

Ano Paulino
28 de junho de 2008 a 29 de junho de 2009

Os Padres e Irmãos Paulinos estão em festa e, juntamente com toda Família Paulina, comemoram o ANO PAULINO dedicado a São Paulo apóstolo. Este ano jubilar será realizado no Brasil e em todo mundo e foi proclamado pelo Papa Bento XVI por ocasião dos dois mil anos do nascimento de São Paulo.

O ANO PAULINO iniciará no dia 28 de junho de 2008 e concluirá no dia 29 de junho de 2009, terá caráter ecumênico, pois São Paulo é o Apóstolo da Universalidade.

O apelo do Papa, na Basílica de São Paulo, em Roma, é para que em todas as dioceses, paróquias, santuários, comunidades e congregações, de modo especial onde São Paulo é o padroeiro, sejam programadas iniciativas culturais e celebrativas para este período.

Assim, teremos a oportunidade de redescobrir o Apóstolo Paulo relendo suas cartas, aprofundando seus preciosos ensinamentos e meditando sobre sua vigorosa espiritualidade de fé, esperança e caridade.

Os Padres e Irmãos Paulinos e a Família Paulina, fundados pelo bem-aventurado Tiago Alberione a exemplo de Paulo, de quem traz o nome e o espírito, têm a missão de anunciar o Evangelho nas mais diversas formas e linguagens da comunicação.

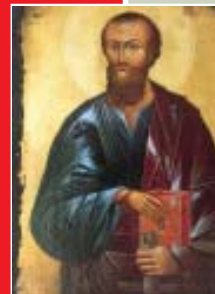
Neste ano de comemorações, mais do que nunca, a animação pastoral, que se inspira no incansável trabalho do discípulo e missionário Paulo junto às comunidades, será incrementado.



REFLETINDO COM PAULO

5. APÓSTOLO PAULO E A COMUNICAÇÃO

reflexão para o mês de outubro 2008



Pe. Valdir José de Castro, ssp

REFLETINDO COM PAULO

5. APÓSTOLO PAULO E A COMUNICAÇÃO

Pe. Valdir José de Castro

I. Apóstolo Paulo e a comunicação

Paulo é sempre uma referência na Igreja quando o assunto é comunicação. Isso se dá porque esse apóstolo não mediu esforços para interagir com diversas comunidades. Primou pelo uso dos meios de comunicação disponíveis no seu tempo, sem desprezar o contato direto com as pessoas. A desenvoltura na comunicação certamente teve como motivação a experiência de Jesus Cristo, a paixão pelo evangelho e o amor ao povo ao qual se sentia chamado a anunciá-lo. Tanto no passado como no presente, a comunicação continua a ser um desafio. O modo de agir de Paulo abre-nos algumas pistas para a reflexão da prática comunicativa na Igreja. Vamos, na primeira parte deste artigo, tratar da comunicação de um modo geral e, em seguida, entrar mais especificamente no estilo paulino de evangelizar.

1. Falando de comunicação

A comunicação é uma das necessidades básicas do ser humano. É por meio da comunicação verbal e não verbal que as pessoas interagem entre si e constroem a sociedade. Assim como não existem homens sem sociedade, também não existe sociedade sem comunicação. Ela é o fio condutor que perpassa pessoas, grupos sociais e instituições e possibilita a construção do que chamamos cultura.

1.1 Comunicação: experiência antropológica

A comunicação é, em primeiro lugar, uma experiência antropológica fundamental, cujo significado está no próprio termo. Seu primeiro sentido, provindo do latim, remonta ao século XII (1160) e remete à idéia de comunhão, partilha. A comunicação é sempre a busca do outro e de um compartilhar. Contudo, por mais que a palavra comunicação esteja na moda, nem sempre as pessoas participam de maneira satisfatória desse processo, particularmente na relação interpessoal, chegando, às vezes, a mal-entendidos.

Não basta querer interagir. Se alguém não consegue expressar seus pensamentos e sentimentos de maneira inteligível ao interlocutor, a comunicação pode fracassar. Comunicar também não é só emitir mensagens, mas

estar receptivo para receber e interpretar o que o outro tem para dizer. Ou seja, o bom comunicador não é aquele que fala muito, mas o que fala o necessário e escuta com atenção, a fim de dar a resposta adequada para criar “interação”.

Nesse sentido, a escuta é um elemento importante no processo comunicativo. Escutar não se reduz a “ouvir”. Podemos ouvir um barulho, uma voz, uma mensagem e não nos importar com seu significado. Escutar, ao contrário, é dar atenção e buscar conferir um significado não só à mensagem recebida, mas também à pessoa que transmite o seu conteúdo. Escutar é perceber o outro na sua situação. Para isso é necessário vencer o desejo de dar respostas sem antes “escutar” ou o interlocutor terminar de dizer totalmente o que pensa. A comunicação é tão importante, que podemos afirmar que dela depende a qualidade de nossas relações humanas.

