

Conclusão

Nesta conclusão, voltemos aos questionamentos e hipótese inicial: como a ética cristã comunicacional pode colaborar no crescimento da Igreja e da sociedade para superar as sombras de uma ética utilitarista e aplicativa presentes nos mesmos; que alimenta a lógica do mercado, a manipulação, a monocultura, a manutenção do *status quo*, o individualismo, a massificação e a perda da identidade para que se estabeleça uma ética fundamentada no amor Trinitário.

Revitalizando a família, a educação e a religião na promoção e valorização da individualidade e da comunidade, na qual a Igreja esteja inserida na nova realidade sociocultural de forma comunicativa/comunitária/comunional realizando a transformação social e tornando-se filha do seu tempo? Pois bem, nosso trabalho mostrou que a revolução tecnológica introduziu um novo modo de relação entre os processos simbólicos, gerando mudanças substanciais na ética cristã, na pessoa e na comunidade que se estendem à identidade, à família, à educação, à religião.

Mostrou que a nova ética cristã comunicacional deve levar em conta o contexto sociocultural e a abertura à presença viva de Deus na história de cada cultura e comunidade virtual para que a Igreja possa superar sua monocultura. Mostrou que consciência ética comunicativa favorece um encontro pessoal e comunitário com Jesus Cristo, para que desperte em cada um de nós um novo ardor e amor missionário.

Como se viu, no primeiro capítulo refletimos sobre a importância da configuração do processo simbólico, fundamental na comunicação com Deus e o próximo. O símbolo por excelência que Deus confere ao ser humano é Jesus Cristo. Dessa forma, é preciso resgatar o valor simbólico como centro de nossa fé, para que a vida não seja banalizada e a religião seja comunicativa e humanizante. Isto porque a comunicação constitui o dinamismo básico do ser humano e possibilita uma experiência antropológica, ética, cultural e transcendental. Como foi salientado, a consciência destas dimensões proporciona uma comunicação mais profunda nos meios, na Igreja e especialmente nas relações interpessoais.

No segundo capítulo, aprofundamos as diferenças e elos entre a comunicação e a informação. Esclarecemos as diferenças e os elos entre a comunicação e a informação. Mostramos que nem toda informação é comunicação. Vimos que há muita informação e pouca comunicação. Esta está

cada vez mais ausente em todas as dimensões da construção social e eclesial. Analisamos que essa presença foi substituída pela publicidade da informação na manutenção de status social. Demonstramos o avanço dos condicionamentos e das manipulações direcionados pela lógica do mercado que está na contramão de uma ética cristã comunicacional.

No terceiro, como se viu, demos destaque aos principais documentos da Igreja sobre os meios de comunicação social (MCS) a partir do Vaticano II. Começamos pelo decreto *Inter Mirifica* que, embora sucinto, marcou uma nova postura da Igreja frente à comunicação social. A seguir, analisamos a *Communio et Progressio* que reflete a comunicação numa dimensão mais profunda, através de questões indispensáveis para a Igreja. Depois dela, a *Aetatis Novae* que reforça ainda mais a importância da pastoral da comunicação para a Igreja. Achemos por bem, analisar os documentos, produzidos por nosso Magistério Continental, para obter uma abordagem mais próxima de nossa realidade brasileira. Aqui, o ponto de partida foi *Medellín*, onde evidenciamos que, apesar de um otimismo exagerado, a importância dos meios serem colocados a serviço de uma autêntica educação integral e se transformados em instrumento providencial não só para a Igreja, mas para toda ação social. A seguir, analisamos *Puebla*, onde pudemos constatar o momento forte de conscientização da realidade cultural, social, histórica, ética e religiosa da Igreja Católica latinoamericana em sintonia com a comunicação social. *Puebla* foi importante porque destaca a ideologia econômica presente na mídia que viola os direitos humanos dos pobres e constitui uma “chaga” não só para a Igreja, mas para toda a sociedade. Depois, refletimos sobre *Santo Domingo* tendo a ocasião de detectar sua inclinação na demonstração de uma ação e motivação que intensificam o diálogo e a comunicação com o Criador e cada cultura.

Por fim, detivemo-nos nos três documentos diretamente ligados à construção da ética cristã comunicacional. No primeiro, *Ética da publicidade*; refletimos sobre os elementos positivos e negativos da publicidade no âmbito econômico, político, cultural, iluminado pelos princípios ético-morais. No segundo, *Ética nas comunicações sociais*, desenvolvemos, o tema da comunicação social, de um modo geral. Finalmente, examinamos o documento *Ética na internet e Igreja e a internet*, tendo a oportunidade de salientar o uso desse instrumento mais específico, diretamente ligado à vida da Igreja.

