

A fraternidade como critério de comunicação: o pensamento e experiência do Movimento dos Focolares segundo uma perspectiva ética¹

Luís Henrique MARQUES²

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar uma leitura crítica sobre como o conceito de fraternidade é aplicado à comunicação, conforme o pensamento e a experiência do Movimento dos Focolares, organização de âmbito internacional ligada à Igreja Católica, mas que atua também no âmbito dos diálogos ecumênico e inter-religioso. Para tanto, esta leitura concentra-se, sobretudo, no pensamento da fundadora do Movimento dos Focolares, Chiara Lubich e no relato de algumas experiências promovidas por membros deste grupo, interpretados à luz da argumentação sobre ética na comunicação produzida por autores como Alfredo Casado, Daniel Cornu e Claude-Jean Bertrand, bem como à luz do pensamento do próprio Magistério da Igreja Católica sobre comunicação, conforme apresentado na obra *Comunicação social na Igreja: documentos fundamentais*, organizada por Noemi Dariva. Como conclusão, este trabalho demonstra que o pensamento de Chiara Lubich, inspirado no carisma da Unidade e fundamentado na própria experiência prática de membros e comunidades do Movimento dos Focolares, aponta pistas para a construção de uma nova cultura da comunicação, fundamentada em valores como o diálogo, a partilha, a participação e, especialmente, a fraternidade entre as pessoas.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação e fraternidade; Ética na comunicação; Movimento dos Focolares.

Focolares e o carisma da Unidade

Com quase 70 anos de história, o Movimento dos Focolares – oficialmente reconhecido pela Igreja Católica Apostólica Romana como o título de Obra de Maria – é um movimento eclesial de espiritualidade, está presente em 182 países e conta com mais de dois milhões de aderentes e simpatizantes, dos quais 140 mil são seus animadores e estão divididos em 22 setores.

A unidade é a palavra que sintetiza o carisma ou espiritualidade³ do Movimento dos Focolares e está fundamentada no chamado testamento de Jesus, proclamado por

¹ Trabalho apresentado na XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada em Engenheiro Coelho, SP, 18/8/2016

² Doutor em História, docente da Universidade Paulista (Unip) e pós-doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, e-mail: luismarques.sp@gmail.com.

Ele quando de sua crucificação: “Pai, que todos sejam um para que o mundo creia” (Jo 17,21). Nesse sentido, o Movimento se empenha no trabalho de construção do “mundo unido”, no qual todos os seres humanos são irmãos, porque filhos do mesmo Pai. De fato,

O Movimento dos Focolares, nascido de leigos, restituiu aos leigos o seu peso e a importância, ainda na época em que as estruturas eclesiais reservavam aos fiéis – jovens, casados, pais e mães de família – apenas um lugar nos bancos da missa dominical. Procurou colocar em sua mira o revigoramento da unidade entre os católicos, a busca da unidade entre os cristãos, a construção de uma rede de diálogos com fiéis de outras religiões e com o mundo ateu, tudo isso muito antes que a ânsia ecumênica viesse à tona no Concílio Vaticano II. (ZAMBONI, 1991, p. 7)

Nascido durante a Segunda Guerra Mundial na cidade de Trento, no norte da Itália, o Movimento dos Focolares surgiu a partir da experiência pessoal e evangélica de Chiara Lubich e suas primeiras companheiras. É Chiara mesma quem sintetiza o significado do carisma que nasceu a partir de sua experiência e das primeiras e dos primeiros focolarinos:

A unidade é um ponto-chave fundamental em nossa espiritualidade, porque exprime também sozinha o que o Espírito quer de nós. A unidade exige “algo mais”, porque pressupõe ao menos dois em comunhão. A unidade é uma graça que Jesus pediu ao Pai: “Pai, que sejam um como eu e tu. Eu neles e tu em mim, para que sejam um” (cf. Jo, 17,21-23). E, se é uma graça, não podemos buscá-los com os nossos esforços. Devemos apenas nos dispor a poder recebê-la, amando-nos mutuamente como Jesus nos amou. (LUBICH *apud* TORINO, Armando, 2011, p. 153)

