

Jair Ari Scariot

A ética cristã comunicacional e os desafios da cultura da comunicação

Fundamentos para a valorização da individualidade e da comunidade

TESE DE DOUTORADO

DEPARTAMENTO DE TEOLOGIA

Programa de Pós-Graduação em Teologia

Rio de Janeiro

Junho de 2010



Jair Ari Scariot

**A ética cristã comunicacional e os desafios da cultura da
comunicação**

Fundamentos para a valorização da individualidade e da comunidade

Tese de Doutorado

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação
em Teologia da PUC-Rio como requisito parcial para
a obtenção do título de Doutor em Teologia.

Orientador: Abimar Oliveira de Moraes

Rio de Janeiro

Junho de 2010



Jair Ari Scariot

A ética cristã comunicacional e os desafios da cultura da comunicação. Fundamentos para a valorização da individualidade e da comunidade

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Teologia da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Teologia. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Abimar Oliveira de Moraes

Orientador

Departamento de Teologia – PUC-Rio

Prof Miguel Serpa Pereira

Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Prof. Tereza Maria Pompéia Cavalcanti

Departamento de Teologia – Puc-Rio

Prof Maria Inês de Castro Millen

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora

Prof. José Antonio Transferetti

Puc-Campinas

Profa. Denise Berruezo Portinari

Coordenadora Setorial de Pós-Graduação e Pesquisa do centro de Teologia e Ciências Humanas- Puc-Rio

Rio de Janeiro, 30 de agosto de 2010

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Jair Ari Scariot

Graduou-se em Teologia no Pio XI em São Paulo 1997. Kursou a Filosofia adquirindo o título de Bacharelado e Licenciatura na PUC-Rio 2001. Fez mestrado em Teologia na PUC-Rio em 2005. Trabalha com a formação teológica de seminaristas e leigos.

Ficha Catalográfica

Scariot, Jair Ari

A ética cristã comunicacional e os desafios da cultura da comunicação : fundamentos para a valorização da individualidade e da comunidade / Jair Ari Scariot ; orientador: Abimar Oliveira de Moraes. – 2010.

279 f. ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Teologia, 2010.

Inclui bibliografia

CDD: 200

Agradecimentos

A minha família Ernesto e Genoveva, Moacir, Amarildo, Paulo e Maria; Minhas tias Pierina e Lourdes;

Ao Professor Dr. Abimar Oliveira de Moraes pela orientação, acompanhamento e por me ajudar a crescer no processo de pesquisa através do apoio e da motivação;

As Paróquias Nossa Senhora de Fátima e Santo Antônio em São Paulo pelo carinho, amizade, apoio e compreensão;

Ao Professor Manuel Ferreira e Tadeu pelas conversas sobre o assunto desta tese, pelas correções das redações e pela amizade sincera;

A PUC-Rio em especial ao Departamento de Teologia, diretor, coordenadores, professores, secretárias e de todos que contribuíram para essa conquista;

A Congregação dos Cônegos Regulares Lateranenses em nome Prov. Pe. Jose;

A todos os amigos e amigas que, de uma forma ou de outra, me estimularam e me acompanharam carinhosamente ao longo dos anos de pesquisa e de redação desta tese.

Resumo

Scariot, Jair Ari; Moraes, Abimar Oliveira de (Orientador) **A ética cristã comunicacional e os desafios da cultura da comunicação. Fundamentos para a valorização da individualidade e da comunidade.** Rio de Janeiro, 2010. 279p. Tese de Doutorado – Departamento de Teologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A presente tese busca demonstrar e acentuar que a cultura da comunicação constitui um paradoxo que desafia a construção da vida eclesial e social. Analisa que a nova ambiência exige uma renovação através da ética cristã que possibilite a valorização da individualidade e da comunidade, superando a ideologia econômica que direciona, através da mídia, para o individualismo e para a massificação, especialmente no âmbito da família, da educação e da religião. Como estas instituições formam a base da consciência que estrutura a vida pessoal e coletiva, este trabalho pretende demonstrar a necessidade da ética cristã comunicacional para a Igreja superar a sua monocultura e estar aberta ao diálogo com a cultura da comunicação, tornando-se, assim, comunicativa, inculturada e solidária com os mais necessitados. Concretiza a fidelidade a Jesus Cristo, perfeito comunicador, na nova dinâmica da comunicação atual. Ressalta que a ética cristã comunicacional fundamentada no amor Trinitário é vital para a Igreja resgatar a condição de agente comunicativo na experiência pessoal e comunitária comunal.

