



ÉTICA DA COMUNICAÇÃO: FOMENTANDO A CULTURA DO ENCONTRO

(Communication Ethics: encouraging the meeting culture)

Eduardo Araújo de Castro*

Especialista em Comunicação e Marketing pela Faculdade Cásper Líbero (SP). Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) na Universidade São Judas Tadeu. Bacharel em Teologia pela Pontifícia Faculdade de Teologia Nossa Senhora da Assunção.



RESUMO

Estamos inseridos numa sociedade marcadamente comunicativa. O progresso, as novas tecnologias, o avanço da ciência, a cultura e os costumes, são os grandes fomentadores desse “admirável mundo novo”, que ainda estamos aprendendo a conviver. E nesse aprendizado, algumas lacunas na própria comunicação têm deixado apreensivos pensadores modernos e a sociedade. Isso porque uma tese cada vez mais é difundida sem encontrar resposta: numa época na qual as pessoas possuem diversos mecanismos de comunicação, por que as pessoas se comunicam menos?

Este artigo, portanto, pretende apontar elementos que confirmem, ou não, essa preocupação. E mais: quer indicar uma possível resposta pautada na ética como forma de humanizar as relações comunicacionais entre as pessoas. Para tanto, baseio-me em documentos eclesiais recentes, como o “Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil” e a mensagem do Santo Padre para o “Dia Mundial das Comunicações Sociais”, apresentada no ano corrente, além de utilizar autores das áreas de comunicação e de ética.

Palavras-chave: Comunicação; Cultura; Encontro; Ética.

ABSTRACT

We are inserted in a remarkably communicative society. Progress, new technologies, advances in science, culture, and habits are the greatest promoters of this "brave new world". We are still learning to live with. And along this learning some gaps in communication itself have been making modern thinkers and society apprehensive. This comes because of a thesis more and more disseminated but with no answer: why do people communicate less although we live in a time when people have different mechanisms for communicating? So this article intends to indicate elements that either confirms or not this preoccupation. And more: it wishes to indicate a possible answer based on ethics as a way to humanize communicational relationships among people. For this, I will be based on recent ecclesiastic documents such as “Directory for Communication of Church in Brazil” and Holy Father's message for this year's "World Communication's Day" besides communication and ethics' authors.

Keywords: Communication; Culture; Meeting; Ethics.

INTRODUÇÃO

Górgias¹, um dos principais sofistas (grego) de sua época, afirmava que as pessoas “não se comunicavam”. Essa assertiva, obviamente, não encontra eco no atual momento da sociedade. Mais do que nunca, as pessoas estão se comunicando, se não com o outro, mas consigo mesma. Comunicar é o imperativo da modernidade. “Viver é estar comunicando, emitindo sinais, demonstrando participar do mundo”².



As informações circulam sem precedentes. Não há barreiras quanto ao que se escreve, ao que se publica e, muitas vezes, aos resultados nocivos.

Por isso é correto afirmar que “Todos comunicam, tudo se transmite, e é a grande apoteose do entendimento humano; estamos no melhor dos mundos da comunicação”³. Mesmo assim, existe um paradoxo inquestionável apontado pelo professor e estudioso da comunicação, Ciro Marcondes Filho.

E, no entanto, apesar dessa presença em toda parte, apesar do excesso de comunicação e, talvez mesmo, por causa dele, as pessoas continuam a achar que não há compartilhamento, que não há troca, que é difícil passar ao outro o que a gente sente, como a gente sente, as coisas que estão dentro da gente. As pessoas continuam a achar que sua maneira de ver o mundo, seus sentimentos, suas angústias, suas alegrias são fatos internos, íntimos, incomunicáveis. Que, apesar do volume imenso de aparelhos postos à nossa disposição – televisão, internet, telefone celular, aparelhos de transmissão de fax, telões, etc. – a vida de cada um ainda é uma caixinha fechada, um universo oculto, um mundo trancado⁴.

