

Diretrizes para a Congregação Salesiana

SISTEMA SALESIANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Segunda Edição
Roma – 2011**

Tradução: Dom Hilário Moser

Editora SDB
Edição extracomercial

Direzione Generale Opere Don Bosco
Via della Pisana, 1111
00163 Roma-Bravetta
Casella Postale 18333 – www.sdb.org

SIGLAS E ABREVIACÕES

ACG	Atos do Conselho Geral
ANS	Agenzia iNfo Salesiana
ASC	Arquivo Salesiano Central
BS	Boletim Salesiano
C.	Constituições
CG	Capítulo Geral
DCS	Dicastério da Comunicação Social
F/LOSS	Free/Libre and Open Source Software

MB	Memórias Biográficas
PAS	Plano de Ação do Setor
PICS	Plano Inspetorial de Comunicação Social
POI	Plano Orgânico Inspetorial
R.	Regulamentos
SPS	Scritti Pedagogici e Spirituali
SSCS	Sistema Salesiano de Comunicação Social

PRIMEIRA PARTE: SISTEMA SALESIANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

“As nossas publicações tendem a formar um sistema ordenado que, em vasta escala, abraça todas as classes que formam a sociedade humana” (Dom Bosco).

1. PREFÁCIO

Caros irmãos salesianos,
amigas e amigos da Comunicação Social

Tudo muda, somente Deus permanece para sempre. Atualmente, na nova época da comunicação em que vivemos, este fato é mais evidente do que nunca. As novas tecnologias não somente evoluíram, como também influenciam notavelmente a cultura, ou seja, a maneira de pôr-se em comunhão com Deus, com os outros e com a natureza, o modo de hierarquizar os valores, de produzir, distribuir e adquirir bens, a forma de dar sentido e plenitude à vida.

Não sem razão o papa Bento XVI deu como título à sua mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais de 2009: “Novas tecnologias, novas relações”. Além disso, em suas mensagens sobre o tema, começou a referir-se à Comunicação Social como a um novo “continente”. Daí a urgência de atualizar o Sistema Salesiano de Comunicação Social (SSCS), cuja última edição é de seis anos atrás, do então Conselheiro Geral padre Tarcísio Scaramussa, meu predecessor, e do pessoal da comunicação daquele tempo, que, em grande parte, continua trabalhando neste setor.

O trabalho de atualização exigiu dois anos de encontros, reflexões e sínteses com o pessoal da Congregação mais comprometido com o campo da comunicação: os membros do Dicastério, os Delegados inspetoriais e suas equipes, os diretores de editoras e tipografias, de rádio e TV, dos Boletins Salesianos e das presenças no campo das multimídias, dos webmasters e também do Conselho Mundial para a Comunicação Social.

A qualidade dessa reflexão, a variedade das participações e a representatividade das Regiões estão fora de dúvida. Desejo agradecer a todos pelo elevado sentido de pertença à Congregação e pela corresponsabilidade demonstrada em favor deste setor que, em sinergia com os demais, cumpre a missão salesiana. Congratulo-me com todos porque este documento reflete a vida de todos os participantes, suas convicções, sua preparação, sua experiência e, por conseguinte, é obra de todos e nos pertence.

O nome e os conceitos fundamentais foram mantidos, embora, em relação à primeira edição, tenha sido modificada a estrutura. Por essa razão, falamos de atualização, não de revolução! Apesar disso, no documento existem algumas temáticas transversais que, além de atualizá-lo, conferem-lhe novidade e procuram promover uma nova mentalidade na Congregação, isto é, uma perspectiva que impulsiona a sinergia dos setores da Congregação centrados na missão comum, a prioridade da formação dos salesianos, dos colaboradores e dos jovens para a comunicação, uma consistente participação dos leigos e leigas num campo que lhes é conatural, uma apresentação de princípios e de critérios necessários para a unidade que exigem uma aplicação local adequada e flexível e, finalmente, uma visão e aplicação do SSCS como um ecossistema.

O primeiro elemento significativo e transversal é o da rica participação de representantes dos setores da Formação, da Pastoral Juvenil e das Missões no Conselho Mundial que elaboraram o documento final. Isso corresponde ao que foi pedido pelo CG26 117:

Considerada a complexidade da missão salesiana; vista a necessidade de maior coordenação entre os Dicastérios para a Pastoral Juvenil, a Comunicação Social e as Missões, particularmente na animação dos setores de atividades compartilhadas; pede que o Reitor Mor com seu Conselho promova equipes de animação interdicasterial para esses setores e confie sua coordenação a um ou outro Conselheiro, salvaguardando em todo caso a unicidade e a organização da pastoral salesiana.

A unidade e a coordenação dos setores em favor da missão são uma exigência carismática que, longe de empobrecer os setores, enriquece e aumenta sua identidade, dado que se parte da mesma fonte e se caminha na mesma direção. Isso também requer uma nova mentalidade, uma nova maneira de viver, de organizar-se e de formar-se, em comunhão com os outros, visando ao cumprimento da missão comum.

Em segundo lugar, o SSCS está impregnado de uma convicção: a formação dos salesianos, dos colaboradores e dos jovens à Comunicação Social é prioritária.

As novas vocações de consagrados e as gerações de adolescentes e de jovens aos quais somos enviados pertencem a uma nova era e a um novo continente no qual vivem. Mesmo nós e os nossos colaboradores, queiramos ou não, vivemos dentro desse continente, compreendendo e usando, bem ou mal, as diversas tecnologias e linguagens. Uma formação que desconhece ou não valoriza suficientemente aquilo que é óbvio corre o perigo de não dispor de novas vocações, de não enculturar o Evangelho e de não conseguir fazer-se compreender pelos destinatários.

Sem dúvida, a formação para a comunicação vai muito além de ditar normas para o uso da tecnologia e da rede social, de oferecer temas e laboratórios casuais para uma percepção crítica. Trata-se de uma dimensão transversal que inclui os formadores e os formandos, os educadores e os educandos. Para estes é indispensável a educação à liberdade responsável; para os consagrados, além disso, é indispensável a formação para a autenticidade de vida que inclui o amor à própria vocação, à missão e aos destinatários a quem somos enviados.

Por isso, posso assegurar que nos encontramos diante da mais bela e mais desafiadora oportunidade de evangelização-educação, a do continente mais salesiano porque é o continente que congrega mais adolescentes e jovens e que tem maior necessidade de atualização e aplicação do Sistema Preventivo, onde a manifestação do amor de Deus é mais indispensável: o continente digital, no qual convivem da mesma maneira ricos e pobres, crentes e agnósticos.

Repito o que disse acima: há necessidade de salesianos formados integralmente, de uma pastoral que parta das necessidades e das situações dos últimos, de salesianos que, com renovado ardor missionário, não confundam as obras com a missão, de salesianos comunicativos, dotados de profundidade espiritual, testemunhas de Deus entre os jovens da era digital.

Por outro lado, os leigos comprometidos com a missão salesiana por meio da comunicação nos ofereceram uma mentalidade e uma contribuição nova e aberta. O CG24 ressaltou que “os salesianos consagrados e os leigos compartilhamos o mesmo espírito e a mesma missão”. Trata-se de uma realidade enriquecedora no setor da comunicação. Há sempre mais Delegados e Delegadas inspetoriais para a comunicação, sempre mais leigos e leigas especializados e peritos nas equipes inspetoriais e no próprio Conselho Mundial de comunicação.

Para a revisão do SSCS, sua contribuição foi bem mais do que técnica: foi uma contribuição de caráter eclesiológico e carismático, continuando, dessa forma, a dinâmica nascida em Valdocco em favor da evangelização-educação dos jovens que vivem dentro de uma nova realidade e, portanto, necessitam de novas testemunhas e de novos apóstolos que os acompanhem no discernimento da sua vocação. É muito significativo que, em 2010, o episcopado italiano tenha celebrado um encontro com o tema: “Testemunhas digitais”. A realidade digital e a nova evangelização são a novidade e o fio condutor deste documento. Nisto, Dom Bosco continua a ser o nosso pai e inspirador.

Este documento apresenta critérios globais unificadores que exigem reflexão e aplicação locais. A unidade do carisma respeita a aplicação dos princípios e a diversidade dos níveis e dos ritmos devidos à história, à cultura e às possibilidades. O estudo, a aplicação do documento, dado que têm como centro e motor de impulso o carisma, a missão e os destinatários de uma era nova, cabem em primeiro lugar ao Inspetor e seu Conselho e, sem dúvida, ao Delegado para a comunicação com sua equipe.

Não seriam admissíveis, como foi afirmado acima, nem a ausência da dimensão da comunicação na Inspetoria, nem a falta de um animador/a, salesiano ou leigo, que ajude a todos a se situarem no novo continente dos jovens, assegurando a fidelidade a Deus, a Dom Bosco e aos destinatários. Nem seria admissível a ausência ou pelo menos um mínimo de consideração a respeito da comunicação no POI e no PEPS.

Por isso, é fundamental que haja um Delegado ou Delegada que seja a “alma” que dá vida e confere dinamicidade ao corpo social e fraterno de serviço que é a Inspetoria. Trata-se de levar adiante, junto com os demais setores e as obras, a própria missão desde a perspectiva necessária da comunicação. Dispomos de grandes e válidos princípios que nos unem, bem como precisamos de sua inteligente e apaixonada aplicação em cada Inspetoria, em favor da missão.

Por fim, observo que propositadamente quisemos focar e queremos aplicar o SSCS como uma espécie de ecossistema, como uma realidade dinâmica, harmoniosa, envolvente e flexível, que facilita um desenvolvimento equilibrado e solidário em busca de uma unidade. Dom Bosco foi criador de ambientes evangelizadores e educativos porque era capaz de inventar espaços harmoniosos, relações equilibradas e um grande desejo de transcendência.

Isso é evidente na sua ideia e na sua experiência de oratório e de pátio. Por meio de certo tipo de relações, de sistematização dos espaços, de protagonismo alegre dos jovens, cada ambiente convidava à expansão e ao sentido da vida. As pessoas, educadores e educandos, podiam apalpar, ouvir, expressar-se, saborear, tocar com as mãos em cada momento e lugar aquilo que lhes era proposto, ficando livres para decidir.

A casa onde se ama e se é amado como em família, o pátio onde é possível alegrar-se e difundir a vida com os amigos, a escola onde se educa a mente a fim de ser produtivos e construtores de uma sociedade justa, a paróquia onde se celebra Deus como fim último da vida, são a melhor expressão de um ecossistema onde as pessoas comunicam mais por aquilo que são do que por aquilo que dizem. Com isso se insiste ainda uma vez sobre a importância da sinergia dos setores em favor da missão salesiana.

Renovo meu agradecimento aos que participaram da atualização do SSCS e àqueles que, estudando-o, saberão valorizá-lo e aplicá-lo nas próprias Inspetorias.

Fraternalmente em Dom Bosco,

P. Filiberto González Plasencia SDB
Conselheiro Geral para a Comunicação Social
Roma, Itália – 31.01.2011

2. COMUNICAÇÃO

2.1 O que é comunicação?

A comunicação é um tema de estudo e reflexão de grande interesse e atualidade. Não somente porque a tecnologia a potenciou de uma forma que alguns decênios atrás era impossível de se imaginar, mas também porque tomamos sempre mais consciência de que sua qualidade corre grandes riscos. Acontece com a comunicação o que acontece com o ar que respiramos: compreende-se sua importância quando ele se torna irrespirável e somos obrigados a intervir. O mesmo ocorre com a comunicação. Hoje, cientistas e técnicos, filósofos e psicólogos, educadores, todos se interessam pelo tema. Dessa maneira, cresceu a compreensão do que seja a comunicação. Pelo menos compreendemos as seguintes “verdades”.

- a) A comunicação humana não se reduz ao fluxo de informações que partem de uma emitente e que chegam a um receptor (superação do modelo linear). Esse esquema talvez sirva para as máquinas, não para as pessoas. A comunicação autêntica exige atenção recíproca e diálogo; ela acontece quando se verifica uma recíproca colaboração entre os participantes para definir um conteúdo realmente compartilhado (modelo circular, dialógico).
- b) Quando nos comunicamos, não elaboramos somente mensagens, mas nos envolvemos em relações. Trabalhamos contemporaneamente em dois planos, o dos conteúdos (as idéias, as afirmações...) e o das relações (definimos o tipo e a qualidade da relação que nos liga ao interlocutor). É muito importante dar-se conta deste fato porque, com frequência, o que bloqueia a comunicação não são as ideias, mas a constatação de que o interlocutor não está interessado em mim, não me estima, até me rejeita.
- c) A comunicação não pode reduzir-se a uma ação específica. Sem dúvida, por meio da palavra procuro comunicar-me com o meu interlocutor, mas a mensagem não se reduz à palavra. Além das palavras (às vezes, até contra elas), são meios de comunicação também o gesto, a expressão do rosto, o contato visível, a roupa, a posição do corpo, o fato de estarmos em determinado ambiente. Portanto, a comunicação é uma dimensão presente em todas as minhas ações. Neste sentido, tudo é comunicação.
- d) A qualidade da comunicação não é garantida somente pelo respeito da gramática e da sintaxe da língua que ela utiliza. Há todo um contexto, um conjunto de valores que devem mover-se de forma coerente. No passado, usaríamos a imagem dos “vasos comunicantes”: não posso

iludir-me de elevar o nível do seu conteúdo enchendo somente um dos vasos; o líquido se distribui de forma idêntica em todos os vasos e o nível cresce neles de maneira uniforme. Não é suficiente intervir somente num aspecto da minha comunicação, é preciso melhorar todo o conjunto.

Hoje se usa uma metáfora mais eficaz: fala-se de “ecossistema”. A qualidade da comunicação num determinado contexto somente pode ser garantida por uma pluralidade de fatores que interagem reciprocamente. Resulta que cada pessoa, mas também cada organismo somente comunica de forma eficaz, se houver coerência entre a sua mensagem intencional e as mensagens que ela envia “por meio do que faz e do que é”.

2.2 Jesus, nosso modelo como Perfeito Comunicador

Se concebermos desse modo a “comunicação”, será muito interessante referir-nos à figura de Jesus Cristo¹, não somente para ouvir aquilo que Ele disse de forma explícita e direta sobre o assunto, mas muito mais para meditar sobre sua forma “comunicativa” de ser e de agir com o povo, com os discípulos, com as crianças, com os pecadores, com as autoridades, com o Pai. O próprio fato de ser Deus e Homem revela-se importante (o princípio da Encarnação). Vamos reler o que diz *Communio et Progressio* 11:

Durante sua existência terrena, Cristo revelou-se perfeito Comunicador. Por meio da sua encarnação, Ele se tornou semelhante àqueles que receberiam a sua mensagem, expressa por suas palavras e por todo o seu estilo de vida. Ele falava plenamente inserido nas condições concretas do seu povo, proclamando a todos indistintamente o anúncio divino da salvação com força e com perseverança e adaptando-se ao seu modo de falar e à sua mentalidade.

2.3 Dom Bosco, nosso inspirador

Igualmente fecundo é referir-nos a Dom Bosco. Não somente para verificarmos a sua atividade como escritor, editor, difusor de escritos... e meditar sobre a apaixonada recomendação para que seus filhos continuassem a sua intensa ação no campo que depois foi chamado de “Comunicação Social”; esta è somente uma parte dos ensinamentos que Dom Bosco nos deixou no âmbito da comunicação.

Há muito mais a descobrir e atualizar em nossa experiência atual. Dom Bosco é grande pela qualidade comunicativa que soube infundir por meio de sua presença entre os jovens, por sua prática educativa de valor excepcional (o “Sistema Preventivo”, como ele o chamou), pela organização do seu oratório, por dispor de cada recurso para o seu bem.

¹ De particular interesse é a seguinte contribuição: Cesare BISSOLI, ‘Cristo comunicatore’ em F. LEVER-P. C. RIVOLTELLA-A. ZANACCHI, *La Comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche*, Rivoli (To)-Roma, ELLEDICI-RaiEri-LAS, 2000, pp. 325-328.

A esse propósito, vale a pena ouvir um dos especialistas no estudo da comunicação, Umberto Eco. Num artigo², ele atribui a Dom Bosco o mérito de uma “grande revolução” no campo da comunicação. Dom Bosco propôs e realizou no seu oratório a utopia de “um novo modo de estar juntos”, que terá sempre a capacidade de apresentar-se como estratégia eficaz em relação a uma sociedade das comunicações de massa, não mais caracterizada pela presença de alguns dinossauros (a rádio, a televisão, os jornais, o cinema), mas pela pulverização de uma série de comportamentos (“de fato, fazem parte das comunicações de massa também os jeans, a droga, o comércio das guitarras usadas, o modo de agregar-se em grupos e tribos”). Nesse contexto, “a urgência não está em produzir outros dinossauros, mas em tomar consciência dessa pulverização dos canais e elaborar novas maneiras de usá-los, modificá-los, alterná-los, confundi-los”.

“Dom Bosco inventa [essa revolução], depois a exporta para a rede das paróquias e da Ação Católica. O núcleo, porém, está lá, quando esse genial reformador se dá conta de que a sociedade industrial requer novos modos de agregação, antes juvenil, depois adulta, e inventa o oratório salesiano: uma máquina perfeita na qual cada canal de comunicação, do jogo à música, do teatro à imprensa, é gerenciado pessoalmente sobre bases mínimas, revisto e discutido quando a comunicação procede de fora. Lembremos que nos anos Cinquenta uma rede de doze mil pequenas salas paroquiais tinha chegado a influenciar os produtores de cinema. A genialidade do oratório consiste em que ele prescreve a seus frequentadores um código moral e religioso, mas depois acolhe também aqueles que não o seguem. Nesse sentido, o projeto de Dom Bosco afeta toda a sociedade italiana na era industrial.”

Para que o “projeto de Dom Bosco” conserve a sua eficácia – continua Eco – é necessário “alguém ou um grupo que tenha a mesma imaginação sociológica, a mesma sensibilidade dos tempos, a mesma inventiva organizadora. Fora desse contexto, nenhuma força ideológica pode elaborar uma política global de massa, e deverá limitar-se ao uso (frequentemente inútil e muitas vezes prejudicial) dos meios dos grandes dinossauros, que têm menos importância do que se imagina”.

2.4 São Francisco de Sales, pastor zeloso e doutor da caridade

A “grande revolução” realizada por Dom Bosco resultaria pura utopia se não nos referíssemos à pessoa que sabemos que o inspirou: São Francisco de Sales. Olhando para o santo bispo de Genebra como excelente comunicador sob muitos aspectos (foi jornalista criativo e envolvido em muitos outros aspectos da atividade de comunicação) e percorrendo com simplicidade os inícios do Oratório de Valdocco, descobrimos como São Francisco de Sales inspirou profundamente Dom Bosco. Deixamos ao nosso famoso historiador padre Pietro Stella a tarefa de esclarecer este ponto:

² Eco U., ‘A lezione da Don Bosco’, em “L’Espresso”, 15.11.1981, p. 105. Todo o parágrafo que segue é tomado de F. LEVER-P. C. RIVOLTELLA-A. ZANACCHI, *La Comunicazione*, p. 114.

No oratório de Dom Bosco, desde os inícios, o centro e o coração de tudo era o quarto-escritório de Dom Bosco e a capela: esses ambientes podiam ser considerados como os depositários de uma série de mensagens que Dom Bosco dirigia aos seus interlocutores. Jovens e adultos que entravam no seu quarto podiam ler num quadro pendurado na parede estas palavras: “Da mihi animas, coetera (sic) tolle”, que, além de serem um lema, eram também uma oração jaculatória dirigida a Deus. A capela, posteriormente substituída por uma igreja maior, era significativamente dedicada a São Francisco de Sales para sinalizar, segundo a precisa explicação de Dom Bosco, qual era o seu estilo educativo: não a disciplina severa, mas a doçura do educador e a alegria como manifestação da íntima adesão à graça divina que os jovens deveriam buscar e expressar³.

Podemos ter a certeza de que Dom Bosco não olhou para São Francisco de Sales somente como seu inspirador a respeito de específicos aspectos da atividade de comunicação. O que realmente caracterizou São Francisco e Dom Bosco foi a capacidade criativa, o otimismo, o amoroso e ao mesmo tempo constante empenho em superar todos os obstáculos para a difusão do Evangelho da salvação. Em tempos e lugares diferentes (embora não muito diferentes do ponto de vista geográfico e cultural; afinal, ambos admiraram a beleza dos Alpes e dos lagos que os rodeiam), ambos foram autênticos comunicadores do Evangelho do amor de Deus e construtores do seu Reino.

3. GLOSSÁRIO DE TERMOS

Animação: Característica própria do estilo da liderança salesiana que deriva de “animar”, no seu sentido pleno de comunicar a vida e a alma a alguém ou a alguma coisa; motivar.

Blog: “Site” da web ou uma parte dele, normalmente mantido por um indivíduo, em geral com postagens em ordem cronológica inversa. Pode conter comentários ou reflexões pessoais. O termo nasce da construção de duas palavras inglesas: “web” e “log”.

Boletim Salesiano: Revista voltada para a missão (salesiana), fundada por Dom Bosco e destinada à opinião pública mais do que à institucional. Significa que é indispensável estarmos imersos na experiência eclesial e histórica do nosso tempo e oferecer aos salesianos uma leitura dos acontecimentos, particularmente dos que se referem à juventude e à educação.

³ P. STELLA, ‘Don Bosco e La comunicazione’, em *Salesianum*, Ano LXXI, n.º. 4, pp. 635-650.

