

Plano Inspetorial de Comunicação



Inspiração Nossa Senhora Aparecida
Porto Alegre - BPA

INSPETORIA NOSSA SENHORA APARECIDA

**PLANO INSPETORIAL DE COMUNICAÇÃO
2014-2020**

Porto Alegre- RS

APRESENTAÇÃO

A vida é comunicação. O ser humano, desde a sua concepção, traz em si as marcas da comunicação, pois é um ser em relação.

A comunicação é uma dimensão forte do carisma salesiano. Dom Bosco e Madre Mazzarello foram excepcionais comunicadores. Souberam cultivar uma profunda relação com Deus e perceberam, à luz divina, os apelos da realidade juvenil buscando neste Ser maior, força e inspiração. Colocaram-se ao lado dos jovens e, com eles, descobriram formas, criaram métodos e buscaram recursos, sendo assim, resposta propositiva aos muitos e grandes desafios daquele momento histórico. «Hoje nós nos encontramos diante de novos cenários, de novos paradigmas antropológicos e culturais, de um novo desafio educativo e pastoral que redefinem identidade e relações, em todos os níveis: comunitário, familiar, social, eclesial»¹.

Bem sabemos o quanto a comunicação incide nas dimensões fundamentais da pessoa. Cabe a nós, Filhas de Maria Auxiliadora (FMA), continuadoras da missão de Dom Bosco e de Madre Mazzarello e portadoras do seu carisma, bem como aos colaboradores leigos, incidirmos, de forma propositiva e com criatividade, sobre a cultura da comunicação, tendo presente que a velocidade da inovação e a complexidade na qual hoje vivemos podem gerar desorientação, atordoamento, incerteza ².

Para mantermos vivo o grande sonho dos nossos Fundadores – a salvação da juventude – precisamos ser educadoras/es e evangelizadoras/es amantes da vida, competentes e apaixonadas/os por Jesus Cristo, o comunicador por excelência que, corajosamente, anunciou o Reino de Deus e deu sua vida para que todos tenham vida³.

O Plano de Comunicação da Inspeção Nossa Senhora Aparecida (INSA) apresenta um breve relato da caminhada da Inspeção no âmbito da comunicação a partir da década de 1960; focaliza a mudança no conceito de comunicação, que vai além dos “meios” e se torna uma “dimensão da ação pastoral”, com o desafio de provocar nos jovens a experiência da comunicação e da solidariedade; mostra a atenção e a resposta da INSA aos

¹ Circular da Madre Geral. n. 937

² cf. Gong 5 – Na cultura da comunicação, p. 13

³ cf. Jo 10,10

apelos do Instituto, realizando diversos cursos e encontros para capacitar as FMA, as formandas e os colaboradores leigos; ressalta a contribuição da coleção Gong que favorece uma maior compreensão da educação como espaço educativo e evangelizador; apresenta a caminhada de organização dos processos de gestão como resposta às necessidades dos tempos.

Além disto, o Projeto de Comunicação da INSA desenha a realidade da Inspeção no âmbito da comunicação social, destacando a vivência de uma comunicação aberta e marcada pelo espírito de família que é a base do Sistema Preventivo; o empenho das FMA e o envolvimento dos colaboradores leigos; a importância da circularidade nas relações; a formação para a construção da cultura da comunicação e a qualificação para o trabalho educativo-pastoral.

Aponta significativos desafios: a velocidade das mudanças, a rotatividade das FMA e dos colaboradores leigos, a fragilidade das famílias; a necessidade de conhecer e aprofundar a Educomunicação e de fazer das relações simples e cordiais um estilo de vida; o uso das novas tecnologias para melhorar a qualidade da ação educativa - evangelizadora; o empenho para crescer na mentalidade de rede, bem como na busca de parcerias.

Maria de Nazaré, mulher da escuta e da comunicação, ajude-nos na realização deste Plano com a consciência de que o futuro está diante de nós e que, de certa forma, já o habitamos. Possamos, através deste, investir na formação das pessoas em vista do hoje e do amanhã, numa ótica de inclusão e transformação social.

Confiantes de que a comunicação é dom e graça, mas também empenho cotidiano, com esperança e audácia, juntos, possamos garantir no tempo e no espaço, o sonho dos Fundadores e a vitalidade do carisma salesiano.

