

## DADOS EM ESPETÁCULO

Pe José Fernandes de Oliveira, scj  
(Pe. Zezinho)<sup>1</sup>

A espetacularização da fé anda em alta nas mais diversas igrejas cristãs. Pregadores e igrejas estão se tornando uma verdadeira indústria de comunicação religiosa com direito a chaveiros, camisetas, livros, Cds e clube de fãs. Com o rosto do pregador nos seus trajes ou nas entradas dos templos. Num tempo de intenso marketing talvez seja possível justificar esta exposição do rosto do discípulo, mas ficará sempre a dúvida: divulgou ou divulgou-se?

Foi Paulo, o apóstolo, sem medo de se expor que, na linha de Mateus 10,27, nos brindou com a noção de mídia vivida de maneira cristã. De cima dos telhados, sim, mas para que mais gente o ouvisse e não para ser visto e aplaudido por mais olhos e mãos. Nem Jesus nem Paulo fizeram da fé um espetáculo. Jesus várias vezes proibiu que divulgassem seus milagres. (Mt 16,20; Mc 7, 36; Mc 8,4 ; Mc 8,30).

Ao dizer que era exposto aos olhos do mundo (1 Cor 4,9) Paulo deixou claro que não o era pelos prêmios, troféus e aplausos de pódio e, sim, que estava

---

<sup>1</sup> Escritor, Cantor e Compositor. Sacerdote dos Padres do Sagrado Coração de Jesus. Doutor *Honiris Causa* em Teologia pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC – PR).

sujeito às dores do púlpito. Sentia-se como as vítimas jogadas aos leões no Circo Máximo. Não havia glória nem aplauso. Releiamos o texto:

Penso comigo, que Deus pôs a nós, apóstolos, por últimos, como condenados à morte; porque somos dados em espetáculo ao mundo, aos anjos, e aos homens. (I Cor 4, 9)

O mesmo Paulo, ao lembrar que venceu porque não desistiu e não foi embora do seu compromisso, não fala em derrota do outro e, sim, em vitória pessoal porque lutou com ética, fez um bom combate, chegou ao fim da corrida e guardou a fé. Foi difícil, mas manteve a palavra dada. (2 Tm 4,7) Foi fiel ao que prometera.

Fidelidade é um dos temas centrais da pregação de Paulo. Não se vai embora da família, do evangelho e da Igreja porque está difícil continuar. O evangelho não depende do que dá mais lucro ou mais satisfação.

Evangelizar, para Paulo é pastoral social e catequética. É missão e convite do céu e da Igreja e não fruto de conquista pessoal e marketing pró indivíduo. Não funciona na base do “quero me divulgar e ser muito conhecido porque, assim, eu poderei tornar Jesus conhecido!” Parece lógico, mas não é cristão. Equivale a expor-se para expor, vender-se para vender.

Quando o pregador põe preço alto para sua pregação, esquece o que dizia Paulo na 2 Cor 11,8 e na 1 Ts 2, 6-9. Ele fez de tudo para não ser pesado às comunidades para as quais pregava. Não quis dar trabalho nem custar caro. O preço da pregação de Pau-

lo era pequeno e ele nada lucrava com o evangelho. Fazia coletas para os pobres (Rm 15,26. 1 Cor 16,1), mas ele mesmo imitava Jesus que vivera na pobreza (2 Cor 8,9 ) Não levou vantagem ao pregar o evangelho. Aliás, foi perseguido, houve gente que jurou não comer enquanto ele não fosse morto (At 23,12). Experimentou fome, sede frio e nudez (1Cor 1,27). A Paulo não se poderia aplicar a severidade de Jesus contra pregadores que catam dinheiro das pessoas carentes a pretexto de longas orações. O castigo deles será maior. (Mc 12,40)

Paulo tinha consciência das dores do povo. Mas não os enganava com evangelhos agradáveis. (Gl 1,8) Disse a Timóteo que devia pregar sem a preocupação de agradar. (2Tm 4,1-5) Fosse gentil e compassivo, mas fosse exigente e sóbrio em tudo (2Tm 4,5). Todos teriam, porém que ser pacientes e gentis até o admoestar (1Ts 5,14). Que os colossenses se tratassem bem, mas se admoestassem mutuamente se fosse o caso. (Cl 3,6)

