

Así titulaba Don Pascual Chávez, Rector Mayor, su carta del 24 de junio de 2005, donde abordaba la dimensión de la comunicación social. En la misma carta, que se encuentra íntegramente en ACG 390, Don Chávez manifiesta que tanto "la carta de Don Viganó como la de Don Vecchi sobre la comunicación social son las que han dado el impulso, la profundidad y la organicidad a la reflexión y a las realizaciones en este campo"

Es que entonces ofrecemos algunos puntos de reflexión espigados a partir de la carta de Don Vecchi "La comunicación en la misión salesiana", publicada íntegramente en ACG nro. 370, del 8 de diciembre de 1999, convencidos, como Don Vecchi, que "la CS lo abarca todo; marca toda la presencia salesiana; debemos saber asumir nuevos puntos de vista, prestando atención sobre todo a la capacidad comunicativa y envolvente del entorno, sobre los valores típicos de la misión y espiritualidad salesiana".

### **El punto de partida**

"Cuando tratamos de imaginar cómo será nuestra vida y la de los jóvenes en el tiempo próximo, nos viene espontáneo el pensamiento del desarrollo que puede tener la comunicación social."

Y este párrafo ya nos enmarca la importancia del tema en cuestión: la dimensión de la comunicación es uno de los componentes fundamentales del tiempo que viviremos (y también del que vivimos...) y la misión y el carisma salesiano, si quieren continuar siendo una presencia significativa para la sociedad toda, especialmente para los jóvenes, no debe obviar la cuestión.

### **Dónde estamos**

Situarse en la sociedad de nuestros días es el inicio de la reflexión sobre la dimensión de la comunicación.

Sin duda el ambiente sociocultural de esta época está atravesado por el avance de las tecnologías en un punto tan alto que la ciencia ficción en muchos casos ha sido superada. La vida cotidiana de gran parte de la población está marcada por la evolución de muchos adelantos técnicos que determinan una forma de vivir.

No nos referimos sólo a aquellos de cuya influencia somos más conscientes (por ejemplo, la utilización de la computadora en tareas laborales o para pasar el rato, los teléfonos celulares, etc.), sino también a ciertos elementos cuyos efectos ya están incorporados en las actividades de todos los días (por ejemplo, basta imaginarse cómo nos afectaría nuestras actividades si, por decir, nos faltase la energía eléctrica durante unos días...o decidiéramos quitarnos el reloj durante una semana...)

Nos dice Don Vecchi al respecto de la situación cultural y la comunicación: "La comunicación social invade el mundo y determina la forma de la convivencia humana." Por esto cualquier análisis de la comunicación social, si bien debe considerar los aspectos de la utilización de los medios y las nuevas tecnologías, no debe ser tratado desde este aspecto de mera cuestión de medios y herramientas como única mirada. Se impone una visión más integral.

A la vez, es necesaria una mirada positiva sobre esta cuestión de la comunicación en la actualidad. Refiriéndose a una de las manifestaciones más características de este tiempo, Internet, Don Vecchi dice que "Muchas veces comentamos más los peligros que los valores de tal situación..." (ACG 370, pág. 22). Este espíritu superador, que sabe captar lo positivo de cada situación que le toca vivir, es también una de las características de la espiritualidad salesiana, y que vemos muy marcada en Don Bosco.

### **Asomándose al hoy**

El primer punto a tener en cuenta es, entonces, situarnos en el ambiente sociocultural y echar una mirada a la vida cotidiana, a las relaciones que se van dando en el acontecer diario, descubriendo cómo esta dimensión de la comunicación está presente en todo momento.

"Todo lo que hacemos, comunica", dice una frase con bastante difusión en estos tiempos. Aún sin quererlo, nuestra forma de actuar, de responder, de presentarnos, ya está "diciendo" algo.

Y si extendemos esta idea a toda la sociedad, entonces debemos ser conscientes que las actuaciones de los diversos miembros de ella no se limitan simplemente a lo que hacen, sino que expresan "algo más", que es la motivación profunda, el "por qué" de tal o cual forma de vivir.

Lo que se nos aparece como "formas de vida" son expresiones de una realidad más profunda que está en el interior de las personas. Son "signos" que nos indican que "hay algo más allá" de lo que ellos simplemente ponen a nuestro alcance. Un "signo", entonces, es algo que muestra otra realidad que está como fundamento de él. Así, por ejemplo, si en una ruta encontramos un cartel que tiene dibujada una vaca, es el "signo" que nos indica que por los alrededores hay animales sueltos.

Entonces, desde esta idea de las manifestaciones sociales como "signos" de otra realidad, la clave de esta forma de entender la comunicación radica en observar en la sociedad en la cual estamos viviendo todo lo que pasa y distinguir signos, símbolos, conceptos, valores, gestos, expresiones... Preguntarnos: ante una determinada situación, por ejemplo, "a los jóvenes no les gusta la escuela": ¿qué hay por detrás de esta actitud? ¿qué transmiten estos "signos"? ¿cuál es el origen de esta actitud? ¿qué diferencias hay entre los "significados" que asume la Escuela para los jóvenes hoy y el que asumió en su momento para mí, docente o padre/madre de familia?

Esta mirada exige, ante todo, dejar de lado una primera actitud condenatoria, y crecer en la capacidad de comprender en profundidad los procesos sociales, reconociéndonos no ajenos a ellos (al fin y al cabo, todos vivimos el mismo momento histórico, aunque de manera diferente...) y buscar "lo bueno que hay en el corazón de cada uno", en otra actitud típicamente salesiana.

### **Un mensaje para ofrecer.**

Este interés por conocer la realidad de las personas con quienes entramos en relación tiene para nosotros, educadores, una intencionalidad específica: comprender los códigos (implícitos o explícitos) con los cuales se manejan nuestros interlocutores, para que el mensaje que intentamos presentar sea transmitido de la manera más adecuada para su entendimiento.