Chat: Sistema imediato de comunicação que permite aos usuários comunicar-se por meio do teclado, principalmente enviando mensagens de texto em tempo real. Normalmente se exige do usuário que tenha um “nick” ou “nickname” (apelido). Os chats são organizados em “salas”, conforme o assunto.

Ciberespaço: Termo cunhado por William Gibson no seu *Neuromancer* (1984). Ele se refere a um espaço imaginário, uma espécie de alucinação coletiva gerada por potentes computadores em interação com seres humanos. Atualmente o termo expandiu seu sentido semântico e se refere a um ambiente virtual criado por meio de toda espécie de instrumentos ligados à web, que se transforma numa espécie de universo paralelo.

Comunicação: O termo “comunicação” se refere a pessoas envolvidas num processo de relação interpessoal ou de grupo, mas também a um ambiente cultural e social que envolve cada pessoa numa rede por meio de grande quantidade de mediações de instrumentos e tecnologias. São intrínsecos ao sentido da palavra “comunicação” os valores de reciprocidade, de participação em dar e ter. Este é o motivo pelo qual podemos dizer que todo aquele que está envolvido no processo de comunicação é um sujeito de comunicação “social”.

Comunicação Social: “Entre as maravilhosas invenções da técnica que, principalmente nos nossos dias, o engenho humano extraiu, com a ajuda de Deus, das coisas criadas, a santa Igreja acolhe e fomenta aquelas que dizem respeito, antes de mais, ao espírito humano e abriam novos caminhos para comunicar facilmente notícias, ideias e ordens. Entre estes meios, salientam-se aqueles que, por sua natureza, podem atingir e mover não só cada um dos homens, mas também as multidões e toda a sociedade humana, como a imprensa, o cinema, a rádio, a televisão e outros que, por isso mesmo, podem chamar-se, com toda a razão, meios de comunicação social”. (*Inter Mirifica*, Vaticano II, introdução).

Continente digital: O termo foi cunhado pelo papa Bento XVI na sua mensagem para o Dia Mundial das Comunicações de 2009. O papa não define o termo, mas o usa como uma metáfora espacial dirigida à “geração digital”, pedindo que ela “assuma a responsabilidade de evangelizar o ‘continente digital’”.

Dicastérios da missão: Diretriz do CG26 com vistas a uma melhor coordenação entre os Dicastérios da Pastoral Juvenil, da Comunicação Social e das Missões, particularmente para animar os setores de atividades compartilhadas, salvaguardando, todavia, a natureza única e orgânica da pastoral juvenil salesiana.

Digital: (e, por extensão, *geração digital*, *mídias digitais*, *divisor digital*, *inclusão digital*, etc.). A informação digital é armazenada por meio de uma série de um (1) a zero (0). Os computadores são máquinas digitais porque permitem ler somente uma informação como *on* ou *off* -- 1 ou 0. Esse método de numeração, conhecido também como sistema binário, parece um tanto simplista, mas pode ser utilizado para representar enorme quantidade de dados. CDs e DVDs são

usados para armazenar e reproduzir sons e vídeos em alta definição, embora eles sejam constituídos somente por um (1) e zero (0).

Diversamente do computador, os humanos captam a informação de modo analógico. De fato, os seres humanos extraem informações por meio de todos os sentidos, ao passo que os instrumentos digitais avaliam as informações como um (1) e zero (0). O grau dessa avaliação, chamado “grau de amostra”, combinado com a quantidade de informação contida em cada amostra (a intensidade do bit), determina o grau de perfeição da avaliação digital.

O assim chamado “divisor digital” não aparece no documento. O significado do termo é ainda muito debatido, bem como o que ele pode significar para os salesianos, se excetuarmos um superficial consenso a respeito do termo que nem é aceito por todos. Mas é assumido pelo conjunto das atitudes e das considerações propostas neste documento; ou seja, o SSCS supõe a inclusão digital e rejeita toda forma de exclusão digital.

Ecosistema comunicativo: Significa o envolvimento e a atitude das pessoas que, interagindo, criam um ambiente de verdadeira comunidade, de partilha de ideais, de valores, de relações em nível de convivência cotidiana dentro da comunidade e com o território. (De uma nota ao pé da página da edição original do SSCS).

Editoria: A preparação e publicação (impressos, mas agora se inclui também a forma digital) de material de difusão e para vender.

Educomunicação: O conjunto das políticas e das atividades atinentes ao planejamento, à realização, à avaliação de processos e produtos orientados a criar e consolidar ecossistemas de comunicação no campo educativo, sejam eles de ordem pessoal direta ou de ordem virtual.

Evangelização: A difusão da Boa Nova em todos os âmbitos da vida humana, de modo a induzir processos novos nela inspirados... A Igreja evangeliza quando se empenha em converter a consciência pessoal e coletiva, as atividades, a vida e o ambiente das pessoas exclusivamente por meio do poder divino da mensagem que proclama (EN 18).

F/LOSS: Software livre e aberto que garante aos usuários o livre acesso e uso: poderão estudá-lo, modificá-lo e implementá-lo à vontade, dado que permite o livre acesso aos códigos-fonte.

Formação permanente: O natural, essencial e contínuo processo de que se fez experiência na formação inicial (*Ratio* 520).

Linguagem: A distinção entre “palavras”, “langue” (linguagem) e “langage” (discurso), segundo o vocabulário da linguística teórica de Ferdinand de Saussure. Curso em linguística geral, publicado póstumo em 1915, após ter recolhido as anotações dos estudantes.

- Linguagem no sentido de *palavras*, enquanto elas formam um discurso, um modo de falar.

- Linguagem no sentido de *langue*, que normalmente entendemos como “linguagem”, um sistema de sinais.
- Linguagem no sentido de *langage*, um modo particular de se expressar, ou a noção abstrata de linguagem que podemos atribuir aos animais, às pessoas, ao cinema, ao teatro...

Mídias convergentes: Um conjunto de produtos que, depois de reunidos, forma um único produto em condições de realizar múltiplas atividades. (Definição da União Europeia).

Network, networking: Embora os dois termos não sejam idênticos, no SSCS se referem principalmente ao conceito de pessoas que trabalham junto, estabelecendo contatos, quer individualmente, quer em grupo. Todavia, é importante tomar consciência de que a troca e o desenvolvimento de idéias num network, ou em atividades de networking, entendida no sentido de “social”, não se pode reduzir à imagem de um conjunto de nós interconectados, como frequentemente aparece na descrição dos network. A “rede social” atualmente é objeto de estudos cuidadosos que põem em evidência novas “leis” e dinâmicas, acentuando as modalidades de envolvimento nesse processo.

Novas fronteiras: “Não se trata somente de fronteiras geográficas, sociais, culturais e religiosas” (Padre Chávez na conclusão do CG26).

Novas tecnologias: Conjunto de novas tecnologias que oferecem um significativo incremento (seja em termos de maiores e melhores prestações, seja de contenção de despesas) em relação a tecnologias já consolidadas por um processo específico num particular contexto histórico. Entendido assim, é obvio que aquilo que se considera “novo” está sujeito a contínuas revisões e redefinições, à medida que a tecnologia muda. (Gordon Marshall. “Novas tecnologias”. *Dizionario di sociologia*, 1998).

Personal media: O emergir de meios de comunicação que incluem a interatividade na sua estrutura e permitem aos usuários não somente consumir produtos multimídiais, mas também criá-los. (Shiregu Miyagawa, professor de linguística e comunicação no Massachusetts Institute of Technology).

Projeto de animação e de governo do Reitor Mor e seu Conselho: Planejamento do programa, iniciado pelo Reitor Mor, mas desenvolvido com a ajuda do seu Conselho, elaborado no início do sexênio, isto é, imediatamente após a conclusão do Capítulo Geral e que contém as diretrizes para os próximos seis anos. (Cf. *Vademecum* do Conselho Geral, 2003).

Projeto Orgânico Inspetorial (POI): Plano estratégico para a animação e o governo da inspetoria que analisa em sua totalidade a vida, a missão, a situação atual, as opções fundamentais que devem guiar a sua organização.

Quadro de referência: Sistema de princípios e modelos que indicam o procedimento que se deve ter e que o motivam.

Ratio: Guia prático para a formação dos Salesianos de Dom Bosco, a *Ratio Fundamental Institutionis et Studiorum*, como é conhecida pelo seu título completo (também como *Formação dos Salesianos de Dom Bosco* ou FSDB), “expõe e desenvolve, de maneira orgânica e didática, o conjunto de princípios e normas da formação que se encontram nas Constituições, nos Regulamentos Gerais e em outros documento da Igreja e da Congregação” (R. 87).

Recursos de comunicação: O termo aparece frequentemente nestas páginas e, em sentido amplo, refere-se a tudo o que é proveitoso e útil para alcançar um objetivo final. Pode tratar-se de recursos físicos (recursos quantificáveis) ou pessoais (recursos intelectuais ou para desenvolver um assunto) ou técnicos. Em alguns casos são especificados como recursos educativos, financeiros ou semelhantes.

Sistema Salesiano de Comunicação Social (SSCS): O título deste texto, “um projeto integrado e unificado de comunicação”. (Padre Martinelli aos editores do Boletim Salesiano, 1998).

Translation memory (TM): Depósito de “textos explicitamente conservados e organizados segundo a correspondente cópia original”. Pode ser considerado um banco de dados do qual os tradutores podem extrair trechos que estão de acordo com textos a serem traduzidos. (Bowker, L. (2002). *Computer-Aided Translation Technology: A Practical Introduction*. Canadá: University of Ottawa Press).

Web 2.0 and 3.0: Se considerarmos a Web tradicional como Web 1.0, percebemos que ela, de preferência, tende a ser estática, isto é, permite ler uma página da web, ou seja, clicar nos seus links e conseguir que aconteça alguma coisa: ouvir música ou assistir a um vídeo. Na Web 2.0 passamos do “ler” ao “ler-escrever”; da html às tecnologias AJAX; do estático ao interativo, incluindo nisso o blog, o social networking. Não existe uma definição formal de Web 2.0 (é simplesmente um termo que surgiu ao longo do caminho): na realidade trata-se de um tipo de “Web” que Tim Berners Lee, seu “inventor”, vislumbrou por primeiro. Todavia, o que ele entreviu é o que nós hoje chamados de 3.0, a Web semântica, onde tudo, de alguma maneira, está conectado com outra coisa (numa linguagem chamada OWL, ou linguagem web-ontológica) que permite às máquinas ler e interpretar o conhecimento em favor dos leitores.

4. VISÃO E MISSÃO

4.1 Introdução

1. Este subsídio recolhe os elementos fundamentais de um quadro de referência para a comunicação (sempre entendida no sentido de “Comunicação Social”, conforme consta dos documentos da Igreja) e as linhas e políticas para o funcionamento do SSCS, tais como se encontram nos documentos da Congregação depois do CG20 (1971-2) e nas projeções dos últimos anos. Como tal, é um instrumento de trabalho para aqueles que têm particulares responsabilidades na política de promoção da Comunicação Social em nível mundial, regional e local. É preciso ler este documento junto com as Orientações para a formação dos salesianos à Comunicação Social, dirigidas especificamente aos salesianos.

2. O subsídio se apresenta em três partes:

(a) SSCS

(b) Orientações para a formação dos salesianos à Comunicação Social

(c) Anexos

Uma quarta parte, o Manual, que traz como título: *O Salesiano. Um Comunicador*, atualmente está sendo revisto e por ora não consta deste documento.

A primeira parte do SSCS contém: prefácio, considerações a respeito das idéias fundamentais, glossário, visão e missão, objetivos estratégicos, políticas, organização, encargos, funções, anexos.

4.2 A visão de Dom Bosco

3. Dom Bosco tinha uma compreensão ampla da comunicação. A carta que ele escreveu a respeito da difusão dos bons livros é uma espécie de carta magna: exprime seu coração apostólico, sua fé e sua visão de empreendedor.

4. Dom Bosco considerava a comunicação como um campo prioritário da missão⁴: “A difusão dos bons livros é uma das finalidades da nossa Congregação... Por isso, peço-lhes e esconjuro a não descuidar essa parte importantíssima da nossa missão”. É significativo também o fato de que na primeira audiência com o papa Pio IX, conforme nos é referida pelo clérigo Rua que o acompanhava, à pergunta do papa “em que o Senhor se ocupa?”, Dom Bosco respondia com estas palavras: “Santidade, ocupo-me na educação da juventude e nas *Leituras Católicas*” (MB, vol. 5).

⁴ Don Bosco, Lettera Circolare sulla Diffusione di Buoni Libri, 19 marzo 1885, em *Epistolario*, vol. 4, pp. 318-321.

5. Além da imprensa e da “difusão de bons livros”, Dom Bosco usava todos os instrumentos e as linguagens de comunicação disponíveis no seu tempo para a educação: o teatro, as academias, a música...

6. Dom Bosco utilizava uma vasta gama de estratégias para atingir os jovens, alguns dos quais não tinham nenhuma instrução e às vezes eram também analfabetos. Sabia contar histórias, fazer apreciar os sacramentos: esses dons o tornaram um comunicador eficaz. Mas sabia também recorrer aos jogos, às “boas noites”, à narração vivaz de sonhos, de histórias, e à liturgia...

7. Dom Bosco compreendeu a força da informação para a animação da sua família espiritual e para a mobilização da sociedade em favor da sua missão. A criação do “Boletim Salesiano” respondia exatamente a essas finalidades. Hoje, as possibilidades de oferecer informações e criar comunhão, seguindo os passos de Dom Bosco, são enormes: por exemplo, a ANS, os noticiários inspetoriais, incluindo os digitais, os vários sites da web, as redes sociais, etc.

8. Sua visão era orientada para a educação e para a evangelização da juventude e das classes populares. Ele pensou, então, na comunicação como um verdadeiro sistema que envolvia a todos: “As nossas publicações tendem a formar um sistema ordenado que, em vasta escala, abraça todas as classes que formam a sociedade humana”⁵. De fato, a palavra “sistema” é cara a Dom Bosco, que a utiliza particularmente para indicar o conjunto e a articulação dos elementos que caracterizam o seu estilo de educação: o Sistema Preventivo⁶.

4.3 A visão dinâmica da Congregação

9. A visão de Dom Bosco foi levada adiante de forma dinâmica pelos seus sucessores, como se pode demonstrar particularmente pelos escritos de todos os Reitores Mores, dos Capítulos Gerais, da documentação histórica da Congregação⁷.

10. Através do tempo, foi preciso dar maior atenção ao crescimento do compromisso nesse campo carismático e, por conseguinte, fazer evoluir para uma atitude positiva e empreendedora posições de tendência defensiva perante os meios de comunicação. É significativo o que diz o padre Ricaldone: “Não podemos contentar-nos com essa parte puramente negativa; precisamos opor-nos à má imprensa com a difusão de bons livros”⁸.

11. Em sintonia com a evolução dos tempos, com o desenvolvimento das novas tecnologias e da sua incidência sobre a sociedade e as culturas, particularmente depois do Capítulo Geral Especial (1971-2), amadureceu uma visão ampla e rica do campo da comunicação e dos seus múltiplos significados, e também uma política orgânica e coordenada de desenvolvimento e de organização. De fato, o

⁵ Idem.

⁶ ACG 290.

⁷ Cf. Dicastério da Comunicação Social. *I Salesiani e la Comunicazione*, Roma, Editrice SDB, 1989, pp. 9-12.

⁸ ACS 287, 143.

Capítulo tinha citado a relação do padre Ricceri, o qual reconhecia que “não foi promovido um compromisso sistemático, coordenado e adequado à importância e à atualidade dos instrumentos de comunicação social”⁹.

12. Os Capítulos e ulteriores documentos mostram a consolidação das convicções e de uma nova prática mais sistemática por parte dos salesianos no campo da comunicação:

- a consciência da importância da comunicação como “presença educativa de massa, produtora de cultura, escola alternativa”¹⁰;
- a prioridade desse campo para a educação e a evangelização¹¹;
- a visão ampla da comunicação como uma dimensão humana que tem como escopo primário a comunhão e o progresso da sociedade humana¹²;
- a “valorização de todas as formas e expressões de comunicação: comunicação interpessoal e de grupo, produção de mensagens, uso crítico e educativo dos meios da Comunicação Social¹³;
- a valorização da Comunicação Social como novo espaço de agregação dos jovens¹⁴;
- a oficialização de serviços, de políticas de animação e de coordenação, de estruturas: o Conselheiro Geral para a Comunicação Social¹⁵; o Delegado inspetorial¹⁶; a função do Inspetor e seu Conselho¹⁷; o empenho de cada irmão¹⁸; os canais de informação e os centros de produção¹⁹; a missão das Conferências Inspetoriais²⁰;
- a qualificação e a formação do pessoal²¹.

13. O período posterior aos anos Noventa foi dominado pela novidade de um desenvolvimento digital prodigioso, de modo particular no universo das mídias. Foi definido como uma “nova fronteira” pelo CG26 em 2008, onde “nos sentimos interpelados pelas novas tecnologias da Comunicação Social e pelos desafios educativos que elas nos propõem”²². O Capítulo reconheceu que

⁹ CG20, 453.

¹⁰ “A Comunicação Social se torna sempre mais uma presença educativa de massa, plasmadora de mentalidades e criadora de cultura. Por meio dela elaboram-se e difundem-se as evidências coletivas que se encontram na base de novos modelos de vida e dos novos critérios de julgamento. Sua eficácia e sua presença sempre mais maciça fazem da Comunicação Social uma verdadeira e autêntica escola alternativa para amplíssimas camadas da população mundial, especialmente juvenis e populares” (CG21, 148).

¹¹ A Comunicação Social é um campo significativo de ação que está entre as prioridades apostólicas da missão salesiana. Nas pegadas de Dom Bosco, que “intuiu o valor dessa escola de massa, que cria cultura e difunde modelos de vida, e lançou-se a empresas originais e apostólicas para defender e sustentar a fé do povo..., valorizamos como dons de Deus as grandes possibilidades que a Comunicação Social nos oferece para a educação e a evangelização” (C. 43).

¹² ACG 302, p. 16.

¹³ CG24, 129.

¹⁴ CG25, 47.

¹⁵ C. 137.

¹⁶ CG23, 259.

¹⁷ R. 31.

¹⁸ R. 32.

¹⁹ R. 33.

²⁰ R. 142.

²¹ R. 31, 82; *Ratio*.

²² CG26, 99.

existem “múltiplos... mundos virtuais habitados pelos jovens e que nem sempre somos capazes de compartilhá-los e animá-los, por falta de formação, de tempo e de sensibilidade” (nº. 102), e que a comunidade “use as tecnologias da Comunicação Social para dar maior visibilidade à própria presença e para difundir o carisma” (nº. 110).

4.4 A missão

14. O objetivo do SSCS é o de promover um ambiente comunicativo salesiano como comunhão de pessoas, de obras, de projetos e de atividades, e implementar o desenvolvimento e a aplicação de recursos de comunicação para a educação e a evangelização dos jovens, especialmente dos mais pobres, e em relação à sociedade. Não realiza somente isto, mas age em conjunto com os demais setores que são corresponsáveis pela missão salesiana.

4.4.1 Convicções e valores

15. As convicções e os valores são as idéias-força que definem, distinguem e orientam a ação da Congregação no setor da comunicação salesiana.

16. O termo *comunicação* refere-se a pessoas envolvidas numa relação interpessoal e de grupo, mas também a uma realidade social e cultural que inclui todos numa rede, através de uma não desprezível mediação de instrumentos e tecnologias. É intrínseco ao sentido da palavra *comunicação* o valor de reciprocidade, de participação, de dar e receber. Por isso, podemos dizer que todas as pessoas envolvidas no processo comunicativo são sujeitos da comunicação “social”.

17. A pessoa humana é um ser em comunicação, em diálogo, um ser para o outro, condição de possibilidade de todos e de cada ato comunicativo. Somos todos comunicadores, mesmo que não sejamos profissionais da comunicação.

18. A comunicação humana, verdadeira, eficaz, é um processo de relações humanas que, além de transmitir com limpidez as mensagens, é capaz de gerar entre as pessoas:

- compreensão;
- comunhão;
- solidariedade;
- participação;
- respeito;
- mútuo enriquecimento;
- aperfeiçoamento das relações humanas;
- convivência fraterna.

19. O conteúdo mais alto da comunicação é o dom que Deus faz de si mesmo à humanidade em Jesus Cristo ressuscitado. A convicção mais importante dos salesianos a esse respeito é que eles são testemunhas do amor de Deus revelado em Cristo e que comunicam esse amor por meio dos diversos sinais, símbolos e da linguagem da comunicação.

20. A evangelização, a catequese e a educação não acontecem sem um processo comunicativo adequado e humano.

21. Os meios de comunicação são um dom de Deus e têm importância fundamental para educar e evangelizar no nosso tempo.

22. A comunicação é um amplo e significativo campo de ação que faz parte das prioridades apostólicas da missão salesiana.

23. O carisma salesiano contém um potencial inovador na área da comunicação.

24. O Sistema Preventivo de Dom Bosco sintetiza o estilo da comunicação salesiana.

25. Por isso, a política da comunicação da Congregação Salesiana se funda sobre critérios que caracterizam os diferentes setores da atividade salesiana. Esses critérios orientam as grandes opções e o estilo de ação nesse âmbito.

