

Orientações para organizar a Comunicação Social Desde o SSCS¹ na Inspetoria Critérios básicos e áreas comuns de ação



Numa das visitas de animação a uma casa de formação da América do Sul, eu vi na porta do escritório de um jovem sacerdote salesiano um enorme cartaz em vermelho com uma legenda em branco que dizia: "o mundo mudou... nós também". O cartaz, por sua simplicidade e conteúdo, causou impacto e, tendo vivenciado o fato no contexto da formação na comunicação, foi a causa pela que tirei uma fotografia que ainda conservo. Depois de tirar a foto perguntei ao dono: "porque você escolheu esse cartaz e porque o tem colado no centro de sua porta?" O jovem salesiano respondeu: "por isso que diz, precisamente por isso". Depois me explicou que era uma campanha publicitária do jornal mais importante do país que tinha recém entrado no formato digital 2.0. Dizia também que os salesianos deveriam mudar, observar e acompanhar mais decididamente o ritmo da juventude: caminhar com eles, aceitar a renovação que eles traziam, juntos buscar a Deus, falar com a mesma linguagem, habitar os seus espaços, aprender novas formas de relacionarmos e utilizar sua mesma tecnologia. O jovem salesiano, recentemente ordenado padre, ainda não tinha trinta anos. Ele estava certo.

Este fato inspirou a introdução da nova edição do SSCS:

"Todo muda, somente Deus permanece para sempre. Atualmente, na nova era da comunicação, isso é mais evidente ainda. Não só evoluíram as novas tecnologia, mas também influíram notavelmente na cultura: o modo de se relacionar com Deus, com os demais e com a natureza, o modo de hierarquizar os valores, de produzir, distribuir e adquirir os bens, o modo de planificar a vida e dar-lhe sentido".²

Um ano depois do SSCS ter sido editado, distribuído e estudado, um pós-noviço de um país africano, depois de ter participado de um curso de comunicação oferecido por um membro do nosso Dicastério, concluía em sua síntese: "é inegável o convite, somente Deus é O Absoluto, Ele não muda no seu amor para conosco. Assim, quando tudo muda, nós também devemos mudar para sermos comunicadores de seu amor para os jovens de cada época".

O exposto, e outras coisas, me permitem afirmar que na Congregação e em cada um dos irmãos, é preciso que haja uma mudança de mentalidade a respeito da comunicação pessoal, pastoral e institucional. Não se trata somente de uma mudança estratégica trata-se de uma mudança estrutural que nos permita continuar sendo fiéis ao que Deus nos chamou e a missão que nos confiou. É questão de fidelidade! O Capítulo Geral 26 (CG26), fazendo uma breve análise da situação das novas fronteiras, afirma:

"Cresceram a sensibilidade e o esforço da Congregação na fronteira da comunicação social. Sinais disso são, por exemplo, a instituição da Faculdade de Ciências da Comunicação Social na UPS; a ativação de diversos projetos para a educação ao uso crítico das mídias; a crescente presença de sítios institucionais na Internet; a maior familiaridade com a rede informática, quer para intercâmbios pessoais quer para formação à distância; a nova organização do Dicastério para a comunicação social. Temos consciência, contudo, de que os mundos virtuais habitados pelos jovens são múltiplos, e nem sempre somos capazes de compartilhá-los e animá-los por falta de formação, tempo e sensibilidade."³

É por essa razão que solicita mudar a atitude:

"A fim de enfrentar as exigências do chamado e os desafios advindos da situação e realizar as consequentes linhas de ação, é preciso converter mentalidades e modificar estruturas, passando: da atitude tímida de uma presença esporádica nas mídias, ao uso responsável delas e à animação educativa e evangelizadora mais incisiva;"⁴

Ao falarmos de mudança de mentalidade, estamos nos referindo à transformação da forma de pensar, de sentir e de atuar, sem perder a unidade. Trata-se de um processo dinâmico, coerente e fiel, em

¹ Direção Geral Obras Dom Bosco, Departamento de Comunicação Sociais, "O Sistema Salesiano de Comunicação Social, Diretrizes para a Congregação Salesiana", Segunda Edição, Editora SDB, Roma, 2011

² IBID. p, 9.