A sociedade atual apresenta esse contraste comunicacional. Quanto mais as pessoas possuem aparelhos e formas de transmitir mensagens, notícias, contatos, independente de onde estejam, tanto mais se isolam do contato humano, interpessoal. Com a mesma velocidade que se transformam em celebridades, tornam-se solitárias e passam ao anonimato social.

Há um hiato humano que precisa ser melhor analisado a fim de encontrarmos respostas para que as pessoas não se tornem autômatos, reféns de uma comunicação que mais distancia do que aproxima. Qual mecanismo a sociedade dispõe, ou que pode aplicar intensamente, para reduzir esse distanciamento?

A esse questionamento não há uma resposta exata, mas sim um caminho, um processo, que precisa se ajustar ao mundo contemporâneo. Pressupõe, entre outras coisas, quebra de paradigmas, entendimento de culturas e de costumes e, fundamentalmente, vontade e disposição de repensar o mundo que vivemos, para assim chegarmos ao mundo que queremos.



Este artigo apresenta um possível trajeto de reaproximação humana, pensado, basicamente, nos preceitos éticos. Alguns autores e pensadores, direta ou indiretamente, abordam essa relação de forma viável e concreta.

1. OVERDOSE DE COMUNICAÇÃO

O Papa Francisco, na mensagem para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais⁵, enaltece as benesses da comunicação atual ao relatar que “Neste mundo, os *mass-media* podem ajudar a sentir-nos mais próximos uns dos outros; a fazer-nos perceber um renovado sentido de unidade da família humana, que impele à solidariedade e a um compromisso sério para uma vida mais digna”⁶.

Além da comunicação interpessoal, é preciso ressaltar o advento dos novos meios tecnológicos que são facilitadores desse contato entre os seres humanos. “A variedade e a quantidade de instrumentos técnicos inventados pelo engenho humano, especialmente nas três últimas décadas, têm facilitado sobremaneira os contatos entre as pessoas e o acesso a uma variedade de conteúdos e informações”⁷. O padre paulino destaca ainda que a propagação dos celulares, a “vedete” eletrônica do momento, propiciou a “comunicação ainda mais onipresente, passando a ser móvel e instantânea, revolucionando a noção de espaço e de tempo”⁸.

Os benefícios e as vantagens dessa comunicação interplanetária são inúmeros. Embora seja paradoxal, simultaneamente ou correlacionados, estão presentes os malefícios dessa mesma comunicação quando é usada de forma arbitrária, irresponsável, negligenciando sua própria essência. Estamos na iminência de afirmar que o mesmo sistema que comunica, aglutina, junta pessoas, é o mesmo que é incomunicante, separa e dispersa os comunicantes. Como explicar tamanho conflito? Por que existe esse contrassenso?



Alguns fatores respondem parcialmente esse disparate no sistema comunicacional interpessoal, esses são cunhados pelo Papa Francisco na mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais.

De acordo com o Papa, a **velocidade** da informação é um agravante, pois “supera a nossa capacidade de reflexão e discernimento, e não permite uma expressão equilibrada e correta de si mesmo”. Outro elemento, não menos relevante do que o primeiro, é a **variedade** de opiniões de determinado tema ou assunto.

A despeito da abundância reflexiva, é inegável que “é possível, também, fechar-se numa esfera de informações que correspondem apenas às nossas expectativas e às nossas ideias, ou mesmo a determinados interesses políticos e econômicos”. Há ainda outro elemento abordado na mensagem que merece considerar, já que atinge diretamente as relações familiares. “O desejo de conexão digital pode acabar por nos isolar do nosso próximo, de quem está mais perto de nós”, inclusive dentro do seio familiar.

Pessoas cumprimentam-se diariamente, trocam-se algumas palavras, mas não se comunicam. Mesmo pessoas que vivem juntas anos, décadas a fio, constataam que jamais conheceram de fato umas às outras. Há um solipsismo oficializado na cultura, um isolamento de cada um em seus próprios pensamentos, mesmo quando se está na presença de outros⁹.