Paulo oferecia Jesus Cristo e este crucificado e não vitorioso, não maquiado e produzido de maneira a agradar a plateia, nem um Cristo luminoso e adocicado que responde a atende ao pregador que invoca seu nome um determinado número de vezes. O pregador que teatraliza e chora dramaticamente diante das câmeras ao pedir pelo seu povo não receberia aprovação nem de Paulo nem de Jesus! Paulo ia ao cerne! Pregava o Cristo que era escândalo para os judeus e causa de escárnio para os pagãos. (1Cor 1,23)

O pregador Paulo distinguia entre a missão de mostrar Jesus diante dos holofotes e ambição de aparecer e mostrar-se aos holofotes para depois mostrar Jesus. Ele ficava atrás do Jesus que revelava ao povo e não à frente para anunciar o Jesus que viria depois. Não era o apresentador espalhafatoso tipo Ratinho e Faustão que mais aparece do que apresenta, porque o show é ele!

Paulo era o corajoso mestre, cujo viver era o Cristo. Ficaria feliz se conseguisse que, ao menos alguns dos que o ouviam, aceitassem Jesus. Não mirava a multidão. Mirava a profundidade. Falou com respeito das santas mulheres, das que o auxiliavam e das senhoras serenas a quem o evangelho devia muito, mas em 2Tm 3,6-7 ironizou as mulheres carregadas de pecado e superficialidade que não estão lá para aprender coisa alguma...

Desejou que os Efésios (Ef 3,18) entendessem das múltiplas dimensões do Cristo e crescessem sabendo da altura, da profundidade, do comprimento e da largura deste mistério que supera qualquer conhecimento e entendimento! Era esta a finalidade do seu púlpito e da sua pregação. Ele preferia até ser anátema, um esquecido e ignorado, desde que seu povo descobrisse Jesus!

Falou em sermos dados em espetáculo e não em dar espetáculo. Falou em conquistar alguns para Cristo e não para si mesmos. Não quis discípulos a qualquer preço, não se colocou em primeiro, nem quis este posto, não disputou preferências, não procurou holofotes e não fez marketing de si mesmo.

Quando falou de si apontou-se como o menor dos apóstolos e lembrou que era fruto da compaixão de Cristo. De bom grado falou de suas derrotas, mas hesitava em falar de suas vitórias em Cristo, exceto a vitória sobre si mesmo. Está tudo lá, para quem tem por hábito ler o Novo Testamento.

Tinha-se na conta de vencedor porque sabia perder e sabia da sua força de evangelizador porque aprendera a administrar suas fraquezas. E descobriu que Jesus não tira a cruz de nossos ombros e, sim, nos ensina a carregá-la. Ele não tira o peso, dá sua graça e, de repente, o fardo é suportável. A vida não vira um saco de penas, mas dá para levá-la.

Nas mídias religiosas de hoje, mercê de intenso marketing da fé exercido por indivíduos e igrejas que gastam boa parte do seu tempo de pregação para falar de suas arrecadações, de suas obras recém-publicadas ou de suas relações e realizações, desvirtuou-se a função do microfone, do teclado e das câmeras a serviço da fé. Ficou mais a serviço do evangelizador e do mensageiro do que o evangelho e da mensagem.

É por isso que aos que ainda pensam no que veem e ouvem parece cada dia mais escandalosa a atitude dos que, ao invés de serem dados em espetáculo, se dão em espetáculo. Não são os holofotes que os procuram, são eles que procuram os holofotes.

