

DIREZIONE GENERALE OPERE DON BOSCO
Via della Pisana 1111 -00163 ROMA

**ORIENTACIONES PARA LA
FORMACIÓN DE LOS
SALESIANOS EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**
Contenidos y metodologías
para las diversas fases
formativas

El Consejero general para la formación
El Consejero general para la comunicación social

Roma, 24 de mayo de 2006

INTRODUCCIÓN

En la Congregación la comunicación social siempre ha sido vista como un campo necesario y urgente de formación. Dada su enorme importancia para la vida y misión salesianas, desde los años noventa ha habido varios tentativos de ofrecer un programa de formación para las diversas fases, especialmente para los que están en la formación inicial.

El impulso para la elaboración de estas “Orientaciones” se debe a una serie de hechos concomitantes: la promulgación de la nueva Ratio en 2000, la opción realizada por el CG 25 en el 2002 de tener un Consejero general exclusivamente para el Dicasterio de la comunicación social, la indicación del Proyecto del Rector Mayor y su Consejo de elaborar un itinerario formativo de los salesianos en comunicación social, la petición de la Consulta mundial de la comunicación social en 2004, la publicación de las líneas operativas del “Sistema salesiano de comunicación social” al inicio del 2005 y, últimamente, la Carta del Rector Mayor publicada en ACG 390.

Estas “Orientaciones” nacen de la colaboración entre los Dicasterios de comunicación social y la formación y son fruto de una consulta de la Congregación, especialmente entre especialistas en el campo de la comunicación social y los formadores. Su inspiración está basada en los documentos eclesiales referentes a la comunicación social, en nuestras Constituciones y Reglamentos Generales, en las Cartas de los Rectores Mayores: Don Viganó (ACG 289), Don Vecchi (ACG 370 y 366), Don Chávez (ACG 387 y 390). Asumen las experiencias maduradas en estos años en diversas Inspectorías y áreas de la Congregación.

Destinatarios

Las “Orientaciones para la formación de los salesianos en comunicación social” están dirigidas a las mismas personas y organismos a los que se dirigió la Ratio, es decir: a todos los salesianos, y de modo particular, a los Inspectores con sus Consejos, a los Delegados y a las Comisiones inspectoriales de la formación y de comunicación social, a los formadores y formandos, a todos los que tienen incumbencias en la formación inicial y permanente de los salesianos.

Objetivo

Objeto de estas “Orientaciones” es la formación del salesiano, para que llegue a ser un “buen comunicador” (FSFB 252) poniendo particular atención en el ámbito de la comunicación social.

Ser un buen comunicador requiere la capacidad de recepción crítica y de producción creativa de informaciones y mensajes. Al mismo tiempo, ha de ser capaz de animar y gestionar la comunicación social en los procesos educativos pastorales. Necesita, por fin, ser capaz de relacionarse en el ámbito de la comunicación social, tanto dentro como fuera de la Congregación.

Dicho ámbito comprende los diversos mass media y personal media, tales como la prensa, el cine, la radio, la televisión, el internet, el DVD, el móvil... Se extiende a todas las interacciones dentro de una sociedad o grupo cultural, como son la publicidad, el teatro, la música, las relaciones públicas; y alcanza hasta la cultura, y sobre todo, el modelo antropológico que los media crean y difunden.

Niveles de formación

Es necesario tener en cuenta que estas “Orientaciones” miran a la formación integral en la comunicación social y no exclusivamente al “training”, porque pretenden llegar no sólo a la asunción de algunas capacidades y técnicas, sino también a la transformación de toda su persona, incluidos sus actitudes y sentido crítico.

Conviene recordar aquí dos aspectos, presentes en las líneas operativas del “Sistema salesiano de comunicación social” en los números 59 y 89, que orientan la formación en este ámbito. En ellos se afirma que la comunicación social se desarrolla dentro del cuadro de orientación de la pastoral juvenil (n. 59) y se propone cuáles deben ser las referencias de la formación en la comunicación social (n. 89).