4.4.2 Critérios importantes da comunicação salesiana

26. **Encarnação:** O carisma juvenil e popular da vida salesiana orienta o trabalho comunicativo da comunidade e de cada comunicador. Nasce daí uma comunicação que procura estabelecer uma relação positiva, aberta, empática e de participação solidária com a vida dos jovens e do povo. Por isso, vê as obras e as atividades salesianas enquanto inseridas nos diversos contextos do mundo. Precisamente dessa imersão na vida concreta nasce uma leitura atualizada dos acontecimentos do mundo e das situações que se encontram no amplo universo juvenil, a partir da visão enculturada do evangelizador e do educador.

27. **Testemunho vocacional:** O SSCS deve desenvolver esforços para garantir que a imagem da instituição testemunhe entre os jovens o empenho social e cristão de transformar a sociedade. Estamos conscientes de que “o primeiro serviço educativo que os jovens esperam de nós é o testemunho de uma vida fraterna que se torne resposta à sua profunda necessidade de comunicação, proposta de humanização, profecia do Reino, convite a acolher o dom de Deus” (CG25, 7). Para alargar o círculo dos amigos e dos corresponsáveis na ação juvenil e popular nos empenhamos em suscitar interesse pela situação dos jovens e de suas necessidades, pela missão de Dom Bosco, pelas suas obras de promoção e de evangelização, pelas atividades voltadas à libertação dos jovens e do povo das urgências mais imediatas, com vistas a um crescimento em humanidade. “Vender” é para nós suscitar novas vocações salesianas: construir um vasto movimento no estilo de Dom Bosco.

28. **Evangelização-educação:** O carisma salesiano é um carisma educativo. Evangelizar educando e educar evangelizando sintetiza a atividade salesiana também no âmbito da comunicação. Filhos espirituais de Dom Bosco e de São Francisco de Sales, temos consciência de que essa atividade está em perfeita sintonia com as opções feitas pelo nosso fundador e pelo nosso patrono. A

comunicação salesiana, por isso, tem este traço educativo e o exprime no empenho pela cultura e pela educação, na salvaguarda da tradição cultural salesiana, na resposta à demanda de comunicação e de qualificação dos educadores e dos jovens nesse campo, no conteúdo e na forma de comunicar. Estamos conscientes de que o empenho pela educação é “a nossa principal contribuição para a transformação do mundo em favor do advento do Reino” (CG 24, 99).

29. Sistema Preventivo: “A contribuição original que podemos oferecer à causa da educação chama-se Sistema Preventivo” (CG24, 99). Ele é o coração do ambiente comunicativo. “Na mente de Dom Bosco e na tradição salesiana o Sistema Preventivo tende sempre mais a identificar-se com o espírito salesiano: ele é ao mesmo tempo pedagogia, pastoral, espiritualidade que associa numa única experiência dinâmica os educadores (como indivíduos e como comunidade) e os destinatários, os conteúdos e os métodos, com atitudes e comportamentos especificamente caracterizados” (CG21, 96). A comunicação salesiana caracterizada pelo Sistema Preventivo é semeadora dos valores do espírito salesiano, como o impulso apostólico, o sentido de Deus e da Igreja, a predileção pelos jovens, o espírito de família, o otimismo e a alegria, o sentido do concreto, a criatividade e a flexibilidade, o trabalho e a temperança, e a própria prática do Sistema Preventivo com a assistência-presença feita de razão, religião e cordialidade. Essas características, no seu conjunto, delineiam o perfil ideal e invejável do educador.

30. Ética e profissionalismo: Como qualquer atividade humana, a atividade salesiana de comunicação exige critérios éticos e profissionais, sem descuidar o caráter educativo e evangélico dessa atividade. A ética exprime a honestidade profissional do comunicador, chamado à busca permanente da verdade, à coerência com os valores da instituição, a uma atitude democrática de profundo respeito pelos fatos e pelos destinatários aos quais é enviado a servir, sem mistificações, enganos ou manipulações. Faz parte disso o respeito pelos direitos de autor, de imagem, da privacidade, das leis. O profissionalismo exige um modo rigoroso de agir, adequado à natureza de cada realidade. Na comunicação, ele significa: verificação sistemática, crítica e contínua dos dados; individuação dos destinatários para as diversas interações e informações; qualidade da forma e dos conteúdos para que sejam adequados ao destinatário e às suas capacidades, ao instrumento e às suas exigências.

31. Interdisciplinaridade: Para sermos eficazes na missão inspiramo-nos em Dom Bosco que era promotor de inumeráveis iniciativas e formas de comunicação por meio de diversas linguagens: o teatro, a música, a arte, a literatura..., e que buscava todos os meios para comunicar, sem nunca perder a orientação comunitária da missão educativa. A interdisciplinaridade na comunicação é uma exigência do carisma salesiano: instrumento de comunhão na variedade das expressões da missão salesiana; resposta às exigências próprias da educação integral, que supõe partilha do saber e pluralidade de linguagens; valorização do protagonismo e da participação, características do processo educativo salesiano.

32. **Direitos humanos:** Um desses direitos (da terceira geração dos direitos) é o direito de comunicar. É um direito muito apropriado para os pobres e, por isso, trata-se de um direito a ser promovido pela Família Salesiana que pode tornar-se voz dos que não têm voz e fazer ouvir a voz de quem hoje não consegue fazer-se ouvir.

33. **Sistema:** Atuação sistêmica quer dizer agir com visão comum, em sintonia com a Igreja e a Congregação. Significa inserir nos diversos níveis as políticas e os projetos; coordenar os setores, os métodos, as obras, as pessoas; entrar em rede entre nós e com as instituições da sociedade que participam da mesma missão. Abrir-se a sinergias e a colaborações é uma diretriz que faz parte do nosso projeto de vida e da organização como Congregação, como Família e como Movimento Salesiano. Hoje não hesitamos em chamar esse modo de trabalhar como “ecossistemático”.

34. **Networking:** A conexão em rede entre indivíduos e grupos exige as virtudes da autenticidade e da genuinidade, a capacidade de construir e manter relações baseadas na confiança. Significa também estar conscientes de que os indivíduos buscam guias capazes de tomar decisões e de provocar dinâmicas operativas nessa rede de relações entre pessoas.

5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

5.1 Destinatários, beneficiários, protagonistas e suas necessidades

35. Os destinatários prioritários da Congregação salesiana no setor da Comunicação Social, como de qualquer obra salesiana, são os jovens, especialmente os mais pobres; os ambientes populares e as missões. Sendo destinatários da missão, toda a comunicação é orientada a responder às suas necessidades de educação e de evangelização. De acordo com a experiência de Dom Bosco e a nossa compreensão contemporânea de “ecossistema”, os indivíduos e os grupos não são somente “destinatários”, mas também protagonistas.

5.1.1 Necessidades dos jovens

36.

- Poderem ser criativos e protagonistas, para assumir seu lugar na sociedade;
- Compreensão, trato e utilização dos processos e dos recursos da Comunicação Social para a sua educação e a sua relação com Deus, com as pessoas, com a natureza e com a sociedade;
- Consciência crítica para interagir com os meios de comunicação e para viver de forma interconectada da qual fazem parte;
- Informações que os ajudem a crescer na vida social, no seu projeto de vida e na sua relação com o mundo;
- Informação a respeito da Congregação, da Igreja e da Vida Religiosa;
- Formação das gerações digitais para o uso crítico e responsável dos diversos tipos de mídias (mass, folk, personal, convergentes, etc), para um envolvimento competente e ativo como criadores nas oportunidades dos “social media” (redes sociais, sites da web) e nas formas de expressão juvenis e populares.

5.1.2 Necessidades dos ambientes populares e das missões

37.

- Recursos de comunicação adequados ao trabalho de formação e ao desenvolvimento social, político, cultural e religioso das camadas populares;
- Fontes de dados e de pesquisas sobre a juventude;
- Articulação em rede para o intercâmbio e a consolidação de projetos;
- Promoção dos direitos humanos, entre os quais o direito de comunicar;

- Consciência crítica para poder interagir com os meios de comunicação e para viver num mundo interconectado do qual fazem parte.

38. Os outros destinatários são os salesianos, os leigos corresponsáveis, a Família Salesiana, os amigos de Dom Bosco, a sociedade (meios de comunicação, entidades e organizações eclesiais, civis, governativas e não governativas, setores específicos). Na ótica da comunicação, a ação tende a fazer de tal modo que esses serviços resultem em benefício dos destinatários prioritários.

5.1.3 Necessidades dos salesianos

39.

- Consciência de que devem “descobrir [nos jovens] a presença de Deus e convidá-los a abrir-se ao seu mistério de amor” (CG26, 2);
- Consciência da atual linguagem juvenil;
- Conhecimento das formas de lógica adequada a um modo não-linear de representar a verdade (a linguagem das imagens, o desenho multimídia, a apresentação narrativa...);
- Habilitação para a atitude positiva e crítica de acolhida e de domínio quanto ao uso dos instrumentos e das suas linguagens;
- Qualificação como animadores culturais;
- Formação contínua para poder trabalhar profissionalmente no âmbito da comunicação;
- Subsídios para a realização da sua missão educativo-pastoral;
- Informações sobre a vida da Congregação e da Família Salesiana, sobre os jovens e a educação;
- Conscientização para fazer crescer o sentido de comunhão e de pertença (sinergia cooperativa);
- Competência em integrar a mensagem educativa e evangelizadora na cultura midiática de hoje;
- Difusão dos princípios e dos valores salesianos;
- Capacidade para usar corretamente os instrumentos no contexto da missão, em coerência com os princípios da Vida Religiosa;
- Qualificação para trabalhar em rede.

5.1.4 Necessidades da Congregação

40.

- Salesianos formados como evangelizadores, educadores, comunicadores;
- Dispor de um sistema de comunicação com caráter profissional, estável e flexível (plano estratégico integrado, articulação em rede, estruturas e instrumentos adequados, comunicação com a sociedade, ecossistema comunicativo);
- Pessoal qualificado;
- Informação e conscientização na linha do Projeto de Animação;
- Mentalidade que compreende a importância do envolvimento de leigos corresponsáveis nesse campo (Cf. CG24);
- Centros de formação e de produção (estruturas e meios-empresa);

- Formação e consolidação perante a sociedade da imagem da Congregação como instituição educativa e evangelizadora que trabalha a serviço dos jovens pobres e das classes populares;
- Difusão da informação entre a Direção Geral e as Inspetorias.

5.1.5 Necessidades dos leigos corresponsáveis

41.

- Uma visão de verdadeiros corresponsáveis na missão salesiana;
- Compreensão da atual linguagem juvenil;
- Conhecimento do Sistema Preventivo;
- Formação como animadores culturais;
- Formação para o uso dos recursos de comunicação na educação;
- Documentos e subsídios para o trabalho educativo-pastoral;
- Recursos inovadores de comunicação;
- Qualificação para trabalhar em rede.

5.1.6 Necessidades da Família Salesiana

42.

- Documentos e subsídios para o trabalho educativo-pastoral;
- Recursos de comunicação para a missão;
- Articulação em rede da Família Salesiana com outros organismos eclesiais e civis;
- Preservação do próprio patrimônio histórico;
- Acesso às fontes da história da Família Salesiana;
- Informação atualizada dos acontecimentos do mundo salesiano.

5.1.7 As necessidades da Igreja e da sociedade

43.

- Informações que despertem o mundo da comunicação e mantenham ativa a formação da consciência crítica;
- Informações corretas e propositivas a respeito da juventude, da educação, da Igreja, da religião, da sociedade...;
- Difusão de valores para uma cultura da justiça, da paz, da solidariedade e da comunhão;
- Novas propostas espirituais apresentadas por meio de novas mídias;
- Apelo a pessoas de boa vontade para que nos ajudem em nossa missão entre os jovens.

5.2 Resultados desejados

44. Os jovens, especialmente os mais pobres, compreendam, dominem e utilizem criticamente os processos, as linguagens e os recursos da comunicação na sua relação com Deus, com as pessoas, com a natureza, com a sociedade, e sejam informados a respeito do desenvolvimento da evangelização, da Igreja, da Vida Religiosa, da Congregação, da Inspetoria.

45. Os ambientes populares e as missões sejam dotados de recursos de comunicação adequados ao trabalho de formação e de desenvolvimento social, político, cultural e religioso, e de informação e pesquisa sobre a juventude.

46. Os salesianos sejam qualificados como animadores culturais, em condições de conhecer e dominar as novas linguagens da comunicação e sejam ajudados pelos recursos de comunicação para a sua missão educativa e de informação sobre a vida da Congregação, sobre a Família Salesiana, sobre os jovens e sobre a educação, de modo que possam difundir as convicções e os valores salesianos.

47. A Congregação disponha de um sistema de comunicação profissional a serviço da comunhão e da missão, com pessoal motivado, estável e qualificado, com visão e projeto comum, com centros de formação e de produção salesiana, com instrumentos adequados para a informação, com uma imagem consolidada de instituição educativa e evangelizadora a serviço dos jovens pobres e das classes populares, que trabalha em rede com outras instituições e grupos que compartilham as mesmas preocupações em favor dos jovens.

48. Os leigos corresponsáveis compreendam a linguagem juvenil, conheçam o Sistema Preventivo, sejam formados como animadores culturais, ajudados com recursos de comunicação para seu trabalho educativo-pastoral, informados sobre a realidade dos jovens e da educação.

49. A Família Salesiana seja informada a respeito da história e dos acontecimentos da vida salesiana e apoiada pelos recursos de comunicação em favor da ação educativo-pastoral, com memória histórica conservada.

50. A Igreja e a sociedade produzam informações que ativem o mundo da comunicação em favor da formação de uma consciência crítica, de uma cultura de paz; e sejam corretamente informadas a respeito da juventude e da educação, da Igreja e da religião.

5.3 Sujeitos da comunicação

51. Para promover o ecossistema salesiano de comunicação devem ser levados em conta alguns sujeitos com atribuições particulares.

Enquanto *educadores*, interessamo-nos, em primeiro lugar, pelos sujeitos da comunicação interpessoal: adultos e jovens, leigos e religiosos. No espírito do Sistema Preventivo, procuramos que todos se empenhem em desenvolver as competências comunicativas, uma convivência confiante e amigável, relações e formas de colaboração.

A comunidade salesiana e as comunidades educativas: embora na diversidade das funções e das competências, toda a comunidade é responsável pelo desenvolvimento da comunicação.

Os operadores profissionais que desempenham funções específicas e responsabilidades de comunicação definidas pela organização, tanto dentro quanto fora da comunidade.

Os dirigentes e animadores nos respectivos níveis e atribuições:

- Em nível geral de Congregação, o Reitor Mor com seu Conselho, o Conselheiro Geral para a Comunicação Social e a equipe do Dicastério;
- Em nível nacional e/ou regional, o Delegado ou Coordenador regional ou nacional;
- Em nível inspetorial, o Inspetor com seu Conselho, o Delegado e a Comissão de Comunicação Social;
- Em nível local, o Diretor com seu Conselho, o Encarregado e a equipe local de Comunicação Social.

Nós cremos que o sistema deva ser um verdadeiro ecossistema de comunicação e, portanto, as empresas como as rádios, a televisão, e os simples sites da web devem ser, por natureza, abertas. Nós incluímos nessa lista a sociedade como um todo, mas ainda mais a sociedade enriquecida pela contribuição (entendida também em sentido virtual, além de físico e geográfico) da comunidade salesiana local e do seu trabalho.

5.4 Áreas de ação do Sistema Salesiano de Comunicação Social

5.4.1 Animação

52. A animação é parte fundamental da mentalidade salesiana e um modo de proceder que implica uma ação conforme as “Orientações para a Formação dos Salesianos à Comunicação Social” e para a gestão da Comunicação Social nos processos educativos e nas relações internas e externas.

5.4.2 Formação

53. Potenciar a formação das competências comunicativas das pessoas e a gestão da comunicação nos processos educativos e nas relações internas e externas da Congregação.

5.4.3 Informação

54. Produzir informação salesiana que favoreça a comunhão e o sentido de pertença, a educação e a evangelização dos jovens, a conscientização e a mobilização em favor da missão de Dom Bosco e a apresentação de uma imagem adequada da Congregação.

5.4.4 Produção

55. Produzir e manter programas, recursos, empresas [obras] de comunicação, sites da web, a serviço da missão educativo-pastoral dos jovens. Significa que devemos saber discernir na geral atividade de produção e os múltiplos níveis de comunicação e individuar as possibilidades de responder a solicitações específicas.

6 POLÍTICAS

6.1 A política comunicativa da Congregação

56. A comunicação se desenvolve dentro do quadro de referência da missão salesiana em favor dos jovens, como uma dimensão que atravessa toda a atividade da ação educativo-pastoral, no mesmo nível das outras obras salesianas. Trata-se de uma atividade que pertence à missão e, por meio da gestão de processos e produtos, visa a criar e reforçar os ambientes salesianos de comunicação. No contexto da única missão, a comunicação salesiana se propõe sempre um trabalho de coordenação em sintonia com os demais setores da missão salesiana.

57. As atividades do SCS são orientadas a produzir resultados coerentes com as convicções e os valores salesianos, a gerar solidariedade e paz em toda a sociedade, a promover a comunhão carismática interna à Congregação e à Família Salesiana.

58. A atividade de comunicação da Congregação está inteiramente a serviço da missão da Igreja, centrada na educação e na evangelização dos jovens, especialmente dos mais pobres, e a fazer crescer a fé nos ambientes populares (Cf. C. 6).

59. A promoção da comunicação é responsabilidade de todos, com a animação e a coordenação do Conselheiro para a Comunicação Social em nível mundial, e dos Inspetores e Delegados em nível inspetorial, por meio de uma atividade de sistema, com políticas e planos comuns, tudo integrado no Projeto de Animação do Reitor Mor e seu Conselho e no Projeto Orgânico Inspetorial.

60. “A Comunicação Social vai além dos estreitos limites de uma Inspeção. Portanto, ela deve ser pensada como rede. O que não pode ser feito com as forças de uma só Inspeção pode ser realizado com a participação de várias” (ACG 370, 41).

61. “Tais serviços (de comunicação) assentem em seguras bases jurídicas e econômicas e encontrem formas de entrosamento e cooperação com centros de outras Inspetorias e com o Conselheiro Geral para a Comunicação Social” (R. 31). “Os centros editoriais de uma mesma nação ou região busquem formas convenientes de colaboração para formular um projeto unitário” (R. 33).

62. Nessa linha, onde for oportuno e houver conveniência, os países, as Conferências ou as Regiões organizem equipes, estruturas ou serviços de compartilhamento, consultoria e conexão para a comunicação, a serviço das Inspetorias. Essas estruturas e esses serviços sejam regulados por convênios ou estatutos específicos acertados entre as Inspetorias, com a participação do Conselheiro Regional, ouvido o parecer do Conselheiro Geral para a Comunicação Social.

63. A comunicação é promovida quando as competências comunicativas de cada

um e da instituição forem aperfeiçoadas. As competências (termo muito em uso entre os educadores de hoje) podem ser avaliadas objetivamente. Essa avaliação seja orientada por parâmetros ou indicadores objetivos capazes de medir o índice da consecução dos resultados desejados e da sua atuação de acordo com os critérios elencados. Tudo se realize com a participação das pessoas envolvidas, com a finalidade de avaliar a eficácia dos planos e dos processos encaminhados, de modo a orientar os passos sucessivos.

64. O caráter único e orgânico da missão salesiana indica a possibilidade e a necessidade de equipes interdicasteriais (p. ex., Pastoral Juvenil, Comunicação Social, Missões), sobretudo para facilitar atividades compartilhadas.

6.2 Diretrizes políticas para as áreas de ação

6.2.1 Animação

65. A animação e a gestão da comunicação nos processos educativos leva em conta:

- a comunicação de massa, das mídias pessoais e convergentes, sobretudo em função das mídias sociais, e o desenvolvimento da informática como veículo de modelos inovadores e de nova mentalidade que exigem uma cuidadosa atenção no campo educativo;
- a valorização da comunicação na comunidade educativa, respeitando o protagonismo e a participação;
- a produção de mensagens;
- a educação às mídias, consideradas como instrumentos a serem utilizadas nos processos educativos gerais, a educação às mídias, entendida como compreensão crítica das mídias, vistas não somente como instrumentos mas como linguagem e cultura, e a educação ao uso das mídias voltado à formação de profissionais;
- as expressões artísticas, atividades culturais, musicais, esportivas e de tempo livre, próprias do estilo salesiano;
- o cuidado do ambiente em seus diversos aspectos;
- a abertura à “fome de educação e de evangelização, que valorizem a comunicação como novo espaço vital de agregação dos jovens”.

66. A animação e a gestão da comunicação nas relações internas leva em conta:

- o empenho constante em construir uma comunidade de pessoas com visão comum e partilhada de missão, de espírito salesiano e de projeto, num clima de família e de vizinhança e compartilhamento entre salesianos e leigos (Cf. em particular CG24), educadores e educandos;
- a visibilidade da comunidade salesiana como núcleo animador de uma presença acolhedora;
- o modo de promover iniciativas que favoreçam o intercâmbio das experiências;
- o modo para superar a pulverização das atividades e obras e das áreas funcionais (Pastoral Juvenil, Comunicação Social, Missões...) em âmbito local, inspetorial e mundial;
- a promoção da unidade na crescente diversidade das culturas e das

situações em contínua transformação, por meio de um diálogo constante entre o centro e as Inspetorias, para que se conheçam e levem em conta as situações e os problemas locais e, ao mesmo tempo, se alargue a visão para todo o universo da Congregação;

- a proximidade por parte da Direção Geral às Conferências e aos grupos de Inspetorias para projetar intervenções locais em rede em vez de impô-las do alto, envolvendo o centro e o Delegados regionais e inspetoriais.