Acham um jeito de estar onde haja câmeras e microfones de longo alcance por perto. Não é o palco que lhes é oferecido; são eles que se oferecem e se anunciam na esperança de serem convidados a cantar

e a pregar. Não é a emissora que os chama e pede entrevista: eles a procuram, porque acham que têm o que dizer e precisam de espaço. Não esperam pelo mérito. E, uma vez lá, aceitam qualquer esquema e situação para não perderem aquela chance de serem vistos. Vivem o que constata o sociólogo Jean Baudrillard: *Sou visto, logo existo!*

Faltam-lhes a ética e a ascese da comunicação da fé. Colocam-se em evidência exagerada, sejam eles padres ou pastores e centralizam a atenção em si. Há um protagonismo excessivo na TV e nos palcos onde são tratados como se fossem semideuses da fé. Entram e saem com guarda-costas, coisa que Jesus não tinha e duvido que os quisesse.

Alguém dirá que o Papa os tem. Mas o Papa é chefe de Estado e há leis internacionais regulamentando essas relações. Diferente é o caso do artista de televisão ou de cinema, ou do ídolo dos esportes. Houve promoção para que isto acontecesse. Vendem a imagem para depois vender o produto: jogador famoso custa mais caro; artista famoso cobra mais. Mas provocam mais, e por isso precisam por barreiras entre eles e o povo.

Toda vez que o mensageiro fica maior do que a mensagem as pessoas quererão a atenção dele e não necessariamente o que ele diz. Tocá-lo fica mais importante do que ouvi-lo. E não falta quem explore isso vendendo toalhinha com o seu suor, fotos e posters a preço diferenciado!

Uma séria reflexão sobre a alta exposição dos pregadores deveria ser conduzida por nossa Igre-

ja. Até que ponto a pregação pode ser espetáculo, e quando deixa de ser pregação da Palavra para se tornar acentuação excessiva do pregador? Até que ponto o rosto do pregador anda mais exposto do que sua mensagem? Até que ponto se divulgam mais as orações e reflexões de um pregador do que os documentos oficiais da nossa Igreja ou a fala do Papa? Até que ponto é justo que um pregador use todos os dias da mídia para falar de sua obra e, no ano inteiro, nunca falou dos documentos dos bispos e do papa nem dos livros do papa que certamente mereceriam ser conhecidos?

## **1. Maiores do que o púlpito...**

Há um novo tipo de sacerdote encendo nas nossas telas ou a falar em nossos ouvidos. Se gostarmos do seu jeito e da sua ousadia em proclamar a Palavra de um jeito novo, a tendência será proclamá-los santos ou modernos e progressistas. Desculpa-se tudo o que fazem ou dizem. Se não aceitamos o seu comportamento, a tendência é revelar suas fraquezas com adjetivos nada qualificativos. Picha-se o seu nome e o seu rosto. Há um pregador que se projeta com serenidade. Há um outro que provoca. Isso também se verifica com cantores e artistas.

Gostemos ou não, eles existem e são frutos da era eletrônica. Acreditam na mídia e decidiram que assumirão o novo de Deus de um jeito novo. Quem for a favor que os ajude e quem for contra que os respeite, porque estão fazendo exatamente o que os documentos da Igreja pedem.

O debate começa aí. Exatamente o que a Igreja pede? Obedecem às normas da liturgia ou fazem de maneira contumaz o que está proibido ou desaconselhado por documentos de Roma ou da Igreja local? Aceitam conferências e encontros com a anuência do bispo? Não se colocam demais no centro da telinha? Não é verdade que em muitos casos, as câmeras ficam 90% do tempo no rosto do pregador? Não ocupam espaço demasiado na mídia?

E as outras atividades pastorais? Aceitam o sacrifício de se fazer presentes na mídia e, ao mesmo tempo, presentes nas comunidades, escolas, faculdades, paróquias, obras sociais? Não estando presentes, ajudam de verdade? Os superiores religiosos ou os bispos os encontram disponíveis para outras tarefas? Quanto ganham com sua presença na mídia e nas artes? A quem destinam os seus bens, quando a mídia lhes traz riquezas? Como vivem? Como cooperam com as dioceses e paróquias que visitam? Motivam os fiéis a se engajarem na vida paroquial ou apenas no movimento do qual fazem parte? Do que recolhem com suas campanhas de arrecadação deixam algo para a paróquia ou diocese de quem contribuiu? Ajudam ou prejudicam a vida paroquial com suas celebrações que não se podem repetir na paróquia? Os fiéis que os veem na televisão percebem a diferença entre o que faz o seu padre preferido de mídia e o seu pároco?