Um dos principais objetivos deste capítulo foi realizar uma sistematização dos principais documentos da Igreja sobre a comunicação social. E através desta riqueza teórica da Igreja possibilitar-nos um aprofundamento da ética cristã comunicacional que está diretamente vinculada a superação da monocultura da Igreja transformando-se num fundamento concreto para a valorização da individualidade e da comunidade.

O quarto capítulo, fundamentado nos capítulos anteriores, apresenta nossa proposta de uma ética cristã comunicacional. Buscamos mostrar a importância dessa ética para o resgate da identidade, da família, da experiência religiosa e da educação e como fundamento para a valorização da individualidade e da comunidade. Buscamos evidenciar como é fundamental não só a superação de um modelo comunicacional ético dogmático/linear, mas também, o modelo monocultural no qual está inserido o discurso eclesial católico. É preciso que este discurso transforme-se num elemento articulador do resgate da experiência comunicacional-comunitária-comunional. Dentro desse contexto, demos a conhecer a comunicação dialógica como imprescindível para fomentar o espírito crítico que está diretamente vinculado à conscientização e a renovação interior da Igreja e da sociedade na concretização da comunicação a serviço do bem comum. Para tanto nossa proposta de uma ética cristã comunicacional esteve fundamentada no amor trinitário, como sinal de um diálogo aberto para darmos passos concretos na direção da valorização da individualidade e da comunidade.

Como se observa, este trabalho contribuiu para mostrar aspectos profundos da identidade, construída de forma mais flexível e com menos instabilidade. Demos a conhecer que o desenvolvimento da identidade corresponde ao zelar pela pureza de uma fonte de água. Ela está em contato com outros elementos a todo instante e para mantê-la pura é necessário superar tudo o que a contamina. Assim, como nossa vida: a todo instante estamos em contacto com elementos diferentes e necessitamos fazer escolhas, e elas são fundamentais na construção da identidade. A tese mostrou que a maturidade da identidade está profundamente ligada a ética cristã comunicacional.

Outra contribuição do trabalho foi à demonstração da ética cristã comunicacional como proposta de cura para muitos problemas sociais e eclesiais da realidade atual. Ilustramos, por meio da experiência pastoral do dia-a-dia, que grande parte do que o Estado e sociedade não oferecem, as pessoas estão

buscando em Deus, ou melhor, no “nome e em nome de Deus”. Milagres? Com isso, contribuimos para profetizar que muito do que compete diretamente ao ser humano realizar é projetado para Deus. Na realidade, e isso a pesquisa revelou, o que mais está precisando ser transformado não é apenas a economia, as técnicas, mas os valores, a interioridade, as estruturas, as desigualdades, as injustiças, que comprometem o conjunto da vida. Denunciamos que muitas expressões religiosas, mesmo católicas, fundamentadas na emoção e comoção, não comunicam ou constroem uma atitude solidária e comunitária.

Do mesmo modo, esta tese concorreu para aprofundar a reflexão sobre um processo ético fundamentado no amor de Deus, revelado e comunicado em e por Jesus Cristo que nasceu de uma família humana. Neste sentido, fizemos ver que a vocação familiar constitui uma escolha livre, consciente e através de um amor gratuito. Batemos na tecla da “mudança da estrutura da família”. Por isso, a necessidade da Igreja reconhecer a nova configuração familiar e aproveitar os meios em vista da educação e comunicação na e da família para que ela se transforme no santuário da vida. Destacamos que a base de toda a formação da identidade pessoal e comunitária está na família, na escola e na religião. Ambas necessitam, estar abertas e unidas, para formar os meios, dons e valores que constituem o de formação, fundamentado na ética cristã comunicacional, que integra todas as dimensões e necessidades concretas de cada pessoa em vista do bem comum.

Nessa linha de análise, vimos à necessidade da Igreja superar a sua monocultura. Mostramos que essa superação possibilita um enriquecimento da Igreja através de um leque maior de diálogo, através da ética cristã comunicacional que responda ao sentido e as necessidades mais profundas do indivíduo e da comunidade. Revelamos que ao se fechar ou comunicar-se somente com uma parcela de seus fiéis ela acaba afastando-se da cultura da comunicação e cada vez perde mais espaço não apenas no número de fiéis, mas no projeto Criador de defender e promover a vida. Diante das mudanças atuais, acentuamos que se torna ainda mais indispensável à abertura da Igreja ao diálogo com a pluralidade cultural para que ela se faça realmente comunicativa e profética.