1.2 A comunicação instrumental

Entendemos por comunicação tanto a inter-relação direta entre duas ou mais pessoas como a difusão, à distância, de idéias, conhecimentos e experiências mediatizados por instrumentos técnicos criados pela inteligência humana. Tais meios nasceram especialmente a partir do século XV, com a imprensa, e desenvolve-

ram-se rapidamente no século XX, com os veículos eletrônicos e informáticos (revistas e jornais impressos, telefone, televisão, rádio, internet e outros). Além desses aparatos que chamamos de “mídia”, surgiram os meios de transporte que facilitaram a interação entre as pessoas: navio, trem, automóvel, avião etc.

Foi para aperfeiçoar a prática comunicativa, para compartilhar e difundir informações que os instrumentos técnicos de comunicação se desenvolveram, entrando de tal forma na vida cotidiana, que engendraram nova cultura. De fato,

há uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo o material com que as pessoas forjam sua identidade. O rádio, a televisão, o cinema e os outros produtos da indústria cultural fornecem os modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, bem-sucedido ou fracassado, poderoso ou impotente.

A cultura da comunicação, tal como atualmente está constituída, organizou-se com base no modelo de produção de massa. Assumiu uma forma de cultura comercial, e seus produtos são mercadorias que tentam assegurar o lucro das grandes empresas. É impossível

pensar a sociedade sem a comunicação instrumental, e esta, por sua vez, é difícil de ser pensada separadamente de interesses que envolvem lucro e poder.

Todavia, não podemos reduzir a mídia a interesses comerciais. Instituições religiosas, culturais, educativas, ONGs e outras organizações do gênero também descobriram a importância dos instrumentos de comunicação, utilizando-os em suas atividades. Cresce sempre mais a consciência de que, sem o uso desses instrumentos, é muito difícil desenvolver qualquer trabalho eficaz de promoção humana.

A comunicação instrumental é importante, mas não pode fazer-nos esquecer que a comunicação é, antes de tudo, uma experiência humana. O uso das tecnologias comunicacionais facilitou os contatos e os intercâmbios de informações, porém não há nenhuma prova de que melhorou a qualidade da comunicação entre as pessoas. O mesmo se pode dizer da internet, o mais novo espaço de comunicação, para onde convergem todas as mídias. A internet, como todos os outros meios de comunicação, reforça e estimula o intercâmbio de experiências e informações, mas não substitui as relações pessoais nem a vida comunitária. A comunicação, com todo o aparato e avanço tecnológicos, segue como desafio.

2. Falando de Paulo na perspectiva da comunicação

Evangelizar é “comunicar”. Paulo é o apóstolo que não se cansou de proclamar a “boa notícia” de Jesus Cristo. Além de manter-se em contínua comunicação com os que estavam ao seu lado, buscou todos os recursos técnicos disponíveis no seu tempo para interagir com as comunidades distantes. Soube buscar o equilíbrio entre a comunicação epistolar e a interpessoal, tendo um só objetivo: chegar ao maior número de pessoas com a palavra de Deus. Vamos tentar descrever alguns aspectos de Paulo nessa perspectiva.

2.1 O perfil de Paulo “comunicador”

Pode ser que, quando ressoa em nós a palavra “comunicador”, de imediato nos venha à mente uma imagem-padrão inculcada pela mídia. Referindo-nos sobretudo à televisão, e especificamente ao apresentador de telejornal ou de programa de auditório, vemos a idéia do homem e da mulher bem vestidos e maquiados, com boa dicção e imagem cinematográfica. Aliás, já existem programas jornalísticos cujos apresentadores são modelos, ou seja, pessoas que, a despeito de não terem nenhuma experiência em jornalismo, entram no perfil traçado pela lógica do espetáculo.

O apóstolo Paulo, em sua condição de comunicador, não tem nada que ver com os galãs produzidos pela mídia. Suas cartas, especialmente as duas que escreveu aos coríntios, revelam um homem fora dos padrões do “comunicador espetacular”, seja da nossa época, seja do seu tempo. Tal parecer se baseia em algumas reflexões suas nascidas das controvérsias com os falsos apóstolos que, em nome do evangelho, se apoiavam no poder da linguagem e buscavam cativar pelas aparências, visando a interesses pessoais e não ao anúncio de Jesus Cristo (cf. 2Cor 10,12).