Há um novo tipo de sacerdote na praça. Aposta pesadamente no som e na imagem. Escolheu um caminho cheio de controvérsias. E ele sabe disso! Fala a milhões de pessoas! Em alguns casos o faz to-

dos os dias. Atinge mais gente do que seus superiores, seu bispo, todos os sacerdotes da sua diocese juntos, cem bispos juntos. Sua profecia o leva a repercutir mais do que cem ou duzentas dioceses. Possuem algum poder que não veio apenas do exercício regular do ministério. Foram catapultados e ampliados. Alguns se consultam com empresários e agentes de marketing. Sua imagem é cuidadosamente projetada nas mais diversas mídias. Eles querem este risco. Alguém tem que chegar à multidão que não ora nem vai aos templos! Por que não ele?

A quem mais se deu, deste alguém, mais se exige. (Lc 12,48) e com toda justiça, até porque a maioria dos ministros do altar que se engajaram na mídia não foram nomeados para isso. O “Ide” não veio acompanhado de “pela mídia”, mas também não proibiu este caminho. Descobriram a gleba, a picada, abriram o caminho, instalaram-se e, só depois da conquista foram confirmados no que faziam. Vale dizer que a Igreja espera que saibam montar aquele cavalo xucro chamada mídia que eles conquistaram e no qual pretendem ficar.

É louvável? Se o pregador conquistou a confiança das igrejas, sim. Se está claro que carrega forte nas tintas do personalismo e fica difícil aos párocos e bispos contar com a sua cumplicidade, porque atrai mais adeptos para si do que para a igreja local. Se age de maneira oposta ao que foi pastoralmente estabelecido, se entra na diocese sem que o pároco ou o bispo o saibam ele terá que rever a imagem que projeta. Será ele um Efrém ou um Ário? Os dois tinham

charme e atraíam milhares de fiéis usando a mídia o seu tempo. Um é considerado santo e o outro não! Um deles fazia adeptos e os atrelava a si. Tanto fez que criou sua própria igreja. Revelou-se mais forte do que o seu púlpito. Aliás, o púlpito era ele mesmo. Por isso não podia descer de lá. Pregadores descem do púlpito e passam pelo meio do povo. Púlpitos são levados e trazidos pela equipe que monta o evento!... Esse, o perigo!

## 2. Púlpitos apequenados

Suprema vergonha para as igrejas e para a humanidade foi o tempo da caça às bruxas. Pregadores sem muita cultura, mas repletos de preconceitos e noções erradas de pessoa, fé, céu, inferno, anjos e demônios decidiam quem era bruxo ou bruxa e os queimavam vivos ou torturavam até à morte. E o faziam em nome da pureza e da verdade. Primeiro viam demônio no ar, na água, no repolho e nos animais. Não tardou, passaram a vê-lo nas pessoas com distúrbios motores ou mentais ou gente que eles ou os tolos como eles rejeitavam ou temiam.

Foi invenção do século XV, que começou por volta de 1420-1430 nos alpes franceses e suíços. Hereges e judeus eram os principais suspeitos de bruxaria. Os males não explicados eram atribuídos a eles. Epidemias e misérias da população eram jogadas nas suas costas. Entre 1580 e 1670 o Ocidente partiu para a caça às bruxas. O demônio agia por meio delas... Logo, deveriam morrer. Torturados, muitos confessavam ser o que não eram.

Atribuía-se aos caçadores de bruxas o dom da vidência. Supostamente eles sabiam quem tinha o demônio e quem era bruxo ou bruxa ou auxiliar do demônio. Deram crédito demais a estes pregadores ou juízes. Foi um dos perigos mais sombrios da história dos púlpitos.