Ir. Maria Floriani
Inspetora

Plano de Comunicação Social da Inspeção Nossa Senhora Aparecida

1. Missão da INSA:

Animar e gerenciar a missão educativa com a força do carisma Salesiano em suas unidades.

2. Visão da INSA:

Ser uma instituição de referência na missão educativo pastoral com a força do carisma Salesiano.

3. Valores da INSA

3.1. Sistema Preventivo de Dom Bosco

É a síntese dos princípios e da prática educativa de Dom Bosco. Baseando-se no potencial de cada jovem para o bem e no tripé razão, religião e amorevollezza, a educação salesiana ajuda o educando a desenvolver as suas potencialidades e trabalhar os seus limites, como ator principal de sua formação e protagonista da própria história. Em suma, como dizia Dom Bosco, ser um “bom cristão e um honesto cidadão”.

3.2. Competência

Buscar desenvolver a competência técnica e comportamental na comunidade educativa para realizar a missão educativa com eficácia, eficiência e efetividade.

3.3. Solidariedade

Desenvolver a capacidade de empatia, a responsabilidade pessoal, social e ambiental. Pensar globalmente e agir localmente.

3.4. Ética

Gerir os recursos com honestidade e transparência. Respeito pelas pes-

soas, seus valores e sua individualidade, pelo ambiente em que vivemos; avaliação das consequências dos atos praticados; desenvolvimento da autonomia.

3.5 Fidelidade

Adesão à proposta carismática institucional como opção de fé em Jesus de Nazaré, nos fundadores, no jovem e na comunidade educativa.

4. Histórico Inspetorial- Comunicação Social

A Inspetoria Nossa Senhora Aparecida diante da realidade do mundo juvenil, das inovações tecnológicas e das urgências da cultura da comunicação, busca formas de dar uma resposta adequada a sua missão educativa com a juventude. Aos poucos vai se formando a consciência de que a comunicação não é somente instrumental, mas diz respeito às relações que se tecem entre a pessoa e o meio, com o outro, com o transcendente e com o mundo que nos cerca. Reforça esta caminhada a contribuição do Instituto das Filhas de Maria Auxiliadora no que diz respeito à Comunicação Social. Muitos passos já foram dados no sentido de organização interna, estudo e aprofundamento, e ainda há muito a ser feito e compreendido.

É importante retomarmos o caminho histórico dos processos que envolvem a questão da comunicação para compreendermos melhor as escolhas e estratégias que a Inspetoria desenvolveu ao longo do tempo. Este percurso histórico precisa ser compreendido a partir da realidade e do contexto sociocultural e eclesial em que se vivia.

No XV Capítulo Geral, ocorrido em 1969, encontramos um forte apelo para o uso responsável dos Meios de Comunicação Social, *“O capítulo recomenda às responsáveis e a todas as Irmãs encarregadas da Pastoral Juvenil uma madura capacidade de escolha das leituras, senso crítico sadio e responsável, tendo em vista somente sua finalidade educativa.”*⁴

A comunicação naquele momento histórico era entendida muito mais como *“Meios de Comunicação”* e as ações realizadas em âmbito Inspetorial focalizavam especialmente, o uso responsável e coerente dos MCS. Entre o final da década de 60 e início da década de 70, os registros apontam

⁴ INSTITUTO DAS FILHAS DE MARIA AUXILIADORA. Atos do Capítulo Geral Especial XV, Roma, 1969, pag. 67.

para a existência de uma pessoa responsável pelos audiovisuais, ou Meios de Comunicação Social. Era comum a realização de Cine fóruns, voltados para a formação crítica e reflexiva das Irmãs e dos jovens em relação ao que era apresentado nos cinemas.

O Capítulo Geral XVI de 1975 segue a mesma linha de pensamento, reflexo também do contexto da época, em que havia uma grande preocupação com os *“mass-media”*.