Siguiendo lo que el magisterio de la Iglesia y los documentos de la Congregación dicen, las líneas operativas sobre el “Sistema salesiano de comunicación social” en el número 90, proponen y especifican cuáles deben ser los tres niveles de formación

El primer nivel, básico, mira a la formación de los receptores. Se trata de:

- educar al salesiano al sentido crítico y formar su conciencia de modo que sepa superar las sutiles insinuaciones y manipulaciones de los media;
- adiestrarlo a hacer opciones libres y responsables, usando los mass media no exclusivamente como diversión, sino, sobre todo, como información y formación, para un crecimiento armónico cultural y social;

- enseñar el aspecto técnico de cada instrumento, indispensable para una “lectura” correcta y comprensión objetiva de sus comunicaciones; crear el conocimiento de las implicaciones sociales, culturales, políticas y económicas que están en la base de los mensajes y de los valores propuestos por los media, con especial atención a la relación entre media y publicidad, ideología y poder político;
- cuidar la estética de la comunicación mediante el conocimiento del arte, la literatura y la música en una óptica comunicativa. Esto significa promover el interés por las manifestaciones culturales en general; competencia y aprecio de las bellas artes; estudio de la música de los jóvenes para comprender sus problemas y lenguajes, sus sueños, y poder así dialogar y buscar con ellos; lectura de alguna página de literatura moderna.

El segundo nivel mira a la preparación de agentes educativos y pastorales. Se trata de:

- habilitar al salesiano en el uso correcto de los diversos instrumentos de comunicación social en las actividades educativas y pastorales;
- formar salesianos y seglares en el uso de la comunicación social en la enseñanza y en la educación, en la catequesis y en la predicación, en la promoción de la paz y el desarrollo, y dar voz a las necesidades de los pobres;
- sensibilizar y preparar al salesiano a integrar el Evangelio en la “nueva cultura” creada por la comunicación

social moderna.

El tercer nivel se refiere a la preparación de especialistas de comunicación social, que tengan en cuenta toda la comunidad inspectorial que tiene necesidad de:

- especializar a algunos hermanos que manifiestan especiales inclinaciones, para que sean expertos en enseñar comunicación social;
- preparar a algunas personas para trabajar en la producción en el campo mediático y dedicar su competencia en la gestión y animación de empresas Inspectoriales en este campo.

En la formación inicial se apunta al primer y segundo nivel de formación; en la formación permanente se realiza su actualización y para algunos se alcanza también el tercer nivel.

Descripción de cada fase formativa

Para cada fase de la formación, tanto inicial como permanente, este instrumento presenta, ante todo, una breve síntesis de lo que la Ratio dice sobre la naturaleza y finalidad de dicha fase.

Luego, subraya algunos aspectos formativos de la fase que, en particular, tienen relación con la comunicación social. Se trata de los objetivos de la formación a la comunicación social, presentados no en abstracto, sino en forma de lineamientos a asumir.

Sigue la propuesta de algunos temas de estudio, que pueden promover una reflexión teórica sobre el significado de los medios, su función social, su lenguaje y su uso crítico. Los contenidos de estudio podrán ser sistematizados mejor cuando se asuma en consideración la Ratio Studiorum de las diversas fases.

Finalmente, se indican las experiencias a realizar y las competencias que adquirir, a fin de alcanzar los objetivos. Es obvio que las experiencias no hay que limitarlas a la fase en que se señalan, sino que se deben continuar en las fases siguientes; como también las competencias requieren ser adquiridas progresivamente. Esta parte tiene necesidad de ser experimentada. A este respecto se requerirá el ofrecimiento de subsidios por parte de los Dicasterios de formación y de comunicación social.

Para cada fase de formación se presenta por lo tanto: una síntesis de la naturaleza y finalidad de la propia fase, los objetivos referentes a la comunicación social, los temas de estudio y reflexión, las experiencias y competencias.

Agradecemos a todos aquellos que han colaborado en la elaboración de estas "Orientaciones". Nos auguramos que puedan ser una ayuda valiosa para la formación de los salesianos, constituyan una referencia compartida de la que partir para realizar una experimentación fructífera, contribuyan en la colaboración entre los Delegados y las Comisiones Inspectoriales de formación y de comunicación.

Don Francisco Cereda Consejero general para la formación

Don Tarcisio Scaramussa Consejero general para la comunicación social

1. PRENOVICIADO

1.1. El prenoviciado es la fase de formación en la que el candidato a la vida salesiana profundiza su opción vocacional, madurando especialmente en los aspectos humanos y cristianos, de modo que pueda ser idóneo para iniciar el noviciado.

1.2. Como parte de este crecimiento humano y cristiano, es necesario que el candidato:

- se abra a la realidad social y cultural de su ambiente y del mundo de la comunicación social;
- sea sensible a los problemas de los jóvenes pobres y marginados y a las situaciones de pobreza, injusticia y exclusión;
- madure en el realismo de la vida y crezca en su sentido de compasión y de solidaridad, que manifiesta en un estilo de vida sencilla (cf. FSDB 338);
- comience a desarrollar un serio sentido crítico que lo haga capaz de juicios respetuosos y objetivos sobre personas y acontecimientos y lo lleve a tomar posición sobre los modelos culturales propuestos por los media;
- sepa, por tanto, leer críticamente y usar responsablemente los medios de comunicación social (cf. FSDB 69);
- madure una serena afectividad y ejercite la vigilancia en la propia vida, practicando la custodia de los sentidos y haciendo un uso discreto y prudente de los medios de comunicación social (cf. FSDB 65).