Para complementar ainda mais este artigo, apresento aqui o conceito de comunicação expresso no documento da Igreja Católica:

Processo que permite às pessoas colocarem-se em relação com sua realidade e, a partir dela, dialogarem com o mundo que as cerca por meio de todas as linguagens que se aperfeiçoarem a cada dia. Essas relações medidas pela comunicação permeiam todo o tecido social em suas interações na família, no trabalho, no lazer, na comunidade, na escola, na sociedade, na Igreja, permitindo ao ser humano sua afirmação como pessoa ativa em uma sociedade em mudança¹⁰.



Para não ficarmos apenas na definição apontada num documento eclesialístico e, desta forma, contemplar uma determinada linha dissertativa, retrato também o que apresenta o profissional de comunicação:

Comunicação tampouco é instrumento, mas, acima de tudo, uma relação entre mim e o outro ou os demais. Por isso, ela não se reduz à linguagem, menos ainda à linguagem estruturada e codificada numa língua. Ela ultrapassa e é mais eficiente que esse formato, realizando-se no silêncio, no contato dos corpos, nos olhares, nos ambientes¹¹.

A comunicação, portanto, não está apenas relacionada com os meios técnicos, modernos, altamente tecnológicos. Esses simplesmente são facilitadores para uma comunicação que vai mais além. “É espaço de comunhão. Não se limita à quantidade de informações que passamos ou recebemos, mas compreende o escutar, o expressar-se, o compartilhar as ideias, os sentimentos, os desejos e tudo o que nos define como seres humanos”¹².

2. UM NOVO CAMINHO É POSSÍVEL: A ÉTICA

A modernidade e a pós-modernidade promoveram intensas mudanças em todos os campos do conhecimento e da humanidade. O progresso industrial, tecnológico, os costumes, a cultura, os relacionamentos, tudo foi transformado, alguns para o bem, outros para o mal. O mundo passou, e ainda passa, por guerras e conflitos sociais, crises financeiras, derrocada de impérios econômicos, catástrofes de ordem natural e intencionais. “Vivemos hoje grave crise mundial de valores. É difícil para a grande maioria da humanidade saber o que é correto e o que não é”¹³. Soma-se a isso, e não menos importante, o fato da hegemonia da economia e do mercado globalizante, onde a voracidade competitiva acirra oposições e exclusões, “que cria oposições e exclusões, e não pela cooperação que harmoniza e inclui”¹⁴.



A questão ética é largamente estudada e fomentada desde os primórdios da civilização. Intensificou-se entre os primeiros filósofos, seis séculos antes do evento Jesus Cristo, perpassando pelos clássicos pensadores e, até hoje, ainda é motivo de reflexão entre os modernos.

Embora o conceito de ética seja pontual, foi preciso, diante de uma miríade de novas realidades sociais, criar ramificações que atendessem a essa demanda. O objetivo não foi dividir nem atenuar a relevância da ética nas situações cotidianas e nos relacionamentos.

Infelizmente, o homem moderno perdeu a visão histórica e transcendental da ética. Ele brinca com éticas de ocasião, com valores relativos; tem seu jogo do faz-de-conta nas éticas classistas ou corporativas, assim como na chamada “moral de situação”, mas não sabe como encarar o mundo que nasce agora nem como inserir-se nele, desempenhar seu papel e manter sua dignidade fundamental. A dança velocíssima do transitivo e das aparências tira-lhe a visão do que é estável e essencial¹⁵.

Para Leonardo Boff, a “ética se estrutura ao redor dos valores fundamentais ligados à vida, ao seu cuidado, ao trabalho, às relações cooperativas e à cultura da não-violência e da paz. É um *ethos*¹⁶ que ama, cuida, se responsabiliza, se solidariza e se compadece”¹⁷.

Diante desse quadro, é imperioso perguntar-nos por qual caminho seguir a fim de realizarmos uma comunicação que, de fato, permita às pessoas valorização pessoal e dignidade.

Acredito que uma das saídas plausíveis é promover ações éticas neste processo comunicacional. O documento 99 da CNBB, neste aspecto, assegura que “critérios éticos devem guiar e orientar o comportamento das pessoas e dos organismos sociais em suas diferentes formas estruturais e de atuação cotidiana”.



