

Jornadas Nacionais da Comunicação Social

Na proposta que nos é feita para esta reflexão desta tarde são apresentados diversos itens para a definição do que pode ser a identidade e função de um Secretariado Diocesano de Comunicação Social, de um gabinete de imprensa de um órgão de comunicação social diocesano.

Na experiência do Patriarcado de Lisboa estas dimensões estão congregadas naquilo que é o Departamento da Comunicação, procurando agir indo ao encontro das diversas necessidades e solicitações.

Enquanto secretariado diocesano das comunicações sociais, em primeiro lugar deverá procurar promover uma pastoral da comunicação de que, no nosso país ainda pouco se fala.

Falamos de pastoral da evangelização com a catequese, pastoral missionária, falamos de uma pastoral social, de uma pastoral litúrgica, mas de uma pastoral da comunicação que seja mais do que o próprio conceito, ainda estamos muito longe. É necessário que esta terminologia comece a entrar no léxico das paróquias, nos seus programas pastorais, por uma preocupação com a pastoral da comunicação. O Secretariado Diocesano das Comunicações Sociais deve ter este objectivo muito presente e a pastoral da comunicação que realiza e promove deverá ser concreta, com objectivos traçados, consciente dos desafios que se colocam hoje, na sociedade e nos ambientes e na cultura da atualidade, que são em grande parte digitais, portáteis, em constante mutação e evolução.

Por isso, penso, e nesse sentido na diocese de Lisboa já promovemos a 1ª Jornada Diocesana da Comunicação, que é necessário despertar para esta necessidade na própria diocese, nas comunidades, nos lugares de pastoral.

Vamos percebendo que há uma preocupação dos sectores da pastoral e dos diversos organismos em querer melhorar cada vez mais a sua comunicação, a forma de fazer chegar a sua mensagem mais longe e com maior qualidade. O Secretariado das Comunicações Sociais pode e deve ser também um recurso interno para o efeito.

Em algumas comunidades, onde há gente mais jovem que o sabe fazer, há uma participação na internet, que agora tem maior incidência nas redes sociais; publicam-se boletins paroquiais com os poucos meios existentes, e em um lugar ou outro tenta-se a comunicação pelo vídeo, em direto ou gravado recorrendo às plataformas disponíveis.

Sem querer particularizar demasiado, o projecto iVangelho que em Lisboa acarinhámos desde o seu início, e tem origem numa paróquia dos arredores da cidade de Lisboa, Monte Abraão, é um exemplo de sucesso, com qualidade profissional, de uma forma de comunicar, e que manifesta uma preocupação pela necessidade de facilitar a mensagem evangélica. Outros projetos poderão surgir, em diversas áreas da comunicação, se houver esta sensibilidade para uma pastoral da comunicação organizada.

A mensagem que todos queremos transmitir é a mesma: Jesus Cristo Ressuscitado. O modo de o fazer vai variando. No entanto tenhamos presente que o próprio Deus se comunicou, em Jesus Cristo, que é, e cito, “o comunicador perfeito”. Por isso temos tudo o que é preciso para fazer comunicação, para por em comum a mensagem que já tem mais de dois mil anos mas que se vai atualizando em cada dia, em cada momento.

O que vai acontecendo nas paróquias, nas comunidades em termos de comunicação, é realizado com a grande generosidade e a boa vontade de muitos curiosos, a maior parte das vezes sem uma formação específica, ou em determinadas situações por leigos profissionais em tempo livre. Não pedimos que haja profissionais nas paróquias a fazer comunicação, mas desejamos e tentamos proporcionar uma colaboração da entidade diocesana com os agentes dessa pastoral para o efeito. Por isso, assim como se formam catequistas com planos de formação na diocese, é preciso apostar mais na formação dos leigos para a comunicação nas paróquias. Na própria formação dos sacerdotes, e de modo especial olhando para a formação nos seminários, percebe-se que cada vez mais é importante facultar os instrumentos necessários e as bases para o cultivo de uma sensibilidade para a comunicação e para a própria relação com os media. No âmbito paroquial, não se trata de uma formação académica mas de possibilitar a realização de Workshops e outros momentos de informação e formação que podem ser promovidos por um secretariado diocesano das comunicações sociais. No entanto, estou consciente da dificuldade, sobretudo, em encontrar nas comunidades gente predisposta para estes desafios, e inclusive das dificuldades económicas que qualquer projeto de comunicação pode acarretar para uma paróquia, movimento, ou comunidade religiosa.