Confrontando sua pregação com a dos falsos evangelizadores, Paulo afirma aos coríntios que não sabe falar com o mesmo brilho: “Irmãos, eu mesmo, quando fui ao encontro de vocês, não me apresentei com o prestígio da oratória ou da sabedoria para anunciar-lhes o mistério de Deus” (1Cor 2,1).

Reconhece que não tem grande comunicação oral: “Ainda que eu não seja hábil no falar, eu o sou no saber” (2Cor 11,6) e que sua presença não era em nada sedutora: “Estive no meio de vocês cheio de fraqueza, receio e tremor; minha palavra e minha pregação não tinham brilho nem artifícios para seduzir os ouvintes, mas a demonstração residia no poder do Espírito” (1Cor 2,3).

Paulo não tinha interesse em seduzir as pessoas pela linguagem, pela retórica ou, menos ainda, pelas aparências, como os outros evangelizadores que buscavam explorar o povo. Alguns membros das comunidades não entendiam esse seu modo de agir e o criticavam. Chegavam a duvidar de que ele fosse um evangelizador autêntico por faltar-lhe essas características. Se Paulo não se enquadra no perfil do comunicador que busca o sucesso, onde residia a força de sua comunicação?

2.2 Um emissor com mensagem clara

A comunicação é um processo do qual fazem parte o emissor, que transmite uma mensagem, e o receptor, que a recebe, a elabora e dá uma resposta ou, em certos casos, age indiferentemente. Ao descrever o apóstolo Paulo do ponto de vista do emissor, podemos afirmar que ele tem clara a mensagem que deseja levar às pessoas. Sabe o que deseja anunciar. Paulo tem um conteúdo que nasce não só de sua formação intelectual, mas principalmente de sua experiência de vida.

Educado na mais perfeita tradição judaica, Paulo trazia consigo uma bagagem cultural que incluía um conhecimento profundo das tradições de seu povo e noções das filosofias e religiões gregas de seu tempo. No entanto, a experiência que fez na estrada de Damasco,

conhecida comumente como “conversão”, marcou profundamente sua vida, mais do que todos os estudos e práticas religiosas.

No caminho de Damasco, o perseguidor ferrenho dos cristãos tem um encontro inusitado que o faz cair por terra. Encontra-se com Jesus Cristo, o mesmo que ele perseguia na pessoa dos cristãos. Ananias, que o acolhe depois dessa experiência, tem uma visão na qual o Senhor afirma: “esse homem é um instrumento que eu escolhi para anunciar o meu nome aos pagãos, aos reis e ao povo de Israel” (At 9,15).

Paulo em pessoa torna-se um “instrumento de comunicação” da boa notícia. Da conversão nasce a missão, cujo fundamento está numa convicção: “Sei em quem depus a minha fé” (2Tm 1,12). Tem consciência de que o evangelho, o qual comunica com tanta paixão a todos os povos, chegou a ele por meio de uma revelação que transformou totalmente sua vida.

O que move a comunicação de Paulo é a fé em Jesus Cristo, a ponto de dizer: “Eu vivo, mas já não sou eu que vivo, pois é Cristo que vive em mim. E esta vida que agora vivo, eu a vivo pela fé no Filho de Deus, que me amou e se entregou por mim” (Gl 2,20).

2.3 Fazer-se tudo para todos

Paulo não consegue conter o que descobre e o que pensa sobre a revelação que recebe. Sente um impulso forte para a missão. “Anunciar o evangelho”, afirma o apóstolo dos gentios, “não é título de glória para mim; pelo contrário, é uma necessidade que me foi imposta. Ai de mim se eu não anunciar o evangelho!” (1Cor 9,16). O apelo que sente internamente para anunciar a “boa notícia” é perceptível nos inúmeros contatos com pessoas e comunidades.

O evangelho faz o apóstolo romper todas as barreiras do preconceito e da discriminação e buscar, a todo custo, criar e reforçar a comunhão. Para ele, o importante é chegar ao maior número de pessoas em meio à situação concreta de cada uma. Por isso afirma: “com os judeus, comportei-me como judeu, a fim de ganhar os judeus; com os que estão sujeitos à Lei, comportei-me como se estivesse sujeito à Lei – embora eu não estivesse sujeito à Lei (...). Com os fracos, tornei-me fraco, a fim de ganhar os fracos. Tornei-me tudo para todos, a fim de salvar alguns a qualquer custo” (1Cor 9,22).