Ação que já cobre o mundo todo. Segundo dados recentes divulgados pelo próprio Movimento (ZAMBONI, 2004, p. 140), a Obra de Maria está presente em 182 países e conta hoje com mais de 141 mil membros. Aqueles que aderem e simpatizam

³ Segundo Miranda (2001, p. 153), “a espiritualidade esta mais diretamente voltada para a vivência, para o seguimento real, para a experiência salvífica. Fala mais ao coração e à liberdade. Procura tematizar para muitos o que foi experimentado profundamente por alguns. Não é tão importante a justificação teórica do que se deu, e sim o aprender do próprio processo, considerando suas etapas, seus perigos, seu ritmo e seu dinamismo. Daí aflorarem perspectivas específicas na vivência do Evangelho, surgirem métodos próprios, emergirem caminhos originais e nascerem famílias religiosas” ou movimentos eclesiais, de predominância laica, como é o caso dos Focolares.

com o Movimento são cerca de 2 milhões e 500 mil. São mais de 50 mil os fiéis de 350 Igrejas Comunidades Eclesiais cristãs e mais de 30 mil os fiéis de várias religiões (judeus, muçulmanos, budistas, hinduístas, taoistas e outros), além de serem cerca de 100 mil os amigos de convicções não religiosas, conforme informa o site oficial dos Focolares (2012). Ainda segundo cálculos do Movimento, a irradiação de sua espiritualidade já chega a milhões de pessoas em todo o mundo.

Considerado por líderes da própria Igreja Católica, de outras Igrejas cristãs e religiões não-cristãs como uma espiritualidade para os tempos atuais, entre outras razões, por seu caráter coletivo e por ser capaz de ir ao encontro de muitas exigências da pessoa hoje, sem trair princípios fundamentais do Evangelho, o carisma da Unidade também apresenta suas orientações para a prática da comunicação, seja ela interpessoal, seja mediante o uso de grandes veículos e tecnologia. Antes, porém, de nos atermos ao pensamento focolarino sobre a comunicação, apontaremos algumas questões fundamentais que permeiam a reflexão ética sobre a comunicação, conforme o pensamento de alguns autores que se destacam nessa área e conforme orientações da própria Igreja Católica sobre esse tema. Então, na sequência, retomaremos a visão do carisma da Unidade sobre a comunicação, tendo em perspectiva o pensamento desses autores e orientações da Igreja Católica.

Questões éticas fundamentais para a comunicação

O rol de questões que envolvem a temática sobre a comunicação é muito amplo e se subdivide numa ampla lista de especificidades, próprias de cada área que compreendem a grande área da comunicação social, tais como jornalismo, publicidade, radialismo, Internet e assim por diante. Tentaremos aqui apontar apenas para algumas das questões que julgamos as mais importantes e que se referem ao âmbito da comunicação como um todo. Sobre cada uma destas, por uma questão de espaço e para não perder o foco central deste trabalho, nos limitaremos apenas a apresentá-las de forma geral. Ainda sim, acreditamos que essas noções são suficientes para servirem de

instrumental teórico para a leitura sobre o pensamento e prática da comunicação segundo o carisma do Movimento dos Focolares.

Um dos primeiros princípios éticos ligados à comunicação – como a outras áreas da atividade humana – foi claramente expresso no documento *Ética nos meios de comunicação social* (In: DARIVA, 2003, p. 270): “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 das mesmas”.