³ CAPITULO GERAL XXIV, SALESIANOS DE DOM BOSCO, *Da mihi animas, cetera tolle*, CCS, Madrid, 2008, n. 102

⁴ CAPITULO GERAL XXIV, SALESIANOS DE DOM BOSCO, n. 104

referência ao carisma que Deus nos confiou na Igreja. Já que a vocação e a missão não são individuais, mas também comunitárias e institucionais, a mudança de mentalidade é uma exigência contínua para todos, da formação inicial que amadurece na formação permanente. Portanto, para ser fiéis, não temos que repetir devotamente o mesmo de sempre, nem de lançar-nos acriticamente nas novidades do momento. É preciso caminhar com Dom Bosco e com os jovens sabendo fazer uma leitura evangélica dos tempos. Depois do Capítulo Geral Especial se repetia muito uma frase: "com Dom Bosco e os tempos, e não com Dom Bosco e os jovens de seu tempo".

Os princípios, os critérios, as ideias, precisam de uma organização, de uma estrutura que as façam aterrizar, caso contrário a mudança de mentalidade nunca chegará a ser realidade. É por causa disso que na Congregação se incentiva o estudo e a aplicação do SSCS desde uma plataforma de critérios partilhados, que em seguida se transformam em realidade com quatro áreas de ação convergentes e igualmente importantes: animação, formação, informação, produção/empresas. Uma imagem simples, a de uma mesa, pode ajudar a entender e aplicar isso com criatividade e profissionalismo em cada Inspeção: a plataforma superior unifica as quatro áreas de ação; sem ela ficariam separadas e desorientadas. As quatro áreas de ação, por sua parte, sustentam equilibrada e harmoniosamente a plataforma que poderá assim tocar a realidade.

1. Os critérios básicos de nossa plataforma de comunicação

A experiência adquirida durante cinco anos na Congregação como Conselheiro para a Comunicação me motivou a apresentar, antes da organização, alguns critérios fundamentais que frequentemente são esquecidos por causa de uma atividade apostólica sem acelerada que, depois, pode se desvincular de suas raízes mais profundas. Para nós, o campo da comunicação social, sem uma profunda experiência espiritual e uma comprovada solidez vocacional, pode se transformar num campo de cultivo do individualismo, da aparência, do relativismo e da superficialidade. Por isso vejo, de modo urgente, que **todo salesiano, enquanto evangelizador-educador-comunicador, sinta-se, saiba e se manifeste sempre e em todos os lugares, como homem de Deus, seguidor de Jesus Cristo, como o queria e fazia sempre Dom Bosco.**

Continuando o SSCS, **o ponto de partida de nossa comunicação é a pessoa**, uma pessoa com capacidade de abrir-se progressivamente ao diálogo, capaz de superar um nível de pura informação e uso das mídias. Para nós o centro não está na mídia, embora reconhecemos que são necessários⁵. Estamos convencidos de que as pessoas superam as máquinas em muitas coisas que nos tornam pessoas, particularmente na capacidade de estabelecer relações que expressam ao mesmo tempo ideias, emoções, convicções, decisões, ações, símbolos. Tudo isso se manifesta e é percebido, não só na linguagem verbal, mas, sobretudo, em outras linguagens como a corporal, espacial, seletivo e motriz. A base de nossa qualidade humana está na qualidade da nossa comunicação pessoal, indispensável para a vida consagrada, para nossa vida fraterna na comunidade, para nosso apostolado. É assim que podemos ser profetas de fraternidade num mundo muitas vezes fragmentado, individualista e egoísta.