3. ÉTICA DA COMUNICAÇÃO

É possível pensarmos numa ética própria da comunicação? Diante dos atropelos midiáticos, a resposta é sim! Ela é urgente e necessária, pois atingirá não só o profissional que executa funções e tarefas pautadas na linha editorial, e muitas vezes tendenciosa da empresa, mas também do veículo de comunicação.

No campo da comunicação, a ética envolve o exame do conjunto de processos, produtos, mensagens e procedimentos diretos e indiretos ocorridos no âmbito dos meios de comunicação social, desde os temas tratados até os suportes pelos quais se distribuem e circulam os conteúdos e sua veracidade: jornal, revista, televisão, internet¹⁸.

Dessa definição podemos aferir que a ética na comunicação “se define como um projeto de orientação dos sistemas de mídia e da sociedade, que se veem impelidos ao respeito pela dignidade da pessoa e pelos direitos humanos fundamentais”¹⁹. Esses direitos, a saber, são constituídos por um “complexo de valores e princípios de comportamento, fundados no reconhecimento da dignidade pessoal e do bem comum, ordenado a orientar as ações individuais e coletivas a serviço da justiça e da paz”²⁰.

Está bem claro que a mídia²¹ precisa atender tanto para seus objetivos específicos, a saber: informar, formar a opinião pública, comunicar criando laços de intercâmbio entre indivíduos e povos, difundir a cultura, o lazer e o divertimento, quanto para os objetivos humanos. Esses devem, ou deveriam, nortear e motivar os diferentes meios de comunicação social.

O que vemos e ouvimos difere da realidade. Na busca por melhores e maiores resultados, os meios de comunicação social cedem “[...] à lei da facilidade”. Sendo assim, focalizam suas notícias com o objetivo de “satisfazer e lisonjear apenas a curiosidade e o sensacionalismo”²².



O que deveria ser uma verdade torna-se espetáculo, um evento na qual não informa, nem forma a conscientização do cidadão, ao contrário, entorpece o senso crítico da pessoa, colocando-a num estado de letargia e de passividade diante do acontecimento.

Por conseguinte, é mister unir aos objetivos da mídia os interesses de primeira ordem dos objetivos humanos. Esses estão muito próximos dos valores e anseios dos direitos humanos. De acordo com Frei Josaphat, podemos formatá-los em quatro ideais:

1) O respeito e a promoção da dignidade humana, em todos os domínios da ação e da comunicação; 2) a valorização da responsabilidade encarada como atitude e qualidade de todos os agentes, bem como de todos os usuários da informação, e mesmo de toda a vida social; 3) a busca constante do bem comum, reconhecido como o ápice que a sociedade deve atingir; 4) o ideal de felicidade que habita e ativa o ser humano. Ele há de ser acolhido e favorecido, dentro e para além do clima de diversão e de lazer, que a mídia tende a manter com toda a razão²³.

Ainda discorrendo na temática dos direitos fundamentais do ser humano, outro documento da Igreja, *Pacem in Terris*, aponta, dentre os elementos que compõem a construção da dignidade pessoal e da promoção de valores morais e éticos, o seguinte conteúdo:

Todo o ser humano tem direito natural ao respeito de sua dignidade e à boa fama; direito à liberdade na pesquisa da verdade e, dentro dos limites da ordem moral e do bem comum, à liberdade na manifestação e difusão do pensamento, bem como no cultivo da arte. Tem direito também à informação verídica sobre os acontecimentos públicos²⁴.

Considerando esse cenário como ideal no desenvolvimento da comunicação, podemos vislumbrar a queda de muitos vícios que ao longo do tempo foram se arraigando, tais como: a não separação entre informação e opinião, a preeminência da imagem, a invasão da intimidade e da vida privada, a informação ligada ao espetáculo, abuso do



sensacionalismo, o jornalista escrivão, o mau uso da liberdade de expressão, manipulação (desinformação)²⁵.

A ética na comunicação, de acordo com a abordagem adotada neste artigo, revela um caminho promissor a fim de promover a “cultura do encontro”. O encontro em que as pessoas sintam-se responsáveis pela vida do outro, pelas alegrias e tristezas, capazes de curar as feridas abertas por uma sociedade hedonista e capitalista, onde as pessoas valem pelo que têm e não pelo que são na sua essência.