67. A animação e a gestão da comunicação nas relações externas leva em conta:

- o cuidado das relações públicas da Congregação;
- o cuidado da imagem e da publicidade institucional da Congregação;
- a assistência ao Reitor Mor e a seu Conselho em âmbito geral, aos Inspetores e a seu Conselho em âmbito inspetorial, nos compromissos de relação com pessoas, comunidades, instituições, meios de comunicação, atividades públicas;
- a promoção do conhecimento da Congregação perante os organismos eclesiais, governativos e civis, de maneira a ajudar a realização da missão salesiana;
- a coordenação com os meios de comunicação para seu uso em favor da educação da juventude e a divulgação da Boa Nova;
- a oportunidade de usar os espaços possíveis para entrar no mundo das mídias, para conhecer os meios de comunicação, usá-los e influenciar positivamente os conteúdos;
- a conexão e a participação com organismos eclesiais e civis que operam e coordenam o setor da Comunicação Social;
- a participação nos eventos e nos movimentos eclesiais e sociais no campo da comunicação que têm relação com a educação e a pastoral.

6.2.2 Formação

68. A formação dos salesianos leva em conta:

- o que prescrevem os Regulamentos no artigo 82: “A missão salesiana orienta e caracteriza de modo próprio e original a formação intelectual dos sócios em todos os níveis. A organização, pois, dos estudos harmonize as exigências da seriedade científica com as da dimensão religioso-apostólica do nosso projeto de vida. Cultivem-se com particular empenho os estudos e as disciplinas que tratam da educação, da pastoral da juventude, da catequese e da comunicação social”;
- as orientações da *Ratio* (*A formação dos salesianos de Dom Bosco. Princípios e normas*);
- a sensibilização e a preparação dos irmãos para que possam inserir-se, de forma profissional, no campo da comunicação;
- os “*Orientamenti per la formazione dei salesiani in comunicazione sociale*”, conteúdos e metodologias para as diversas fases formativas, documento conjunto do Dicastério para a Formação e do Dicastério para a Comunicação Social (2006).

69. A condução dos projetos de formação dos salesianos e dos educadores leva em conta os três níveis seguintes (Cf. ACG 370, pp. 22-25):

Nível geral de base:

- o aprofundamento das razões teológicas e pastorais da comunicação;
- o estudo e a atuação do Sistema Preventivo de Dom Bosco como uma das melhores expressões de comunicação e como referência de base de toda a formação;
- a formação das competências comunicativas do educador a partir das suas necessidades;
- a habilitação a trabalhar em equipe e em formas de aprendizagem cooperativa;
- a habilitação à leitura, à avaliação crítica, à interação com as mídias, superando a condição de simples consumidor, usuário;
- o conhecimento crítico e a sintonia com as linguagens que veiculam a cultura dos jovens, como a literatura, o teatro, a música, o cinema;
- uma preparação para saber mover-se com conhecimento crítico no “continente digital” de hoje representado de modo particular pelo blog, chat, texting...

Nível dos animadores e dos operadores educativos e pastorais:

- a necessidade de entender a cultura do mundo globalizado, mas também de estar em condições de contribuir com a criação de modelos alternativos de cultura solidária;
- a interação com o sistema dos meios de comunicação de massa, de modo a garantir a formação de pessoas criativas e atentas a um uso das mídias em benefício de toda a coletividade;
- a competência no uso da linguagem, dos recursos e dos instrumentos de comunicação nas atividades educativo-pastorais;
- a formação do *media educator*, do educador comunicador, do animador cultural.

Nível da preparação especializada:

- a formação tecnológica e profissional específica;
- a participação nos programas dos centros de formação à comunicação.

70. A condução dos projetos de formação dos jovens leva em conta:

- a formação das competências comunicativas interpessoais e de grupo a partir das suas necessidades;
- a formação de animadores culturais;
- a formação para a compreensão crítica das mídias;
- a comunicação e expressão nas diversas linguagens do teatro, da música, da dança, das formas folclóricas, da imprensa, da arte, do cinema, da TV, da Internet...;
- a competência no uso da linguagem, dos recursos e dos instrumentos de comunicação.

6.2.3 Informação

71. A informação deve ser cuidada como fator fundamental para criar ambientes comunicativos salesianos e para mobilizar a sociedade visando às necessidades da juventude.

72. A informação deve ser diferenciada e adequada para responder às necessidades de um destinatário concreto – indivíduo ou grupo – numa linguagem e num meio adaptado e oportuno.

73. A informação deve ser coerente com as diretrizes políticas e com os critérios da comunicação da Congregação.

74. O intercâmbio de notícias e de experiências deve ser potenciado de modo que faça crescer o sentido de unidade e de pertença à Congregação e à Família Salesiana.

75. A informação contribui a manter e a desenvolver o projeto de animação do Reitor Mor e seu Conselho e o projeto de animação da Inspeção e da comunidade.

76. Além do contato e do conhecimento pessoal dos jovens na própria obra ou local de trabalho, buscamos um bom e documentado conhecimento do mundo juvenil sempre em evolução. Colete-se uma rica informação a respeito dele para um melhor conhecimento, para um aumento de apreço e para uma melhor qualificação do trabalho. Ao mesmo tempo, difundimos essa mesma informação na sociedade com o escopo de criar opinião e tomada de consciência que originem políticas e atividades em favor da juventude.

77. Para apoiar a animação e o bom funcionamento da Congregação enquanto organização prevê-se um banco de dados permanentemente atualizado que permita conhecer a cada momento e rapidamente, com precisão e segurança, a situação do pessoal, das obras e das atividades.

78. A informação tem também a tarefa da conservação digital. Ela implica na elaboração de políticas em diversos níveis que garantam um material digital de valor, elaborado de maneira a facilitar sua conservação. Cuide-se também dos diversos processos digitais relativos à conservação dos documentos históricos e culturais da Congregação: escritos, imagens (fixas ou em movimento), depoimentos sonoros, objetos. Igualmente, é preciso providenciar uma gestão adequada dos arquivos, das bibliotecas, dos museus, dos monumentos.

79. A imagem institucional deve ser cuidada por meio de uma informação correta e completa que exprima claramente a importância social da obra de Dom Bosco. “Trabalhamos em ambientes populares e em favor dos jovens pobres. Colaborando com eles, educamo-los para as responsabilidades morais, profissionais e sociais, e contribuimos para a promoção do grupo e do ambiente. Participamos, na qualidade de religiosos, do testemunho e do compromisso da Igreja para com a justiça e a paz. Conservando-nos independentes de qualquer ideologia e política partidária, recusamos tudo o que favorece a miséria, a injustiça e a violência, e colaboramos com os que constroem uma sociedade mais digna do homem. A promoção, à qual nos dedicamos em espírito evangélico, realiza o amor libertador de Cristo e constitui um sinal da presença do Reino de Deus” (C. 33).

80. Sejam continuamente potenciadas e qualificadas profissionalmente as estruturas, os instrumentos e os produtos informativos, de modo especial:

- a *Agenzia iNfo Salesiana* (ANS) com a rede de correspondente nas Regiões e nas Inspetorias;
- os serviços de relações públicas, as salas de imprensa, os porta-vozes;
- os Boletins Salesianos;
- os portais e os sites da web;
- os serviços de documentação e os arquivos;
- os noticiários inspetoriais e a multiforme produção informativa salesiana;
- as plataformas e os meios tecnológicos de comunicação que permitem maior rapidez, contenção de despesas e de energias, acesso permanente e pessoal à informação.

6.2.4 Produção

6.2.4.1 *Empresas editoriais*

81. A obra educativa de Dom Bosco traz a marca da sua atividade de escritor e editor. Como autor, redigiu textos devocionais, formativos, educativos e escolásticos. Para suporte da sua atividade editorial constituiu a Sociedade para a difusão da boa imprensa e fundou a tipografia do Oratório de Valdocco.

Visão

82.

- As Editoras salesianas são empresas inseridas na vida cultural, social e política do povo, em particular dos jovens dos ambientes populares, abertas às culturas dos países em que operam a fim de compreendê-las e encarnar nelas a mensagem evangélica (Cf. C. 7);
- Por meio de sua atividade conferem à Congregação uma função ativa no processo de evangelização e catequese, na sociedade, na escola e na cultura; regulam a própria política editorial com base na relação fé e cultura conforme é interpretada pelo magistério; reconhecem a autenticidade dos valores humanos, sua autonomia e relevância para a fé, recusam toda forma de integrismo;
- Elas são presença educativa e criadora de cultura, com particular atenção para a sua dimensão popular e humanística, na linha de Dom Bosco e da tradição educativa e da pedagogia salesiana;
- As Editoras salesianas operam no campo da educação, da evangelização, da catequese, da formação e da instrução. Comprometem-se em favorecer o anúncio do Evangelho, em acompanhar a descoberta e o amadurecimento da fé, em facilitar a síntese entre fé e cultura, em educar ao sentido crítico, estético, moral, e a promover a abertura à dimensão religiosa (Cf. C. 31 e 34; R. 32).

Estrutura de empresa

83.

- Seguindo o exemplo de Dom Bosco, que conferiu estabilidade de

empresa à sua atividade editorial e conforme requerem os Regulamentos gerais (n.º 31), as Editoras salesianas sejam montadas sobre bases jurídicas e econômicas;

- Como ocorre com qualquer outra obra da Inspetoria, o Inspetor com seu Conselho defina com clareza a estrutura jurídica da Editora em conformidade com as leis vigentes no país; a entidade proprietária da mesma; o objeto da sua atividade; sua estrutura organizativa, especificando cargos, competências, funções. Exerça seu permanente dever de controle e orientação;
- A entidade proprietária da Editora defina com documento oficial os valores básicos, as diretrizes a seguir para as decisões, as políticas, as atividades; o escopo; a razão fundamental da existência da editora; a missão; os objetivos a perseguir;
- A empresa elabore uma estratégia para realizar a missão que lhe foi confiada por meio de uma avaliação dos seus pontos fortes e fracos, seus recursos financeiros e humanos, sua capacidade inovadora; identifique o seu “target” e espaço de mercado, o “core business”; elabore o plano estratégico, financeiro e de marketing; defina seu organograma e responsável: quem faz o quê, quando e como.

6.4.2.2 *Os sites salesianos da web*

84. Podemos individuar três núcleos de um site salesiano da web: identidade, escopo, natureza da própria web.

Visão – Identidade

85. A identidade de um site salesiano da web é carismática e institucional:

- A identidade carismática pode ser expressa dessa forma: a missão (salvação da juventude); uma referência a Dom Bosco e à sua figura; o termo “salesianos”; certo estilo inspirado no Sistema Preventivo; o sentido de uma comunidade e o modo com que se cria uma comunidade;
- A identidade institucional. Existem diversos níveis de pertença à identidade institucional conforme o caráter do site: pode ser um site “oficial” (da Congregação, da Região ou de uma Inspetoria) ou de uma obra, de um setor, de uma atividade tipicamente salesiana. Elementos concretos como o logo e os diversos ‘links’ ajudam a exprimir essa pertença. Um site oficial deveria incluir um link do portal da Congregação;
- Um site salesiano da web tem sempre como objetivo o de dar testemunho da sua identidade cristã e evangelizadora.

Escopo

86. Um site salesiano da web tem o escopo de animar, formar, educar, informar (notícias, vídeos...), conservar (documentos, imagens, sons...), difundir (sem excessiva autorreferência). Um desses escopos normalmente será o principal do site.

A natureza da própria web

87. Hoje fala-se de Web 2.0 e amanhã provavelmente de Web 3.0. Um site da web com dez anos de existência não corresponde mais às expectativas de hoje. É essencial que um site salesiano da web continue a se desenvolver.

88. Sem dúvida, o desenvolvimento contínuo implica em vários aspectos: desenho, ícone, navegabilidade, interatividade, acessibilidade, capacidade de gerenciar sites sempre mais complexos de maneira simples, utilizando os instrumentos atualmente disponíveis.

89. O webmaster salesiano opera no vasto movimento salesiano com sua contribuição pessoal. Nesse sentido, podemos falar de uma “comunidade operativa” que deve ser desenvolvida e reforçada:

- Queremos uma comunidade aberta, capaz de diálogo, em condições de envolver todas as pessoas interessadas;
- Nos nossos sites da web é importante saber equilibrar a dimensão particular e pública;
- Estamos convencidos de que um site salesiano da web acrescenta valor à identidade e à missão da vasta comunidade salesiana;
- A comunidade operativa dos webmasters salesianos constitui um espaço acolhedor, como acontece numa sala comunitária ou em outro ambiente similar;
- Cada comunidade tem os seus ritmos e à medida que a comunidade de prática dos webmasters salesianos tem os seus ritmos, pode demonstrar a sua vitalidade. Essa comunidade de prática procurará estratégias concretas com essa finalidade (informação compartilhada, intercâmbio de e-mails, fórum e outras).

6.4.2.3 Rádio salesiana

Missão

90. Trata-se de estruturas radiofônicas que com estilo salesiano evangelizam a cultura juvenil e popular, educando, orientando, informando, envolvendo.

Visão

91. Queremos promover o associacionismo, a participação dos jovens e das classes populares; despertar neles a capacidade crítica para interpretar e avaliar a realidade; difundir na sociedade os valores humanos e cristãos.

Diretrizes práticas

92.

- Implementar programas educativos culturais e pastorais.
- Difundir programas especializados com uma identidade salesiana fundada no Sistema Preventivo;
- Produzir programas juvenis com estilo educativo salesiano, estimulando

- e envolvendo os próprios jovens;
- Difundir uma informação correta que ofereça elementos para uma crítica construtiva da sociedade;
- Colaborar com as campanhas de proteção e promoção dos direitos humanos;
- Tender para a autossustentabilidade das rádios e das TVs por meio de um apoio local e de projetos em rede;
- Promover a vocação salesiana nas suas diversas expressões.

Diretrizes

93.

- Informar, educar, evangelizar os jovens e as classes populares utilizando a linguagem da rádio;
- Promover a cultura, a educação e a religião mediante uma programação ética e de qualidade;
- Produzir e manter programas, recursos e empresas radiofônicas a serviço da missão educativo-pastoral da juventude;
- Preparar profissionalmente e formar no carisma salesiano o pessoal da rádio, de modo a garantir a qualidade evangelizadora da mensagem; com essa finalidade, programar encontros periódicos de formação;
- Abrir espaço em nossas mensagens radiofônicas para os temas da justiça social e dos direitos humanos com a finalidade de aumentar a tomada de consciência a respeito desses temas importantes;
- Difundir os valores religiosos e da pedagogia salesiana com criatividade, utilizando recursos adequados;
- Promover em todos os âmbitos locais e da Inspeção o trabalho em rede com a Congregação Salesiana e a Igreja.

6.3 Os diversos processos e diretrizes políticas

6.3.1 Processos fundamentais

94. Para que um sistema institucional funcione é preciso definir os diversos processos que o compõem. Esses processos constituem um conjunto de atividades correlatas, necessárias para concretizar a missão da uma instituição entendida como um organismo.

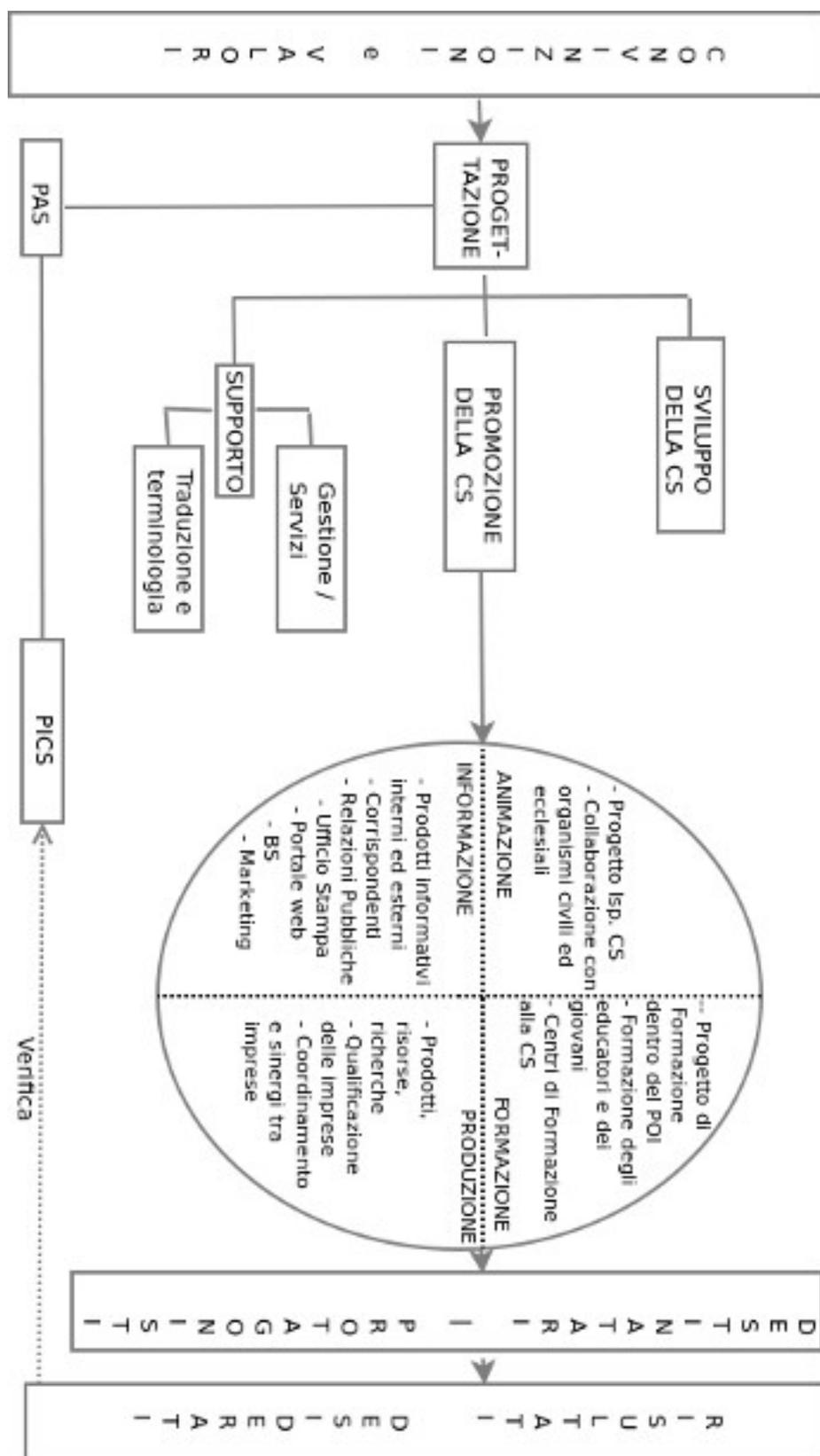
95. A definição dos processos indica quanto deve ser feito e como se deva realizá-lo nas mais variadas atividades. Cabe à arquitetura organizativa definir as áreas funcionais com as respectivas competências e funções.

96. No SSSCS são identificados os seguintes processos:

- Projetação;
- Desenvolvimento;
- Promoção;
- Apoio: gestão e serviços;

97. A seguir, apresentamos o diagrama do funcionamento do SSSCS e a

descrizione dei relativi processi.



6.3.2 A projeção e as suas políticas

98. Assegurar a atualização constante do SSCS perante as necessidades dos destinatários a fim de que possam alcançar eficazmente as metas desejadas.

99. A projeção é uma condição estratégica para promover o SSCS, orientar seu desenvolvimento e fazer convergir as atividades visando aos resultados desejados.

100. O desenvolvimento do SSCS é orientado por um Plano de Ação de Setor (PAS) em nível geral, radicado no Projeto de Animação do Reitor Mor e seu Conselho, destinado a criar sinergia entre as Inspetorias e a desenvolver a colaboração entre as atividades específicas de formação e de produção.

101. Em nível inspetorial, o SSCS é orientado por um Plano Inspetorial de Comunicação Social (PICS) integrado no Projeto Orgânico Inspetorial (POI), que leva em conta as situações específicas de cada Inspetoria e procura aplicar à Inspetoria as políticas da Comunicação Social da Congregação e a programação geral feita pelo Reitor Mor e seu Conselho para o sexênio.

6.3.3 O desenvolvimento e suas políticas

102. Favorecer a vitalidade, a dinâmica e o estilo salesiano de comunicação na sua expressão de dimensão transversal da ação educativo-pastoral, de campo da missão, de obra com características próprias e de sistema específico e integrado de comunicação.

103 O desenvolvimento da comunicação e a construção do SSCS devem ser apoiados por atividades de análise, pesquisa, estudo, reflexão, e monitorados por atividades de avaliação, consultoria, atividades de formação e de incremento.

104. Essa função objetiva aprofundar a metodologia pastoral salesiana de comunicação a serviço da Congregação, da Igreja e da sociedade.

105. Para favorecer essa função foram constituídos Conselhos permanentes em nível mundial e inspetorial para a Comunicação Social, compostas por equipes de peritos salesianos e leigos para os diversos âmbitos ou áreas, coordenados respectivamente pelo Conselheiro Geral e pelos Delegados inspetoriais para a Comunicação Social.

106. É necessário cuidar da formação de especialistas salesianos e leigos em comunicação, conscientes da prioridade que lhe é atribuída na missão salesiana.

6.3.4 A promoção e suas políticas

107. Encaminhar, apoiar e potenciar as áreas da atividade, da animação, da

formação, da informação e da produção para uma comunicação eficaz a serviço da missão salesiana.