Quando falamos da **centralidade da pessoa na comunicação, fixamos nosso olhar em Jesus Cristo, o comunicador de Deus e do homem, no comunicador perfeito.**⁶

Nossa vocação a vida, de ser filhos no Filho, a viver radicalmente o evangelho, nos converte em seus seguidores, imitadores e comunicadores. Ele é o princípio, o centro, o fim de nossa comunicação. Por isso, para o comunicador salesiano é indispensável a eucaristia, ponto central de sua espiritualidade, onde experimenta um espaço e um conteúdo vital e de sentido. Na eucaristia recebe o alimento e recobra as forças, realiza a proclamação da Palavra e exercita-se em sua escuta, fica em silêncio e dialoga, reforça a fraternidade e renova-se como testemunha, comunicador de Deus e de seu evangelho. **O salesiano é testemunha e comunicador daquele a quem viu e ouviu, daquele a quem tocou e sentiu renovadamente na eucaristia, partilhada com os filhos do Pai, seus irmãos:** "O que já existia desde o princípio, o que ouvimos, o que vimos com os nossos olhos, o que nossas mãos contemplaram e apalpamos sobre a Palavra da vida, nós vos anunciamos, para que também vós tenhais comunhão conosco."⁷

⁵ Direção Geral Obras Dom Bosco, Departamento de Comunicação Sociais, "O Sistema Salesiano de Comunicação Social, Diretrizes para a Congregação Salesiana", Segunda Edição, Editora SDB, Roma, 2011, p. 12

⁶ IBID. p, 13.

⁷ 1 Jn. 1, 1-3

Quando entramos no campo específico **da comunicação salesiana, confirmamos que nasce da missão, da Paixão por Deus e da paixão pela salvação dos jovens, do "da mihi animas, cetera tolle"**. Foi assim que viveu e descobriu Dom Bosco desde sua casa materna quando explicava o catecismo, quando repetia os sermões. Mais tarde quando organizava o teatro, promovia a música, narrava sonhos, escrevia cartas e livros, tudo na linguagem popular, simples e coerente com sua vida de padre. Os salesianos, como Dom Bosco, queremos que Deus e seu enviado Jesus Cristo sejam conhecidos e amados pelos jovens; como também que os jovens se deem conta que são amados por Deus em Cristo, que são importantes na Igreja e para a Igreja⁸. Por isso afirmamos: a Comunicação Social não é algo externo à missão salesiana, mas surge dela mesma juntamente com os outros setores, todos eles necessários e todos complementares.

Prestando atenção na "Carta sobre os Bons Livros"⁹ e ao espírito do artigo 43 das Constituições, é exato dizer que a missão que Deus confiava a Dom Bosco já tinha em si mesma a dimensão ou o setor da comunicação. Não é algo estranho, vindo de fora ou escolhido oportunamente como estratégia, lhe pertence e não pode ser excluída. Por isso o salesiano, como Dom Bosco, deve ser um evangelizador, educador, comunicador por natureza¹⁰.

O fato está reafirmado nesta nova era da comunicação na qual o continente digital é o mais habitado por jovens e adolescentes, por nossos destinatários. No continente mais salesiano estamos ausentes para caminhar junto com os jovens, estando onde eles estão. Ali fazemos falta para comunicar-lhes o amor de Deus: se nós não o fazemos, quem o fará? Com certeza Deus providenciará alguém que o faça, porém, nossa identidade e vocação salesiana podem se tornar suspeitas.

Nos últimos anos foi necessário fazer notar e falar da **coordenação e unidade dos setores ou dimensões da pastoral salesiana**. A relevância desse critério vai mais longe da prática e foi manifestado no documento do CG 26:

*"Considerando a complexidade da Missão Salesiana; visto a necessidade de maior coordenação entre os Dicasterios para a Pastoral Juvenil, a Comunicação Social e as Missões, sobretudo na animação dos setores de atividade partilhada; pede que o Reitor Maior com seu Conselho prepare equipes de animação interdicasterial para estes setores e confie a coordenação a um Conselheiro ou outro, salvaguardando sempre a unicidade da pastoral salesiana"*¹¹.

A unidade e coordenação dos setores ou dimensões, é uma exigência carismática que, longe de empobrecê-las, enriquece e acrescenta sua identidade, pois se parte do mesmo carisma como fonte e se caminha na mesma direção como fim. Isto pede também uma nova mentalidade, uma nova forma de viver, de organizar-se e de formar-se em comunhão com outros salesianos e leigos de diferentes idades e origens culturais. Como se pode ver, não se trata de mesclar indistintamente os setores ou dimensões para que surja um novo e único, mas de uni-los harmonicamente em sua diversidade respeitando os conteúdos, metodologias e contribuições específicas, afim de que manifestem a única missão salesiana na atualidade.