Todo cuidado é pouco, porque os pregadores que hoje veem demônios nos mosquitos da dengue ou da malária amanhã o verão em pessoas que lhes desagradam. As leituras dos diabos de Loudun, Louviers, Bazuel, Salem, e fatos reprováveis que se sucederam até o século XVIII apontam para a ignorância do povo, mas também para a malícia dos pregadores em busca de influência e poder.

Desconfiem do pregador que vê demônios e inimigos em toda parte. Amanhã ele o verá em bispos, sacerdotes, pastores e colegas de púlpito. Foi assim em muitas perseguições de bruxas. Dê o poder aos histéricos e ele acharão demônios em toda partem principalmente em que discorda deles!

### 3. Um deus conveniente

*Que Deus anunciamos? O Deus que nos vem ou o deus que nos convém?*

Muitos pregadores e fiéis trocaram o Deus que lhe vem pelo deus que lhes convém. Pode acontecer se é que já não aconteceu conosco! Que Deus anunciamos? *Aquele que é quem é*, ou aquele que é como nós imaginamos que ele seja ou que gostaríamos que fosse?

Está cada dia mais perceptível no discurso

dos templos e da mídia o anúncio de um Deus pessoal, visto apenas a partir do próprio ângulo. É como descrever uma cachoeira apenas pelo que vemos e não pelo que ela é e a partir das descrições de outros que a viram de outros ângulos. Não somamos a vista dos outros. Ficamos apenas com a nossa que achamos ser ou a única ou a mais verdadeira e condizente.

Percebe-se em muitas pregações um discurso não a serviço do Deus que vem, mas do Deus que mais convém. Os pregadores nem sequer disfarçam duas intenções. O discurso é pragmático e utilitarista. Não anunciam o Deus que é quem é, mas o Deus que fez isto mais aquilo por eles e por meio deles. O verbo ser cedeu lugar ao verbo fazer. Deus faz acontecer e nós fazemos acontecer em nome de Deus, logo somos mais de Deus do que os outros.

O que seria crer no Deus que vem? Seria aceitar Deus como Ele quer vir, como for da vontade dele, no tempo dele e do jeito dele. Pode até ser bonito querer apressar o tempo de Deus, mas isto nem sempre é gentil e respeitoso. Muitas vezes é inútil. No dizer de Jacques Attali “*o tempo é a única realidade verdadeiramente rara, pois ninguém pode produzi-lo, ninguém pode vender aquele de que dispõe, ninguém pode acumulá-lo.*” (*Uma breve História do Futuro, 2008, pg 127, Novo Século*)

Crer no Deus que vem seria muito mais crer do que arrotar certezas de milagres, muito mais pedir do que garantir que Deus agirá deste ou daquele jeito. Uma coisa é apostar que Deus agirá de um jeito ou

de outro e, bem diferente, é apostar que agirá deste ou daquele jeito. Não se diz a Deus o que Ele fará, nem quando, nem a quem. Mas é exatamente isto que os pregadores de celular em punho, praças, templos e redes sociais estão fazendo.

Crer no “Deus que vem” seria viver o “Pai Nosso”, prece na qual, além de louvar o nome do Senhor, o fiel aceita a vontade dele, do jeito dele, no céu e na terra. É também pedir o pão necessário de cada dia, não apenas para nós para quem necessita; é pedir não necessariamente riquezas e primeiros lugares ou conta mais polpuda no banco. Crer no Deus que vem seria ainda pedir perdão e perdoar. Seria admitir que sabemos pouco e querer saber mais sobre Deus.

E o que seria anunciar o Deus que nos convém? Seria inventar com Ele uma cumplicidade que não existe; usar seu nome em vão, trombetear nossa caridade e nossa capacidade de converter, curar e expulsar demônio. É pregar coisas como “traga o seu demônio que os o expulsamos” E se não houver expulsão será por culpa da sua falta de fé. É garantir ressurreições, três delas na mesma tarde e, além disso, alardear o milagre pelo rádio.