A esse princípio se liga outro, fundamental para a Igreja Católica, expresso em diferentes documentos produzidos pela Instituição ao longo da sua história, sobretudo a partir do Concílio Vaticano II: *uma comunicação dialogal*. É que consta na *Carta aos comunicadores*, divulgada no dia 3 de junho de 1994, por ocasião do Dia Mundial das Comunicações Sociais, data criada pela própria Igreja Católica. Diz o documento:

A comunicação humana é um fenômeno dialogal. Isso implica a troca de experiências entre os envolvidos no processo de comunicação. Por ser diálogo, trata-se de um processo de produção e recepção de sentido entre as pessoas, superando a mera informação de dados. (...) Onde só uma pessoa domina o código, o meio, não há interação e não há liberdade, por isso, não há comunicação. Enquanto, num processo real de comunicação, os interesses devem ser comuns e a busca de sentido deve ser comunitária. Então, a pessoa humana, seus projetos, anseios e libertação devem ocupar o primeiro lugar. (In: DARIVA, 2003, p. 602)

Também está relacionado ao princípio do diálogo o próprio fato que a comunicação tem o papel de aproximar as mesmas, de favorecer uma *relação comunitária*, desde que respeitadas as individualidades. “Pela sua própria natureza, a comunicação social contribui para que os homens, comunicando-se entre si, adquiram uma consciência mais profunda da vida comunitária”, afirma a instituição pastoral sobre os meios de comunicação social *Communio et progressio*, promulgada por determinação do Concílio Vaticano II pela Comissão Pontifícia para as Comunicações Sociais, em 27 de maio de 1971 (In: DARIVA, 2003, p. 85).

Na visão teológica da Igreja Católica, a comunicação que cria comunidade deve se espelhar na própria relação entre as pessoas da Santíssima Trindade (Pai, Filho e

Espírito Santo). Com efeito, “esta união e 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”, afirma a *Communio et Progressio* (In: DARIVA, 2003, p. 85).

Especificamente no que tange à vida da Igreja, o seu Magistério frequentemente defende a experiência do diálogo ecumênico e inter-religioso como uma das expressões desse amplo diálogo que a Instituição deve realizar com a humanidade, conforme apontam diferentes documentos eclesiais produzidos a partir do Concílio Vaticano II. Nesse sentido, o documento *Critérios de colaboração ecumênica e inter-religiosa no campo das comunicações sociais*, do Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, de 4 de outubro de 1989, afirma a propósito de uma ação comunicativa especificamente ecumênica, no seu item 9:

Os projetos comuns, onde pareçam oportunos, têm o objetivo de permitir aos cristãos que dêem (sic) um testemunho comum de Cristo. Esses projetos não têm a intenção de enfraquecer a autenticidade da mensagem cristã e eclesial, nem de limitar a iniciativa especificamente católica. (In: DARIVA, 2003, p. 178)

Certamente, outra entre as primeiras questões éticas que envolvem a comunicação é o *direito à informação*. Segundo o professor José Marques de Melo (1986), o direito à informação é “uma categoria em processo de configuração, situada na fronteira entre o direito de comunicação (liberdade de expressão e de pensamento) e o direito de educação (aprendizagem o conhecimento acumulado, do saber estocado)”. Para o pesquisador, o ato de comunicar pressupõe o acesso e o manejo de informações, o que não se dá fora do processo de aprendizagem continuada.

Continua Marques de Melo: “não basta, portanto, que a lei assegure a todos a liberdade de expressão. É imprescindível dotar a todos da capacidade de saber, fazer, transformar, criar. Do contrário, o direito de comunicar esvazia-se, na medida em que o seu exercício fica limitado aos poucos instruídos, capazes de formular mensagens, recheá-las de conteúdos e disseminá-las adequadamente”.

Mas não há garantia de direito à informação se este não for associado à liberdade de expressão. Referindo-se especificamente à liberdade de imprensa (uma das formas de liberdade de expressão), Claude-Jean Bertrand (1999, p. 57) diz que “a vocação primeira do profissional de mídia, quaisquer que sejam suas outras funções, é exercer a liberdade de comunicar para informar os homens de suas observações sobre o mundo à sua volta”. Porém, enquanto para este autor, a liberdade da expressão é um direito absoluto, porque corresponde a necessidades vitais do ser humano, partimos do pressuposto que esse direito só pode ser adequadamente exercido com responsabilidade, o que significa não ferir outro direito, o da privacidade.

