



Para adquirir o livro, acesse: www.sotese.com.br

Em 2004, numa conversa sobre interdisciplinaridade entre as áreas de conhecimento como Filosofia, Teologia, Comunicação, Ciências Sociais, tivemos a idéia de reunir numa só obra alguns pesquisadores para que se discutissem a questão da moral (conceito e prática) na pós-modernidade. Seria um confronto de idéias entre a moral cristã e a moral midiática.

Nossa preocupação, enquanto professores, pesquisadores, educadores e também enquanto pároco, no caso do José Trasferetti, é buscar, através da Universidade, da pesquisa e reflexão, respostas para muitos dos problemas que o mundo vem passando. Nem sempre a Universidade consegue todas essas respostas. Nem sempre também, enquanto pessoas, cidadãos, conseguimos entender ou vislumbrar um futuro diferente, otimista, conciliador. E mais, nem todos, em nosso país, tem acesso à educação, à informação (sem ser da Televisão apenas), à produção acadêmica, aos meios culturais, etc. A velocidade com os fenômenos sociais, comportamentais vêm acontecendo em nossa sociedade é mais rápido do que nosso processo de pensar, refletir, estudar, pesquisar, amadurecer, e somente aí afirmar junto a Comunidade Científica e também a sociedade, o porquê do acontecido, do fato, da transformação de valores, posturas, atitudes e ações.

Foi nessa perspectiva de contribuir para os alunos de graduação, que a obra Teologia, Ética e Mídia – através do ato da leitura e da reflexão – como também para a sociedade em geral, nasceu. Reunimos importantes pesquisadores na área da Comunicação (Mídia) e Teologia, com a intenção de escrever sobre a prática teológica, comportamentos midiáticos, a ética, o *marketing* religioso e práticas de informação.

Não foi fácil reunir todos os artigos, organizá-los, corrigi-los, sistematizá-los, assim como está no livro. Por isso, a idéia que era de 2004 foi realizada somente agora, em 2007. Porém, com uma urgência a mais: que mundo é este que vivemos? Que pessoas são essas a nossa volta – idosos, crianças, homens, mulheres, jovens, são esses? Que solidão é essa na multidão? Que relações afetivas, entre amizades, casais, famílias estamos vivendo, estamos sentindo? As inversões de valores? A banalização da morte, violência, sexualidade. A lógica consumista, tecnológica, mercantilista. A nossa relação com a natureza, com o planeta. Que doenças nos assolam? Doenças muito mais da alma do que do corpo. Em que momento da história perdemos o nosso agir moral, ético, solidário, sincero, honesto, belo e simples?

Somos como a dedicatória do livro: “aos nossos telespectadores: vilões e vítimas de uma história inacabada”. Quem é o vilão? Quem é a vítima? Em que momento somos vilões e vítimas ao mesmo tempo? Em que momento passamos de vítima ao vilão, ou vice-versa? Não sabemos. Sabemos apenas que o caminho do mocinho é árduo, difícil, distante, complexo, mas ele existe! O caminho da ética, bom senso, responsabilidade social e pessoal, está aí. O caminho da honestidade, sinceridade, lealdade também existe. Eles não são utopias. Eles são valores cristalizados, fortes, eternos. A questão é: quem os praticam? Muitos o fazem. Fazem numa lógica e energia que permite ao planeta está de pé, apesar de agonizando, ainda resiste. Não sabemos até quando, mas ele ainda resiste.

Por isso, que o livro **Teologia, Ética e Mídia** apresenta o artigo do Frei Carlos Josaphat sobre valores e desafios éticos na Internet; dos professores Pedro Gilberto Gomes e José Marques de Melo, sobre o “Jesus da comunicação e a comunicação de Jesus” e “Comunicação e evangelização na sociedade global”. Apresenta também, no campo de comportamentos, de Pedrinho Guareschi “Mídia e cidadania”; “Gênero, mídia e religião” de Nara Novais; “Consciência moral, sexualidade e mídia” de José Trasferetti”; “Mídia, sensibilização e afetividade” de Carlos Alberto Zanotti.

Depois dos diagnósticos vem a ética que faz a diferença. Nos dois artigos do pesquisador português, Jorge Pedro Sousa, “A ética do fotojornalismo” e “Ética jornalística como sinônimo de jornalismo de qualidade”, nos indicam o quanto o caminho da ética é o mais

fácil e prudente. E confrontamos o fazer Televisão com qualidade, no artigo de Antonio Teixeira de Barros e Pricila de Oliveira "A TV e formação de valores sociais nos programas infantis: o caso do Castelo Rá-Tim-Bum".

Na efervescência de entender o mundo-hoje, como se comporta a religião, as igrejas perante a sociedade tecnológica? Que fazer igreja temos hoje? Que recursos utilizam-se? Eis que surge o *marketing*. Por isso, a reflexão da "Publicidade e seu espaço na programação da igreja" de Gino Giacomini Filho e Lideli Crepaldi. Para completar essa lógica, o artigo de Eula Dantas Taveira Cabral e Adilson Vaz Cabral Filho, "Do sermão do monte à pregação na TV – A presença das Igrejas Católicas e Universal na mídia brasileira".

Por fim, na dinâmica que o mundo não pára, portanto, a mídia não pára, a indústria não pára, abordamos as perspectivas de ações e estratégias no campo da cultura, leitura e tecnologia de informação. Apresentamos os artigos dos professores e pesquisadores, Catarina Farias de Oliveira, "O mercado de bens simbólicos e o significado da diversidade cultural"; Adriano Lopes Gomes "Da tradição oral para a sala de redação: o jornalista na condição de contadores de história" e de Maria Érica de Oliveira Lima, "O sertão vira mar no 'contra-fluxo' regional".

Nas 403 páginas de **Teologia, Ética e Mídia**, estão não apenas o nosso fazer profissional, social e cidadã. Estão também nossas marcas, angustias, e também desejos de um mundo melhor e vitorioso. Viver em sociedade, em comunidade, não é fácil e a história humana universal nos diz muito sobre isso. Viver entre os pares, os semelhantes, os diferentes, também não é nada fácil. Viver entre instituições, burocracias, normas, teorias, etc, mais difícil ainda. Porém, se não vivermos com isso, e não utilizarmos ao nosso favor do bem-comum, acrescentado várias outras coisas, estaremos perdidos! E de nada adiantará o livro **Teologia, Ética e Mídia**. De nada servirá nossa reflexão e discurso. Nossas teorias precisam ser aplicadas, fielmente, na prática, a partir de nós, a partir de vocês!

Natal, 18 de março de 2007.

Profa. Maria Érica de Oliveira Lima

Humanista e ecológica.

mariaerica@cchla.ufrn.br

Os artigos que apresentamos demonstraram a riqueza de idéias, afirmações, constatações e processos inacabados. A investigação dos acontecimentos é dinâmica, constante, mutável. Procuramos destacar pesquisadores de vários lugares e instituições do país, inclusive, também do exterior. Faz-se presente à interação e comunicação entre os pares. Nosso objetivo com este livro é chegar ao aluno de graduação, ao pesquisador que queira tê-lo como inspiração a buscar novas respostas à sociedade. É rever daqui a alguns anos nossa escrita e processo de amadurecimento no campo social, teológico, comunicacional. É quem sabe, rever, refazer e/ou reafirmar nossa incessante capacidade dinâmica de achar que estamos acompanhando as transformações do mundo, mas estas são mais rápidas do que nossos pensamentos.