Anunciar o Deus que nos convém é criar demônios da dengue, da malária, da diarreia, da unha encravada, da dor de cabeça, para mais facilmente o derrotar no templo e, assim, fazer o fiel pensar que foi a prece e a exortação do pregador que mandou os demônios de volta ao inferno. Crer no Deus que nos convém é chamar a atenção não para o poder de Deus,

mas para o poder dado ao pregador. É derrubar pessoas com toque poderoso e chamar a mesma pessoa para dar testemunho de cura para atrair mais gente. É falar com o demônio ao microfone e solenemente expulsá-lo na frente da assembleia e dos telespectadores. É cobrar dízimo exorbitante e garantir que quem o paga vai para o céu e quem não o paga não cresce na vida.

Crer no Deus que nos convém é dar o microfone a quem se declara curado e negá-lo a quem, dois meses depois volta para avisar que a doença voltou! É prometer grandes prodígios na Rua X, número 25, Bairro Y, às 3,15 da tarde. É adotar o discurso não compromissado de quem não pode criticar o governo que lhe concedeu aquele canal.

Crer no Deus que nos convém seria anunciar revelações que não existiram, visões que não aconteceram, dar uma de profeta que não somos, garantir que o anticristo já veio e está agindo nos outros, principalmente nos adversários... Seria superexaltar os nossos santos e negar os dos outros. Seria sugerir ao povo que ande sem medo pela rua, porque os anjos de Deus cuidarão de cada fiel, mas ele mesmo, o pregador dispensar os anjos e andar com três ou quatro guarda-costas...

Crer no Deus que nos convém seria vender óleo de cozinha como se fosse óleo santo das oliveiras de Jerusalém; medalhas com água do Rio Jordão, pó da Terra Santa. Seria vender uma água na qual Jesus não tocou. Quando o pregador não explica e não põe os pingos nos "is", o fiel acaba atribuindo pontos ao tamanho da vela.

Com facilidade se prega hoje, na mídia, um

Deus conveniente que ajuda a angariar adeptos, porque o dízimo dado a Deus reverte em barcos, casas, empregos e sucesso financeiro. Será assim tão fácil? A Bíblia não diz que é sempre assim. Anuncia-se um Deus do tipo “dê que eu dou”, “não dê para ver o que lhe acontece”. O mundo está cheio de porta-vozes com recados que Jesus não mandou dar, mas assim mesmo são dados porque é melhor um templo cheio de gente que não questiona ou exige provas do que um templo com cem pessoas cheias de perguntas e questionamentos. Gente dócil enche mais templos do que gente indócil, que não se deixa doutrinar aos gritos. Gente dócil prefere uma fé que não exija provas ao pregador. (Jr 14,14 ) (Mt 24, 24)

É altamente suspeito um templo onde o demônio fala ao microfone e é expulso, mas nenhum anjo ou santo pode falar. Como é que é? Entrevista-se o fiel possuído pelo demônio e não se entrevista o fiel possuído por um anjo? O demônio fala e os anjos e santos não falam? O inferno fala e o céu fica mudo? Sim, o céu fala coisas novas. Mas que coisas? As que a Deus convém ou as que convêm às novas igrejas, ao movimento e ao pregador que precisa segurar aquele povo à sua frente?

E então? A mídia muda ou não muda o discurso das igrejas? Se estiver lendo estas páginas em aula, debata e discuta! Quem muda quem na mídia?

## 4. Em busca dos holofotes

Deus foi processado. Quem quiser mais detalhes, investigue nos jornais do dia 5/1/2006. Lá conhecerá os nomes. Um ateu italiano que estudou em seminário católico processou a Igreja Católica por enganar a fé do povo, ao ensinar que Jesus existiu. Seu alvo era um sacerdote de quem foi amigo e colega de seminário. Perante as leis italianas, o sacerdote citado deveria responder a tais acusações.

O ateu em questão imitou o que alguns ateus ex evangélicos já fizeram nos Estados Unidos contra suas igrejas. No caso, dizia a notícia, que ele mesmo reconhecia não ter a menor chance de ganhar a pendência. Não obstante, foi em frente porque, com isso, tornava público o seu desprezo pela Igreja e lhe aplicava mais um chute, dos muitos que ela recebeu e anda recebendo pela mídia.