1.3. Por lo tanto se proponen al candidato, algunos temas de estudio como introducción a la comunicación social: qué es la comunicación; formas de comunicación; modelos de comunicación; lenguaje de signos y de símbolos; comunicación social; cultura audio-visual; historia de la comunicación social.

1.4. Se sugieren, finalmente, al candidato las siguientes experiencias para realizar y competencias que adquirir:

- desarrollar las propias aptitudes y capacidades en la comunicación: escuchar, hablar, escribir, leer en público, recibir feedback;
- adquirir, según las propias posibilidades, la capacidad artística, dramática, musical; aprender a usar bien el ordenador e internet;
- interesarse por los medios como la prensa, las revistas, los periódicos; educarse en el uso adecuado del tiempo libre y en la elección responsable de los programas televisivos e internet;
- saber apreciar y valor críticamente los medios y los productos de comunicación social;
- habituarse a hacer uso atento de los periódicos, la radio, la televisión, los noticiarios, los boletines;
- comprometerse en el análisis y discusión de noticias, particularmente las referentes a cuestiones juveniles y populares, y los desafíos culturales y multiculturales actuales para la Iglesia, especialmente en el campo de la paz, la justicia, la solidaridad, el trabajo, la familia.

2. NOVICIADO

2.1. El noviciado es el inicio de la experiencia religiosa salesiana como seguimiento de Cristo. El novicio comienza a vivir la vida consagrada apostólica, interiorizando los valores salesianos.

2.2. Como parte de este ejercicio práctico de la vida salesiana, el novicio:

- sigue cultivando el dominio de sí y la templanza, y consolidando las motivaciones de sus opciones (cf. FSDB 359);
- asume esta actitud también en relación con los medios de comunicación social;
- desarrolla una fuerte adhesión a Don Bosco, a la Congregación, a la Familia salesiana y al Movimiento Salesiano (cf. FSDB 362);
- ve en la comunicación social un campo de acción significativo que forma parte de las prioridades apostólicas de la misión salesiana;
- crece en una fuerte sensibilidad hacia la misión salesiana entre los jóvenes pobres, de cuya condición se mantiene informado;
- cultiva la atención por las necesidades del mundo y un vivo sentido de Iglesia; por esto nutre en sí mismo un verdadero impulso misionero (cf. FSDB 366).

2.3. Forma parte de su formación en la comunicación social el desarrollo de algunos temas de estudio:

- Don Bosco maestro de comunicación;
- las referencias de las Constituciones y de los Reglamentos sobre la comunicación social;
- el camino de la Congregación en el campo de la comunicación social desde el CGE hasta nuestros días.

2.4. Se sugieren, al novicio, las siguientes experiencias que realizar y competencias que adquirir:

- usar los “espacios” de libertad y de responsabilidad dados en el noviciado, respecto del uso de los medios de comunicación social para evaluarse a sí mismo, ejercitando la propia autonomía personal, haciendo un uso discreto y prudente de los media con actitud crítica, reflexionando sobre las elecciones hechas;
- desarrollar las propias aptitudes para la comunicación: foto, video, teatro, música, pequeñas publicaciones, internet, diseño;
- usar los media en la escucha y meditación de la Palabra de Dios, al compartir la fe y la oración en el grupo y en la liturgia, en las experiencias apostólicas del noviciado;
- adiestrarse, mediante el forum y otras actividades análogas para analizar, discutir y juzgar críticamente espectáculos y mensajes, especialmente los de destacado o controvertido relieve en relación con la misión de la Iglesia y de la Congregación hacia los jóvenes;

- entrar en contacto con la comunicación social en la Congregación y en la Familia Salesiana: Boletín Salesiano, ANS, el sitio de la Direzione Generale Opere Don Bosco www.sdb.org, noticiarios, etc.;
- desarrollar el sentido de pertenencia a la Congregación a través de la lectura de noticias salesianas.

3. POSTNOVICIADO

3.1. El postnoviciado es la fase en que el neoprofeso salesiano consolida el propio crecimiento vocacional y se prepara para el tirocinio, integrando progresivamente fe, cultura y vida, a través de la profundización de la experiencia de la vida religiosa y del espíritu de Don Bosco y una adecuada preparación filosófica, pedagógica y catequística en diálogo con la cultura (cf. C 114).