Palavras-chave

Ética cristã comunicacional; cultura da comunicação; símbolo; Amor; monocultura; inculturação; família.

Riassunto

Scariot, Jair Ari; Moraes, Abimar Oliveira de (Orientatore) (due titoli)
L'etica cristiana comunicazionale e le sfide della cultura della comunicazione. Fondamenti per una valorizzazione dell'individualità e della comunità. Rio de Janeiro, 2010. 279p. Tesi di Dottorato – Departamento de Teologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

La presente tesi si adopera in dimostrare e evidenziare che la cultura della comunicazione stabilisci un paradosso che sfida la costruzione della vita ecclesiale e sociale. E osserva che la nuova situazione dell'insieme delle condizioni attuali dell'ambiente esigi un rinnovamento mediante l'etica cristiana che ridia la possibilità della valorizzazione dell'individualità e della comunità, superando l'ideologia economica che, attraverso la midia, va verso l'individualismo e la massificazione, soprattutto nell'ambiente della famiglia, dell'educazione e della religione. Ammesso che queste istituzioni costituiscono il basamento della coscienza strutturante della vita personale e collettiva, il lavoro pretende dimostrare la necessità dell'etica cristiana comunicazionale perché la Chiesa superi la sua monocultura e sia aperta al dialogo con la cultura della comunicazione, diventando così comunicativa, inculturata e solidale con i più bisognosi. Concretizza la fedeltà a Gesù Cristo, comunicatore perfetto, nell'attuale nuova dinamica della comunicazione. Rileva che l'etica cristiana comunicazionale con fondamento nell'amore Trinitario è vitale perché la Chiesa riscatti la condizione di agente comunicativo nell'esperienza personale e comunitaria della comunione.

Parole chiavi

Etica cristiana comunicazionale; cultura della comunicazione; simbolo; Amore; monocultura; inculturazione; famiglia.

Sumário

Introdução	11
1. A Comunicação como dinamismo básico do ser humano: principais traços para uma antropologia comunicacional	16
1.1. A comunicação simbólica	17
1.1.1. A dimensão simbólica da comunicação	18
1.1.2. As raízes simbólicas do sagrado e fechamento diante do Mistério	23
1.1.3. A questão simbólica da corporeidade na Comunicação	27
1.1.4. O simbólico como elemento de transformação e construção da transcendência	31
1.2. A comunicação como dinamismo básico do ser humano	33
1.2.1. O ser humano: um “ser eloquente” e relacional	34
1.2.2. A origem e o desenvolvimento da linguagem	39
1.2.3. A dimensão social e política do ser humano	43
1.2.4. Implicações antropológicas da sociabilidade	46
1.3. Os meios de comunicação modernos e contemporâneos	48
1.3.1. O lugar da comunicação social na estrutura do ser humano	48
1.3.2. Os meios de comunicação modernos	50
1.3.3. O poder da opinião pública	53
1.3.4. Os meios de comunicação contemporâneos	56
2. O lugar dos Meios de Comunicação Social para uma cultura humanizante	61
2.1. A importância da Comunicação Social na construção do social	61
2.1.1. A presença da informação nas relações socioculturais	71
2.1.2. O poder da opinião pública na transformação/manutenção	