Mídia é a palavra mágica. Alguns jornais não lhe dariam esta cobertura por perceberem que era isso o que ele queria: publicidade gratuita. Afinal, ele escrevera um livro e precisava divulgá-lo... Como há jornais e jornais, editores e editores, ele sabia que seu nome e o título do seu livro poderiam ganhar mundo. Afinal, embora todos os dias alguém questione Jesus e a Igreja Católica, não é todo dia que um antigo colega de seminário, agora ateu, processa o outro, porque o ex-colega continua padre e anunciando Jesus. Isto, para muitos jornais é notícia. Com isso ele contou.

Mesmo que, para ele, Jesus tenha existido, diria que não é como o descrevem. Por outro lado,

negando que Jesus existiu, o mundo saberia que ele e o seu livro existem. Não resistindo a tal polêmica, a mídia de muitos países jogaria os holofotes sobre ele. Foi este o se jogo: holofotes gratuitos.

#### 4.1 Virar notícia

O autor lembrou, por seu ato, a vedete que, em começo de carreira artística, grava um CD, escreve um livro e posa em trajes exíguos para conseguir notoriedade. Há muitas maneiras de se ficar famoso, mas ela escolhe a da evasão de privacidade. Arranja um assunto polêmico e tenta virar notícia.

#### 4.2 *Catechein: Ecoar*

A raiz do verbo *catechein* lembra o ato de ecoar, repercutir. A catequese cristã leva notícias enquanto tenta repercutir a melhor de todas elas (*eu-anguélion: evangelho*): Jesus Cristo existiu e falou. E ele era o Filho de Deus.

#### 4.3 Outras catequeses

Há outras catequeses, gritadas em púlpitos adversários ou ateus, templos, telas, canções, jornais e cátedras universitárias. Elas dizem: *Jesus não existiu! O Cristo de vocês é uma fraude. O nosso Cristo é mais completo. O nosso é que é verdadeiro! Somos mais cristãos do que vocês.* E sem esperar respostas, jogam no ar a sua notícia: *-Há outros ungidos e cris-*

*tos no mundo.* Os da religião ou do grupo ideológico deles, por exemplo! Tentam parar a nossa e, em seguida, gritam bem alto a catequese deles, que jogam por cima da nossa com torres e antenas poderosas, compradas e mantidas a peso de ouro. O poder econômico determina o tamanho do grito.

## 5. Muitos cristos e muitos anticristos

A nossa é uma era de muitos cristos e muitos anticristos. O nosso é Jesus Cristo; os deles têm outros nomes. Alguns entre eles respeitam o nosso, mas garantem que o deles é o único. Nós fazemos o mesmo. Mas há os que negam o nosso, enquanto acentuam o seu. Num mundo repleto de mídias, quem grita mais alto acaba repercutindo.

Deve ser por isso que no dia 1 de janeiro último, a TV Globo, ao invés de entrevistar também os teólogos católicos, evangélicos ou ecumênicos, enquanto os católicos festejavam a figura de Maria, puseram no ar a entrevista com um entre aspas “estudioso” que garantiu que Maria teve mais filhos e que José tinha dois filhos de outro casamento. Isto foi notícia para a Globo. Um padre a dizer, no dia dedicado à mãe do Cristo, que Maria não teve outros filhos, já não seria tão interessante. A Igreja que diga isso nos seus púlpitos! Afinal, um padre jovem e o seu bispo diziam estas coisas todos as manhãs na mesma televisão. Então, por que não esquentar a tela com uma boa polêmica?

É neste mundo pluralista e questionador que o pregador católico precisa escolher entre

- a) ficar no seu púlpito que repercute pouco
  - b) mudar-se para as antenas que repercutem um pouco mais
  - c) procurar os holofotes e as antenas que repercutem para milhões
  - d) usar o púlpito e as antenas seja lá como for desde que chegue a milhões de lares
  - e) usar púlpito e antenas sem perder a ética e sem fazer concessões
- Seremos capazes disso?