Dentro do contexto da análise, destacamos que a ética cristã comunicacional constitui uma adesão permanente e comprometida com o Reino de Deus. Implica na formação de todas as comunidades, em comunidades vivas, engajadas e

empenhadas no projeto de Jesus Cristo que valorizou todas as culturas, meios, dons e carismas em vista da cultura da vida. Vimos que o contexto sociocultural faz com que a inculturação constitua um caminho indispensável para a comunicação, valorização das pessoas, das culturas, dos valores éticos e comunitários em vista da construção do Reino de Deus. Ela constitui um elemento fundamental para a evangelização do novo contexto midiático e na superação do sincretismo religioso¹. Demonstramos que pluralismo cultural provoca mudanças não apenas em nível sociocultural, mas exige também uma abertura e renovação dos valores no âmago mais profundo da Igreja.

Pode-se reparar que a nossa reflexão foi muito além da mídia porque temos consciência de que comunicação transcende, é muito mais que informação e meios técnicos como foi enfatizado especialmente no segundo capítulo. Nesse sentido, fizemos observar que a ética cristã comunicacional colabora para desenvolvimento do espírito crítico, do diálogo que promovem a individualidade e a comunidade.

Tivemos o cuidado especial de demonstrar – no percurso textual - que Jesus Cristo, como perfeito comunicador, nos revela um amor concreto plenamente comprometido com a vida, com a história e com a cultura e as transformações sociais. A mídia quando não é utilizada a partir do projeto do amor Trinitário assume elementos alienantes diretamente direcionados pela lógica do mercado. Fizemos notar que a ética cristã comunicacional é fundamental para combater a cegueira ideológica que leva à manipulação ao autoritarismo e a cultura de morte. Em contra partida, Jesus nos ensina e pratica a experiência da alteridade que nos faz superar estes deslizes através do desenvolvimento da justiça, da verdade, da democracia e da consciência de que o outro tem direito radical aos bens, meios, condições necessárias à comunicação e à vida.

Nesta linha de reflexão sobre Jesus o perfeito comunicador, o trabalho mostrou que o cristianismo só poderá estabelecer um diálogo profundo com a mídia, com as culturas e as tecnologias a partir de sua identidade fundamentada no amor e na comunicação Trinitária. Mostramos que quando a fé não promove a fidelidade ao amor e à comunicação Trinitária acaba pregando o Deus da prosperidade, dos milagres, das soluções mágicas para os problemas financeiros,

¹ Não podemos ignorar o sincretismo porque ele esta cada vez mais presente na cultura atual. Cf. M. F. MIRANDA, *Inculturação da fé*. São Paulo, Loyola, 2001, p.119.

amorosos. Deus das emoções e do moralismo. Tal imagem apareceu durante o percurso do texto demonstrou que não leva ao compromisso com o projeto de vida, mas uma fuga da realidade. A ética cristã comunicacional interpela o cristão e cada cidadão ser agente da vida e da comunicação, através da solidariedade e do compromisso de alteridade com o próximo.

Com efeito, nosso estudo interagiu, inevitavelmente, com temas importantes, mas examinar todas essas interações não foi nosso objetivo. Por isso, pode-se verificar no texto a necessidade de uma delimitação. O fato de lidarmos com dados históricos, teológicos, culturais, sociais, midiáticos e, sobretudo, éticos tornaram ainda mais desafiadores a estruturação dessa reflexão. Todavia, temos consciência dos limites deste trabalho e da necessidade de um aprofundamento. Não só por isso, mas também pela própria natureza do processo dinâmico da comunicação que se renova a cada dia, com novos problemas, novas tecnologias e novos desafios. Por necessidade de delimitação não levamos ao extremo alguns pontos sobre os quais temos consciência da relevância para o nosso tema e para a realidade da Igreja. Assim, por exemplo, o tema da dimensão das religiões e seitas e sua presença na mídia, que exercem uma influência também em certos setores da Igreja católica. E a presença da Igreja na mídia. Igualmente, a dimensão política do trabalho e da economia também possui uma incidência direta no campo da ética, da cultura e da religião. Da mesma forma, em virtude das necessidades de delimitação, deixamos de aprofundar a análise de alguns meios técnicos, como, por exemplo, o celular, mas que julgamos oportuno não colocá-la no corpo do conteúdo. Bem como o estudo sobre RVTV. Também conscientes, de que aliada à ética cristã comunicacional está a bioética. Porém, é compreensível que, por uma opção, não a tenhamos abordado.

Em meio aos sinais de morte, de incomunicação e do joio, lançamos as sementes de uma ética cristã comunicacional fundamentada no amor trinitário, como sinal de diálogo que dirige nosso olhar para a Ressurreição e para a concretização do Reino.