108. *A promoção da comunicação acontece no interior das seguintes opções:*

- orientar os esforços para a formação de pessoas, equipes e centros, dedicados à elaboração de mensagens, mais do que propor-se possuir os instrumentos ou deixar-se absorver pela gestão das estruturas;
- operar com projetos orientados a criar processos comunicativos a serviço do Projeto Educativo Pastoral Salesiano (PEPS), da comunhão carismática e da mobilização para a missão, mais do que orientados a atividades e obras isoladas.

109. Sejam criadas estruturas com pessoal e recursos adequados para gerenciar a animação, a formação, a informação e a produção, em nível geral e inspetorial.

110. A coordenação da promoção da comunicação é tarefa do Conselheiro para a Comunicação Social em nível geral e do Delegado para a Comunicação Social em nível inspetorial.

111. O Inspetor, segundo as indicações do CG23, deve nomear o Delegado para a Comunicação Social que “assessorará cada comunidade na promoção das diversas realidades comunicativas, prestará seu serviço aos vários setores de atividade e manterá contato com os organismos locais, eclesiais e civis” (CG23, 259).

6.3.5 Atividades de apoio e suas políticas

112. Assegurar a disponibilidade e a adequada administração do pessoal, dos recursos e dos serviços necessários para o funcionamento do SSCS.

113. As atividades de apoio sejam acertadas entre o economato geral e/ou inspetorial.

114. A gestão do pessoal deve levar em consideração:

- a concordância a respeito das convicções e dos valores da Congregação e o empenho no exercício da missão salesiana;
- o apoio e o desenvolvimento de uma política de recursos humanos que permita ao SSCS contar com pessoal qualificado, estável e motivado;
- a formação constante das pessoas para o desenvolvimento de suas potencialidades e para seu adequado posicionamento na estrutura de trabalho;
- a atuação em conformidade com as exigências legais e normas vigentes.

115. A gestão dos recursos econômico-financeiros deve levar em consideração:

- a disponibilidade, o uso adequado e o controle dos recursos necessários para executar o SSCS na Congregação;
- o uso conforme as exigências legais e as normas jurídicas vigentes da sociedade civil e da Congregação;
- o profissionalismo nos procedimentos;

- o orçamento econômico correspondente a cada um dos planos.
116. A gestão dos serviços deve tomar em consideração:
- a organização e os métodos de trabalho a fim de que as estruturas organizativas sejam constantemente atualizadas e adequadas aos resultados esperados, dentro do quadro de referência delineado pelas constituições e pelos Regulamentos da Congregação de modo a tornar possível a socialização das experiências e dos resultados entre os setores e as áreas da Congregação;
 - o funcionamento adequado de sistemas informatizados que garantem bases seguras e velozes em tomar decisões de gestão necessárias para alcançar os resultados desejados pelo SSCS;
 - a disponibilidade de um suporte jurídico para garantir o respeito da legalidade do SSCS e para garantir a defesa dos interesses da Congregação nessa área.
117. A gestão dos recursos linguísticos e da tradução deve levar em consideração:
- A salvaguarda da terminologia salesiana quer internamente, quer externamente; o cuidado de uma tradução fiel e compreensiva das mensagens do Reitor Mor e seu Conselho, dos outros organismos de animação-formação e informação. Por “fiel” entende-se fidelidade à linguagem e ao contexto original, de tal forma, todavia, que favoreça a compreensão dos leitores em seu contexto cultural; a promoção de modelos úteis para os textos editados pela Direção Geral.
118. O DCS cuida da gestão do patrimônio documental da Congregação em colaboração com o Arquivo Salesiano Central por meio da digitalização dos textos, a memorização dos textos (TM), etc. O DCS oferece suas competências e seus conselhos ao Arquivo Salesiano Central e aos outros responsáveis pela gestão do patrimônio documento da Congregação.
119. O DCS também em colaboração com o Secretário Geral e/ou o Vigário do Reitor Mor cuida da coordenação do “pool” dos tradutores e oferece serviços em apoio à sua tarefa.
120. O DCS promove diretrizes de estilo para várias situações, por exemplo, para a Direção Geral, para os tradutores nas várias línguas.

7 ORGANIZAÇÃO, CARGOS E FUNÇÕES

7.1 SSCS: Organização

121. Organizar significa identificar e estruturar o trabalho a desenvolver: definir e atribuir os encargos e as relativas delegações; instaurar entre as pessoas relações adequadas para o trabalho em equipe, para alcançar os resultados desejados.

122. 7.1.1 Diagrama da organização

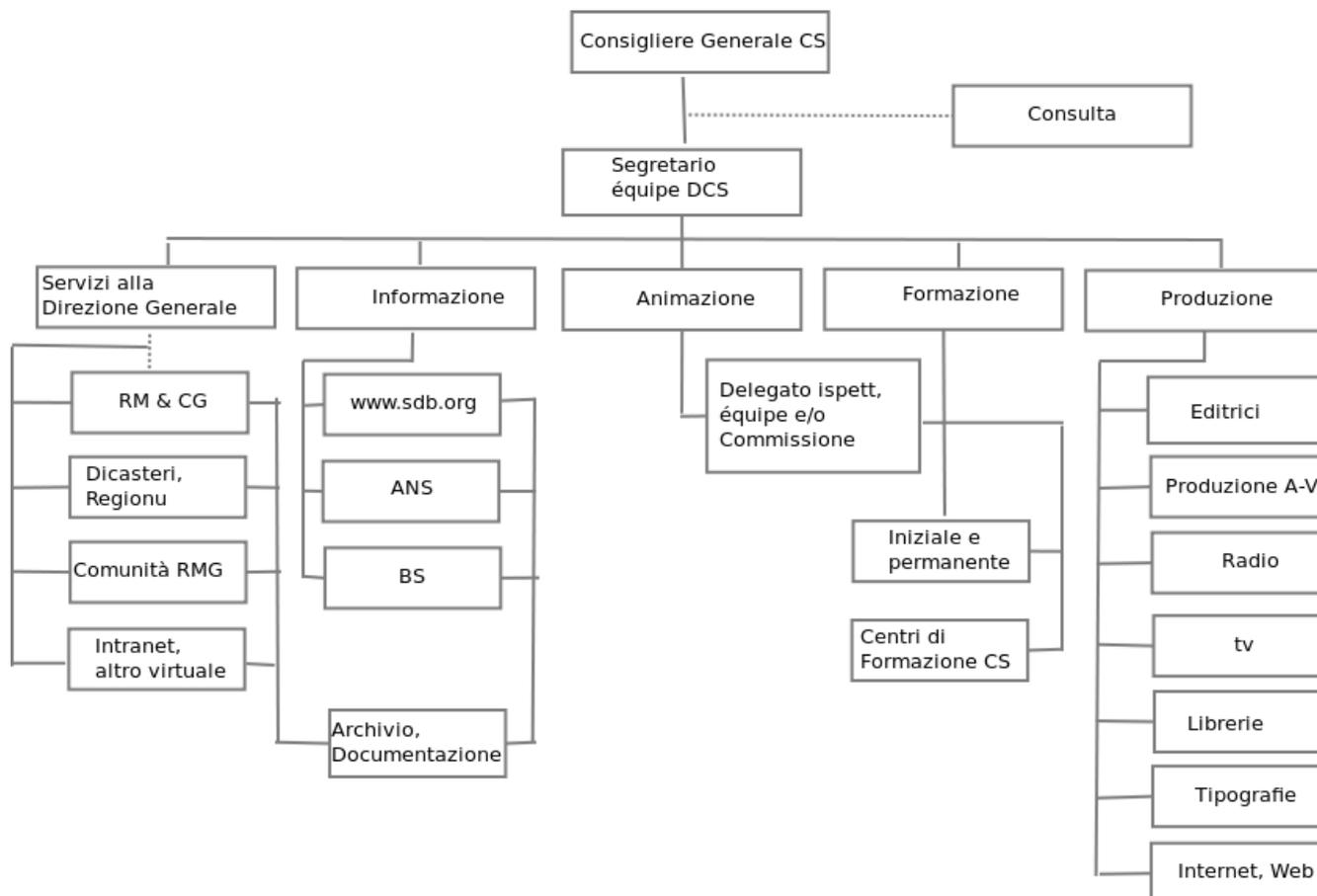


Diagramma dell'organizzazione

7.2 Conselheiro Geral par a Comunicação Social

7.2.1 Função

123. Animar a Congregação no setor da Comunicação Social: promove as atividades no setor da Comunicação Social e coordena, em particular, em nível mundial, os centros e as estruturas da Congregação nesse campo.

7.2.1.1 Detalhes da função

124. Promove a tomada de consciência do significado da comunicação e da sua

eficácia educativa e apostólica para a Congregação.

125. Acompanha e apoia os Inspectores na execução a eles confiada pelos Regulamentos Gerais no artigo 33 de promover a Comunicação Social.

126. Cuida da qualidade da intervenção salesiana no campo da comunicação.

127. Coordena os diversos âmbitos de que se compõe o Dicastério para a Comunicação Social.

128. Coordena e nível mundial os centros e as estruturas gerenciadas pela Congregação no campo da comunicação.

129. Cuida da implementação da programação geral, da integração da equipe com todas as suas funções, com o Reitor Mor e seu Conselho e com os demais Dicastérios.

7.3 Equipe do Dicastério para a Comunicação Social

7.3.1 Função

130. Contribuir com o Conselheiro Geral para promover a comunicação.

7.3.1.1 Detalhes da função

131. Colaborar constantemente com tudo o que se refere aos objetivos do Dicastério para a Comunicação Social.

132. Desempenhar os encargos atribuídos pelo Conselheiro a serviço do Dicastério, como:

- a agência ANS;
- a sala de imprensa;
- o Boletim Salesiano italiano;
- os Boletins Salesianos;
- o portal da web;
- a documentação e o arquivo;
- os serviços de fotografia.

133. Cumprir os encargos atribuídos pelo Conselheiro e objetivados a atuar a programação do sexênio. Como:

- participar de eventos e organismos de comunicação dentro ou fora da Congregação;
- coordenar os processos e colaborar com eles nos eventos organizados pelo Dicastério. O site da web da Congregação, com sede na Direção Geral, se caracteriza por ser um portal que fornece “nichos” de informação e de serviços no âmbito salesianos. O que foi dito na seção “Produção” num site salesiano da web se aplica com mais razão ao site da Congregação.

7.4 Conselho Mundial

7.4.1 Função

134. Acompanhar o desenvolvimento da comunicação da Congregação, fazer avaliações, pesquisas, estudos; oferecer orientações e subsídios com vistas a uma constante atualização.

7.4.1.1 Detalhes da função:

135. Oferecer consultoria permanente para a comunicação da Congregação, particularmente para o Dicastério da Comunicação Social.

136. Os diversos membros salesianos e leigos da equipe, peritos nas diversas áreas da animação e da formação, da informação e das empresas, colaboram de forma permanente com o Dicastério por meio dos seus estudos e de suas sugestões, respondendo às solicitações, mas também oferecendo sugestões espontâneas em atitude propositiva.

137. O compartilhamento e a comunicação das contribuições pessoais fazem-se de preferência via Internet. Conforme as necessidades, o Conselho é convocado para encontros regionais ou mundiais, com a participação de peritos de áreas específicas ou com a participação de toda a equipe.

7.5 Delegado regional, nacional e/ou de Conferências

7.5.1 Função

138. Promover a sinergia e a colaboração entre as Inspetorias no campo da comunicação e de suas várias atividades, com uma visão estratégica aberta a toda a missão e a toda a Congregação.

7.5.1.1 Detalhes da função

139. Realizar a tarefa que lhe foi confiada pelo estatuto ou pelos convênios da delegação regional ou da Conferência.

140. Manter uma estreita conexão de cooperação com o Conselheiro Geral para a Comunicação Social e com o Dicastério.

141. Promover a elaboração e a atuação de um plano comum de ação e de colaboração no setor da Comunicação Social, em conformidade com a programação geral da Região ou da Conferência.

7.6 O Inspetor e seu Conselho

7.6.1 Função

142. Promover a comunicação na Inspetoria.

7.6.1.1 Detalhes da função

143. Cuidar e verificar a qualidade da comunicação dentro e fora da Inspetoria, entre os irmãos, com os grupos da Família Salesina, com as comunidades eclesiais e as instituições civis e sociais, entre os grupos de Inspetorias e com o Conselho Geral.

144. Nomear o Delegado inspetorial para a Comunicação Social e a equipe ou Comissão de comunicação.

145. Preparar os irmãos a se inserirem nos circuitos da imprensa, do cinema, da rádio e da televisão.

146. Instituir e potenciar os centros editoriais para a produção e a difusão de livros, subsídios e periódicos, e os centros de emissão e de produção de programas audiovisuais, radiofônicos, televisivos.

147. Definir os revisores das publicações que exigem a revisão eclesiástica.

7.7 O Delegado inspetorial para a Comunicação Social

7.7.1 Função

148. O Delegado (ou a Delegada) pode ser salesiano ou leigo/a e tem a missão de promover, em nome do Inspetor, a comunicação na Inspetoria. O encargo deveria ser a tempo pleno.

7.7.1.1 Detalhes da função

149. Trabalhar em colaboração com as diversas equipes que constituem a estrutura em favor da missão salesiana juvenil, para sua atuação na Inspetoria. O Delegado põe-se em contato com os Delegados dos outros setores. O Delegado, de entendimento com o ecônomo inspetorial, promova para si uma adequada função de representação na gestão das empresas de comunicação da Inspetoria.

150. Colaborar na elaboração e aplicação do Plano Inspetorial de Comunicação Social.

151. Segundo as possibilidades, animar e acompanhar aqueles que estão envolvidos com a comunicação da Inspetoria:

- o Conselho inspetorial;
- as comunidades salesianas;
- os correspondentes locais para a comunicação;
- as diversas áreas de ação de comunicação;
- a formação permanente dos irmãos no campo da comunicação.

152. Trabalhar em rede com os diversos responsáveis em cada nível na Inspetoria para coordenar as atividades do SSCS, sublinhando os critérios salesianos elaborados na primeira parte deste subsídio:

- na elaboração e na aplicação dos planos nos diversos níveis inspetoriais e locais;
- na promoção dos processos e na execução dos programas e atividades de formação, informação e produção;
- integrando a equipe ou Comissão inspetorial para a Pastoral Juvenil;
- uma presença nos organismos de animação das obras de produção da Comunicação Social.

153. Ter uma visão de conjunto que permita ao Delegado fazer intervenções bem calibradas para garantir que haja equilíbrio e sintonia entre a informação salesiana local e a informação em nível mundial nas seguintes áreas:

- ANS (Agenzia iNfo Salesiana): a informação local (correspondentes);
- a produção e a difusão da informação dentro da Inspetoria e da Família Salesiana; os instrumentos, como o Noticiário Inspetorial, o Boletim Salesiano e outros produtos típicos;
- o funcionamento do site da web;
- o funcionamento da sala de imprensa;
- um contato ativo e positivo com as estruturas, pessoas e os meios de comunicação presentes no território;
- a imagem salesiana no plano da qualidade e da quantidade;
- a significatividade da presença nos meios de comunicação e no espaço da imprensa.

154. Participar dos encontros do Sistema nos diversos níveis regional ou de Conferência e mundial, contribuindo sempre mais para a instauração de sinergias dentro da Congregação.

155.

Pôr-se de acordo com os organismos eclesiais, religiosos, governativos e civis que se ocupam de comunicação.

7.8 A equipe (Comissão inspetorial ou semelhante) de Comunicação Social

7.8.1 Função

156. Contribuir com o Delegado e a Inspetoria na promoção da comunicação.

7.8.1.1 Detalhes da função

157. Trabalhar como equipe no Sistema e colaborar constantemente com tudo o que se refere à missão no setor da Comunicação Social.

158. Contribuir com a redação e a aplicação do plano inspetorial de animação-formação-consultoria no setor da Comunicação Social.

159. Contribuir com o trabalho do Delegado com a informação, o estudo, o compartilhamento, a projeção e a experimentação.

160. Assumir os encargos oficiais confiado pelo Inspetor ou pelo Delegado para a gestão das diversas atividades, ou a participação em eventos e organismos de comunicação.

161. Valorizar a comunicação em favor da educação e da evangelização dos jovens e das classes populares.

7.9 Coordenador local da Comunicação Social

7.9.1 Função

162. Promover a comunicação na obra local.

7.9.1.1 Detalhes da função

163. Participar operativamente dentro da equipe de Pastoral Juvenil em todas as atividades que se referem à educação dos jovens; interagir com os encarregados dos demais setores com vistas a uma atividade bem coordenada da obra local.

164. Colaborar com a elaboração e atuação do Plano Local de Comunicação Social.

165. Animar as pessoas que operam na comunicação na obra local:

- o Conselho da comunidade educativa;
- a comunidade salesiana;
- a Comissão local para a comunicação;
- as diversas áreas de atividade da comunicação.

166. Coordenar as atividades do SSCS por meio de uma efetiva participação dos corresponsáveis, garantindo que a gestão do Sistema responda às necessidades dos destinatários com critérios salesianos:

- na elaboração e na aplicação dos planos;
- na promoção dos processos e na realização dos programas e atividades de formação, informação e produção.

167. Fazer funcionar o pólo local da informação salesiana:

- promover a produção e a difusão da informação dentro da obra e da Família Salesiana, e cuidar dos instrumentos, como os noticiários locais e outros produtos típicos;

- acompanhar a atividade dos corresponsáveis locais;
- orientar a gestão do site da web;
- orientar a atividade da sala de imprensa;
- manter um contato ativo e positivo com as estruturas, pessoas e meios de comunicação presentes no território;
- promover a imagem salesiana com a máxima atenção quanto à qualidade e à quantidade, a significatividade da presença nos meios de comunicação e no espaço da imprensa;
- fornecer à ANS (Agenzia iNfo Salesiana), em âmbito inspetorial e mundial, as informações locais e difundir inteligentemente no território a informação produzida.

168. Participar dos encontros inspetoriais do Sistema, contribuindo sempre mais com vistas a uma ação sinérgica.

169. Pôr-se de acordo com os organismos eclesiais, religiosos, governativos e civis que se ocupam de comunicação.

7.10 A 'Agenzia ANS' (Agenzia iNfo Salesiana)

7.10.1 Função

170. Produzir informação salesiana para alimentar os meios salesianos de informação e colocar os seus produtos nos meios de informação social a serviço da missão salesiana.

7.10.1.1 Funcionamento

171. Estar à disposição dos diferentes órgãos da Congregação (Reitor Mor, Conselho Geral, Dicasterios, Inspetorias, etc) para ajudá-los a usar eficazmente a informação e a comunicação como meio para alcançar os próprios objetivos de animação e de governo.

172. Pôr em contato, mediante a informação a respeito das diversas realidades, os membros da Congregação esparsos pelo mundo e os diversos grupos da Família Salesiana.

173. Recolher as provocações da realidade e ajudar a Congregação, a Família Salesiana e a sociedade a ler, interpretá-las e lê-las sob o prisma da missão salesiana.

174. Contribuir com a qualidade dos meios informativos da Congregação e dos grupos da Família Salesiana. A tais meios a Agencia pretende oferecer um serviço com a finalidade de valorizar seus conteúdos e sua apresentação.

175. Fazer conhecer a realidade da Congregação e da Família Salesiana no mundo, oferecendo informações a respeito de fatos relevantes aos meios próximos da Igreja e, em geral, aos meios de informação social.

176. Fazer emergir no mundo os problemas da juventude e da educação, elaborando e distribuindo aos meios de informação social produtos relativos à situação dos jovens e à educação, realizados segundo a ótica salesiana.

177. Organizar e coordenar a rede de correspondentes em todas as áreas geográficas salesianas.

178. Qualificar os correspondentes numa atividade profissional no campo da informação.

179. Agir de acordo com a linha política e os critérios que orientam a comunicação salesiana.

180. A Agenzia age em dois níveis:

Mundial: em Roma e em íntima colaboração com os órgãos diretivos da Congregação e da Família Salesiana, o centro da Agenzia, estabelece os contatos necessários com as agências internacionais, as base de dados mundiais, o Vaticano e todo o conjunto das comunidades salesianas. Todos os produtos de carácter mundial, tanto internos quanto externos, são realizados pelo centro, que os distribuirá diretamente aos clientes ou os enviará aos seus delegados inspetoriais para que eles os “coloquem” nos meios informativos nacionais.

Inpetorial: o Delegado Inpetorial (correspondente inspetorial) para a Comunicação Social, em plena colaboração com os órgãos dirigentes da Inpetoria, estabelece contatos com as agências e os meios de informação nacionais, com a sala de imprensa da Conferência episcopal e com as comunidades salesianas da sua Inpetoriaa. O Delegado (pessoalmente ou através outro correspondente) transmite ao centro da Agenzia todas as informações da Inpetoria que sejam de interesse da mesma e, segundo um critério próprio e de acordo com a política informativa, “coloca” junto às agências e os meios nacionais as informação ou os produtos informativos que tiverem chegado à Agenzia. Além disso, o Delegado, como responsável em relação à Agenzia, elabora e distribui aos meios de informação existentes no território as informações salesianas que forem de interesse local. Colaboram com o Delegado os informantes, salesianos ou membros da Família Salesiana, das diversas presenças (correspondentes locais).

181. Cuidar da produção e da expedição dos produtos à ANS, como:

- ANSfoto: impresso mensal;
- site da ANS;
- outros produtos conforme a necessidade.

7.11 A Sala de Imprensa

7.11.1 Função

182. Manter contatos com as agências de informação, os meios de comunicação e

o grande público; ser porta-voz da atenção aos problemas juvenis e educativos; cuidar e defender a imagem da Congregação e da atividade salesiana.