Contudo, é preciso abrir horizontes. Porque a comunicação é essencial para a partilha da fé e o saber comunicar utilizando os meios que a técnica coloca ao dispor é indispensável.

Nesta reflexão gostava de salientar, também, que na Igreja há uma hierarquia, há igrejas locais, e cada uma dessas igrejas locais tem uma autonomia, uma vida própria, com dinâmicas próprias, com preocupações próprias, com objectivos e planos pastorais delineados, com apostas específicas, com as suas problemáticas e desafios, com os seus sucessos e insucessos, com o seu calendário, com os seus programas. Esta mesma Igreja, que se concretiza em cada diocese precisa da comunicação. E o Secretariado Diocesano, aqui, tem um papel importante a realizar, para dar a conhecer esta vida eclesial. Trata-se de levar a Igreja para fora da própria Igreja, de a comunicar, de a tornar acessível, acolhedora, atrativa. O Secretariado, nisto pode ajudar, mas a imagem aqui, é construída por todos os seus intervenientes.

Quando por qualquer motivo esta imagem sofre uma perturbação, aí atua o gabinete de imprensa de modo a responder às denominadas situações de crise.

Nestes casos, sempre em comunhão e sintonia com a autoridade eclesial, não deixando de fazer ver ou propor determinados modos de agir ou de reagir.

Este gabinete de imprensa tem um papel importante no estabelecer relação de proximidade com os meios de comunicação social e os jornalistas com vista a fazer chegar a um público maior a informação que queremos transmitir ou a facilitar a informação ou a ajuda que é tantas vezes solicitada.

O gabinete de imprensa deve olhar para o modo como a Igreja é vista e tratada pela comunicação social, procurando perceber o que falta comunicar, o que podia ter sido comunicado ou não, o modo como está a ser feito ou deverá ser feito. Por exemplo, se numa conferência de imprensa de apresentação das Comemorações dos 300 anos da qualificação patriarcal, com a presença do Cardeal-Patriarca, comparecem poucos jornalistas, poderemos perguntar, porquê? O tema será pouco interessante para os media? O modo como foi comunicado ou convocado não terá sido o melhor? O que procuram os meios de comunicação? O que queremos nós dar aos meios de comunicação? É apenas um exemplo recente de entre muitos que poderíamos encontrar para nos ajudar a refletir sobre a necessidade de um gabinete de imprensa numa diocese. Por outro lado este gabinete deve ser ponte de contacto com as diversas estruturas e organismos e até mesmo com o clero, em tudo o que diz respeito à relação com os media.

Perdoai-me a imodéstia, mas utilizando o exemplo do jornal que dirijo, VOZ DA VERDADE, com uma tiragem semanal de cerca de 10 mil exemplares, sublinho a necessidade de um meio de comunicação diocesano dever ser o espelho da própria diocese. Este tem sido, desde há alguns anos, o mote que tem estado por detrás desta publicação que não se tem guiado pelo objectivo lucro, mas tem procurado ser, com todas as dificuldades que isso traz, uma aposta pastoral. Partilho convosco que esta foi a definição que me foi apresentada pelo Cardeal-Patriarca D. José Policarpo, quando iniciei as minhas funções na redação do jornal e depois mais tarde na direção para a qual fui nomeado. Quando o confrontava com a dificuldade da venda do jornal, e o não lucro que este dava, dizia-me: o jornal é uma aposta pastoral. Se fosse pelo lucro, já o teríamos fechado há muito tempo. Assim, considero que nesta aposta pastoral devem ser empregues os meios profissionais possíveis para a sua concretização. Na comunicação da diocese não pode haver amadorismo. É necessário um cuidado pela imagem, pelos conteúdos, pelo modo de apresentação.

De um modo geral e na maior parte das situações, um órgão de comunicação social diocesano utiliza como suporte o papel. A participação no online implica outro tipo de linguagem, outras atenções, mas acima de tudo deve existir e é mesmo indispensável, a atualização constante da informação. Em alguns casos pontuais, há uma participação na rádio, umas de âmbito local, regional ou até nacional.