As cartas que Paulo escreveu a um público diversificado não se resumem à transmissão escrita de uma doutrina nem substituem o contato pessoal. Seus escritos

registram um carinho enorme para com os destinatários e o desejo de estar junto a eles. É o que transparece quando o apóstolo escreve aos coríntios: “Irei até vocês depois de passar pela Macedônia... Não quero vê-los apenas de passagem; se o Senhor permitir, espero ficar algum tempo com vocês” (1Cor 16,5.7). Ele expressa esses mesmos sentimentos aos tessalonicenses: “Irmãos, já faz algum tempo que estamos separados de vocês, longe dos olhos, mas não do coração, e por isso temos o mais vivo e ardente desejo de tornar a vê-los” (1Ts 2,17). Igualmente, revela esse desejo a Timóteo: “Escrevo-lhe estas coisas esperando encontrá-lo em breve” (1Tm 3,14).

Paulo se comunica por meio de cartas, mas sente o “ardente desejo” de ver as pessoas e estar com elas. Mesmo quando se encontra na prisão, busca de alguma forma visitar as comunidades por meio de algum colaborador, que faz o “contato pessoal” em seu lugar. Envia, por exemplo, Timóteo e Epafrodito a Filipos (Fl 2,23-25) e Tíquico e Onésimo a Colossas (Cl 4,7-9).

Seja diretamente, seja por meio de outras pessoas, Paulo busca não só passar mensagens, mas também “escutar”. Na verdade, suas cartas são respostas às necessidades, indagações e situações das comunidades. É o caso, por exemplo, do que escreve na primeira carta aos

Tessalonicenses: “Timóteo acaba de chegar da visita que fez a vocês, trazendo boas notícias sobre a fé e o amor de vocês” (1Ts 3,6). Paulo envia a “boa notícia”, mas permanece atento às “novidades” que chegam de seus destinatários. Dessa maneira constrói relações sólidas que criam “comunhão”.

2.4 Linguagem correta em canais adequados

Paulo nasceu aproximadamente no ano 10 da era cristã, em Tarso da Cilícia, uma cidade grande para a época, com cerca de 300 mil habitantes. Conhecia muito bem a cultura urbana, de modo particular a linguagem e as necessidades das pessoas. Essa experiência – associada ao uso dos recursos de comunicação, entre os quais se incluem as estradas e a navegação – contribuiu para a difusão do evangelho.

Mesmo os momentos mais difíceis, como o período em que passou na prisão, não desanimaram o apóstolo em sua missão de “comunicar”. Podia estar no cárcere, mas tinha absoluta certeza de que não havia motivos para a palavra de Deus estar algemada (2Tm 2,9). Fazia o possível para que a boa notícia chegasse aonde ele, por algum impedimento, não podia estar presente. E a fazia chegar com os recursos de comunicação da época, tais como as cartas escritas, dirigidas a alguns de seus colaboradores mais próximos ou às comunidades.

Paulo tinha noção do alcance de uma carta. Sabia que uma mesma mensagem escrita podia atingir muitas pessoas e comunidades. Tal estratégia pode ser percebida na recomendação feita aos colossenses: “Depois que vocês lerem esta carta, façam que seja lida também na Igreja de Laodicéia. E vocês leiam a de Laodicéia” (Cl 4,16).

Outro detalhe é o que se refere à adequação da linguagem ao destinatário. Paulo tinha a capacidade de adaptar o evangelho à linguagem do contexto cultural em que vivia. Recordamos que Jesus era um homem do campo. Nas parábolas usa termos como semente, ovelha, videira, pastor. Paulo, originário do meio urbano, utiliza palavras empregadas nas cidades, por exemplo, estádios, competições esportivas, desfiles, armaduras.

Enquanto Jesus anuncia a boa notícia pelas estradas, nos montes, à beira de lagos, Paulo prega nas praças de grandes cidades. O livro dos Atos dos Apóstolos testemunha que, depois de Paulo ter pregado em numerosos lugares, se dirige ao areópago, onde anuncia o evangelho, utilizando uma linguagem adequada e compreensível naquele ambiente (cf. At 17,22-31). O areópago representava, no seu tempo, o centro da cultura do douto povo ateniense. Buscando a linguagem correta e os meios adequados, Paulo procurou responder às exigências de seu tempo.

3. Conclusão

Sem dúvida, Paulo foi um grande comunicador, não obstante as dificuldades que encontrou. Não foi um comunicador “espetacular”. Seu estilo não se assemelhava ao dos evangelizadores que, em sua época, procuravam mais mostrar-se a si mesmos do que anunciar o evangelho.

Podemos entender a “comunicação” em Paulo como a busca constante de criar “comunhão”. Nessa inter-relação, evangelizava. Ou melhor, sua forma de comunicar fazia parte da evangelização.