Estar a serviço da verdade também está entre as prioridades éticas de uma comunicação cujo fim último é o bem do ser humano. Este princípio foi defendido pela Igreja Católica em diversos documentos, um dos quais publicado ainda antes do Concílio Vaticano II, quando o tema da comunicação social ganhou força e passou a ser tratado de forma mais bem elaborada pela Instituição. Diz o item 46 do documento *Miranda prorpus, carta encíclica sobre cinema, rádio e televisão*, publicada pelo papa Pio XII em 8 de setembro de 1957: “servir à verdade significa não só se apartar da falsidade e do engano, mas evitar também aquelas atitudes falsas, tendenciosas e parciais que poderiam favorecer no público conceitos errôneos da vida e do comportamento humano” (In: DARIVA, 2003, p. 43).

A responsabilidade da mídia sobre estar a serviço da verdade ganha ainda mais peso quando considerado fato que esta é formadora de opinião e, mais ainda, tem nos dias atuais papel essencial na construção de visão de mundo das pessoas, especialmente aquelas cujo nível de instrução e consciência crítica é afetado por uma má formação escolar e pela falta de exercício da reflexão. A esse respeito, afirma outro documento da Igreja Católica:

As comunicações têm a capacidade de pesar, não só nos modos de pensar, mas também nos conteúdos dos pensamentos. Para muitas pessoas, a realidade corresponde ao que os *mass media* definem como tal: o que os *mass media* não reconhecem explicitamente torna-se também insignificante. (CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, 1992 In: DARIVA, 2003, p. 188)

Outra questão fundamental e também um direito a ser defendido no âmbito da comunicação é o *pluralismo*, princípio ético básico de caráter democrático cuja aplicação viabiliza a interação entre pessoas de diferentes concepções políticas, ideológicas, culturais e religiosas. Sem a possibilidade do pluralismo, o próprio diálogo permanece comprometido, uma vez que a tendência a visões uniformes não abrem espaço para o saudável confronto de ideias e experiências, o que torna o processo comunicativo pobre, porque limitado a difusão de informações e posicionamentos e sua consequente adesão acrítica. Em sua defesa, afirma Daniel Cornu:

O pluralismo dos meios de comunicação sustenta-se, teoricamente, sobre os pilares: a existência de mídias generalistas, que tratam de assuntos numerosos e diversificados; a existência de publicações variadas, mais especializadas, que permitem o acesso do público a informações e opiniões específicas. (CORNU, 1998, p. 120)

Já Casado vai além do argumento de Cornu, definindo “o pluralismo como bem social”:

Existe hoje a tendência de considerar o pluralismo como um avanço. Por isso, não só deve ser permitido como alimentado. A diversidade que a pluralidade de opiniões encerra é tida como um enriquecimento cultural. Os países que se julgam democráticos necessitam incrementar os debates abertos e o confronto entre os diversos pontos de vista transmitidos pelos meios de comunicação de massa. Desta maneira, os destinatários podem cotejar distintos pontos de vista e formar uma opinião própria. Assim é possível confrontar a própria experiência vital e as próprias convicções com as experiências e as opiniões dos outros. (CASADO, 1987, p. 71)

Por fim, um último princípio ético fundamental para o qual apontamos aqui, entre tantos que por razão de espaço, arbitrariamente, deixaremos de lado, é a questão da transparência. É fato que tomada de forma absoluta, esta corre o risco de se tornar um grande equívoco, por exemplo, na medida em que fere o direito à privacidade das pessoas, expondo a público informações que não atendem ao real interesse público.

O equívoco da ideologia da transparência é o de considerar que não há limites, que todos têm obrigação de se mostrarem nus. Nesse ponto, a transparência invade o terreno da subjetividade, do direito individual ou privado. Por isso ela é totalitária, ao desrespeitar – em nome do jornalismo – territórios que transcendem seu campo de trabalho. Há domínios que não convêm, que não precisam ser expostos: as carnificinas de guerra, a violência de “mau gosto” das fotos, dos filmes, dos relatos incômodos, intragáveis, embaraçosos que chegam ao detestável e ao abominável. Pela busca não-criteriosa do sensacional tudo chega às telas, até aquilo que as pessoas não precisam ver, não querem ver, se enjoam. (MARCONDES FILHO, 2000, p. 138)

A transparência, por outro lado, utilizada de forma equilibrada e tendo em vista o bem comum, certamente é um princípio ético a ser salvaguardado pela mídia e, em particular, pelo jornalismo. Desde que não caia nas armadilhas do “denuncismo”, o uso da mídia para denunciar irregularidades, atos ilícitos ou mesmo criminosos que afetam as pessoas é um papel fundamental dos comunicadores sociais.