7.11.1.1 Funcionamento:

183. A sala de imprensa se caracteriza como sendo um serviço no contexto da ANS.

184. Organizar e atualizar um banco de dados sobre a realidade salesiana, sobre a situação juvenil e sobre a educação.

185. Acompanhar a informação difundida pelos meios de comunicação a respeito de tudo o que se refere à missão salesiana; transmitir a informação aos interessados imediatos em nível interno e interagir a respeito de tais aspectos com esses meios.

186. Estabelecer contatos com as agências e em particular com os jornalistas para informar a respeito da missão salesiana e mobilizá-los em favor da educação da juventude.

187. Gerenciar o plano de comunicação e de marketing da imagem da Congregação e da Inspetoria.

188. Organizar as relações dos dirigentes da Congregação nos diversos níveis com as mídias e vice-versa.

7.12 Relações Públicas

7.12.1 Função

189. Gerenciar as relações oficiais com o Reitor Mor e seu Conselho, com a Congregação e desta com o mundo exterior, em nível geral, e do Inspetor e seu Conselho em nível inspetorial.

7.12.1.1 Funcionamento:

190. O Reitor Mor conserva a responsabilidade – que em casos particulares poderá delegar ao seu Vigário, ao Secretário Geral, ao porta-voz ou a outros – das relações oficiais do Conselho com a Congregação e desta com o mundo exterior, em particular as relações com a Sé Apostólica, com a União dos Superiores Gerais (USG), com outros institutos e congregações, seja no campo eclesial seja no civil, sobretudo para declarações ou tomadas de posição por parte da Congregação.

191. O Inspetor com seu Conselho defina o funcionamento dessa instância em nível inspetorial, em consonância com a sala de imprensa.

7.13 Boletim Salesiano

7.13.1 Função

192. Difundir o espírito de Dom Bosco, fazer conhecer a obra salesiana e suas necessidades, contatar e animar os diversos grupos da nossa família, promover as vocações, fazer crescer o movimento salesiano e encorajar a colaboração com a missão.

7.13.1.1 Funcionamento:

193. O BS é redigido de acordo com as orientações do Reitor Mor e seu Conselho em várias edições e línguas como órgão de toda a Congregação salesiana, e não como órgão particular para cada Região.

194. As numerosas edições têm como finalidade encarnar nas diversas áreas culturais os valores da única vocação salesiana.

195. O Boletim é uma revista em função da missão, dirigida à opinião pública mais do que à instituição. Isso implica na capacidade de situar-se no contexto da realidade que as pessoas e a Igreja vivem hoje e de oferecer uma leitura salesiana dos fatos, particularmente daqueles que se referem à juventude e à educação.

196. O Dicastério para a Comunicação Social realiza um serviço de coordenação central para:

- coordenar o processo de renovação (acompanhamento, animação e articulação);
- orientar a “política da informação” e da programação do sexênio;
- encaminhar planos de acompanhamento, formação e apoio para a gestão e a ampliação da difusão;
- conectar os sites do BS no portal da web.

197. Esse serviço apóia-se num Conselho formado por especialistas da área.

7.14 Portal da Web

7.14.1 Função

198. Gerenciar os recursos da Internet como espaço de informação, formação, compartilhamento, a serviço do projeto de animação e de governo da Congregação, como fonte de informação a respeito do carisma salesiano e como instrumento para a mobilização da sociedade em favor da juventude.

7.14.1.1 Funcionamento

199. O portal da web da Direção Geral se caracteriza como uma “plataforma” para a navegação na Internet, com ofertas de diversos sites com objetivos específicos, de instrumento e de serviços, por exemplo: a seleção de várias línguas, o motor de pesquisa, a área reservada/Intranet, links, chat... e informação especializada para a educação e a evangelização dos jovens.

200. O DCS se ocupa da gestão do portal da Direção Geral:

- facilitando a interação entre o centro e as Inspetorias, e a atualização dos diversos sites salesianos;
- mantendo uma estrutura adequada de pessoas e meios tecnológicos para um funcionamento interativo;
- formando as pessoas para a interação;
- desempenhando uma função de animação com os demais webmasters salesianos no mundo.

201. O Delegado em nível inspetorial cuida da orientação salesiana e da qualificação profissional dos sites da web na Inspetoria, em conformidade com a política geral de comunicação da Congregação.

7.15 A documentação e o arquivo

7.15.1 Função

202. Recolher, conservar e tornar disponível a documentação sobre o carisma, a experiência e a obra salesiana.

7.15.1.1 Funcionamento:

203. Em nível geral, a responsabilidade do Arquivo Salesiano Central (ASC) cabe ao Secretário Geral; funciona de acordo com o “Regulamento do Arquivo Geral”.

204. No Arquivo se recolhe a documentação “histórica”, isto é, o material que não está mais em uso ou que pode ser diretamente consultado, mas disponível por solicitação.

205. Outra seção é o Arquivo Fotográfico, onde se conservam as fotografias e a documentação filmada, histórica e atual. O encarregado desse arquivo põe à disposição o material para as publicações de comunicação e para diversas documentações.

206. O Dicastério para a Comunicação Social gerencia também o arquivo do Dicastério e dos seus diversos serviços (ANS, BS, Portal) como banco de dados e como documentação de consulta atual.

207. O Dicastério para a Comunicação Social pode oferecer suas competências específicas seja ao Secretário Geral seja aos responsáveis pelas diversas seções do ASC no que tange às políticas e estratégias de conservação, particularmente

aquelas que envolvem aspectos técnicos e digitais.

7.16 O Noticiário Inspetorial

7.16.1 Função

208. Fazer circular entre as comunidades salesianas e as comunidades educativas e na Família Salesiana a informação salesiana atual útil à comunhão, ao compartilhamento de experiências, ao crescimento do sentido de pertença e à renovação.

7.16.1.1 Funcionamento:

209. O Noticiário Inspetorial produz informação a serviço do plano de animação da Inspetoria dos diversos setores da organização educativo-pastoral.

210. Dentro das coordenadas essenciais do plano inspetorial, o noticiário informará a respeito da:

- história do carisma salesianos: para oferecer uma releitura do carisma salesiano no território da Inspetoria, sem reduzir-se a simples crônica de celebrações realizadas ou a realizar;
- proposta aos leigos que partilham o estilo de Dom Bosco de colaborar e de aderir (em sentido vasto) à vocação salesiana.

211. Apresenta a informação a respeito da vitalidade das comunidades e das obras de uma Inspetoria. Não deve ser um fascículo de histórias, uma espécie de resenha impressa, nem sobretudo uma coletânea de documentos eclesiais e salesianos.

212. Apresenta também as informações mais relevantes do mundo salesianos.

7.17 I Centros de Formação

7.17.1 Função:

213. Contribuir para a missão salesiana formando docentes, pesquisadores, peritos e operadores no campo da Comunicação Social, integrando harmonicamente os conhecimentos teóricos com as competências operativas.

7.17.1.1 Funcionamento:

214. Os centros de formação à comunicação mantidos pela Congregação têm perfis diferentes: universitários (acadêmicos) ou informais (com programas de formação variados na forma e nos tempos).

215. O funcionamento do centro seja orientado por um projeto específico educativo-pastoral salesiano e dos planos de ação que respondam às

necessidades concretas de todos os usuários, e seja integrado no Projeto Orgânico Inspetorial (POI).

216. O DCS promove a colaboração recíproca dos centros de formação à comunicação com as seguintes diretrizes para a ação ou estratégias:

- trabalhar em harmonia com os dicastérios para a Formação e para a Pastoral Juvenil;
- pesquisar elementos de conhecimento e relações de colaboração entre as faculdades de Comunicação da IUS e os diversos centros de formação;
- dar uma resposta formativa à solicitação de educomunicação e à formação de profissionais.

SEGUNDA PARTE: ORIENTAÇÕES PARA A FORMAÇÃO DOS SALESIANOS EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

Conteúdos e metodologias para as várias fases formativas

O Conselheiro geral para a Formação

O Conselheiro geral para a Comunicação Social

Roma, 24 de maio de 2006

INTRODUÇÃO

Na Congregação, a Comunicação Social sempre foi vista como um campo necessário e urgente de formação. Dada a sua grande importância para a vida e a missão salesiana, desde os anos Noventa houve diversas tentativas de oferecer um programa formativo para as várias fases, particularmente para os que se encontram na formação inicial.

O impulso para a redação destas “Orientações” veio de uma série de fatos concomitantes: a promulgação da nova *Ratio* no ano 2000, a opção feita pelo CG25 em 2002 de ter um Conselheiro geral exclusivamente para o Dicastério da Comunicação Social, a indicação do Projeto do Reitor Mor e seu Conselho de elaborar um itinerário de formação à Comunicação Social em 2004, a publicação das diretrizes do “Sistema Salesiano de Comunicação Social” no início de 2005 e ultimamente a Carta do Reitor Mor publicado em ACG 390.

Estas “Orientações” nascem da colaboração entre os Dicastérios de Comunicação Social e da Formação e são fruto de uma consulta da Congregação, feita especialmente entre os peritos em Comunicação Social e os formadores. Sua inspiração se funda nos documentos eclesiais relativos à Comunicação Social, nas nossas Constituições e nos Regulamentos Gerais, nas Cartas dos Reitores Mores padre Viganò (ACG 289), padre Vecchi (ACG 370 e 366), padre Chávez (ACG 287 e 390). Esses documentos assumem as experiências amadurecidas nesses anos nas várias Inspetorias e áreas da Congregação.

Destinatários

As “Orientações para a formação dos salesianos em Comunicação Social” destinam-se às mesmas pessoas e aos organismos a que se destina a *Ratio*, isto é, a todos os salesianos e de modo particular aos Inspetores e seus Conselhos, aos Delegados e às Comissões inspetoriais de Formação e de Comunicação Social, aos formadores e formandos, a todos aqueles que têm encargos na formação inicial e permanente dos salesianos.

Objetivo

O objeto dessas “Orientações” é a formação do salesiano para que se torne um “bom comunicador” (FSDB 252), com especial atenção ao âmbito da Comunicação Social.

Ser um bom comunicador exige a capacidade de recepção crítica e de produção criativa de informações e de mensagens; ao mesmo tempo, requer a capacidade

de animação e de gestão da Comunicação Social nos processos educativos e pastorais; exige, finalmente, a capacidade de relações no âmbito da Comunicação Social, tanto dentro quanto fora da Congregação.

Esse âmbito se refere aos diversos *mass media* e *personal media*, como a imprensa, o cinema, a rádio, a televisão, a Internet, o DVD, o celular; estende-se a todas as interações no contexto de uma sociedade ou grupo cultural, como a publicidade, o teatro, a música, as relações públicas; chega inclusive a levar em consideração a cultura e sobretudo o modelo antropológico que as mídias criam e difundem.

Níveis de formação

Note-se que estas “Orientações” objetivam a formação integral à Comunicação Social e não exclusivamente ao “training” porque, além de assumir algumas capacidades e técnicas, pretendem alcançar também a transformação de toda a pessoa, incluindo suas atitudes e seu senso crítico.

Convém recordar aqui dois aspectos presentes nas diretrizes operativas do “Sistema Salesianos de Comunicação Social” nos números 56 e 68, que orientam a formação nesse âmbito. Neles se afirma que a comunicação social se desenvolve dentro do quadro de referência da missão salesiana para com os jovens, como uma dimensão que atravessa toda a atividade da ação educativo-pastoral (nº 56) e propõe quais devam ser as referências da formação à comunicação social (nº. 68)

Seguindo quanto o magistério da Igreja e os documentos da congregação apontam as diretrizes operativas a respeito do “Sistema Salesianos de Comunicação Social” no nº. 69 propõem e especificam quais devam ser os três níveis de formação.

O primeiro nível de base tem como objetivo a formação dos receptores. Trata-se de:

- educar o salesianos ao senso crítico e formar a sua consciência a fim de mostrar-lhe as sutis sugestões e manipulações das mídias;
- exercitá-lo a fazer opções livres e responsáveis, usando os *mas media* não exclusivamente em função da diversão, mas sobretudo de informação e de formação, para um harmônico crescimento cultural e social;
- ensinar-lhe o aspecto técnico de cada instrumento, indispensável para uma “leitura” correta e uma compreensão objetiva das suas comunicações;
- criar um consciência das implicações sociais, culturais, políticas e econômicas que estão na base das mensagens e dos valores propostos pelas mídias, com atenção particular à relação entre mídia e publicidade, ideologia e poder político;
- cuidar da estética da comunicação mediante a valorização da arte, da literatura e da música numa ótica comunicativa; isto significa promover o interesse pelas manifestações culturais em geral; competência e apreço pelas belas artes; estudo da música dos jovens para compreender seus problemas, as linguagens, os sonhos, e assim poder dialogar e buscar com eles; leitura de alguma página de literatura moderna.

O segundo nível tem como objetivo a preparação de operadores educadores e pastorais. Trata-se de:

- habilitar os salesianos quanto ao uso correto dos diversos instrumentos sociais nas atividades educativas e pastorais; formar salesianos e leigos quanto ao uso da comunicação social no ensino e na educação, na catequese e na pregação, na promoção da paz e do desenvolvimento e em dar voz às necessidades dos pobres;
- sensibilizar e preparar o salesianos e integrar o Evangelho na “nova cultura” criada pela comunicação social moderna.

O terceiro nível refere-se à preparação de especialistas de comunicação social que se destinam a toda a comunidade inspetorial, que necessita:

- qualificar alguns irmãos que mostram especiais inclinações para que se tornem peritos no ensino da comunicação social;
- preparar algumas pessoas para trabalhar na produção no campo midiático e para empenhar sua competência na gestão e na animação de empresas inspetoriais nesse campo.

Na formação inicial tem-se como objetivo o primeiro e o segundo nível de formação; na formação permanente faz-se sua atualização e para alguns se promove também o terceiro nível.

Descrição de cada fase formativa

Para cada fase da formação, seja inicial, seja permanente, este instrumento apresenta antes de tudo uma breve síntese do que a *Ratio* diz a respeito da natureza e do escopo da respectiva fase.

Em seguida sublinha alguns aspectos formativos da fase que de modo particular têm atinência com a comunicação social. Trata-se dos objetivos da formação à comunicação social, não apresentado em abstrato, mas em forma de diretrizes a serem assumidas.

Segue a proposta de alguns estudos que podem promover uma reflexão teórica a respeito do significado das mídias, de sua função social, de suas linguagens e de seu uso crítico. Os conteúdos de estudo poderão ser sistematizados melhor quando se levar em conta a *Ratio Studiorum* das várias fases.

Finalmente são indicadas as experiências a realizar e as competências a adquirir, com a finalidade de alcançar os objetivos. É óbvio que as experiências não devem ser limitadas à fase em que são indicadas, mas devem continuar nas fases seguintes; como também as competências requerem ser adquiridas de forma progressiva. Essa parte tem necessidade de ser experimentada; para isso se requererá a oferta de subsídios por parte dos Dicastérios da Formação e da Comunicação Social.

Por isso, para cada fase de formação se apresenta: uma síntese da natureza e do escopo da respectiva fase, os objetivos que se referem à comunicação social, os argumentos de estudo e de reflexão, as experiências e as competências.

Agradecemos a todos que colaboraram na formulação destas “Orientações”. Fazemos votos que elas possam ser um auxílio válido para a formação dos salesianos, constituam uma referência compartilhada da qual partir para fazer uma frutuosa experimentação, contribuam com a colaboração entre os Delegados e as Comissões inspetoriais de formação e de comunicação.

Padre Francisco Cereda - Conselheiro geral para a Formação (2006)

Padre Tarcísio Scaramussa - Conselheiro geral para a Comunicação Social (2006)

1. PRÉ-NOVICIADO

1.1. O pré-noviciado é a fase de formação em que o candidato à vida salesiana aprofunda sua opção vocacional, amadurecendo especialmente nos aspectos humanos e cristãos de forma a tornar-se idôneo para iniciar o noviciado.

1.2. Como parte desse crescimento humano e cristão, é necessário que o candidato:

- se abra à realidade social e cultural do ambiente e do mundo da comunicação social;
- seja sensível aos problemas dos jovens mais pobres e marginalizados e às situações de pobreza, injustiça e exclusão;
- amadureça quanto ao realismo da vida e cresça no sentido de compaixão e de solidariedade, que depois manifesta num estilo de vida simples (cf. FSDB 338);
- comece a desenvolver um sério senso crítico que o torne capaz de juízos respeitosos e objetivos sobre pessoas e acontecimentos e o leve a tomar posição a respeito dos modelos culturais propostos pela mídia;
- saiba, portanto, ler criticamente e usar responsabilmente os meios de comunicação social (cf. FSDB 69);
- amadureça quanto a uma serena afetividade e exerça a vigilância na própria vida, praticando a guarda dos sentidos e fazendo uso consciente e objetivado dos meios de comunicação social (cf. FSDB 65).

1.3. Em seguida são propostos ao candidato alguns temas de estudo como introdução à comunicação social: o que é a comunicação; formas de comunicação; modelos de comunicação; linguagem dos sinais e dos símbolos; comunicação social; cultura áudio-visual; história da comunicação social.

1.4. Finalmente sugerem-se ao candidato as seguintes experiências a realizar e competências a adquirir:

- desenvolver as próprias aptidões e capacidades na comunicação: ouvir, falar, escrever, ler em público, receber feedback;
- adquirir, conforme as próprias possibilidades, a capacidade artística, dramática, musical;
- aprender a fazer bom uso do computador e da Internet; interessar-se pelos meios de comunicação como a imprensa, as revistas, os jornais;
- educar-se ao uso adequado do tempo livre e da escolha responsável dos programas televisivos e da Internet;
- saber apreciar e avaliar criticamente os meios e os produtos de comunicação social;
- habituar-se a usar com atenção os jornais, a rádio, a TV, os noticiários, os boletins;
- empenhar-se na análise e na discussão das notícias, particularmente das que se referem às questões juvenis e populares e aos desafios culturais e multiculturais do tempo atual para a Igreja, especialmente no campo da paz, da justiça, da solidariedade, do trabalho, da família.

2. NOVICIADO

2.1. O noviciado é o início da experiência religiosa salesiana enquanto seguimento de Cristo. O noviço começa a viver a vida consagrada apostólica, interiorizando os valores salesianos.

2.2. Como parte desse exercício prático da vida salesiana, o noviço:

- continua a cultivar o domínio de si e a temperança, e a consolidar as motivações de sua opção (cf. FSDB 359);
- assume essa atitude também em relação aos meios de comunicação social;
- desenvolve um forte apego a Dom Bosco, à Congregação, à Família Salesiana e ao Movimento Salesiano (cf. FSDB 362);
- vê na comunicação social um campo significativo de ação que faz parte das prioridades apostólicas da missão salesiana;
- cresce com uma forte sensibilidade para com a missão salesiana entre os jovens pobres, sobre cuja condição se mantém informado;
- cultiva a atenção para com os necessitados do mundo e um vivo sentido de Igreja; por isso, nutre em si mesmo um verdadeiro ardor missionário (cf. FSDB 366).

2.3. Faz parte da sua formação à comunicação social o desenvolvimento de alguns temas de estudo: Dom Bosco mestre de comunicação; as referências das Constituições e dos Regulamentos a respeito da comunicação social; o caminho da Congregação no campo da comunicação social desde o Capítulo Geral Especial (CG20) até os nossos dias.

2.4. Sugerem-se ao noviço as seguintes experiências a realizar e competências a adquirir:

- usar os “espaços” de liberdade e de responsabilidade oferecidos no noviciado quanto ao uso dos meios de comunicação social para medir a si mesmo, exercendo a própria autonomia pessoal, fazendo uso consciente e objetivado da mídia, com atitude crítica, refletindo sobre as opções feitas;
- desenvolver as próprias aptidões para a comunicação social: foto, vídeo, teatro, música, jornalismo, Internet, desenho;
- usar a mídia para ouvir e meditar a Palavra de Deus, no compartilhamento da fé e da oração no grupo, na liturgia, nas experiências apostólicas do noviciado;
- exercitar-se mediante fóruns e outras atividades análogas a analisar, discutir e julgar criticamente espetáculos e mensagens, especialmente aquelas que têm grande relevo ou são controversas com relação à missão da Igreja e da Congregação em favor dos jovens;
- tomar contato com a comunicação social na Congregação e na Família salesiana: Boletim Salesianos, ANS, site da Direção Geral Obras Dom Bosco www.sdb.org, noticiários, etc;
- desenvolver o sentido de pertença à Congregação por meio da leitura de notícias salesianas.

3. PÓS-NOVICIADO

3.1. O pós-noviciado é a fase em que o neoprofesso salesiano consolida o próprio crescimento vocacional e se prepara para o tirocínio, integrando progressivamente fé, cultura e vida por meio do aprofundamento da experiência da vida religiosa e do espírito de Dom Bosco e uma adequada preparação filosófica, pedagógica e catequística em diálogo com a cultura (Cf. C 114).

3.2. Portanto, faz parte da formação de um pós-noviço que ele:

- se habilite a uma séria relação com a cultura, com o mundo juvenil, com os problemas educativos, com a visão cristã da realidade (Cf. FSDB 401);
- adquira uma compreensão ampla e ao mesmo tempo crítica da comunicação social, sabendo ler, avaliar criticamente e interagir com a mídia, com a informação e a publicidade moderna, e estando em condições de compreender os seus efeitos psicológicos e sociológicos nos ambientes populares e juvenis;
- alcance certa competência nas técnicas das diversas formas de comunicação social com o fim de saber usá-las na educação e na evangelização dos jovens e dos ambientes populares (Cf. FSDB 410).