É a partir do XIX Capítulo Geral de 1990 que a Comunicação passa a ser vista de outra forma pelo Instituto, com a criação do Dicastério da Comunicação, e Madre Graziella Curti é eleita Conselheira para Comunicação. Neste Capítulo são destacadas as novas linguagens juvenis como subcultura juvenil, marcada pelo uso crescente dos meios de comunicação, com o início da informática e a necessidade de valorizar as novas formas de expressão que surgem.

A comunicação passa a ser vista como uma *“dimensão da ação pastoral”*⁵, numa perspectiva de relacionamento, de diálogo interpessoal e Intergeracional e não unicamente como *“meios”*.

A segunda perspectiva das orientações deste capítulo é: *“Vivamos entre nós e com os jovens a experiência da comunicação e da solidariedade própria do sistema Preventivo para atuar na comunidade um estilo de vida acolhedor, simples e pobre capaz de dar vida a novas presenças educativas entre os jovens mais pobres”*⁶.

Na década de 90, em resposta às provocações do capítulo, do lançamento da coleção GONG nº1⁷ e do contexto sociocultural vivido, vários cursos na área da comunicação são ministrados na Inspetoria com a finalidade de capacitar as Irmãs para a melhor utilização dos meios.

No Projeto Educativo de 1991, encontramos o subprojeto nº 5⁸ - COMUNICAÇÃO - com a missão de desencadear, na Inspetoria, a interpretação e conhecimento da linguagem juvenil e dos MCS. A partir deste primeiro Projeto, forma-se uma Equipe de Reflexão sobre Comunicação.

É especialmente na década de 90 que a comunicação começa a ser

⁵ INSTITUTO DAS FILHAS DE MARIA AUXILIADORA.. Atos do Capítulo Geral XIX, Roma, 1990, pag. 57.

⁶ Ibid. pág 73

⁷ INSTITUTO DAS FILHAS DE MARIA AUXILIADORA. GONG-Mulheres em Rede Comunicativa, Roma, 1994.

⁸ INSPETORIA NOSSA SENHORA APARECIDA. Planejamento anual- 1991, pág. 23.

compreendida além da questão instrumental, abordando também a questão pessoal e interpessoal. Os diversos cursos oferecidos e oportunizados pela INSA são uma rica oportunidade para o desenvolvimento de uma consciência cada vez mais aberta em relação à dimensão da comunicação no carisma salesiano.

As reflexões oportunizadas pelo GONG, bem como pelo XX Capítulo Geral de 1996 propõem uma compreensão cada vez maior sobre a educação como espaço educativo e evangelizador. Como dizem os Atos do capítulo: *“No seguimento de Jesus, a nossa comunicação parte de um olhar de amor sobre a história e sobre as pessoas. É uma longa conversa, que se desenrola a partir da escuta atenta dos interesses, das preocupações, dos sofrimentos do povo. Coloca a pessoa no centro, não fixando-a em sua responsabilidade, mas acolhendo-a e desejando vê-la como protagonista da história da comunidade humana, junto com todos.”*⁹

A INSA através das formações procura oferecer às Irmãs elementos que ajudem a desenvolver uma prática educativa e evangelizadora que vá de encontro às novas linguagens juvenis, que busque compreender cada vez mais a cultura midiática e suas implicações na esfera juvenil.

No Início do novo milênio tomam força, os estudos em relação à Educomunicação, enquanto nova área de conhecimento. Muitos cursos e formações são oferecidos para as Irmãs nesta linha e com o lançamento do GONG 4¹⁰ em 2008 tem-se cada vez mais a consciência de que a comunicação precisa ser pensada como um processo organizado e intencional.

Seguindo a caminhada de organização dos processos e de Gestão que a INSA foi realizando em 2011 teve início o processo de reflexão e construção do Plano Inspetorial de Comunicação que foi sendo realizado aos poucos e com o envolvimento de várias pessoas. O Plano procura ser uma resposta às provocações do GONG 5¹¹: “Na cultura da Comunicação”, que propõe exatamente a organização e sistematização do Plano Inspetorial de Comunicação como uma resposta às necessidades dos tempos atuais.

⁹ INSTITUTO DAS FILHAS DE MARIA AUXILIADORA. Atos do Capítulo Geral XX, Roma, 1996, pag. 78.

¹⁰ INSTITUTO DAS FILHAS DE MARIA AUXILIADORA. GONG 4- Educomunicação: Pequenos passos da nova mudança, Roma, 2008.