As estratégias de comunicação, ancoradas na ética responsável e solidária, parafraseando o Papa Francisco, podem sim garantir a “beleza, a bondade e a verdade da comunicação [...]”. Por isso, comunicar significa tomar consciência de que somos humanos, filhos de Deus. Apraz-me definir este poder da comunicação como ‘proximidade’”. Desta forma, “uma ética teológica da comunicação social terá sentido e valor se chegar a se firmar como uma ética essencialmente humana, inspirando-se no amor evangélico universal”²⁶.

CONCLUSÃO

Os bispos conciliares, presentes no Concílio Ecumênico Vaticano II (1962-1965), já alardeavam que o tecnicismo não conduz à verdadeira comunicação, aquela que deve ser pessoal, humana, revelada no encontro entre pessoas.

Este artigo, portanto, apontou para um rumo, na qual a tecnologia precisa estar a serviço do que o Papa Francisco intitulou como uma “autêntica cultura do encontro”. Desta forma, um dos desafios emergentes dos meios de comunicação, e de toda a sociedade, é transformar uma comunicação vazia de sentimentos e de pessoas em uma rede de solidariedade, onde o próximo possa ser o fundamento de nossa comunicação.



É pertinente o que Francisco escreve quando aborda esse assunto. “Não basta circular pelas ‘estradas’ digitais, isto é, simplesmente estar conectados: é necessário que a conexão seja acompanhada pelo encontro verdadeiro”.

Não podemos viver sozinhos, fechados em nós mesmos. Precisamos de amar e ser amados [...]. A rede digital pode ser um lugar rico de humanidade: não uma rede de fios, mas de pessoas humanas. O envolvimento pessoal é a própria raiz da fiabilidade dum comunicador. É por isso mesmo que o testemunho cristão pode, graças à rede, alcançar as periferias existenciais”²⁷.

Apresento como uma possibilidade de humanização tecnológica, o uso desses meios utilizando-se da ética. É claro que essa deveria ser uma ação lógica e premente em qualquer situação, mas não é o que vemos estampados nas diversas situações comunicacionais.

Os interesses dos grupos de comunicação vão de encontro, em muitas situações, à veracidade de fatos e notícias. E por causa dessa dinamicidade da informação, hoje, a repercussão da notícia é instantânea e pode transformar pessoas e empresas em heróis ou vilões.

Assim como a Igreja não temeu abordar o tema comunicação há meio século, hoje o desafio se repete. Como afirma o Papa Francisco, não devemos temer os novos meios de comunicação social, ao contrário, ao fazer o seu bom uso, estaremos aproximando homens e mulheres desse encontro pessoal com Jesus Cristo - caminho, verdade e vida! (Jo 14,6).

Ao unirmos ética e comunicação em todos os processos comunicacionais, acredito que estaremos nos aproximando de uma relação ideal entre os avançados meios tecnológicos de comunicação e a humanização dos seus usuários.



BIBLIOGRAFIA

BOFF, Leonardo. *Ética e Moral: a busca dos fundamentos*. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

CASTRO, Valdir José de. A práxis cristã na cultura da comunicação. *Vida Pastoral*, São Paulo, Paulus, nº 293, 2013.

CNBB, *Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil* (doc. 99).

COIMBRA, José de Ávila Aguiar (organizador). *Fronteiras da ética*. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

ECHANIZ, Arantza; PAGOLA, Juan. *Ética do profissional da comunicação*. Tradução: Cristina Paixão Lopes. São Paulo: Paulinas, 2007.

FILHO, Ciro Marcondes. *Até que ponto, de fato, nos comunicamos?* São Paulo: Paulus, 2004.

FRANCISCO. *Mensagem do Santo Padre Francisco para o XLVIII (48º) Dia Mundial das Comunicações Sociais*, 2014.

JOÃO XXIII, *Carta Encíclica Pacem in Terris*, 1963.