Comunicação e unidade

Passamos, a seguir, a examinar o pensamento do Movimento dos Focolares – e, portanto, segundo o carisma da Unidade – sobre a comunicação. O documento-base para esta análise é o discurso da fundadora do Movimento, a italiana Chiara Lubich (já falecida), proferido no dia 2 de junho de 2000, no ginásio Paleur, em Castelgandolfo (Roma), durante o Congresso Internacional “Comunicação e unidade”, promovido por esta organização. Além disso, serão utilizados argumentos de outros autores, todos membros do Movimento dos Focolares. A análise que se segue busca confrontar o pensamento dos Focolares sobre comunicação com os princípios éticos fundamentais para a comunicação apresentados na primeira parte deste trabalho.

Esse discurso percorre a relação dos membros do Movimento dos Focolares com a comunicação desde o início do grupo até a história recente, quando se tornou uma organização de nível internacional, presente em todo o mundo. Chiara Lubich faz sempre questão de ressaltar que as orientações espirituais que partem do carisma sempre

nascerem, primeiramente, da experiência prática, realizada cotidianamente pelas pessoas do Movimento. Com a comunicação não foi diferente.

Para Chiara Lubich, a experiência da comunicação é essencialmente comunitária, uma vez que a o carisma da Unidade tem essa característica fundamental. Nesse sentido, ela aponta para a relação amorosa no seio da Santíssima Trindade como paradigma de comunicação. “Nascerá da vida de comunicadores que têm Deus-Amor como modelo de comunicação e como paradigma das relações-profissionais” (LUBICH, 2002, p.).

A partir deste fundamento, Chiara Lubich deleneia alguns princípios fundamentais da comunicação que nasce da experiência do Movimento dos Focolares, a saber:

1. É próprio do carisma comunicar experiências e seus frutos. “Acreditamos que tudo aquilo que não se comunica, perde-se”, afirma Chiara. “Assim, sobre a experiência vivida ascende-se uma luz, para quem conta e para quem escuta, e a experiência parece fixar-se na eternidade” (LUBICH, 2002, p. 16). Este, digamos, “caráter eterno” da experiência comunicada tem raiz, para Chiara, na própria relação amorosa entre as Pessoas da Santíssima Trindade. “A provocação, o estímulo, vem também do fato que a [Santíssima] Trindade existe somente enquanto é ‘perene comunicação’, enquanto o amor circula continuamente entre Pai (silêncio) e Filho (palavra), este amor se chama Espírito (luz)”, escreve o focolarino e jornalista Michele Zanzucchi (2012, p. 81)

2. Essa comunicação implica a dinâmica do “fazer-se um” com que recebe a mensagem. Para a fundadora dos Focolares, os membros do Movimento sentem a exigência de saber quem está diante de si, razão pela qual é preciso conhecer o ouvinte ou público, suas exigências, desejos e problemas. Da mesma forma, é imprescindível que da comunicação das experiências concretas da vida do Evangelho, sejam participadas as motivações e frutos que estas implicam.

Ao desenvolver um estudo a relação entre o silêncio e a palavra dentro do processo comunicativo, Michele Zanzucchi (2012, p. 99) associa a atitude de silenciar-se diante do próximo ao “fazer-se um” a que se refere Chiara. O silêncio implica, fundamentalmente, uma atitude de escuta profunda do semelhante. “De qualquer modo,

se trata de ‘esvaziar-se de si’ para acolher o outro, manifestando assim um completo ‘interesse desinteressado’ nos confrontos com os interlocutores” (ZANZUCCHI, 2012, p. 101).