Muitos homens e mulheres de Igreja buscaram em Paulo a inspiração para o trabalho pastoral com a comunicação. Um deles, o Bem-aventurado Tiago Alberione (1884-1971), intuiu, em 1914, que uma das necessidades de seu tempo era justamente a utilização dos meios técnicos mais rápidos e eficazes para chegar aos que “estavam distantes” – aqueles que não participavam da vida das comunidades. Fundou um conjunto de congregações e institutos, a Família Paulina, da qual fazem parte duas instituições voltadas exclusivamente para a comunicação: a Sociedade de São Paulo (Padres e Irmãos Paulinos) e a Pia Sociedade Filhas de São Paulo (Irmãs Paulinas).

Em 1960, ainda antes do Concílio Vaticano II, que tratou de maneira positiva os instrumentos de comunicação, Alberione escrevia: “Se São Paulo vivesse hoje, continuaria a inflamar-se com aquela chama de um mesmo incêndio: o zelo por Deus e pelo seu Cristo, e pelos homens de todas as nações. E para ser mais ouvido falaria dos púlpitos mais altos e multiplicaria sua palavra com os meios do progresso atual: imprensa, cinema, rádio, televisão” (CISP 1.152).

Nas últimas décadas, a Igreja foi descobrindo o mundo da comunicação como o primeiro aréopago dos tempos modernos que está unificando a humanidade e transformando-a em uma “aldeia global”. De fato, os meios de comunicação se tornaram o principal instrumento informativo e formativo que influencia, em alguma medida, os comportamentos sociais e individuais e condiciona as novas gerações.

O Documento de Aparecida ressalta, porém, que não basta ter nas mãos os instrumentos de comunicação social. Reconhece que muitas vezes as linguagens utilizadas na evangelização e na catequese não levam em consideração a mutação dos códigos existencialmente relevantes nas sociedades influenciadas pela pós-modernidade e marcadas por amplo pluralismo social e cultural. Admite que a Igreja tem ainda difi-

culdade de entrar na cultura gerada pelos meios de comunicação.

Paulo continua a ser inspiração para todos os que acreditam na evangelização com as novas tecnologias da comunicação. Soube usar os meios mais rápidos e eficazes de seu tempo com linguagem adequada, sem perder a dimensão humanista, que inclui o contato pessoal. Dele aprendemos que não existe Igreja sem comunicação.

À luz da vida de Paulo, terminamos esta reflexão com algumas indagações: imersos na cultura da comunicação, dominada por interesses do mercado, qual o verdadeiro movente quando o assunto é evangelização? Num mundo marcado pela comunicação instrumental, que espaço é dado à comunicação interpessoal? Como recuperar a dimensão humanista e cristã da comunicação?

Bibliografia

JOÃO PAULO II. Encíclica *Redemptoris Missio*, n. 37.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: Edusc, 2001. p. 9.

CELAM. Documento de Aparecida, n. 100d.

WOLTON, Dominique. *Pensar la comunicación*. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2007. p. 37.

VIGÍLIA
ANO PAULINO
apóstolo Paulo e a comunicação
para o mês de Novembro

1. Mantra

Onde reina o amor, fraterno amor!

Onde reina o amor, Deus aí está!

2. Chegada – silêncio, oração pessoal

(luzes apagadas)

3. Abertura

- Louvai ao Senhor, ó nações louvai! (bis)

- Povos do universo, a Deus glorificai!

(ascendem-se as luzes)

- Para vós, Senhor, toda noite é dia! (bis)

- A escuridão mais densa logo se alumia! (bis)

- Sois a luz do mundo, sois a luz da vida! (bis)

- Cristo Jesus brilhai, sois nossa alegria! (bis)

- A luz se levanta, santos, exultai! (bis)

- Alegres nos Senhor, vinde, celebrai! (bis)

(oferta incenso)

- Suba nosso incenso a vós, ó Senhor! (bis)

- Esta oração da noite, oferta de louvor! (bis)

- No Ano Paulino viemos celebrar! (bis)

- Os relatos de Paulo e com ele se alegrar! (bis)

- Para mim, viver é Cristo Jesus! (bis)

- Morrer pra mim é lucro, minha glória, a cruz! (bis)

- Nossas mãos orantes para vós subindo! (bis)

- Cheguem como oferenda ao som deste hino! (bis)

- Glória ao Pai e ao Filho e ao santo Espírito! (bis)

- Glória à Trindade Santa, glória ao deus Bendito! (bis)

- Aleluia, irmãos, bem de coração! (bis)

- Lembrando Paulo, a Deus louvação! (bis)

4. Recordação da vida

Diante da grande quantidade de mensagem que recebem através dos meios de comunicação social, as famílias do nosso tempo enfrentam um grande desafio educativo. O Papa em suas mensagens referente ao Dia da Comunicação, convida-nos a fazer um discernimento constante e a exercer a nossa responsabilidade social, em vista de fazer dos meios de comunicação uma riqueza cultural e educativa na família. Rezemos para que o Senhor ilumine com a sua luz este caminho, que devemos percorrer em conjunto.

