 31-43, [jun.] 1994.

Revista Eclesiástica Brasileira (REB), Petrópolis, v. 65, n. 260, p. 858-873, [out.] 2005.

REB. Petrópolis, v. 66; n. 261, p. 89-114, [jan.] 2006.

REB, Petrópolis, v. 67, n. 266, p. 260-304, [abr.], 2007.

REB, Petrópolis, vol. 68, n. 269, [jan.] 2008.

Religião e Cultura: Departamento de Ciências da Religião – Faculdade de Ciências Sociais – PUC-SP. São Paulo: Paulinas, vol. IX, n. 17, [jan/jun] 2010.

VEJA. São Paulo: Editora abril, ed. 2227, n. 30, ano 44, [jul], 2011.

5. Artigos publicados por meio eletrônico

ASSOCIAÇÃO MUNDIAL DAS RÁDIOS DE INSPIRAÇÃO CRISTÃ DE EXPRESSÃO PORTUGUESA. Disponível em: <<http://www.vox-radios.pt/apresentacao.php>>. Acesso em: 23 de setembro de 2011, 16:09:21.

GOMES, P. G. *Contribuições do cristianismo para as ideias comunicacionais na América Latina*. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/6/6c/Pedro_Gilberto_Gomes.pdf>. Acesso em: 25 de setembro de 2011, 20:02:03.

IBGE CENSO 2010: Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/primeiros_dados_divulgados/index.php>. Acesso em: 03 de setembro, 2011, 09:05:33.

JOÃO PAULO II. *Carta encíclica Ut unum sint* (1995). Disponível em: <http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_25051995_ut-unum-sint_po.html>. Acesso em: 23 de setembro de 2011, 23:12:27.

LEÃO XIII. *Carta encíclica Etsi nos*. (1882). Disponível em: <http://www.vatican.va/holy_father/leo_xiii/encyclicals/documents/hf_l-xiii_enc_15021882_etsi-nos_en.html> Acesso em 24 de setembro de 2011, 08:48:03.

MICA, L. *Processo da comunicação*. Disponível em: <<http://www.maikol.com.br/subpages/apostila2.htm>>. Acesso em: 25 de setembro de 2011, 20:02:02.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. MENA, F. *Semana sem TV*. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/fernanda-mena--27237>>. Acesso em: 03 de setembro de 2011, 09:25:

PRIMEIROS RESULTADOS DO CENSO 2010: Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1866&id_pagina=1. Acesso em: Acesso em: 03 de setembro, 2011, 09:12:18.

PRESBITEROS. BETTENCOURT, E. O que é o Relativismo. Disponível em: <<http://www.presbiteros.com.br/site/o-que-e-o-relativismo/>>. Acesso em: 7 de setembro de 2011, 15:50:13.

RELEITURAS. Resumo biográfico e bibliográfico de Luís Fernando Veríssimo. Disponível em: <http://www.releituras.com/lfverissimo_bio.asp>. Acesso em: 7 de setembro, 16:38:12.

REVISTA ELETRÔNICA ESPAÇO TEOLÓGICO (maio de 2010). LORO, T. J. Jesus Cristo, modelo de comunicador. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/reveleiteo/article/view/3463> >. Acesso em: 13 de abril, 2011, 06:45:09.

TEOLOGIA E SOCIEDADE. VERÍSSIMO, L. F. Big Brother Brasil. Disponível em: <<http://www.teologiaesociedade.com/2011/01/sensacional-critica-de-luiz-fernando.html>>. Acesso em: 7 de setembro de 2011, 16:33:20.

UNIVERSO CATOLICO. BENTO XVI. *Homilia da Santa Missa em preparação para o Conclave* (18/04/2005). Disponível em: <<http://www.universocatolico.com.br/index.php/?o-relativismo-no-ambiente-da-fe.html>> Acesso em: 07 de setembro de 2011; 15:45:30.

ZIG ZAG PEDAGOGA. WOLFF CISZ, B. *Criança e televisão Criança e televisão*. Disponível em: <<http://www.zigzigzaa.com.br/espaco-da-pedagoga/crianca-e-televisao/>>. Acesso em: 03 de setembro de 2011, 09:29:45.