3.2. Forma parte, pues, de la formación de un postnovicio que él

- se capacite en una seria relación con la cultura, con el mundo juvenil, con los problemas educativos, con una visión cristiana (cf. FSDB 401);
- adquiera una comprensión amplia y, al mismo tiempo, crítica, de la comunicación social, sabiendo leer, evaluar críticamente e interactuar con los media, la información y la publicidad moderna, y estando en condiciones de comprender sus efectos psicológicos y sociológicos en los ambientes populares y juveniles;

- logre una cierta competencia en las técnicas de las diversas formas de comunicación social, con el fin de saber usarlas (cf. FSDB 410).

3.3. Siendo la formación intelectual el aspecto específico de esta fase, el postnovicio se compromete también en estudios en el campo de la comunicación social:

- teoría de la comunicación y problemas psicológicos y sociológicos de la comunicación social;
- formas de comunicación, en particular, las nuevas técnicas de prensa, radio, TV, internet;
- la cultura producida por la comunicación social;
- los media education;
- la aplicación de la comunicación social a los diversos ámbitos de la catequesis, liturgia, acción pastoral en general, didáctica y animación cultural.

3.4. Estos estudios están acompañados por diversas experiencias que realizar y de competencias que adquirir:

- desarrollar las propias aptitudes para la comunicación social respecto a fotografías, video, teatro, periodismo, programas del ordenador, dibujo, poster, cartelera, música, audiovisuales;
- tomar parte en grupos de análisis y discusión, que evalúen con sentido crítico cristiano sobre los productos ofrecidos por los mass-media, en particular el contenido y el

lenguaje de las noticias, la publicidad, los periódicos, los films, el video, el Internet y los video juegos, y que influyen sobre la globalización de la información;

- conocer el lenguaje y la jerga de los jóvenes; realizar con ellos las formas salesianas del teatro, las fiestas, las veladas, los concursos...;
- implicarse en la producción de servicios informativos sea locales como inspectoriales.

4. TIROCINIO

4.1. El tirocinio es la fase de confrontación vital e intensa con la acción salesiana, realizada en una experiencia educativo pastoral, que ayude al hermano a madurar en su vocación salesiana y a comprobar su idoneidad vocacional para la profesión perpetua (cf. FSDB 428-429).

4.2. A causa de su naturaleza, el tirocinio no tiene un verdadero currículo de estudios. Es una experiencia, o mejor, un conjunto de experiencias diversas de la vida y actividad salesianas, entre las que está también el uso responsable de la comunicación social y su empleo para la propia formación y para el trabajo de educación y evangelización de los jóvenes. En particular el tirocinante puede aplicar y verificar los que dicen las líneas operativas del “Sistema salesiano de comunicación social” en los números 68 y 92, que hacen referencia a los sujetos responsables de la comunicación social y a la animación de la comunicación social en los procesos educativos.

4.3. Sin embargo, es muy válida una reflexión y una confrontación entre tirocinantes sobre las experiencias hechas y cuando sea posible, algún programa breve que trate de la comunicación social dentro del cuadro de una formación pedagógica, metodológica, educativa y catequética (cf. FSDB 433). Por ejemplo, podría ser útil una reflexión sobre algunos aspectos, como la presencia entre los jóvenes desde el punto de vista que McLuhan afronta en su libro “El medio es el mensaje”; la educocomunicación en la acción educativa pastoral; la globalización de los media y su influjo sobre las opciones y el estilo de la vida religiosa.

5. FORMACIÓN ESPECÍFICA

5.1. La formación específica es la fase que completa la formación de base del educador pastor salesiano en la línea de su vocación específica como coadjutor o presbítero.

5.2. Forma parte de esta fase hacer que el salesiano

- tenga una base sólida de convicciones en el campo de la comunicación social;
- esté preparado para ser un educador, maestro y guía de los demás, enseñando a usar instrumentos críticos para leer, entender y valorar los textos y los mensajes propuestos y, muchas veces, impuestos por los mass-media;
- sea capaz de ser un pastor en el campo de la comunicación social utilizando en las actividades pastorales con sabiduría y capacidad profesionales, las técnicas y los procesos de la comunicación moderna a nivel de grupo

y de masa, e integrando el Evangelio en la cultura de los media.

5.3. Por una parte, pues, se requieren estudios que ofrezcan un cuadro de referencia teórica:

- teología de la comunicación;
- documentos eclesiales sobre la comunicación social;
- pastoral de la comunicación social con atención a la ética en la comunicación y las problemáticas pastorales conexas con las culturas juveniles (cf. FSDB 468).