Outro critério indispensável nesta plataforma é o **das atitudes pessoais do salesiano comunicador**. Conhecemos as afirmações: "nós comunicamos o que somos", e "não podemos não comunicar". Estes princípios da comunicação são um forte chamado à **autenticidade da vida do salesiano comunicador, a transparência de intenções, a clareza de identidade vocacional, em qualquer campo e em qualquer momento**. O papa Bento XVI, na sua mensagem para a XLV Jornada Mundial das Comunicações Sociais, sob o título: "Verdade, anúncio e autenticidade de vida na era digital", do 5 de Junho 2011, confirmou:

"Também na era digital, cada um vê-se confrontado com a necessidade de ser pessoa autêntica e reflexiva. Aliás, as dinâmicas próprias do social network mostram que uma pessoa acaba sempre envolvida naquilo que comunica. Quando as pessoas trocam informações, estão já a partilhar-se a si mesmas, a sua visão do mundo, as suas esperanças, os seus ideais. Segue-se daqui que existe um estilo cristão de presença também no mundo digital: traduz-se numa forma de comunicação honesta e aberta, responsável e respeitadora do outro. Comunicar o Evangelho através dos novos média

⁸ Cfr., Jn. 17, 3; Const. 34

⁹ DON BOSCO, *Lettera Circolare sulla Diffusione dei Buoni Libri, 19 Marzo 1885*, Epistolario, vol. 4, pp. 318-321

¹⁰ Cfr., Const. 43.

¹¹ CAPITULO GERAL XXIV, *Salesianos e leigos, partilhar o espírito e a missão*, n. 108

significa não só inserir conteúdos declaradamente religiosos nas plataformas dos diversos meios, mas também testemunhar com coerência, no próprio perfil digital e no modo de comunicar, escolhas, preferências, juízos que sejam profundamente coerentes com o Evangelho, mesmo quando não se fala explicitamente dele. Aliás, também no mundo digital, não pode haver anúncio de uma mensagem sem um testemunho coerente por parte de quem anuncia. Nos novos contextos e com as novas formas de expressão, o cristão é chamado de novo a dar resposta a todo aquele que lhe perguntar a razão da esperança que está nele (cf. 1 Pd 3, 15)."

Outro critério nasce do Capítulo Geral 24: "**Salesianos e Leigos, partilhar o Espírito e a Missão**". Trata-se de uma realidade enriquecedora no setor da Comunicação. A presença e contribuição dos leigos é mais do que técnica, tem sido sempre **uma presença e uma contribuição de caráter eclesiológico e carismático, continuando dessa forma a dinâmica nascida em Valdocco** em favor da evangelização e educação dos jovens mais necessitados.

Consagrados e leigos temos muito que oferecer-nos e muito mais que aprender uns dos outros, mas sempre em favor da evangelização e educação dos jovens que vivem dentro de uma nova realidade e que, por isso, necessitam de novas testemunhas e de novos apóstolos que os acompanhem no mundo da comunicação. A missão e instituição salesiana, por aquilo que foi dito antes e particularmente no que se refere à dimensão da CS, precisa da presença e da contribuição de leigos conscientes do seu batismo e identificados com Dom Bosco, com a Congregação e com a missão salesiana.