do status Social	76
2.2. Avanços, influências dos condicionamentos e manipulações nos Meios de Comunicação Social	82
2.2.1. As conseqüências na vida social	86
2.2.2. As conseqüências para a vida eclesial	94
2.3. O pluralismo cultural e os meios de comunicação	101
2.3.1. A mídia e o desafio da inculturação para Igreja	103
3. Principais avanços éticos e culturais: do Vaticano II a Santo Domingo	110
3.1. As contribuições do Magistério Universal	111
3.1.1. <i>Inter Mirifica</i> : elementos para um reto uso da comunicação	112
3.1.1.1. A Comunicação Social e os avanços culturais no Decreto	115
3.1.2. A Instrução Pastoral <i>Communio et Progressio</i>	117
3.1.2.1. A comunicação social como fator do progresso humano	119
3.1.2.2. Os desafios da comunicação social a serviço dos valores éticos	121
3.1.3. A Instrução Pastoral <i>Aetatis Novae</i>	125
3.1.3.1. A mídia e sua incidência na cultura e na comunicação	126
3.1.3.2. O papel ético na cultura da comunicação	128
3.2. A reflexão do Conselho Episcopal Latino-Americano	131
3.2.1. <i>Medellín</i> : uma semente de esperança e de libertação	131
3.2.1.1. A mídia e os desafios da nova realidade social	134
3.2.1.2. Luzes para uma nova ética da comunicação	136
3.2.2. <i>Puebla</i> : os meios para a comunhão e participação	137
3.2.2.1 A mídia como elemento de inserção social	138
3.2.2.2 A Igreja na construção da comunicação humana	139
3.2.2.3. A educação e a comunicação na transformação social	141
3.2.2.4. A importância da alteridade para a comunicação e ação social	144
3.2.2.5. Avanços e lacunas ético-comunicacionais	147
3.2.3. Santo Domingo e a cultura da comunicação	149
3.2.3.1. Uma resposta ética à cultura da comunicação	151
3.2.3.2. Os desafios éticos e culturais	153

3.3. Os Estudos éticos do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais	155
3.3.1. Ética da publicidade	156
3.3.1.1. Contribuições e riscos para a comunicação	158
3.3.1.2. A ética como fator da dignidade humana	161
3.3.2. Ética nas comunicações sociais	162
3.3.2.1. A mídia a serviço da pessoa humana	162
3.3.2.2. A mídia e os fatores que violam a dignidade humana	164
3.3.2.3. A Igreja e seu papel ético na mídia	166
3.3.3. Ética na Internet	168
3.3.3.1. Igreja e Internet: oportunidades e desafios	171
4. Elementos para a construção de uma ética cristã “comunicacional/ dialógica”	177
4.1. Um desafio para a igreja: superar o seu atual modelo comunicativo linear	179
4.1.1. O processo de superação da monocultura por uma cultura comunicacional na Igreja	181
4.1.2. O processo de superação de uma ética “aplicativa” por uma “comunicacional/dialógica/cristã”	186
4.2. A Importância da ética cristã comunicacional para a Igreja	192
4.2.1. A ética e sua importância na igreja no resgate da experiência comunicacional-comunitária-comunional	197
4.3. A ética cristã comunicacional: resgate da família e da educação	202
4.3.1. A revitalização da família	202
4.3.2. A revitalização da educação	209
4.3.3. A ética cristã comunicacional como elemento para a valorização da identidade, da individualidade e da comunidade	216
4.3.3.1. A valorização da identidade	216
4.3.3.2. A valorização da individualidade	221
4.3.3.3. A valorização da comunidade/comunitário	226
5. Conclusão	234
6. Bibliografia	240

Siglas

AN	-	<i>Aetatis Novae</i>
CS	-	Comunicação social
MCS	-	Meios de comunicação social
CP	-	<i>Communio et Progressio</i>
CNBB	-	Conferência Nacional dos Bispos do Brasil
CEBs	-	Comunidades Eclesiais de Base
CELAM	-	Conselho Episcopal Latino-americano
EV	-	<i>Evangelium vitae</i>
GS	-	<i>Gaudium et spes</i>
IN	-	<i>Inter Mirífica</i>
MCM	-	Meios de comunicação de massa
MP	-	<i>Miranda Prorsus</i>
RVTV	-	Rede Vida de Televisão
SC	-	<i>Sacrosanctum Concilium</i>
TV	-	Televisão
VS	-	<i>Veritatis Splendor</i>