Seguindo as próprias diretrizes do carisma da Unidade e, portanto, do pensamento de Chiara Lubich, o mesmo Michele Zanzuchi argumenta que as relações entre silêncio, palavra e “fazer-se um” apontam para o diálogo como um método própria para a comunicação na medida em que ao permitir a alternância entre silêncio e palavra, permite às pessoas de “crescerem juntas” e se descobrirem mais em acordo e, portanto, mais humanas” (ZANZUCCHI, 2012, p. 54).

3. É também típico do carisma da Unidade enfatizar o positivo. “Sempre foi de nosso estilo ressaltar aquilo que é bom, pois estamos convencidos de que é infinitamente mais construtivo evidenciar o bem, (...) ainda que a denúncia oportuna de erros, limites e culpas seja imperiosa para quem tem essa responsabilidade”, explica Chiara (2002, p. 16).

4. Outro princípio fundamental para Chiara e os membros do Movimento dos Focolares é que, na comunicação (interpessoal ou via meios de comunicação de massa), o que importa é o ser humano e não os próprios meios. “Para criar a unidade é preciso, antes de tudo, esse meio imprescindível que é o homem, um *homem novo* no dizer de São Paulo, ou seja, que acolheu o mandato de Cristo para ser fermento, sal e luz do mundo” (LUBICH, 2002, p. 16). Na visão de Chiara, esse homem novo é o próprio Jesus, modelo perfeito de comunicador.

Também docente da Pontifícia Universidade Gregoriana e diretor de *Città Nuova* (editora e revista mantidas pelo Movimento dos Focolares), o jornalista Michelle Zanzucchi argumenta, nesse sentido, que “a comunicação é para o homem, e não o homem para a comunicação; e para comunicar eficazmente é essencial aproximar-se do interlocutor em atitude de escuta e de respeito” (ZANZUCCHI, 2012, p. 50).

5. Por fim, na medida em que esta experiência da Unidade se realiza de forma concreta, sua meta também é alcançada, qual seja, a unidade entre as pessoas ou ainda, a fraternidade universal. “O importante (...) é que todos juntos possamos nos imbuir da comum determinação de usar os meios de comunicação social para aquilo que eles

devem ser: *instrumentos para realizar um mundo unido*”, conclui Chiara Lubich (2002, p. 17).

O focolarino e cientista político italiano Antonio Maria Baggio (2008, p. 54) explica, por sua vez, que “a fraternidade é uma condição humana, ao mesmo tempo dada – e, por isso, constitui um ponto de partida – mas também a ser conquistada, com o compromisso de colaboração de todos”. Enquanto condição humana, a fraternidade corresponde à natureza humana que exige estar aberto à relação com o seu semelhante, a despeito das diferenças que tenham entre si. A própria realização e felicidade humana revela-se condicionada a uma interdependência pessoal, argumenta Baggio.

Savagnone, retomando o conceito de “fazer-se um”, também corrobora o pensamento de Chiara sobre a missão última da comunicação segundo o carisma da Unidade ao afirmar que

na comunicação autêntica vem à luz uma reciprocidade (...) que consiste, sobretudo, em colocar-se na pele do outro, em esforçar-se para prever suas possíveis reações, tentando colocar-se no lugar dele, para ver como nós próprios reagiríamos. Temos diante de nós uma regra que remete à “regra de ouro” (...) Não se trata de nos apossarmos do que o outro vê, mas de tentar ver com os olhos dele: eis aí a fraternidade. (In: BAGGIO, 2009, p. 244)

O sacerdote Manuel Bru Alonso, docente da Universidad de San Pablo-CEU, de Madrid, afirma que a abordagem da cultura da Unidade no âmbito da comunicação vai muito além da proposição de uma série de princípios éticos. Membro dos Focolares, Manuel Bru apresentou um discurso no congresso *Voluntarifest*, promovido pelo Movimento e realizado em setembro de 2006, na cidade Budapeste, sobre uma nova cultura da comunicação. Segundo ele, “a proposta da unidade não é somente ética – como tão pouco o é apenas espiritual – mas sim cultural, já que propõe uma nova visão das principais realidades envolvidas no processo midiático” (ALONSO, 2006).