O último e não menos importante critério da plataforma: **a qualidade Profissional, adequada ao espaço onde se vive e no momento em que se vive**. Qualidade de relação, de mensagem e de seleção de médios adequados às mensagens e aos destinatários. Neste aspecto Dom Bosco também tinha sua própria visão e suas exigências. Uma vez que se deu conta de que a comunicação estava entre as prioridades apostólicas da missão salesiana não podia permitir-se ficar nem para trás, nem à margem, pois assim comprometeria a evangelização e a educação dos jovens, a defesa e o sustento da fé do povo. Sua paixão pastoral o converteu num grande empreendedor com a finalidade de ganhar almas para o Senhor. Foi assim que adquiriu uma fábrica de papel, competindo com as melhores gráficas da cidade de Turim. Foi editor e escritor, criador de bandas musicais de renome, promotor do teatro, fundador do Boletim Salesiano, envolvendo sempre e em tudo os clérigos, homens de política e de negócios, a muitas pessoas de boa vontade que simpatizavam com o seu projeto. A qualidade e a significatividade como marca da comunicação salesiana serão sua mesma garantia de futuro e lhe permitirão ocupar os mesmos espaços culturais e tecnológicos do povo e dos jovens.

2. As áreas de ação para a organização da comunicação na Inspetoria

A plataforma antes mencionada apoia-se em quatro pilares que constituem a organização e a estrutura fundamental da CS em cada Inspetoria: a animação, a formação, a informação e a produção/coordenação de empresas de CS.

1. Área de animação da CS na Inspetoria

O Delegado Inspetorial para a CS.

Se nos critérios afirmamos a centralidade das pessoas, na organização a confirmamos. É praticamente impossível que na Inspetoria haja vida e dinâmica num setor ou dimensão sem a presença efetiva de um animador. **Corresponde ao Inspetor delegar o setor e o trabalho a um salesiano, a um leigo ou a uma leiga**. Ao Delegado ou Delegada será dada: autoridade delegada, tempo, espaço, preparação e recursos para que possa animar pessoas, comunidades e obras, com a ajuda de uma equipe e com um plano previamente aprovado e estabelecido.

Caso seja nomeado um leigo ou leiga como Delegado (Atas do Conselho Geral 411, Orientações e Diretivas), serão reconhecidos e respeitados no cargo e no serviço profissional. Somente a nomeação de Delegados sem a real possibilidade de exercer seu cargo leva a salesianos e leigos à frustração, à perda de interesse no setor que representam e ocasionará dano à imagem do setor para o qual foram Delegados. É muito bom que o Delegado tenha tempo integral. O fato deve ser visto como uma inversão e não como uma perda, já que nossos destinatários habitam, como nós, no mundo da comunicação.

A Equipe Insuperior para a CS

O inspetor nomeia também de modo oficial, uma equipe formada por salesianos e leigos especificando suas funções e competências, e comunicando-o tanto para eles como para os salesianos da Insuperior e aos colaboradores da Comunidade Educativa Pastoral (CEP) nas obras. **O trabalho da equipe é de reflexão, animação e apoio, planejamento e avaliação.** A seleção das pessoas será de acordo com a experiência, preparação, capacidade de relacionamento e de trabalho em equipe.

Coordenação de setores da Missão

No início do ano educativo pastoral é essencial que haja uma primeira reunião dos **Delegados de Formação, Pastoral Juvenil, Comunicação, Missões e Economia.**

A partir do Plano Orgânico Insuperior (POI) e, a partir dos objetivos do ano educativo pastoral, combinem processos, atividades conjuntas e os momentos de colaboração ao longo do ano. Também estabeleçam um calendário de reuniões entre si ou em pequenos grupos ou ampliado, de acordo com a natureza e os objetivos das reuniões.

Deste primeiro encontro se elaboram as programações específicas de cada setor para caminhar no mesmo fim, em unidade com toda a Insuperior.

Já existem na Congregação boas experiências onde os Delegados de diversos setores, vivem na mesma comunidade, planejam e avaliam em conjunto, partilham atividades e processos.

Projeto Insuperior de Comunicação Social (PICS)

O Delegado e sua equipe elaboram e atualizam o PICS, conforme a necessidade, para ter claros os objetivos, os processos, as atividades e os indicadores de resultados. Preparam um calendário de reuniões para reflexão, programação e avaliação, e especificam visitas às comunidades e as obras. O PICS é apresentado ao Inspetor para sua aprovação e ele mesmo estabelece as datas para que se apresentem ao Conselho Insuperior para informar e receber indicações.