¹¹ INSTITUTO DAS FILHAS DE MARIA AUXILIADORA. GONG 5- Na cultura da Comunicação, um mapa para orientar-nos, Roma, 2012.

5. Realidade Inspetorial- Comunicação Social

A Inspetoria quanto ao âmbito da Comunicação Social organiza-se tendo uma pessoa responsável pela animação do mesmo. Nas comunidades há uma ou duas pessoas que animam localmente as questões que envolvem a comunicação. Geralmente é um Leigo e uma Irmã, realizando um trabalho de complementariedade, que contribuem ativamente para a realização da missão educativa. Este trabalho conjunto ganha força pelas constantes reuniões de coordenação e equipes de gestão, favorecendo o potencial comunicativo da presença salesiana.

No Projeto Político Pedagógico da INSA ressalta-se a importância da circularidade nas relações “considerada condição essencial de uma verdadeira comunicação; o diálogo é a estratégia e o feedback acontece de modo espontâneo e natural...” . Isso ajuda na construção do Ecossistema Comunicativo, no qual a comunidade religiosa tem um papel fundamental enquanto testemunho e comunicação da vivência dos valores evangélicos. Destaca-se assim, na Inspetoria a vivência de uma comunicação aberta, marcada pelo espírito de família, que é a base do Sistema Preventivo e do carisma de D. Bosco e M. Mazzarello, fazendo frente aos contra valores propostos pela mídia.

A maior parte das Irmãs que se envolvem no trabalho de Comunicação, também está envolvida na Pastoral. Fato importante, que permite uma constante atualização em relação às culturas juvenis e suas linguagens. Tem sido muito significativo o trabalho conjunto que vem sendo realizado entre os âmbitos da Pastoral Juvenil e Comunicação Social na Inspetoria, especialmente em relação à formação das Coordenadoras de Pastoral.

Percebe-se, também, um grande empenho em registrar os eventos, demonstrando a preocupação com a memória histórica da Inspetoria e a partilha dos trabalhos realizados. Neste contexto, são de grande importância os canais de comunicação disponíveis em nosso meio: o Páginas Vivas, as Newsletter, o RSE Informa, o site do Instituto e o site da Inspetoria e das unidades.

As Campanhas de Marketing e Endomarketing impulsionadas pelo processo de Gestão da Inspetoria em sintonia com a RSE favorecem uma maior visibilidade do carisma nas escolas, obras sociais e comunidades in-

seridas.

De modo geral, as unidades locais têm fácil acesso aos recursos e meios de comunicação, que permitem estarem constantemente conectados às novas linguagens, recursos, ambientes virtuais e demais inovações. Aos poucos vão se incorporando as inovações tecnológicas e os novos paradigmas advindos da cultura da comunicação.

A Formação oferecida pela Inspetoria tem ajudado muito na construção de uma cultura da comunicação, e na qualificação desta nas unidades e no trabalho educativo-pastoral realizado. O Instituto também manifesta um grande empenho em acompanhar a mudança de época que estamos vivendo, e contribui muito com a formação das Irmãs, Formandas e Leigos, principalmente pelos cursos oferecidos e materiais disponibilizados no site do Instituto. Permanece, porém, certa distância entre teoria e prática que precisa ser superada.

Temos que considerar, entretanto, que diante da rapidez das mudanças e fluidez das informações, nem todas as Irmãs e Educadores, conseguem acompanhar as mudanças oriundas das inovações tecnológicas e das novas linguagens encontradas no meio juvenil, e seu impacto na visão e concepção de mundo da juventude. A rotatividade de leigos e Irmãs dificulta a continuidade da formação e o desenvolvimento de um trabalho processual. A fragilidade e crises que a família enfrenta também são elementos que desafiam o trabalho educativo com as novas gerações.