3.3. Sendo a formação intelectual o aspecto que caracteriza essa fase, o pós-noviço se empenha também em estudos no campo da comunicação social:

- teoria da comunicação e problemas psicológicos e sociológicos da comunicação social;
- formas de comunicação, em particular as novas tecnologias de imprensa, rádio, TV, Internet;
- a cultura produzida pela comunicação social;
- *media education*;
- aplicação da comunicação social nos diversos âmbitos da catequese, liturgia, ação pastoral em geral, didática e animação cultural.

3.4. Esses estudos sejam acompanhados por diversas experiências a realizar e competências a adquirir:

- desenvolver as próprias aptidões para a comunicação social a respeito de fotografias, vídeos, teatro, jornalismo, programas de computador, desenho, pôster, murais, música, audiovisuais;
- tomar parte em grupos de análise e discussão que avaliem com senso crítico cristão os produtos oferecidos pelos *mass media*, em particular o conteúdo e a linguagem das notícias, da publicidade, dos jornais, dos filmes, do vídeo, da Internet e dos “games”, e que reflitam sobre a globalização da informação;
- conhecer a linguagem e a gíria dos jovens;
- realizar com eles as formas salesianas de teatro, das festas, das academias, dos concursos...;
- participar da produção de serviços de informática quer locais quer inspetoriais.

4. TIROCÍNIO

4.1. O tirocínio é a fase de confronto vital e intenso com a ação salesiana, realizada numa experiência educativo-pastoral, que ajude o irmão a amadurecer na sua vocação salesiana e a verificar a própria idoneidade vocacional para a profissão perpétua (Cf. FSDB 428-429).

4.2. Por causa de sua natureza, o tirocínio não possui um verdadeiro currículo de estudos. É uma experiência, ou melhor, um conjunto de experiências diversas da vida e da atividade salesiana, entre as quais há também o uso responsável da comunicação social e seu uso para a própria formação e para o trabalho de educação e evangelização dos jovens. Em particular, o tirocinante pode aplicar e verificar o que dizem as diretrizes do “Sistema Salesianos de Comunicação Social” nos números 51 ss., que se referem aos sujeitos responsáveis pela comunicação social e pela animação da comunicação social nos processos educativos.

4.3. É útil programar uma reflexão e um encontro entre os tirocinantes a respeito das experiências feitas no passado e, talvez, quando for possível, algum breve programa que trata da comunicação social dentro do quadro da formação pedagógica, metodológica, educativa e catequética (Cf. FSDB 433). Por exemplo, poderia ser útil uma reflexão sobre alguns aspectos, como a presença entre os jovens do ponto de vista de que Mc Luhan trata no livro seu livro “O meio é mensagem”; a educomunicação na ação educativa pastoral; a globalização da mídia e seu influxo nas opções e sobre o estilo da vida religiosa.

5. FORMAÇÃO ESPECÍFICA

5.1. A formação específica é a fase que completa a formação de base do educador pastor salesiano na linha da sua vocação específica de coadjutor ou presbítero.

5.2. Portanto, faz parte dessa fase que o salesiano:

- tenha uma base sólida de convicções no campo da comunicação social;
- seja preparado para ser um educador, mestre e guia dos outros, ensinando a usar instrumentos críticos para ler, entender e avaliar os textos e as mensagens propostas e frequentemente impostas pelos *mass media*;
- seja capaz de ser um pastor no campo da comunicação social, usando nas atividades pastorais com sabedoria e capacidade profissional as técnicas e os processos da comunicação moderna em nível de grupo e de massa, e integrando o Evangelho na cultura da mídia.

5.3. Portanto, por um lado, requerem-se estudos que ofereçam um quadro de referência teórico:

- teologia da comunicação, documentos eclesiais sobre a comunicação social;
- pastoral da comunicação social, com atenção à ética na comunicação e à problemática pastoral conexa com as culturas juvenis (Cf. FSDB 468).

5.4. Por outro lado, convida-se o formando a servir-se de certas experiências a realizar e competências a adquirir:

- exercitar-se no uso da tecnologia da informação e da Internet;
- usar as técnicas da comunicação social nas homilias, na praxe litúrgica, na pastoral, na catequese e em geral no mundo do trabalho e no serviço ministerial, e empenhar-se para criar programas de “media education” para os jovens;
- aprender a falar na rádio e na TV locais, a preparar comunicados da imprensa, a dar e fazer entrevistas, a preparar uma homepage ou um site da web, a escrever artigos e publicações diversas; não é preciso que o formando possua todas estas capacidades; é suficiente que domine de modo sério uma ou duas dessas técnicas;
- usar os instrumentos e as linguagens dos meios modernos de comunicação social para anunciar o Evangelho, mas também para transmitir a mensagem evangélica na própria cultura dos meios modernos; isto faz com que o Evangelho se torne mais compreensível para os jovens de hoje e seja inserido na sua cultura (Cf. FSDB 466);
- favorecer o diálogo com algum profissional da mídia, por exemplo, por ocasião do Dia Mundial da Comunicação Social;
- dessa forma, tem-se a oportunidade de conhecer diretamente as dificuldades encontradas por eles, seus ideais e seus limites, os problemas éticos, as questões que eles propõem aos homens de Igreja.

6. FORMAÇÃO PERMANENTE

6.1. A formação permanente é a continuação, o complemento e a atualização da formação inicial; ela tem como objetivo o empenho para viver o projeto apostólico salesiano num dinamismo de fidelidade criativa e alegre.

6.2. Esse empenho requer, entre outras coisas, que o irmão:

- viva com abertura e inteligência o confronto com a realidade da comunicação social;
- se habilite ao conhecimento das novas linguagens e a ouvir atentamente o mundo e a cultura juvenil;
- possua sólidos critérios de discernimento coerentes com a visão cristã, com as orientações eclesiais e o carisma salesiano (Cf. FSDB 528-529);
- também na idade avançada, procure manter-se atualizado no campo da comunicação social e nas novas tecnologias;
- seja qualificado e atualizado no campo da comunicação social até o nível necessário para poder enfrentar de modo adequado seu serviço educativo e pastoral com capacidade de animação e de orientação das pessoas, dos projetos e das obras (Cf. FSDB 523, 528);
- seja capaz de formar os leigos e também de formar-se junto com eles (Cf. FSDB 529, 542);
- acolha, no caso de ter os dotes necessários e isso corresponda às necessidades da Inspeção, a solicitação a especializar-se nas comunicações sociais para um serviço qualificado à Inspeção e à Congregação (cf. FSDB 542, 556).

6.3. Nesse período não há cursos formais, a não ser no caso daqueles a quem é pedido para se qualificarem em comunicação social. Os salesianos participem junto com a Família Salesiana e os leigos colaboradores de dias de estudo e reflexão sobre as orientações da Igreja universal e local e da Congregação sobre a comunicação social e seus temas emergentes nesse campo. Entre esses, assinalam-se assuntos referentes às novas tecnologias educativas; a formação da opinião pública; a catequese, a evangelização e as novas linguagens; a psicologia e a sociologia da comunicação social; a comunicação institucional e as relações públicas.

6.4. As iniciativas apostólicas no campo da comunicação social são, elas mesmas, experiências formativas para o irmão salesiano, especialmente quando incluem a reflexão sobre a atividade realizada. Indica-se, em particular, a necessidade de:

- participar junto com os leigos da CEP ou da Família Salesiana de iniciativas voltadas à reflexão e ao aprofundamento de alguns aspectos da comunicação social e do confronto das experiências;
- empenhar-se na formação específica de animadores, sobretudo entre os leigos da Família Salesiana, no campo da comunicação social para a escola, o tempo livre e as associações, organizando grupos de reflexão, dias de estudo e atividades específicas para ajudá-los a aprender a leitura e a avaliação crítica dos meios de comunicação social;
- inserir-se com profissionalismo, segundo a própria competência e as solicitações da Inspeção, no mundo dos *mass media*, criando,

potenciando e animando os nossos centros editoriais de produção e difusão e de livros e revistas, ou gerenciando os meios de comunicação social de propriedade da Congregação: estações de rádio, canais de televisão, "videoclubes", com especial atenção às famílias e à pastoral.

TERCEIRA PARTE: ANEXOS

ANEXO 1: DA INTRODUÇÃO À EDIÇÃO ORIGINAL DO SSCS

Nota: esta seção fazia parte da introdução original na primeira edição do SSCS, preparada pelo então Conselheiro Geral para a Comunicação Social, padre Tarcísio Scaramussa. Os conteúdos têm valor histórico particular. A numeração do original foi modificada (de fato, a seção começava no nº. 134 da introdução) também porque alguns elementos da seção foram situados diversamente na nova edição do SSCS.

1. Esta visão abrangente demonstra que a Congregação construiu um verdadeiro Sistema de Comunicação Social.

2. O termo Sistema²³ de Comunicação recebeu um primeiro impulso com o padre Antonio Martinelli na preparação do Encontro Mundial dos Diretores do Boletim Salesiano (1998). Define-o como “projeto orgânico e unitário de comunicação”.

3. A expressão “Sistema” é usada pelo padre Vecchi (2000) para chamar a atenção sobre o aspecto global da comunicação social que investe toda a presença salesiana: “As nossas comunidades, as obras e as atividades a que dão origem, como qualquer instituição, entram num sistema mais vasto de comunicação, com o qual se confrontam e dentro do qual interagem. Parecem realidades físicas e mudas; ao passo que emitem mensagens antes ainda que nós tomemos em mãos a pena ou o microfone para explicar-nos e falar de nós. É indispensável, portanto, prestar atenção não somente ao que se realiza dentro da obra. É preciso levar em conta a imagem que se oferece, o reflexo que a nossa ação produz fora da obra. Fala o prédio material com a sua sobriedade e bom gosto; fala o tipo de jovem que prevalece na obra; comunica o programa e o estilo educativo; fala o ambiente provado diretamente ou conhecido por outros caminhos. Além disso, conforme a nossa comunicação, com e no contexto, o que fazemos pode expandir-se ou ser condicionado”²⁴. E depois acrescenta: “É indispensável pensar a presença, a comunicação, e a obra salesiana “em rede”, como uma emissora intercomunicada”²⁵.

4. Esse “projeto unificado e integrado, verdadeiramente ao serviço de uma visão compartilhada e de valores do carisma salesiano” é realizado “nas diversas atividades dos vários setores nas comunidades e na Inspetoria, como está indicado no Manual “Il Salesianos. Un Comunicatore”²⁶.

²³ Fazia referência, então, a dois documentos do Dicastério para a Comunicação Social: POLITICA INFORMATIVA PER LA CONGREGAZIONE SALESIANA, Roma, 1992, e PROGETTO ANS, Agenzia Internazionale Salesiana di Informazione, 1993.

²⁴ ACG 370, pp. 12-13.

²⁵ Idem, p. 17.

²⁶ Dicastério para a Comunicação Social. “Libro del Delegato Ispettorale per la Comunicazione Sociale”, Roma, 2001, p. 27. O livro recolhe as reflexões e os subsídios do Encontro Mundial dos Delegados Inspetoriais para a Comunicação Social (Roma, Pisana, 10-20 de dezembro de 2000). O documento refere-se à atuação do Delegado no “desenvolvimento do sistema informativo e comunicativo salesiano”, e à conexão em rede dos correspondentes. “Tomando em exame um

5. Finalmente, o “Projeto de animação e governo do Reitor Mor e seu Conselho para o sexênio 2002-2008” traçava o objetivo geral de “construir e dispor progressivamente de um Sistema de Comunicação da Congregação Salesiana com caráter profissional estável, mas flexível”²⁷:

- para estimular a criação de um “ecossistema comunicativo”²⁸ que envolva todos os SDB, a Família salesiana, os educadores e educandos, o território onde se encontra a obra salesiana no espírito e na missão salesiana, em nível de Congregação, de Inspetorias e comunidade;
- para orientar e qualificar as relações de comunicação e compartilhamento no organograma da Direção Geral e entre ela e as Inspetorias;
- para estimular a comunicação carismática interna – com sentido de pertença primária à Congregação, para além da própria Inspetoria – e com a Família salesiana, mediante uma informação cuidadosa;
- para habilitar salesianos e leigos corresponsáveis enquanto operadores culturais, à atitude positiva de acolhida e familiaridade no uso dos instrumentos e das técnicas de comunicação em ordem ao desenvolvimento da missão educativo-pastoral;
- para dar uma resposta à solicitação de comunicação dos jovens nesse campo;
- para desenvolver na Congregação o sentido da comunicação social como campo de missão e como espaço de agregação dos jovens (CG25, 47), para apoiar a convicção de que a comunicação de massa e o desenvolvimento da informática são veículos de modelos inovadores e de novas mentalidades (CG25, 3) – modelos culturais;
- para prestar serviços especializados de comunicação e informação ligados à missão salesiana, que impulsionam para uma forte mobilização da sociedade;
- para apresentar mais eficazmente a Congregação à opinião pública.

6. O Sistema Salesiano de Comunicação Social da Congregação Salesiana quer responder à complexidade e ao dinamismo da comunicação social nas suas múltiplas expressões e significados. Não basta, para uma visão do sistema, a simples criação de um setor de comunicação. O sistema de comunicação se põe a serviço do projeto orgânico da instituição, com o objetivo de envolver a todos numa visão partilhada de valores de missão.

7.

O Sistema Salesiano de Comunicação Social é concebido como um projeto orgânico e unitário, com uma visão partilhada de valores e de missão nitidamente salesiana, com políticas e ações planejadas nas áreas da animação e da formação, da informação e da produção, e com a gestão de estruturas

projeto completo de presença no setor da comunicação social, o Delegado inspetorial ajudará o Inspetor e seu Conselho na elaboração de um sistema de comunicação que, construindo unidade dentro do setor, constroi relações com todos os outros setores pastorais da Inspetoria”.

²⁷ Cf. ACG 380, pp. 46-47

²⁸ “Ecossistema comunicativo” quer traduzir precisamente o conjunto de envolvimento e atitude das pessoas que permitem criar um ambiente de verdadeira comunicação de compartilhamento de ideais, de valores, de relações em nível de convivência cotidiana dentro da comunidade e com o território, no sentido presencial e virtual.

organizativas e dos processos de comunicação e de articulação em rede com os vários setores dentro da Congregação e da Família salesiana, e fora, com os organismos da Igreja, com o território em sentido mais amplo.

8. (As áreas) de **animação e formação** do Sistema destinam-se a potenciar e a formar competências comunicativas das pessoas e à gestão da comunicação social nos processos educativos e nas relações internas e externas da Congregação, com os critérios do Sistema Preventivo de Dom Bosco. A consciência do valor da comunicação social como geradora de cultura nos leva à opção prioritária da formação contínua do pessoal. A política do pessoal considera a necessidade de formar educadores-comunicadores culturais e se preocupa também em qualificar profissionalmente pessoas, salesianos e leigos, no empenho em favor da comunicação social. Quanto aos educandos, o projeto prevê o desenvolvimento das competências comunicativas interpessoais e de grupo, a partir das suas necessidades, a formação para a compreensão crítica da mídia, a comunicação e a expressão nas diversas linguagens do teatro, da música, da dança, da imprensa, da arte, do cinema e da TV, da Internet, a competência para o uso da linguagem, dos recursos e dos instrumentos de comunicação social. A Congregação desenvolve programas de formação, mas dispõe também de estruturas “ad hoc”, como os cursos específicos nos “Salesian Institutes for Higher Education” (IUS), nas Escolas Técnicas e nos Centros de Comunicação Social e aproveita outros já existentes fora da Congregação.

9. (A área) de **informação** do Sistema destina-se à produção e difusão de uma informação salesiana que favoreça a comunhão e o sentido de pertença, a educação e a evangelização dos jovens, a conscientização e a mobilização para a missão de Dom Bosco e para a formação de uma opinião salesiana a respeito das questões juvenis e educativas, e a apresentação de uma imagem adequada da Congregação. Com essa finalidade se desenvolveram alguns canais operacionais constantes, entre os quais:

- a Agenzia iNfo Salesiana (ANS), com uma rede de correspondentes e de numerosos produtos informativos em âmbito local das comunidades, inspetorial e mundial;
- as salas de imprensa;
- o Boletim Salesiano, uma revista que mantém intacta a sua vitalidade de origem;
- os Noticiários Inspetoriais, os portais e os sites da web que já estão presentes por toda parte, consolidando a articulação em rede e agilizando a informação salesiana.

10. (A área) de **produção** do Sistema realiza a produção, a manutenção de programas, os recursos e as empresas de comunicação social, os sites da web a serviço da missão educativo-pastoral dos jovens. Faz parte dessa função a promoção da colaboração recíproca e da articulação em rede entre as empresas, e ainda centros de produção de programas para a mídia local.

11. O Reitor Mor padre Pascual Chávez fez-nos uma nova convocação: “Caros irmãos, devemos fazer uma “conversão pastoral”. Nesses últimos decênios trabalhamos muito, mas agora a Igreja e a história nos pedem um maior

impulso a respeito da compreensão do nosso tempo e uma visão mais sábia e corajosa do nosso apostolado. Dom Bosco nos ilumine e nos dê a coragem para sermos competentes e críveis educadores, evangelizadores e comunicadores, como requer a missão de hoje”²⁹.

Padre Tarcísio Scaramussa, Conselheiro Geral para a CS 2002-2008

²⁹ Mensagem par o Conselho Mundial para a Comunicação Social em Roma, em julho de 2004, ACG 382, pp. 63-70.

ANEXO 2: A COMUNICAÇÃO SOCIAL NOS DOCUMENTOS DA CONGREGAÇÃO

Constituições

06 – “Somos educadores da fé nos ambientes populares, em particular com a comunicação social”.

43 – “Trabalhamos no setor da comunicação social. É um campo significativo de ação, que está entre as prioridades apostólicas da missão salesiana. Nosso Fundador intuiu o valor dessa escola de massa, que cria cultura e difunde modelos de vida, e lançou-se a empresas originais apostólicas para defender e sustentar a fé do povo. Seguindo-lhe o exemplo, valorizamos como dons de Deus as grandes possibilidades que a comunicação social nos oferece para a educação e a evangelização”.

84 – (Castidade) usa de maneira discreta e prudente os instrumentos de comunicação social.

59 - ... a comunicação e informação sobre o trabalho dos irmãos, incrementando a comunhão, aprofundam o sentido de pertença e abrem para o serviço da comunidade mundial.

137 – “O Conselheiro para a comunicação social tem o encargo de animar a Congregação nessa área. Promove a ação salesiana no setor da comunicação social e de modo particular coordena, em nível mundial, os centros e as estruturas que a Congregação administra nesse campo”.

Regulamentos

06 – A comunicação no nosso serviço pastoral.

31 – Papel e empenho do Inspetor e seu Conselho.

32 – Educação dos jovens à comunicação social.

33 – Potencialização dos canais de informação na Congregação e na Família Salesiana.

34 – Revisão eclesial das publicações.

44 – Nas comunidades, vigilância sobre os meios de comunicação social.

66 – Prudência no uso dos meios no que tange à castidade.

82 – A comunicação social na formação integral dos salesianos.

142 – Tarefas da Conferência inspetorial no setor da qualificação dos salesianos e no da comunicação social.

Capítulos Gerais

Obs. Além dos números aqui indicados, podem-se ver outros nos índices analíticos dos documentos.

CG 20 – 1971/72 (Doc. 6: nn. 442 a 462) Realidade cultural e educativa de primeira importância: colocam-se assim as bases para o artigo 43 das Constituições.

CG21 – 1978 (nn. 148-153) Um sinal de alerta: necessidade de um salto de qualidade! A comunicação social: caminho para a evangelização.

CG 22 – 1984 (nn. 73-75) Consolidação da identidade e da orientação operativa: as Constituições renovadas no CGE recebem a redação definitiva e a aprovação da Sé Apostólica. Nasce o Dicastério para a Comunicação Social com um Conselheiro Geral.

CG 23 - 1990 (nn. 254-260) O caminho de fé dos jovens requer da comunidade uma nova forma de comunicação. O Inspetor nomeie o encarregado (Delegado) inspetorial para a comunicação.

CG 24 – 1996 (nn. 128-137) Uma das áreas de empenho salesiano para o futuro: releitura do empenho salesiano à luz da comunicação; o amadurecimento de adequadas atitudes culturais e espirituais naqueles que desejam comunicar; em nível inspetorial e em nível local é preciso reforçar a animação por meio do serviço do Delegado; a avaliação quanto à qualidade das comunicações.

CG 25 – 2002 Novo espaço vital de agregação dos jovens (n. 47). Constituição do Conselheiro para a Comunicação Social (n. 133). Uma leitura do Capítulo sob o aspecto da comunicação nos faz entrever múltiplos aspectos: a imagem autêntica da comunidade: testemunho de vida fraterna que se torna resposta à profunda necessidade de comunicação dos jovens (n. 7), a relação interpessoal na comunidade (nn. 13-15), a presença comunicativa com os jovens e o território (nn. 37-48), a comunicação na sociedade – novas exigências da missão: agir em defesa e promoção da juventude (nn. 103, 140), a comunicação nas relações institucionais inspetoriais e mundiais (nn. 111, 159).