2. Área de formação à CS

A formação integral: prioridade da CS

A formação permanente e inicial continua sendo prioridade para a CS, esse é o seu futuro, pois se trata não somente de ter empresas ou de gerar informação, trata-se, sobretudo, de ser comunicadores e de formar opinião. A formação para a CS e o Delegado e sua equipe deverão dedicar suas melhores energias e esforços, trabalhando sempre em coordenação com o Delegado da Formação e sua equipe. Não se trata somente de oficinas eventuais, mas de temas transversais e de experiências que aparecem de modo sistemático ao longo da formação inicial e permanente em cada uma das Insuperior ou nos centros onde estudam nossos formandos, procedentes de insuperior e de países diversos.

O projeto insuperior de formação à CS (PIFC)

O PICS contém, entre outros projetos, o PIFC. Os conteúdos fundamentais para a formação estão incluídos no SSCS e alguns também são enunciados na Ratio. O libreto contém aquilo que os Conselheiros Gerais para a Formação e a CS projetaram há seis anos. É um documento simples, essencial e gerador que pede continua reflexão e atualização da parte das equipes de ambos os setores, por isso é bom esclarecer que um documento oficial elaborado pelos dois Dicasterios e aprovado no Conselho Geral, exige uma aplicação formal e oficial na Insuperior ou centros de formação. O documento e sua aplicação serão do interesse dos dois setores, sem postergação nem esquecimento das partes. Seja na sua elaboração como na sua atualização, O PIFC se manterá sempre em relação estrita com as dimensões essenciais do salesiano: evangelizador-educador-comunicador.

Os níveis de formação à CS

A formação, conforme o SSCS, terá três níveis: um **básico** que é oferecido durante a formação inicial, o outro a nível dos colaboradores, **operadores** e animadores da missão salesiana, e um terceiro o da

especialização. Não é preciso dizer que a formação à comunicação a vivem juntos formadores e formandos. No campo da CS todos aprendem de todos. É necessário que haja em cada inspetoria, no mínimo, dois salesianos especializados em CS para que possa se garantir a qualidade, continuidade e equilíbrio e uma boa colaboração com os demais setores da Inspetoria.

3. Área de informação

Na área da informação se trabalha para **mostrar a atualidade da missão como o rosto específico e a razão de ser da Instituição Salesiana**, tanto ao interior como ao exterior da mesma. Por esse motivo é preciso uma organização e coordenação oficial de pessoas confiáveis e preparadas no nível de sua responsabilidade, capazes de trabalhar de modo sistemático e em rede, com desejo de comunicar e com capacidade para informar.

Informadores oficiais

A comunicação institucional na Inspetoria requer um eficiente e claro fluxo de informação oficial que desde o interior se abre e torna visível através das informações do Inspetor e dos Delegados dos setores às comunidades religiosas e às obras, destas ao Inspetor e das obras entre si. É igualmente necessário identificar, colocando ao conhecimento de todos, quem são os **informadores oficiais locais e quem, no centro Inspetorial, gerencia a sala de imprensa e as relações públicas** e quem recebeu o cargo de **porta-voz oficial** da Inspetoria. Esses postos podem ser ocupados por salesianos preparados ou leigos contratados. Devemos estar cientes que vivemos num mundo no qual todos, e por diversos meios, podem criar e partilhar informação.

Optamos pela qualidade e a segurança na informação

As novas tecnologias facilitaram o incremento de informações nem sempre de qualidade, nem de conteúdo profundo, nem de completa veracidade. Na Congregação optamos por uma informação que por sua atualidade, profundidade, veracidade e beleza, possam competir e sair vencedora sobre a informal, de pouca profundidade cultural, somente de consumo e com pouco fundamento de verdade. Por isso é importante a seleção e preparação do nosso pessoal. Para nós, a informação não é somente questão de conhecimento e correto manejo das novas tecnologias e das novas linguagens. Além de profissionais estamos comprometidos em humanizar e evangelizar.