Tanto como prática educativa-pastoral, quanto como consciência pessoal, percebemos uma fraca leitura crítica em relação aos meios de comunicação, e aos conteúdos transmitidos, enquanto base para uma cidadania ativa, tendo aí um largo campo de missão a ser vislumbrado. Em relação à educomunicação, não há ainda uma compreensão mais aprofundada sobre o tema e, embora, muitas atividades sejam desenvolvidas localmente, falta a intencionalidade educomunicativa na hora de planejar e organizar as mesmas. Sendo que na compreensão da Comunicação enquanto estilo de relações ainda precisamos crescer, superando o ativismo que impede encontrar tempos e espaços para o aprofundamento e reflexão para uma leitura crível das mudanças socioculturais.

Embora, as mídias de comunicação sejam de fácil acesso, praticamente não são utilizadas como meio de evangelização. Na maioria das vezes, o uso se restringe à instrumentalização nas campanhas de marketing,

divulgação de eventos e atividades. Da mesma forma as Redes Sociais, enquanto espaços significativos de socialização e comunicação juvenil na atualidade, são pouco exploradas como “novos pátios” de evangelização.

As escolas da Inspetoria, e também algumas obras sociais, adotam um sistema acadêmico que possibilita o acesso on line. Como instrumento de comunicação família-escola, o sistema qualifica e agiliza o acompanhamento de cada educando. Também outros meios são cotidianamente utilizados facilitando a comunicação tanto na Comunidade Educativa, como na Comunidade Religiosa e Inspetorial: e-mail, Messenger, teleconferências, entre outros.

Criar uma mentalidade de rede é um empenho constante na Inspetoria. As unidades buscam, de acordo com cada realidade, criar parcerias com os diversos organismos, entidades, Igreja local, Família Salesiana, entre outros que promovem a vida, e de forma especial, a educação da juventude. A participação ativa nas Conferências Municipais e Conselhos que tratam da Infância, Adolescência e Juventude, bem como nos diversos Movimentos Sociais, Pastorais e Setor Juventude das Dioceses são de grande relevância nas realidades locais. Essas parceiras são indispensáveis para a superação dos problemas socioeconômicos e culturais locais, e ter uma maior atuação em defesa da vida.

Estas são algumas das principais percepções da realidade Inspetorial enquanto Comunicação Social. Temos consciência dos desafios que esta realidade nos apresenta, bem como dos passos significativos que já foram dados. Queremos com o aprofundamento da realidade que temos, desencadear processos ricos em intencionalidade que permitam responder aos desafios culturais que encontramos, especialmente no meio juvenil.

6- Objetivos

Diante da realidade descrita apontamos como objetivo geral que nos ajudará a realizar a missão educativa no contexto da Inspetoria:

Promover espaços ativos na Comunidade Inspetorial fortalecendo a cultura da comunicação para potencializar a nossa ação educativa no estilo do Sistema Preventivo.

Objetivos Específicos:

- Promover a capacitação das Irmãs, Formandas e Leigos diante dos desafios culturais contemporâneos;
 - Orientar as comunidades educativas para promover processos de educação nas diferentes realidades;
 - Contribuir para a melhor qualificação dos recursos humanos na área da comunicação;
 - Incentivar a construção de redes com os diferentes organismos e entidades que trabalham em favor da juventude;
 - Motivar e apoiar o trabalho em conjunto com os diferentes âmbitos;
 - Aprofundar a relação entre educação-comunicação-evangelização, em vista do desenvolvimento de processos locais;
 - Elaborar um itinerário concreto de ação comum entre PJ e CS, que vá de encontro às novas linguagens juvenis e à cultura da comunicação;
 - Favorecer uma mudança de mentalidade que leve a renovar as práticas educativas e o papel do/a educador/a, em sintonia com as mudanças da nova cultura.
- Criar rede entre as diversas realidades, compartilhar as experiências em ação e dar visibilidade às “boas práticas”.

7. Público Alvo

O plano de Comunicação Social Inspetorial destina-se às Filhas de Maria Auxiliadora da INSA e colaboradores de suas unidades.

8. Eixos Comunicacionais

8.1. Cultura da comunicação

O ser humano em sua essência é comunicação, é um ser de relações. Tudo o que faz, expressa algo, produz significado, comunica. A comunicação é algo tão natural que nem percebemos quantos processos comunicacionais acontecem durante o dia.