JOÃO PAULO II, *Mensagem para a Jornada da Paz*, 1983. In: CNBB, *Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil* (doc. 99).

JOSAPHAT, Frei Carlos. *Ética e Mídia: Liberdade, responsabilidade e sistema*. São Paulo: Paulinas, 2006.

* Jornalista, membro do grupo de pesquisa Ética Cristã e Realidade Social (ECRES) da PUC-SP. Especialista em Comunicação e Marketing pela Faculdade Cásper Líbero (SP). Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) na Universidade São Judas Tadeu. Bacharel em Teologia pela Pontifícia Faculdade de Teologia Nossa Senhora da Assunção.

¹ FILHO, Ciro Marcondes. *Até que ponto, de fato, nos comunicamos?* 2004, p. 99.

² *Ibidem*, p. 7.

³ *Ibidem*, p. 71.

⁴ *Ibidem*, p. 7.



-
- ⁵ Cf. Francisco, *Mensagem para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais*, 2014.
- ⁶ *Ibidem*.
- ⁷ CASTRO, Valdir José de. A práxis cristã na cultura da comunicação. In: *Vida Pastoral* 293(2013), p. 4.
- ⁸ *Ibidem*.
- ⁹ FILHO, Ciro Marcondes. *Até que ponto, de fato, nos comunicamos?* 2004, p. 98.
- ¹⁰ CNBB, *Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil* (doc. 99), p. 215.
- ¹¹ FILHO, Ciro Marcondes. *Até que ponto, de fato, nos comunicamos?* 2004, p. 16.
- ¹² CASTRO, Valdir José de. A práxis cristã na cultura da comunicação. In: *Vida Pastoral* 293 (2013), p. 5.
- ¹³ BOFF, Leonardo. *Ética e Moral: a busca dos fundamentos*, 2003, p. 27.
- ¹⁴ *Ibidem*.
- ¹⁵ COIMBRA, José de Ávila Aguiar (org.). *Fronteiras da ética*, 2002. p. 39.
- ¹⁶ É o conjunto ordenado dos princípios, valores e das motivações últimas das práticas humanas, pessoais e sociais. Significa também o caráter, o modo de ser de uma pessoa ou de uma comunidade. In: BOFF, Leonardo. *Ética e Moral: a busca dos fundamentos*, 2003, p. 39.
- ¹⁷ *Ibidem*, p. 32.
- ¹⁸ CNBB, *Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil* (doc. 99), p. 219-220.
- ¹⁹ *Ibidem*, p. 83.
- ²⁰ Cf. João Paulo II, *Mensagem para a Jornada da Paz*, 1983. In: CNBB, *Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil* (doc. 99).
- ²¹ Todo suporte de difusão da informação que constitui um meio intermediário de expressão capaz de transmitir mensagens; meios de comunicação social de massas não diretamente interpessoais (como p.ex. as conversas, diálogos públicos e privados) [Abrangem esses meios o rádio, o cinema, a televisão, a escrita impressa (ou manuscrita, no passado) em livros, revistas, boletins, jornais, o computador, o videocassete, o DVD, os satélites de comunicações e, de um modo geral, os meios eletrônicos e telemáticos de comunicação em que se incluem também as diversas telefonias]. Cf. <http://houaiss.uol.com.br/busca?palavra=M%25C3%25ADdia>.
- ²² JOSAPHAT, Frei Carlos. *Ética e Mídia: Liberdade, responsabilidade e sistema*. São Paulo: Paulinas, 2006. p. 79.
- ²³ *Ibidem*, p. 66-67.
- ²⁴ Cf. João XXIII, *Carta Encíclica Pacem in Terris*, 1963.
- ²⁵ ECHANIZ, Arantza; PAGOLA, Juan. *Ética do profissional da comunicação*, 2007. p. 245-249.
- ²⁶ JOSAPHAT, Frei Carlos. *Ética e Mídia: Liberdade, responsabilidade e sistema*, 2006. p. 196.
- ²⁷ FRANCISCO, Papa. *Mensagem do Santo Padre Francisco para o XLVIII (48º) Dia Mundial das Comunicações Sociais*, 2014.