CG 26 - 2008 *Sentimo-nos interpelados, ainda, pelas novas tecnologias da comunicação social e pelos desafios educativos impostos por elas. As atuais oportunidades de comunicação tornam-se para os jovens um modo habitual de encontrar-se, trocar mensagens, participar com rapidez. A cultura dos personal media pode comprometer o amadurecimento da capacidade de relação e expor, sobretudo os jovens, ao perigo de encontros e dependências fortemente negativas; é nesse “pátio” que devemos estar presentes para escutar, iluminar, orientar (n. 99). - 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 sites institucionais na Internet; a maior familiaridade com a rede informática, quer para intercâmbios pessoais quer para a 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 (n. 102). - Passando: da atitude tímida de uma presença esporádica nas mídias ao uso responsável delas e à animação educativa e evangelizadora mais incisiva (n. 104). - A comunidade: preveja projetos educativos que ajudem os jovens no uso crítico e responsável dos vários tipos de mídia (mass, folk, personal, convergentes, etc.) e encoraje seu protagonismo no âmbito da comunicação social e da expressão juvenil e popular; use as tecnologias da comunicação social para dar maior visibilidade à própria presença e difundir o carisma (109). - A Inspetoria: defina uma estratégia realista para favorecer uma presença educativa mais incisiva no mundo das mídias e das expressões artísticas juvenis e populares, e prepare pessoal qualificado nesse âmbito (110).- O Reitor Mor com seu Conselho: reflita, por meio dos Dicastérios para a Comunicação Social, Formação e Pastoral Juvenil, sobre os novos desafios da cultura da personal media para a formação dos Salesianos, a preparação dos leigos, a ajuda aos jovens (111).*

Atos do Conselho Geral – 1977-2005

Cartas do Reitor Mor:

1977 – ACG 287 (p. 3-33): Padre Luigi Ricceri: “As notícias de Família” – Sobre a

informação salesiana, na comemoração do centenário do Boletim Salesiano.

1981 – ACG 302 (p. 3-30): Padre Egidio Viganò: “A Comunicação Social nos interpela”. A CS na missão, como novidade de presença. Formação à CS. Promoção da informação”.

2000 - ACG 370 (p. 3-44): Padre Juan Vecchi: “A Comunicação na missão salesiana”.

2005 – ACG 390 (p. 3-46): Padre Pascual Chávez: “Com a coragem de Dom Bosco nas novas fronteiras da Comunicação Social”

Orientações e Diretrizes:

1981 – ACG 302 (p. 31-50): Padre Giovanni Raineri: “O Pensamento de Dom Bosco como programa da editora salesiana”.

1985 – ACG 315 (47-55): Padre Sergio Cuevas: “O Boletim Salesiano”.

1989 – ACG 329 (p. 28-38): Padre Sergio Cuevas: “Salesianos: comunicação e educação”.

1989 – ACG 329: Dicastério para a Comunicação Social. Padre Sergio Cuevas: “Os Salesianos e a comunicação”: políticas, metodologias, setores de intervenção, prioridades operativas.

1991 – ACG 338 (p. 55-64): Padre Antonio Martinelli: “Comunicação Social: deliberação n. 6 do CG23”. “O caminho de fé dos jovens requer da comunidade uma nova forma de comunicação” (254). “O Inspetor nomeie o encarregado inspetorial da Comunicação Social” (259).

1993 – ACG 346 (p. 38-48): Padre Antonio Martinelli: “O empenho da Inspeção para organizar o setor da Comunicação Social”.

1996 – ACG 358 número especial (p. 29-32): Programação do sexênio..

1997 – ACG 361 (p. 48-57): Padre Antonio Martinelli: “Uma expressiva presença salesiana: o Boletim Salesiano (BS 1999)

ACG 366, (p. 100-118): Padre Juan Vecchi: Intervenção programática para os diretores do Boletim Salesianos (Roma).

2000 – ACG 370: Padre Antonio Martinelli: “Descobrir a urgência da Comunicação” (a CS nos Capítulos Gerais – do CG19 ao CG24).

2002 – ACG 380 número especial (p. 46-51): Programação do sexênio.

2005 – ACG 390 (47-56): Padre Tarcisio Scaramussa: “Diretrizes para a editoria salesiana”

Documentos e notícias:

2004 – ACG 387 (p. 63-70): Padre Pascual Chávez V., Mensagem do Reitor Mor para o Conselho Mundial de Comunicação Social.

2005 - ACG 390 (p, 3-56); Padre Pascual Chávez V., “Com acoragem de Dom Bosco nas novas fronteiras da comunicação social”.

RATIO - 2000

O Livro do Delegado: atualmente conhecido como *Il Salesianos. Un Comunicatore*.

ANEXO 3: MENSAGEM DO SANTO PADRE BENTO XVI PARA O XLIII DIA DAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS *(tradução extraída do site do Vaticano).*

Amados irmãos e irmãs,

Aproximando-se o Dia Mundial das Comunicações Sociais, é com alegria que me dirijo a vós para expor-vos algumas minhas reflexões sobre o tema escolhido para este ano: Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade. Com efeito, as novas tecnologias digitais estão a provocar mudanças fundamentais nos modelos de comunicação e nas relações humanas. Estas mudanças são particularmente evidentes entre os jovens que cresceram em estreito contacto com estas novas técnicas de comunicação e, conseqüentemente, sentem-se à vontade num mundo digital que entretanto para nós, adultos que tivemos de aprender a compreender e apreciar as oportunidades por ele oferecidas à comunicação, muitas vezes parece estranho. Por isso, na mensagem deste ano, o meu pensamento dirige-se de modo particular a quem faz parte da chamada geração digital: com eles quero partilhar algumas ideias sobre o potencial extraordinário das novas tecnologias, quando usadas para favorecerem a compreensão e a solidariedade humana. Estas tecnologias são um verdadeiro dom para a humanidade: por isso devemos fazer com que as vantagens que oferecem sejam postas ao serviço de todos os seres humanos e de todas as comunidades, sobretudo de quem está necessitado

e é vulnerável.

A facilidade de acesso a telemóveis e computadores juntamente com o alcance global e a onipresença da internet criou uma multiplicidade de vias através das quais é possível enviar, instantaneamente, palavras e imagens aos cantos mais distantes e isolados do mundo: trata-se claramente duma possibilidade que era impensável para as gerações anteriores. De modo especial os jovens deram-se conta do enorme potencial que têm os novos «media» para favorecer a ligação, a comunicação e a compreensão entre indivíduos e comunidade, e usam-nos para comunicar com os seus amigos, encontrar novos, criar comunidades e redes, procurar informações e notícias, partilhar as próprias ideias e opiniões. Desta nova cultura da comunicação derivam muitos benefícios: as famílias podem permanecer em contacto apesar de separadas por enormes distâncias, os estudantes e os investigadores têm um acesso mais fácil e imediato aos documentos, às fontes e às descobertas científicas e podem por conseguinte trabalhar em equipa a partir de lugares diversos; além disso a natureza interativa dos novos «media» facilita formas mais dinâmicas de aprendizagem e comunicação que contribuem para o progresso social.

Embora seja motivo de maravilha a velocidade com que as novas tecnologias evoluíram em termos de segurança e eficiência, não deveria surpreender-nos a sua popularidade entre os utentes porque elas respondem ao desejo fundamental que têm as pessoas de se relacionar umas com as outras. Este desejo de comunicação e amizade está radicado na nossa própria natureza de seres humanos, não se podendo compreender adequadamente só como resposta às inovações tecnológicas. À luz da mensagem bíblica, aquele deve antes ser lido como reflexo da nossa participação no amor comunicativo e unificante de Deus, que quer fazer da humanidade inteira uma única família. Quando sentimos a necessidade de nos aproximar das outras pessoas, quando queremos conhecê-las melhor e dar-nos a conhecer, estamos a responder à vocação de Deus - uma vocação que está gravada na nossa natureza de seres criados à imagem e semelhança de Deus, o Deus da comunicação e da comunhão.

O desejo de interligação e o instinto de comunicação, que se revelam tão naturais na cultura contemporânea, na verdade são apenas manifestações modernas daquela propensão fundamental e constante que têm os seres humanos para se ultrapassarem a si mesmos entrando em relação com os outros. Na realidade, quando nos abrimos aos outros, damos satisfação às nossas carências mais profundas e tornamo-nos de forma mais plena humanos. De fato amar é aquilo para que fomos projetados pelo Criador. Naturalmente não falo de relações passageiras, superficiais; falo do verdadeiro amor, que constitui o centro da doutrina moral de Jesus: «Amarás o Senhor, teu Deus, com todo o teu coração, com toda a tua alma, com todo o teu entendimento e com todas as tuas forças» e «amarás o teu próximo como a ti mesmo» (cf. Mc 12, 30-31). Refletindo, à luz disto, sobre o significado das novas tecnologias, é importante considerar não só a sua indubitável capacidade de favorecer o contacto entre as pessoas, mas também a qualidade dos conteúdos que aquelas são chamadas a pôr em circulação. Desejo encorajar todas as pessoas de boa vontade, ativas no mundo emergente da comunicação digital, a que se

empenhem na promoção de uma cultura do respeito, do diálogo, da amizade.

Assim, aqueles que operam no sector da produção e difusão de conteúdos das novas “mídias” não podem deixar de sentir-se obrigados ao respeito da dignidade e do valor da pessoa humana. Se as novas tecnologias devem servir o bem dos indivíduos e da sociedade, então aqueles que as usam devem evitar a partilha de palavras e imagens degradantes para o ser humano e, conseqüentemente, excluir aquilo que alimenta o ódio e a intolerância, envilece a beleza e a intimidade da sexualidade humana, explora os débeis e os inermes.

As novas tecnologias abriram também a estrada para o diálogo entre pessoas de diferentes países, culturas e religiões. A nova arena digital, o chamado ciberespaço, permite encontrar-se e conhecer os valores e as tradições alheias. Contudo, tais encontros, para ser fecundos, requerem formas honestas e corretas de expressão juntamente com uma escuta atenciosa e respeitadora. O diálogo deve estar radicado numa busca sincera e recíproca da verdade, para realizar a promoção do desenvolvimento na compreensão e na tolerância. A vida não é uma mera sucessão de fatos e experiências: é antes a busca da verdade, do bem e do belo. É precisamente com tal finalidade que realizamos as nossas opções, exercitamos a nossa liberdade e nisso - isto é, na verdade, no bem e no belo - encontramos felicidade e alegria. É preciso não se deixar enganar por aqueles que andam simplesmente à procura de consumidores num mercado de possibilidades indiscriminadas, onde a escolha em si mesma se torna o bem, a novidade se contrabandeia por beleza, a experiência subjetiva sobrepõem-se à verdade.

O conceito de amizade logrou um renovado lançamento no vocabulário das redes sociais digitais que surgiram nos últimos anos. Este conceito é uma das conquistas mais nobres da cultura humana. Nas nossas amizades e através delas crescemos e desenvolvemo-nos como seres humanos. Por isso mesmo, desde sempre a verdadeira amizade foi considerada uma das maiores riquezas de que pode dispor o ser humano. Por este motivo, é preciso prestar atenção a não banalizar o conceito e a experiência da amizade. Seria triste se o nosso desejo de sustentar e desenvolver on-line as amizades fosse realizado à custa da nossa disponibilidade para a família, para os vizinhos e para aqueles que encontramos na realidade do dia a dia, no lugar de trabalho, na escola, nos tempos livres. De fato, quando o desejo de ligação virtual se torna obsessivo, a consequência é que a pessoa se isola, interrompendo a interação social real. Isto acaba por perturbar também as formas de repouso, de silêncio e de reflexão necessárias para um sã desenvolvimento humano.

A amizade é um grande bem humano, mas esvaziar-se-ia do seu valor, se fosse considerada fim em si mesma. Os amigos devem sustentar-se e encorajar-se reciprocamente no desenvolvimento dos seus dons e talentos e na sua colocação ao serviço da comunidade humana. Neste contexto, é gratificante ver a aparição de novas redes digitais que procuram promover a solidariedade humana, a paz e a justiça, os direitos humanos e o respeito pela vida e o bem da criação. Estas redes podem facilitar formas de cooperação entre povos de diversos contextos geográficos e culturais, consentindo-lhes de aprofundar a comum humanidade

e o sentido de corresponsabilidade pelo bem de todos. Todavia devemos-nos preocupar por fazer com que o mundo digital, onde tais redes podem ser constituídas, seja um mundo verdadeiramente acessível a todos. Seria um grave dano para o futuro da humanidade, se os novos instrumentos da comunicação, que permitem partilhar saber e informações de maneira mais rápida e eficaz, não fossem tornados acessíveis àqueles que já são econômica e socialmente marginalizados ou se contribuíssem apenas para incrementar o desnível que separa os pobres das novas redes que se estão a desenvolver ao serviço da informação e da socialização humana.

Quero concluir esta mensagem dirigindo-me especialmente aos jovens católicos, para vos exortar a levarem para o mundo digital o testemunho da sua fé. Caríssimos, senti-vos comprometidos a introduzir na cultura deste novo ambiente comunicador e informativo os valores sobre os quais assenta a vossa vida. Nos primeiros tempos da Igreja, os Apóstolos e os seus discípulos levaram a Boa Nova de Jesus ao mundo greco-romano: como então a evangelização, para ser frutuosa, requereu uma atenta compreensão da cultura e dos costumes daqueles povos pagãos com o intuito de tocar as suas mentes e corações, assim agora o anúncio de Cristo no mundo das novas tecnologias supõe um conhecimento profundo das mesmas para se chegar a uma sua conveniente utilização. A vós, jovens, que vos encontrais quase espontaneamente em sintonia com estes novos meios de comunicação, compete de modo particular a tarefa da evangelização deste «continente digital». Sabei assumir com entusiasmo o anúncio do Evangelho aos vossos coetâneos! Conheceis os seus medos e as suas esperanças, os seus entusiasmos e as suas desilusões: o dom mais precioso que lhes podeis oferecer é partilhar com eles a «boa nova» de um Deus que Se fez homem, sofreu, morreu e ressuscitou para salvar a humanidade. O coração humano anseia por um mundo onde reine o amor, onde os dons sejam compartilhados, onde se construa a unidade, onde a liberdade encontre o seu significado na verdade e onde a identidade de cada um se realize numa respeitosa comunhão. A estas expectativas pode dar resposta a fé: sede os seus arautos! Sabei que o Papa vos acompanha com a sua oração e a sua bênção.

Vaticano, 24 de Janeiro - dia de São Francisco de Sales - de 2009.

BENEDICTUS PP. XVI

ÍNDICE ALFABÉTICO

animação	7, 13, 15, 16, 19, 21, 32, 33, 36, 44, 45, 48, 50, 51, 53, 56, 57, 58, 61, 62, 65, 66, 68, 72, 75
animação	
políticas	33
Animação	27, 30, 43, 71
ANS	19, 37, 47, 51, 53, 54, 57, 64, 72
Bento XVI	7, 13, 77
blog	13, 16, 35
Boletim Salesiano	13, 16, 19, 47, 51, 56, 64, 70, 72, 75, 76
catequese	22, 34, 37, 62, 65, 67, 68
centros	
produção	28
chat	13, 35, 57
ciberespaço	13
cinema	11, 13, 15, 35, 36, 49, 61, 72
competências	33
comunicação	10, 11, 12, 13, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 28
animação	33
áreas	30
comunicação	26, 27
Conselheiro	46
Conselho	48
coordenador	52
critérios	23, 36
delegado inspet.	50
denvolvimento	43
dicastério	57
educação	28
equipe	47, 51
formação	34
informação	37
interpessoal	30
ispetor	49
meios	15, 20, 22, 26, 55
orientações	60
plano	43
política	32
recursos	16, 26, 28, 29
sistema	27, 29
sistema de	16
social	13
social, discastério	14
Conselheiro geral	60, 62
Conselheiro Geral	9, 21, 30, 32, 43, 46, 47, 49, 73, 74
Conselho Mundial	7, 8, 48, 60, 76
Constituições	2, 16, 37, 38, 45, 60, 64, 74
critérios	7, 8, 20, 23, 36, 54, 68, 72

critérios	
éticos	24
salesianos	50, 52
Cuevas	76
da Internet	65
digital	8, 78, 79
conservação	36
continente	13, 35, 79
digital	14, 21
geração	14, 77
mundo	77
desenvolvimento	9, 15, 20, 21, 26, 29, 30, 33, 36, 39, 41, 43, 44, 48, 62, 64, 71, 72, 78
desenvolvimento	
políticas	43
Dom Bosco	11, 12, 13, 16, 18, 19, 20, 23, 24, 26, 27, 31, 35, 37, 38, 56, 58, 64, 65, 72, 76
Eco, Umberto	11
ecossistema	7, 9, 14, 25, 26, 27, 30, 71
Ecosistema	71
editoria	14, 37, 76
educação	8, 13, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 38, 40, 52, 53, 55, 56, 57, 62, 65, 66, 72, 74, 76
Educação	74
educomunicação	14, 59, 66
Encarnação	11, 23
evangelização	8, 14, 19, 20, 21, 22, 23, 26, 29, 31, 32, 33, 37, 52, 57, 65, 66, 68, 72, 74, 79
Evangelização	23
F/LOSS	14
família	9, 19, 24, 25, 33, 56, 63, 77, 78
Família Salesiana	24, 27, 28, 29, 32, 36, 49, 51, 53, 54, 58, 64, 68, 71, 74
formação	8, 16, 17, 21, 26, 28, 29, 30, 33, 34, 35, 38, 40, 43, 44, 45, 48, 50, 51, 52, 56
centros de	28, 58
formação	60
permanente	15, 27, 50
González	9
identidade	7, 38, 40, 74, 79
imprensa	18, 20, 36, 37, 49, 53, 58, 61, 63, 65, 67, 72
políticas	38
sala	51, 52, 54, 72
Imprensa	
sala	47
informação	14, 21, 27, 28, 29, 30, 36, 39, 40, 44, 45, 48, 50, 1, 53, 54, 55, 56, 58, 61, 65, 67, 71, 72, 74, 75
Informação	72
internet	61, 67, 75, 77
Internet	36, 48, 56, 57, 63, 64, 65, 72

leigos	29, 30, 33, 43, 48, 58, 62, 68, 71, 72, 75
Leituras Católicas	18
linguagem	15
Marshall, Gordon	15
Martinelli	16, 70, 76
mídia	21, 34, 35, 36, 55, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 72, 77
mídia	
convergentes	15
educação a	33
mass	26, 51
novos	29
personal	15, 75
pessoais	33
social	26
media educator	35
missão	8, 13, 17, 18, 19, 21, 28, 29, 31, 32, 38, 39, 43, 44, 49, 51, 56, 64, 71, 72, 75
missão	
dicastérios da	14
educativa	29, 71, 72
missão	16, 23, 24, 26, 27, 33, 51
salesiana	13, 23, 28, 33, 34, 43, 44, 50, 53, 55, 58, 60, 61, 64, 71, 74
Missão	7, 39
network	15
networking	5, 16, 25
Noticiário	51, 58
novas fronteiras	15, 76
novas tecnologias	20, 21, 65, 68, 75, 77, 78
organização	18, 20, 25, 30, 36, 45, 58
Organização	46
orientações	34, 48
Orientações	17, 30, 60
pastoral juvenil	33, 75
Pastoral Juvenil	14, 50, 52, 59
Pio IX	18
POI	8, 16, 43, 59
políticas	18, 21, 25, 33, 41, 61, 71, 76
políticas	
informação	36
Políticas	32
porta-voz	37, 54, 55
produção	21, 29, 31, 33, 37, 43, 44, 48, 49, 50, 52, 54, 61, 62, 65, 68, 72, 78
produção	
centros	21
Produção	48
projetação	43, 51
projetação	
políticas	43

Projetação	41
projeto	12, 25, 29, 32, 33, 44, 59, 68, 70, 71, 72
projeto	
de animação	27
de anim. e governo	15, 32, 36, 43, 56, 60, 71
de vida	26
orgânico inspet.	16
promoção	17, 23, 26, 32, 37, 40, 41, 44, 45, 50, 52, 62, 72, 75, 78
promoção	
políticas	44
Promoção	75
protagonistas	26
quadro de referência	16, 17, 32, 45, 61, 67
rádio	7, 11, 13, 30, 39, 49, 61, 63, 65, 67, 68
Ratio	16, 34, 60, 62
rede	8, 11, 12, 13, 15, 22, 25, 26, 27, 28, 29, 32, 34, 37, 39, 50, 54, 59, 70, 72, 75
Reitor Mor	15, 30, 32, 34, 36, 43, 45, 47, 53, 55, 56, 60, 71, 72, 75, 76
Sales	
Francisco	12, 23
Scaramussa	7, 73, 76
Settor	7, 8, 22, 26, 34, 39, 47, 49, 51, 71, 74, 76, 78
Settor	43
sistema	2, 7
sistema	13, 14, 15, 16, 19, 27, 29, 30, 35, 41, 43, 51, 70
Sistema Preventivo	8, 11, 23, 24, 35, 38
sites	39, 56, 57, 72, 75
sites da web	19, 26, 30, 31, 37, 38
SSCS	7, 14, 15, 16, 17, 21, 23, 30, 32, 41, 43, 44, 45, 46, 50, 52, 60, 70, 71
suporte	44, 45, 56
suporte	
políticas	44
Suporte	41
testemunho	23, 37, 39, 75, 79
TM	16, 45
translation memory	16
TV	7, 36, 40, 63, 65, 67, 72
Valdocco	8, 12, 37
visão	18, 19, 20, 21, 23, 25, 28, 29, 33, 49, 50, 65, 68, 70, 71, 72
Visão	37, 38, 40
Web 2.0	16, 39
webmaster	7, 39, 57