Informação entre Inspetoria e Direção Geral

A congregação é uma realidade evangelizadora e educativa em 130 países do mundo. É uma realidade globalizada nem sempre conhecida na beleza de sua unidade e de sua comunhão na diversidade. Com uma informação inspetorial periódica de boa qualidade, se cria uma rede salesiana de comunicação que fortalece a identidade e a vitalidade do carisma. O Delegado Inspetorial, ao menos uma vez por mês, deverá selecionar e enviar informação de amplo interesse a ANS, com redação correta e com excelentes fotografias e dados precisos. **A vontade política de partilhar o que cada um é, o que se faz e se vive em cada Inspetoria, favorece a dinâmica da pertença, participação e comunhão daqueles que fazem parte da Instituição.** A um bom Delegado não se pedira desde ANS que envie notícias para que sua Inspetoria seja vista na Congregação, mas se deveria pedir que não envie tantas.

Através dos anos se escolheram diferentes meios para oferecer uma boa imagem da Congregação seja a nível internacional, nacional ou local: O Boletim Salesiano, a Revista anual "Salesianos", os sites Web. Estes três meios de informação e de imagem institucional devem contar com a participação, promoção, organização e distribuição do Delegado e sua equipe. A imagem da Instituição é uma das suas prioridades.

Informação da Inspetoria à Igreja e à sociedade

Uma instituição séria precisa de uma sala de imprensa profissional. Sendo parte da Igreja e partilhando sua missão, sendo parte da sociedade e colaborando na humanização, nos abrimos e interagimos com outros meios eclesiais e civis como: jornais, revistas, rádios, programas de TV, não somente quando somos chamados, mas adiantando-nos para oferecer nossa informação e dar-nos a conhecer. **Temos que construir nossa imagem e formar opinião pública sem esperar que outros a construam ou a destruam. Fazemos muito bem, e não podemos ficar encerrados dentro dos muros de nossas obras ou no círculo de comunidade que vivem na autocomplacência.** Atualmente uma Instituição como é a nossa carece de valor público caso não forme opinião respeito a jovens, evangelização, educação, valores e direitos humanos. Não nos conformamos com a criação de bons ambientes internos,

a nossa proposta é de influenciar na qualidade da sociedade, pois de dali chega o ar social que todos respiramos: jovens, pais de família, colaboradores e salesianos. Esta é a base para promover, ou defender, caso seja necessário, a imagem da Congregação, da Inspeção e da obra local.

4. Produção de comunicação e coordenação de empresas

A produção como consequência de critérios salesianos

Este quarto ponto aparece geralmente como o primeiro na mente dos irmãos e na organização das inspeções, mas teria que ser a consequência da plataforma e das duas primeiras áreas da ação. São os salesianos com clareza carismática e vocacional, com boa animação inspetorial, com uma formação continuada em CS, com capacidade para comunicar, os que decidem as notícias a dar, quais meios usar, o que precisam produzir e como coordenar as empresas, os meios e as produções que foram escolhidas como Inspeção. A produção individual sem coordenação inspetorial ou nacional leva à dispersão das forças e à fragmentação dos objetivos da missão.

Neste quarto aspecto volta-se novamente a requer o trabalho em equipe a nível inspetorial e nacional sob o impulso da missão comum na realidade local. Quando falamos de produção compreendemos que não se trata somente de oferecer um serviço para o consumo interno (Inspeção ou da Família Salesiana), mas para o consumo e o apostolado externo. Pensar só e prioritariamente em níveis reduzidos é pensar na morte das empresas de CS. Hoje somente se sustentam e podem competir as empresas que trabalham de modo profissional e atualizado, que fazem parceria e produzem para público amplo, sem essa nova mentalidade acabaremos por não ter influência nem fazer o bem dentro nem fora da Instituição.

As Inspeções produzem conforme a suas realidades, possibilidades e histórias diversas. Por isso diversificamos as empresas de produção e de comunicação tradicional e com novas tecnologias: edição de livros e revistas, poesia, canto e musicais, teatro, eventos de massas, programas de rádio e TV, fotografia, vídeos, etc.