Hino

1. Divulgando a Boa Nova, / convidando à conversão, / Jesus Cristo anuncia / a total libertação. / Que a comunicação / não se canse jamais / de estar a serviço / da Verdade e da Paz. (bis)
2. O Espírito prometido / continua a revelar / a verdade que no mundo / haveremos de anunciar.
3. Quantas vezes mentirosas / que enganam o humano ser: / só defendem os interesses / do dinheiro e do poder!
4. Promovendo-se na vida / a justiça e a paz: / o silêncio do exemplo / testemunha muito mais.

Salmo 47/46

No Antigo Testamento, este hino convidava todos os povos a reconhecer a soberania do nosso Deus. Hoje cantamos o poder do Senhor que se revela conduzindo o mundo inteiro ao seu plano de amor.

1. Batam palmas povos todos com alegria, / batam palmas ao Senhor! / Celebrando ao Senhor Deus com euforia, / batam palmas ao Senhor! / Pois o altíssimo Senhor é o mais sublime, / batam palmas ao Senhor! / Sobre a terra, nosso Deus é o rei supremo, / batam palmas ao Senhor!

Com alegria, / com gratidão / ao nosso Deus e nosso rei a saudação! (bis)

2. Sobre os povos nos fez ele vencedores, / batam palmas ao Senhor! / Sob os pés nós temos hoje seus senhores! / Batam palmas ao Senhor! / Escolheu pra nós a terra como herança, / batam palmas ao Senhor! / Grande orgulho do seu povo que ele ama! / Batam palmas ao Senhor!
3. Vai subindo, aclamado para o trono, / batam palmas ao Senhor! / A trombeta marcial anunciando! / Batam palmas ao Senhor! / Com a harpa ao Senhor cantem louvores, / batam palmas ao Senhor! / Porque Deus é o grande Rei da terra toda! / Batam palmas ao Senhor!
4. No seu trono glorioso está sentado, / batam palmas ao Senhor! / Sobre todas as nações é seu reinado! / Batam palmas ao Senhor! / Os governos se reúnem com os pobres, / batam palmas ao Senhor! / Pois é Deus o dono desses poderosos! / Batam palmas ao Senhor.

Acolhida da palavra

Vamos, vamos comunicar / que o amor de Deus é revelação, / vamos, vamos testemunhar / que a Bíblia é Comunicação. (bis)

1. Repletos do amor do Senhor, / de sua Palavra e seu Pão, / fiéis comuniquemos o Amor, / pois Deus se faz

comunicação. / Testemunharemos com ardor, / pois essa é a nossa Missão.

Leitura bíblica

Mc 4,3-9

Responso

Mensagem do Papa Bento pela comunicação social

“Os meios de comunicação social: na encruzilhada entre protagonismo e serviço. Buscar a verdade para partilhá-la”

Queridos irmãos e irmãs!

1. O tema da próxima Jornada Mundial das Comunicações Sociais - “Os meios de comunicação social: na encruzilhada entre protagonismo e serviço. Buscar a verdade para partilhá-la” - coloca em relevo como é importante o papel destes instrumentos na vida das pessoas e da sociedade. De fato, não existe âmbito da experiência humana, sobretudo se enquadrada no vasto fenômeno da globalização, onde os meios de comunicação não se tenham tornado parte constitutiva das relações interpessoais e dos processos sociais, econômicos, políticos e religiosos. A tal propósito, escrevi na Mensagem para a Jornada da Paz do passado dia 1 de Janeiro: “Os meios de comunicação social, pelas potencialidades educativas de que dispõem, têm uma

responsabilidade especial de promover o respeito pela família, de ilustrar as suas expectativas e os seus direitos, de pôr em evidência a sua beleza” (n. 5).