5.4. Por otra parte, se invita al formando a valerse de ciertas experiencias que realizar y competencias que adquirir:

- ejercitarse en el uso de la tecnología de la información e internet;
- usar las técnicas de la comunicación social en la homilética, la praxis litúrgica, la pastoral, la catequesis y, en general, en el mundo del trabajo y en el servicio ministerial, y comprometerse en hacer programas de “media education” para los jóvenes;
- aprender a hablar en la radio y en la TV locales, a preparar comunicados de prensa, a dar y hacer entrevistas, a preparar una homepage o un sitio web, a escribir artículos y publicaciones diversos. No es necesario que el formando posea todas estas capacidades; es suficiente que domine de modo válido una o dos de estas técnicas;

- hacer uso de los instrumentos y de los lenguajes de los medios modernos de comunicación social para anunciar el Evangelio, pero también para transmitir el mensaje evangélico en la cultura misma de los media modernos. Esta aproximación hace que el Evangelio sea cada vez más comprensible para los jóvenes de hoy y se inserte en su cultura (cf. FSDB 466);
- favorecer el diálogo con algún profesional de los media, por ejemplo, en ocasión de la Jornada Mundial de las comunicaciones sociales; así tiene la oportunidad de conocer directamente las dificultades encontradas por ellos, sus ideales y sus límites, los problemas éticos, los requerimientos que ellos presentan a los hombres de Iglesia.

6. FORMACIÓN PERMANENTE

6.1. La formación permanente es continuación, complemento y actualización de la formación inicial; tiene como objetivo el compromiso de vivir el proyecto apostólico salesiano en un dinamismo de fidelidad creativa y gozosa.

6.2. Semejante compromiso requiere, entre otras cosas, que el hermano:

- viva con apertura e inteligencia la confrontación con la realidad de la comunicación social,
- se capacite en los nuevos lenguajes y en una escucha atenta del mundo y de la cultura juvenil, y

- posea criterios sólidos de discernimiento coherentes con la visión cristiana, con las orientaciones eclesiales y el carisma salesiano (cf. FSDB 528-529);
- también con edad avanzada, busca mantenerse actualizado en el campo de la comunicación social y las nuevas tecnologías;
- esté cualificado y actualizado en el campo de la comunicación social hasta el nivel necesario para poder afrontar, de forma adecuada, su servicio educativo pastoral con capacidad de animación y orientación de personas, proyectos y obras (cf. FSDB 523, 528);
- sea capaz de formar a los laicos y también formarse junto con ellos. (cf. FSDB 529, 542);
- acoja, en caso que tuviese las dotes necesarias y conviniese a las necesidades de la Inspectoría, la petición a especializarse en las comunicaciones sociales para un servicio cualificado a la Inspectoría y a la Congregación (cf. FSDB 542, 556).

6.3. En este período no hay cursos formales, excepto en el caso para quienes se les pide cualificarse en la comunicación social. Los salesianos participan junto a la Familia salesiana y a los laicos colaboradores en jornadas de estudio y reflexión sobre las orientaciones de la Iglesia universal y local, y de la Congregación sobre la comunicación social y sobre temas emergentes en este campo. Entre éstos hay que señalar temas referentes a las nuevas técnicas educativas; la formación de la opinión pública, la catequesis, la evangelización y los nuevos

lenguajes; la psicología y la sociología de la comunicación social; la comunicación institucional y las relaciones públicas.

6.4. Las iniciativas apostólicas en el campo de la comunicación social son también experiencias formativas para el hermano salesiano, especialmente cuando incluyen la reflexión sobre la actividad realizada. Se señala, particularmente, la necesidad de:

- participar junto con los seglares de la CEP o de la Familia Salesiana en iniciativas dirigidas a la reflexión y profundización de algunos aspectos de la comunicación social y confrontación de las experiencias;
- comprometerse en la formación específica de los animadores, sobre todo entre los seglares de la Familia Salesiana, en el campo de la comunicación social para la escuela, el tiempo libre y las asociaciones, organizando grupos de reflexión, jornadas de estudio y actividades específicas para ayudarlos a aprender la lectura y valoración crítica de los medios de comunicación social;
- insertarse con profesionalidad, según la propia competencia y los requerimientos de la Inspectoría, en el mundo de los mass media, creando, potenciando y animando nuestros centros editoriales de producción y difusión de libros y revistas, o gestionando los medios de comunicación social de propiedad de la Congregación: estaciones de radio, canales televisivos, “videoclubs” con especial atención a las familias y la pastoral.