Coordenação de empresas

Os critérios estabelecidos em ACG 390 (2005) das "Linhas e orientações para as editoriais Salesianas", continuam em vigência. Continuamos falando de "empresas" de comunicação entendendo-as como "obras" com finalidade educativa pastoral. Estas "obras" fazem um bem inimaginável quando seus produtos educativos evangelizadores chegam a milhares de pessoas dentro e fora das obras tradicionais salesianas. Classificá-las somente na perspectiva econômica seria reduzi-las ao campo econômico e de lucro, e com esta lógica toda vez que não produzem "deveriam ser fechadas". Mas esse não é o conceito que tinha Dom Bosco destas empresas-obras. Basta ler sua carta sobre "A difusão dos bons livros" e o artigo 43 das Constituições para entrar em outro conceito de obra em função da fé do povo e da educação dos jovens.

Os últimos Capítulos Gerais trataram da necessidade de novas presenças flexíveis que nos permitam chegar de modo diversificado aos destinatários. Visto o anterior, as diversas empresas de comunicação que possam existir numa inspeção seriam coordenadas por profissionais, tendo como objetivo final a missão, a cultura cristã, a evangelização do povo de Deus e a educação dos jovens. A coordenação geral compete aos delegados de comunicação, economia e pastoral de acordo com o Inspetor e seu Conselho. É muito importante a conjugação e o equilíbrio entre a perspectiva comunicativa cultural e cristã, a econômica administrativa e a pastoral salesiana, com clareza de estatutos, sem interesses de lucro, mas sempre profissionais e autossustentáveis, com clara identidade cristã e carismática. As empresas estarão dentro do POI já que pertencem a todos os irmãos e sob um bom e necessário controle.

A rapidez do mundo analógico ao digital, com tudo o que implica em mudar de mentalidade, de tecnologia, de economia, de educação e de leis de comunicação nos diferentes países, apresenta sérios desafios a nossas empresas de comunicação. Diante deste fato alguns tem medo e não poucos batem em retirada, embora isso não seja nem evangélico nem carismático, sábio é manter-se dentro e de modo adequado aos tempos: Como evangelizar e educar o povo de Deus e os novos jovens do continente digital sem assumir o risco de viver com eles, acompanhando-os em seu novo modo de vida? Quem falará de Deus fora de nossas obras tradicionais para uma sociedade que tenta tirá-lo de sua vida e de sua organização?

5. Patrimônio artístico cultural salesiano e sinergia de sectores

Uma menção especial merece o cuidado do patrimônio artístico cultural salesiano nas áreas da escultura, da música, da pintura, do teatro, da fotografia, do vídeo, os museus e os edifícios. Nestas áreas convergem os trabalhos de secretaria, história e comunicação, sem deixar de fora a economia.

O Delegado para a CS, em comunhão com outros setores, dedica tempo a catalogar e classificar obras de modo sistemático e científico. Destes nascem as prioridades de restauração e investimento para as construções e obras históricas e artísticas que pertencem à Inspeção, não à comunidade ou do atual diretor. O trabalho é realizado por profissionais especializados.

No campo da documentação é imperativo resgatar e atualizar os arquivos passando do papel ao formato digital, adquirindo nova mentalidade para o novo modo de conservação de arquivos inspetoriais e de obras locais. A conservação e o cuidado das crônicas e diversos livros que dão testemunha do desenvolvimento e vida das obras e comunidades é um dever de consciência dos que são escolhidos como secretários ou cronistas.

Os Inspectores, através de seus secretários, cuidarão, resgatarão e organizarão todo tipo de informação nos diversos suportes: papel, fotografia, vídeo, gravação, digital. É dever do secretário ter atualizada e organizada a informação digitalizada em memórias externas que sejam somente de conhecimento deles e dos que lhes sucederem; terão o cuidado de catalogar os documentos e obras e de escanear fotografias impressas com reconhecimento de lugar, evento, datas e personagens. As novas fotografias digitais deverão chegar à secretaria com rodapé assinalando, no mínimo: data, evento, lugar e personagens importantes e reconhecidos. Trata-se de um trabalho de CS em conjunto com a secretaria e os cultores da história salesiana.

*P. Filiberto González Plasencia, sdb
Conselheiro Geral para a CS*