Ainda de acordo com Manuel Bru, pela experiência de membros do Movimento dos Focolares, assim como de outras Igrejas e Organizações Não-Governamentais, já é possível reconhecer novos protagonistas dessa comunicação inspirada no carisma da Unidade e em valores como o da fraternidade universal, seja por suas iniciativas

concretas (mesmo se ainda tímidas e isoladas), seja por seu posicionamento crítico ante os modelos de comunicação produzidos pelos *mass media*.

Além disso, o professor espanhol apresenta algumas chaves de leitura que caracterizam essa nova cultura midiática, a saber:

1. *Empatia e positividade*: segundo Manuel Bru, para os novos comunicadores que se inspiram no carisma da Unidade, “é essencial viver a interação comunicativa como chave de doação, que parte da escuta profunda do outro”. Com efeito, “a sua empatia lhe renderá a capacidade de melhor olhar a realidade de cada ser humano” (ALONSO, 2006). Já quanto à positividade desses comunicadores (ou a ênfase no positivo, como afirma Chiara), “os levará a uma especial sensibilidade em evidenciar os aspectos que dão esperança nas várias situações” (ALONSO, 2006).

2. *Integridade e transparência*: “para que a oferta comunicativa seja, de fato, um serviço ofertado a todos, deve partir de um pacto tácito de sinceridade e lealdade com a própria sociedade”, afirma Manuel Bru Alonso (2006). E completa: “pacto que exige integridade de temáticas sem restrições ideológicas; transparência de perspectivas sem buscas sensacionalistas e, definitivamente, integridade e transparência de elementos necessários para o respeito escrupuloso da realidade” (ALONSO, 2006).

3. *Solidariedade e pluralismo*: esses mesmos agentes de uma nova comunicação, fundamentada no carisma da Unidade, “querem promover (...) uma comunicação sensível à diversidade cultural, uma educação à solidariedade sem fronteiras, sem prejuízos ideológicos e sem miopias localizadas”, afirma Manuel Bru Alonso (2006). Pelo contrário: esses comunicadores “querem promover, via mediação de iniciativas em vários níveis, uma positiva renovação do processo de globalização midiática” (ALONSO, 2006).

Numa breve análise, o professor Manuel Bru conclui sua conferência apontando para outras características que marcam o perfil desses novos comunicadores que, para além de parâmetros éticos, adotaram o carisma da Unidade como orientador de uma nova cultura midiática. Numa palavra, tais características coincidem com o que Manuel Bru considera uma comunicação mais humanizada. Nesse sentido, ele faz menção –

mesmo se brevemente – à rede à experiência da rede internacional de editoras *Cidade Nova* e, em especial, das edições das revistas cujo exemplo elege como significativo:

(...) na busca incessante de um compromisso com a atualidade sem cair jamais no partidarismo, de uma aposta por temas de certa profundidade intelectual, sabendo adaptá-los aos mutáveis formatos de uma linguagem do meio impresso cada vez mais condicionada pelo contágio com as linguagens televisiva e informática; e, sobretudo, a de uma proposta de inegável identidade cultural, não fechada em si mesma, já que faz parte essencial desta identidade a vocação de serviço ao diálogo social, cultural, político e religiosos. (ALONSO, 2006)

Vale considerar ainda que, em edições anteriores da *Eclesiocom*, o autor deste trabalho já teve a oportunidade de apresentar duas faces da experiência da edição brasileira da revista *Cidade Nova* que corroboram com a perspectiva da Unidade: “Revista *Cidade Nova* e a promoção de um ‘ecumenismo de vida segundo o pensamento e experiência do Movimento dos Focolares” (2012), sobre o compromisso desse veículo em dar visibilidade ao diálogo ecumênico realizado, sobretudo, entre leigos e mediante ações sociais cooperadas em favor de populações menos favorecidas economicamente, e “Cidade Nova: fraternidade e diálogo como novos critérios de noticiabilidade” (2014), sobre como o veículo busca pautar e produzir suas matérias e artigos de opinião segundo a perspectiva da fraternidade e do diálogo.