2. Graças a uma vertiginosa evolução tecnológica, os referidos meios foram adquirindo potencialidades extraordinárias, ao mesmo tempo que levantavam novas e inéditas interrogações e problemas. É inegável a contribuição que podem dar para a circulação das notícias, o conhecimento dos fatos e a difusão do saber: por exemplo, contribuíram de modo decisivo para a alfabetização e a socialização, como também para o avanço da democracia e do diálogo entre os povos. Sem a sua contribuição, seria verdadeiramente difícil favorecer e melhorar a compreensão entre as nações, conferir respiro universal aos diálogos de paz, garantir ao homem o bem primário da informação, assegurando ao mesmo tempo a livre circulação de intentos a bem nomeadamente dos ideais de solidariedade e justiça social. Sim! Os meios de comunicação, no seu conjunto, não servem apenas para a difusão das idéias, mas podem e devem ser também instrumentos ao serviço de um mundo mais justo e solidário. Infelizmente, é bem real o risco de, pelo contrário, se transformarem em sistemas que visam submeter o homem a lógicas ditadas pelos interesses predominantes de momento. É o caso de uma co-

municacão usada para fins ideol3gicos ou para a venda de produtos de consumo mediante uma publicidade obsessiva. Com o pretexto de se apresentar a realidade, de fato tende-se a legitimar e a impor modelos errados de vida pessoal, familiar ou social. Al3m disso, para atrair os ouvintes, a chamada quota de audi3ncias, por vezes n3o se hesita em recorrer 3 transgress3o, 3 vulgaridade e 3 viol3ncia. Existe enfim a possibilidade de serem propostos e defendidos, atrav3s dos meios de comunicac3o, modelos de desenvolvimento que, em vez de reduzir, aumentam o desn3vel tecnol3gico entre pa3ses ricos e pobres.

3. A humanidade encontra-se hoje numa encruzilhada. Vale tamb3m para os meios de comunicac3o aquilo que escrevi, na Enc3clica *Spe salvi*, sobre a ambigüidade do progresso, que oferece in3ditas potencialidades para o bem, mas ao mesmo tempo abre possibilidades abissais de mal que antes n3o existiam (cf. n. 22). Por isso, h3 que interrogar-se se 3 sensato deixar que os instrumentos de comunicac3o social se ponham ao serviço de um protagonismo indiscriminado ou acabem em poder de quem se serve deles para manipular as consci3ncias. N3o se deveria, antes, fazer com que permaneçam ao serviço da pessoa e do bem comum e favoreçam “a formaç3o 3tica do homem, o crescimento do homem interi-

or” (*Spe salvi*, 22)? A sua influ3ncia extraordin3ria na vida das pessoas e da sociedade 3 um fato amplamente reconhecido, mas hoje h3 que p3r em evid3ncia a transformaç3o, diria mesmo a mudança verdadeira e pr3pria de funç3o, que os meios de comunicac3o est3o a enfrentar. Hoje, de modo sempre mais acentuado, a comunicac3o parece 3s vezes ter a pretens3o n3o s3 de apresentar a realidade, mas tamb3m de a determinar graças 3 capacidade e força de sugest3o que possui. Constata-se, por exemplo, que em certos casos os meios de comunicac3o s3o utilizados, n3o para um correto serviço de informaç3o, mas para “criar” os pr3prios acontecimentos. Esta perigosa alteraç3o da sua funç3o 3 vista com preocupaç3o por muitos Pastores. Exatamente porque se trata de realidades que incidem profundamente em todas as dimens3es da vida humana (moral, intelectual, religiosa, relacional, afetiva, cultural), estando em jogo o bem da pessoa, imp3e-se reafirmar que nem tudo aquilo que for tecnicamente poss3vel 3 eticamente pratic3vel. Por isso, o impacto dos meios de comunicac3o sobre a vida do homem contempor3neo coloca quest3es inevit3veis, que aguardam decis3es e respostas n3o mais adi3veis.

4. O papel que os instrumentos de comunicac3o assumiram na sociedade 3 j3 considerado parte integrante

da questão antropológica, que surge como desafio crucial do terceiro milênio. De modo semelhante ao que se verifica no setor da vida humana, do matrimônio e da família e no âmbito das grandes questões contemporâneas relativas à paz, à justiça e à defesa da criação, também no sector das comunicações sociais estão em jogo dimensões constitutivas do homem e da sua verdade. Quando a comunicação perde as amarras éticas e se esquivava ao controle social, acaba por deixar de ter em conta a centralidade e a dignidade inviolável do homem, arriscando-se a influir negativamente sobre a sua consciência, sobre as suas decisões, e a condicionar em última análise a liberdade e a própria vida das pessoas. Por este motivo é indispensável que as comunicações sociais defendam ciosamente a pessoa e respeitem plenamente a sua dignidade. São muitos a pensar que, neste âmbito, seja atualmente necessária uma “info-ética” tal como existe a bioética no campo da medicina e da pesquisa científica relacionada com a vida.

