

MISSIONARIEDADE: RÁDIO E TELEVISÃO

Dom Edson Oriolo¹

O documento de estudo da CNBB nº 111, “*Orientações pastorais para as mídias católicas*”, apresenta uma máxima muito relevante solidificada na Exortação Apostólica *Evangelii Nuntiandi*: “as mídias católicas têm sua razão de ser como um serviço a ação missionária e evangelizadora da Igreja: “postos ao serviço do Evangelho, tais meios são susceptíveis de ampliar, quase ao infinito, o campo para poder ser ouvida a Palavra de Deus e fazem com que a Boa-Nova chegue a milhões de pessoas” (45).

Nessa premissa podemos perceber que as maiores preocupações da Igreja em relação aos meios de comunicação são a evangelização e a missionariedade. Sendo assim, não se atém propriamente à veiculação dos sacramentos, sobretudo a Eucaristia. A Igreja existe para evangelizar: anunciar Jesus Cristo, a Sua vida, Ministério, obras e o Reino. A Igreja quer levar os seus fiéis à familiarização com o Evangelho. Evangelização que significa evangelho em ação. Os sacramentos vêm como consequência para fortalecer a nossa fé. Tanto a comunhão da Palavra quanto a comunhão dos sacramentos nos santifica.

Com a crise sanitária provocada pelo Covid 19 e o consequente isolamento social, o rádio e a televisão têm se afirmado como meios de informação indispensáveis, mesmo diante do avanço e aperfeiçoamento da internet em níveis cada vez mais sofisticados. A diretora comercial da *Kantar Ibope Media*, Giovana Alcântara, explica que o confinamento social levou as pessoas para dentro de casa. Consequentemente, a audiência da televisão, por exemplo, cresceu diariamente, pois tem o poder de entreter e informar ao mesmo tempo. “Em média, os indivíduos estão assistindo 41 minutos a mais de *tv* durante a semana e 1h 26 nos finais de semana. Essa evolução é percebida em vários perfis de público e gêneros de programação, com destaque para o jornalismo: 79% da população consideram a *tv* o meio mais confiável para obter informações sobre o coronavírus”.

O rádio, nem sempre lembrado em nossas iniciativas evangelizadoras, não fica atrás. “Para 75% das pessoas, os meios de comunicação estabelecidos oferecem notícias que elas podem confiar. O rádio se destaca com 78%. Vale lembrar que 83% da população é ouvinte de rádio. Três em cada cinco pessoas escutam o rádio todos os dias”. Com esse cenário, somos chamados a repensar a evangelização de forma mais criativa, ousada, proativa e inovadora. A Igreja vem trabalhando a muitos e muitos anos com tais meios de comunicação, mas sem tanta expertise, muitas vezes na dinâmica da manutenção. Com efeito, a mudança de mentalidade impõe-se com muito vigor.

¹ Bispo Igreja Particular de Leopoldina

As comunidades paroquiais devem aproveitar esses meios de comunicação para lançar as *Sementes do Verbo* e fortalecer, na diversidade, a nossa catolicidade. Esses canais de relacionamentos necessitam, sobretudo onde já disponíveis, formar leigos e leigas mais conscientes para a missionariedade. Precisamos adentrar nesses meios, com verdadeiro ardor missionário. Criarmos planejamentos de atuação com objetivos, estratégias e metas para suscitar multiplicadores do testemunho e anúncio do Evangelho. Fazer com que as pessoas cresçam na fé, dar formação litúrgico-pastoral, etc.

Como consequência explícita deste tempo, marcado pelas *fake news* e pela polarização político-partidária-religiosa, precisamos fortalecer a valorização do humano, os sentimentos de fraternidade e solidariedade. Também nossas relações eclesiais carecem de uma maior adesão às orientações do magistério ordinário e extraordinário de nossa Igreja. Sobretudo, não podemos perder a oportunidade de lançar mão de recursos e estratégias para cumprirmos nossa missão.

A Igreja agindo em sua missionariedade, bem informada da sua missão irá nos fortalecer ainda mais. Precisamos proclamar e compartilhar o Evangelho, levando os nossos fiéis a escolhê-lo, saindo fortalecidos dessa crise sanitária e valorizando sempre mais a riqueza dos sacramentos, dando-lhes toda a dignidade, coerente com o que são e significam.