No se trata sólo de querer comunicar algo porque se está convencido de que ese algo es importante y valioso. Hace falta la conciencia de que ese mensaje sea "significativo" para quien lo recibe.

De allí la importancia del diagnóstico, que es reconocer que nuestros mensajes pueden ser percibidos de manera muy diferente de acuerdo a la situación en que se encuentra quien los recibe y quien los origina.

Muchas veces los procesos de comunicación se efectúan con una lógica verticalista. Es decir, se piensa algo que debe ser conocido y sin más se lo dice, sin pensar en la situación del interlocutor, sin tratar de buscar los gérmenes de ese saber que ya están circulando en aquél al cual nos dirigimos. Podemos pensar en muchos temas lindos y buenos para los adolescentes y jóvenes, y sin dudar nos lanzamos a presentarlos, pero esto sin preguntarnos ¿qué están esperando estos jóvenes? ¿qué experiencias previas hay en ellos respecto al mensaje que quiero darles? ¿cuáles son sus preguntas? ¿cuáles son sus verdaderas problemáticas? Implica, para los educadores, que el punto de partida no esté tanto en lo que yo quiero decir, sino en lo que los jóvenes necesitan escuchar.

Como educadores ciertamente tendría que cuestionarnos esta acentuación cultural de la comunicación, esta "dimensión comunicativa" de todo lo que hacemos. Es útil y muy necesario ponernos en sintonía con esta particular visión comunicacional. No se trata de generar grandes cambios estructurales, sino de enriquecer la tarea que habitualmente hacemos con esta preocupación por tener presente en forma constante la repercusión en los otros de nuestras acciones, por un lado, y no considerar superficialmente lo que la gente a nuestro alrededor hace, sino intentar descubrir el sentido y la motivación profunda de su acción.

La cultura que nos rodea produce sentidos continuamente y una parte fundamental de nuestra tarea consistirá en interpretar esas producciones y devolver desde allí una acción formativa con valores y propuestas cristianas atrayentes.

Es esta la propuesta. Aprender a descubrir en aquello que hacemos la dimensión comunicativa. Podemos recurrir a muchas técnicas, a diversas metodologías, a interesantísimas ideas o herramientas a la orden del día, con lo más nuevo en actualización, pero lo más importante es encontrar en el ambiente en que nos movemos cuáles son los hilos que tejen, muchas veces silenciosamente, el entramado de la sociedad.

"Muchas veces no se han alcanzado los objetivos que la comunidad religiosa y la comunidad educativa se propusieron, porque las formas de comunicación no han sabido centrar el núcleo del mensaje, no han

llamado suficientemente la atención y no han implicado a los destinatarios: no hemos hablado a su experiencia.”

Esta voluntad surge de quien quiere entrar en contacto con las personas concretas con quienes convive, especialmente los jóvenes, para “hacer común” (tal la etimología de la palabra “comunicación”) la dimensión fundante de su vida: la vida de fe, la relación con Jesús.

### **Quién dijo que todo está perdido...**

Sin duda que ni la mejor técnica o los equipos más sofisticados pueden suplantar a un educador que desarrolla su vocación de tal sin la convicción y la conciencia de lo vital de su tarea para la auténtica felicidad de los jóvenes.

Pero un educador con firmes convicciones tendrá muy reducida su acción si los medios que utiliza no le hablan a la experiencia de aquellos a quienes se dirige.

Y en esto, dice Don Vecchi, “nace una exigencia nueva de proyecto educativo: integrar explícitamente los criterios de la comunicación en las opciones pastorales. Ayer era suficiente que el contenido estuviera bien definido y realizado....” Hoy, “esta obra de inculturación es indispensable y orienta de forma diferente la manera de ser del educador y del pastor.”

### **A la vanguardia del progreso.**

Don Bosco buscó siempre utilizar al máximo los nuevos recursos que la tecnología de su tiempo le ponía en las manos para llegar con el mensaje de salvación a los jóvenes y al pueblo. Es más, “buscaba influir en los criterios con que se emplean los nuevos instrumentos técnicos, y los utilizaba para difundir, a través de ellos y en ellos mismos, propuestas educativas y culturales propias”. De allí surgieron el aprovechamiento de la imprenta, para abaratar los costos de sus ediciones y hacer que lleguen a todos, complementando con la edición de diccionarios, almanaques y hasta un diario, incluso pensando en la gestión de una fábrica de papel, para mejorar las condiciones de sus trabajos, de modo que se insertasen con calidad en un mundo que comenzaba a verse enormemente influenciado por los medios de comunicación de masas.

Pero este gran movimiento tenía un fin fundamental: comunicar, entrar en relación con las personas, especialmente los jóvenes y los sectores populares. “El problema no está en el hecho de usar instrumentos, sino en la capacidad de expresarnos adecuadamente a través de ellos.” Podremos preocuparnos por adecuar tecnológicamente nuestras propuestas educativas (editando electrónicamente alguna revista, creando innumerables páginas Web para estar en Internet, mejorando nuestros centros de producción con lo último en tecnología digital...) pero si no tenemos nada para decir, contribuiríamos al aturdimiento general que quizás caracteriza nuestro tiempo.

En este sentido, “está clara la opción fundamental y las direcciones de nuestros esfuerzos: preparar equipos y centros destinados a la elaboración de los mensajes, más bien que estar preocupados por la adquisición de instrumentos o por la gestión de estructuras materiales.”

### **Final:**

“Es verdad que no estamos llamados a ser todos especialistas en comunicación social.  
Pero tenemos la obligación de ser buenos comunicadores”