5. É preciso evitar que os meios de comunicação se tornem o megafone do materialismo econômico e do relativismo ético, verdadeiras pragas do nosso tempo. Pelo contrário, eles podem e devem contribuir para dar a conhecer a verdade sobre o homem, defendendo-a face àqueles que tendem a negá-la ou a destruí-la. Pode-

se mesmo afirmar que a busca e a apresentação da verdade sobre o homem constituem a vocação mais sublime da comunicação social. Usar para tal fim as linguagens todas e cada vez mais belas e primorosas de que dispõem os meios de comunicação é uma tarefa grandiosa, confiada em primeiro lugar aos responsáveis e operadores do setor. Mas tal tarefa, de algum modo, diz respeito a todos nós, porque todos, nesta época da globalização, somos usuários e operadores de comunicações sociais. Os novos meios de comunicação, sobretudo telefonia e internet, estão a modificar a própria fisionomia da comunicação, e talvez esta seja uma ocasião preciosa para a redesenhar, ou seja, para tornar mais visíveis, como disse o meu venerado predecessor João Paulo II, os traços essenciais e irrenunciáveis da verdade sobre a pessoa humana (cf. Carta apostólica *O rápido desenvolvimento*, 10).

6. O homem tem sede de verdade, anda à procura da verdade; demonstram-no nomeadamente a atenção e o sucesso registrados por muitas publicações, programas ou filmes de qualidade, onde são reconhecidas e bem apresentadas a verdade, a beleza e a grandeza da pessoa, incluindo a sua dimensão religiosa. Jesus disse: Conheceréis a verdade e a verdade vos libertará; (Jo 8, 32). A verdade que nos torna livres é Cristo, porque só Ele

pode corresponder plenamente à sede de vida e de amor que está no coração do homem. Quem o encontrou e se apaixonou pela sua mensagem, experimenta o desejo irreprimível de partilhar e comunicar esta verdade: “O que era desde o princípio, o que ouvimos, o que vimos com os nossos olhos” escreve São João “o que contemplamos, o que tocamos com as nossas mãos acerca do Verbo da Vida, é o que nós vos anunciamos [...], para que estejais também em comunhão conosco. E a nossa comunhão é com o Pai e com seu Filho, Jesus Cristo. Escrevemos tudo isto, para que a vossa alegria seja completa” (1Jo 1, 1-3).

Invocamos o Espírito Santo para que não faltem comunicadores corajosos e testemunhas autênticas da verdade que, fiéis ao mandato de Cristo e apaixonados pela mensagem da fé, “saibam tornar-se intérpretes das exigências culturais contemporâneas, comprometendo-se a viver esta época da comunicação, não como um tempo de alienação e de confusão, mas como um período precioso para a investigação da verdade e para o desenvolvimento da comunhão entre as pessoas e entre os povos” (João Paulo II, Discurso no Congresso Parábolas mediáticas, 9 de Novembro de 2002).

Com estes votos, afetuosamente concedo a todos a minha Bênção.

Silêncio

Partilha

Preces

(espontânea)

Pai-nosso

Oração

Ó Deus dos que comunicam, envia os mensageiros para nos proteger em nossa missão de evangelizar com a comunicação! Acompanhe-nos com a tua própria presença nesta atividade de evangelizar! Acima de tudo, dá-nos a graça de viver-mos sempre em comunhão contigo! Por Cristo, nosso Senhor. Amém!

Bênção

ANIMADOR: Convido cada um a colocar sua mão sobre o ombro ou a cabeça de quem está ao lado e, depois de um momento de silêncio orante, rezemos juntos esta bênção que Deus sugeriu a Moisés:

TODOS: “O Senhor o abençoe e o guarde! O Senhor lhe mostre seu rosto brilhante e tenha piedade de você! O Senhor lhe mostre seu rosto e lhe conceda a paz! Amém”. (Nm 6, 24-27)

ANIMADOR: Que o Deus da paz, da justiça, da solidariedade, da compreensão, do amor, o nosso Deus que é todo-poderoso nos abençoe e nos faça caminhar na esperança e na luz orientadora de sua Palavra. Em nome do Pai, do Filho e do Espírito Santo.

TODOS: Amém.

Canto

**Ó Trindade, / vos louvamos, / vos louvamos
pela vossa comunhão. / Que esta mesa / favoreça,
/ favoreça nossa comunicação!**

1. Contra toda tentação da ganância e do poder, / nossas bocas gritam juntas: a palavra do viver! (bis)

2. Na montanha, com Jesus, no encontro com o Pai, / receberemos a mensagem: ide ao mundo e o transformai! (bis)

3. Deus nos fala na história e nos chama à conversão. / Vamos ser palavras vivas: proclamando a salvação! (bis)

4. Vamos juntos festejar cada volta de um irmão / e o amor que nos acolhe: restaurando a comunhão!

5. Comunica quem transmite a verdade e a paz, / Quem semeia a esperança: e o perdão que nos refaz! (bis)