Considerações finais

Ainda que a presente análise careça de um aprofundamento, uma vez que o seu objeto – o pensamento e experiência do Movimento dos Focolares no âmbito da comunicação interpessoal e social, isto é, fundamentado no carisma da Unidade – seja bastante amplo, acreditamos ter sido possível demonstrar a coincidência desses mesmos pensamento e experiência com princípios éticos para a comunicação defendidos universalmente e, em particular, pela Igreja Católica.

Na realidade, a conclusão de que essa coincidência ocorre não causa surpresa, uma vez que uma das marcas históricas desse Movimento sempre foi sua fidelidade à Igreja (e sua preocupação histórica com uma comunicação ética), inclusive quando atua no diálogo ecumênico, inter-religioso e com pessoas sem um referencial religioso. Nesse sentido, a exemplo de outras espiritualidades ou carismas que existem no seio da Igreja Católica, o carisma da Unidade busca refletir o próprio pensamento e experiência da Igreja como um todo, embora o faça sob uma perspectiva peculiar.

O quanto esta visão ética – e, para além dela, uma nova cultura midiática – seja uma realidade, é claro para os próprios membros do Movimento dos Focolares que isso é algo distante e que, por essa razão, sua experiência é ainda muito tímida, apenas embrionária. Por outro lado, para estas pessoas, ela já é sinal visível de que uma nova cultura midiática que promova a unidade e fraternidade universais é uma meta necessária e viável, especialmente porque se configura como uma resposta universal e bastante atual, sem, contudo, distanciar-se de suas raízes evangélicas. E mais: ela atende a históricos e legítimos anseios do ser humano de fazer da comunicação uma experiência capaz de unir as pessoas, não obstante seus sucessivos fracassos em realizá-la ao longo da história da humanidade.

BIBLIOGRAFIA

- ALONSO, M. B. Hacia una nueva cultura de la comunicación. Budapest: Voluntarifest, 2006. (conferência)
- BAGGIO, A.M. (Org.). **O princípio esquecido 1**. Traduções Durval Cordas, Iolanda Gaspar, José Maria de Almeida. Vargem Grande Paulista: Cidade Nova, 2008.
- BAGGIO, A. M.. **O princípio esquecido 2**: exigências, recursos e definições da fraternidade na política. Traduções Durval Cordas, Luciano Menezes Reis. Vargem Grande Paulista: Cidade Nova, 2009.
- BERTRAND, C. **A deontologia das mídias**. Tradução: Maria Leonor Loureiro. Bauru: Edusc, 1999.
- CASADO, A. **Os meios de comunicação social e sua influência sobre o indivíduo e a sociedade**. São Paulo: Cidade Nova, 1987. (Cadernos Humanidade Nova).
- CORNU, D. **Ética da informação**. Tradução: Laureano Pelegrin. Bauru: Edusc, 1998.
- DARIVA, N. (Org.) **Comunicação social na Igreja**: documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003.
- LUBICH, C. O Amor que une. Tradução: José Maria de Almeida. *Abba*, São Paulo, v. 5, n. 2002, p. 19-32.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**: saga dos cães perdidos. São Paulo: Harcker Editores, 2000.

MELO, J. M. **Comunicação**: direito à informação. Campinas: Papirus, 1986.

MIRANDA, M. F. **Inculturação da fé**: uma abordagem teológica. Loyola: São Paulo, 2001.

TORINO, Armando. **Levar a Ti o mundo em meus braços**: vida de Chiara Lubich. Tradução Durval Cordas. São Paulo: Cidade Nova, 2011.

ZAMBONI, Doriana. (Org.). **O Evangelho não falha!** São Paulo: Cidade Nova, 2004.

ZAMBONI, Franca. **Chiara Lubich**: a aventura da unidade. São Paulo: Cidade Nova, 1991.

ZANZUCCHI, Michele. **Il silenzio e la parola. La luce**: ascolto, comunicazione e mass media. Roma: Città Nuova, 2012. (Universitas)