Com a facilidade de recursos técnicos hoje disponíveis e mais acessíveis a todos, a entrada no mundo do vídeo já aconteceu em alguns lugares. Com a partilha de informação por todas as dioceses, e o que já se faz em diversos meios da Igreja,

Secretariado Nacional das Comunicações Sociais, Grupo Renascença, e outros acredito que seria possível colocar no cabo e na internet um canal específico da Igreja, para ser a voz da Igreja, levar a rezar com a Igreja e mostrar o que é a Igreja em todas as suas dimensões.

Em qualquer órgão de comunicação social da Igreja é preciso mostrar a beleza de uma Igreja que se traduz e concretiza em diversas realidades, testemunhando a alegria de ser cristão nos muitos serviços, na prática da caridade, nas diversas pastorais, nas comunidades, nos movimentos, procurando ajudar a refletir sobre a presença da Igreja no mundo, o mundo e a Igreja, a doutrina, a moral, os valores, as questões que envolvem o mundo, que preocupam a sociedade... No fundo trata-se de olhar para tudo, com um olhar cristão. No negativo encontrar o positivo, no acontecimento pontual encontrar a chave para uma reportagem mais alargada, profunda, com espiritualidade, com o cheiro dos lugares. Porque de tudo se pode falar, com um olhar construtivo, com valores, com sensibilidade cristã.

O Secretariado Nacional das Comunicações Sociais é a estrutura que na hierarquia poderá ser elo de ligação entre todos. Promover a partilha, a discussão, o debate como aqui hoje se faz é essencial para todos sabermos do que falamos, como fazemos e para podermos encontrar caminhos que levem a uma comunicação mais eficaz. Como já disse, a mensagem que transmitimos é a mesma em todos os lugares, mas que se traduz em vidas e concretizações diferentes. O modo de comunicar faz-se com as capacidades técnicas e humanas de que cada um vai dispondo, com os meios que tem, pode ter ou consegue ter. Por isso, é necessário uma maior cooperação interdiocesana. Quando se fala em trabalhar em sinergia, esta deve começar pela disponibilidade e vontade de o fazer, e ter conta a diversidade dos públicos nas 20 dioceses do país. No entanto pode acontecer a partilha de meios, de experiências, de sabedorias adquiridas. E o Secretariado Nacional poderá ajudar a coordenar essas sinergias, promovendo o contacto entre todos.

Todos somos a mesma Igreja e temos o mesmo objectivo. Cada diocese vai trabalhando ao seu modo, na sua quinta, como ouvimos dizer, mas é importante que todos nos alegremos, também, com o que vai sendo feito em cada lugar e se precisamos de ajuda, que sejamos também capazes de a pedir. Não há competição na Igreja. Essa palavra não deve fazer parte da nossa cultura de comunicação em Igreja, e na Igreja.

Por outro lado, o Secretariado Nacional poderá, também, ser o elo de ligação da Igreja com os meios de comunicação de âmbito nacional. Talvez fosse de pensar, na minha pobre opinião, numa estrutura de gabinete de imprensa com capacidade de resposta às muitas solicitações que vão surgindo, de cada vez que é necessária uma reacção da Igreja, uma voz oficial da Igreja para falar à imprensa. Existe o porta-voz da Conferência Episcopal mas penso ser necessária uma estrutura mais abrangente, até com a capacidade de tratamento das situações de crise.

Atualmente o SNCS dispõe de um conjunto de meios, muitos abrangentes, que considero úteis e bem elaborados para todos os públicos, seja o consumidor doméstico, seja o consumidor profissional, embora os profissionais nem sempre recorram a eles, e refiro-me de modo específico à Agência Ecclesia.

Por isso, e tendo em conta o que já se faz, e existindo uma maior cooperação de todos, acredito ser possível partir para algo mais ousado. Persiste o fantasma da 4, mas os tempos e a tecnologia são diferentes e hoje é bem mais fácil fazer televisão. O que é necessário é um projecto consistente e bem elaborado, com conteúdos à imagem da nossa realidade eclesial, da nossa sociedade, da nossa cultura, da nossa fé.

P. Nuno Rosário Fernandes

Departamento da Comunicação do Patriarcado de Lisboa