Paralelamente, o momento cultural em que vivemos se configura a partir da perspectiva comunicativa. O jovem de hoje se conecta com tempos e espaços múltiplos, relativos e ambivalentes; sua cosmovisão se configura a partir de experiências de intermudanças comunicacionais, planetárias, in-

terculturais, entretecendo percepções, opiniões, opções, que lhe permitem ir atribuindo significados a seus comportamentos e suas buscas.¹³

Neste contexto, a prática educativo-pastoral precisa levar em consideração esta cultura comunicacional, respondendo aos anseios das novas gerações em relação ao mundo em que vivem. Faz-se necessário então, educar para o diálogo, o encontro, a busca, a responsabilidade, a criticidade e a interação. É preciso também superar a concepção de comunicação como um processo linear e unidirecional, pautado no esquema emissor - receptor, mensagem- feedback. A comunicação na cultura atual leva em consideração a lógica da rede, o conhecimento é uma construção coletiva, que parte do princípio da circularidade e a aprendizagem, um processo cooperativo, em que os conhecimentos se descobrem, se constroem, se editam e se transformam.¹⁴

Na perspectiva da cultura da comunicação, todo processo educacional e formativo requer do educador uma atitude constante de acompanhamento. “Isso supõe ordenar as distintas etapas, preparar as transições, diversificar e valorizar os diferentes itinerários”¹⁵. A educação, enquanto processo de humanização, acontece na medida em que a pessoa vai crescendo no contexto relacional e comunitário, estabelecendo vínculos comunicativos com o seu entorno.

8.2. Comunicação e educação

Percebemos que comunicação e educação possuem uma estreita relação, pois estão intimamente ligadas. Sendo assim, todo ato educativo também é comunicativo. O educador é comunicador. Tem a responsabilidade de proporcionar uma correta educação à comunicação, visto que, as mudanças na sociedade são cada vez mais frequentes. Neste campo, a comunicação e educação tem papel fundamental no que se refere às relações interpessoais bem como, com as novas tecnologias vigentes.

Por isso, podemos afirmar que comunicar e educar são duas vias que levam à abertura do ser humano para interagir com o mundo que está em constantes transformações. Por meio da comunicação e da educação po-

¹³ REDE SALESIANA DE ESCOLAS. Escola Salesiana América. Brasília: Cisbrasil, 2009, pag.84

¹⁴ Idem- pag.92

¹⁵ Idem- pag. 96

demos compreender que os valores fundamentais para a vida de um ser em processo de crescimento e aprendizagem são corroborados. Conforme as LOME: Na práxis salesiana, a comunicação educativa é criação de relações recíprocas e intergeracionais, abertas e profundas, situadas num sistema mais amplo no qual agem forças sociais, culturais, institucionais e econômicas.¹⁶

Comunicação e educação andam juntas, criam espaço de diálogo, de reflexão e interação formando um ecossistema para o crescimento e o amadurecimento adequado. Conscientes da importância que têm essas duas dimensões no âmbito educativo e comunicativo, os educadores precisam se apropriar da arte de educar e comunicar no contexto complexo do mundo atual com as suas novas linguagens, para comunicar, educar e evangelizar com qualidade e criticidade.

8.3. Educomunicação

Enquanto campo de diálogo da Educação e Comunicação, a Educomunicação encontra amplo significado na vivência do Sistema Preventivo sendo assumida pelo XXI Capítulo Geral, segundo as Linhas Orientadoras da Missão Educativa das FMA, como prática transversal à missão educativa e atualização do carisma.

O documento caracteriza o termo ainda, com a imagem do óculos: duas lentes em um só aro. “(...) Esta imagem é suficientemente clara para lembrar a exigência de que os dois polos o da educação e o da comunicação estejam unidos para dar lugar a uma boa formação através de uma nova ciência: a educomunicação.”¹⁷

A Educomunicação enquanto espaço interdisciplinar e transdisciplinar emerge, segundo Ismar Soares, como um novo paradigma discursivo transversal. Podendo ser definida como: “toda ação comunicativa no espaço educativo, ou seja, a comunicação interpessoal, grupal, organizacional e massiva, realizada com o objetivo de produzir e desenvolver ecossistemas educacionais”. Dessa forma a Educomunicação é capaz de tornar a ação

¹⁶ INSTITUTO DAS FILHAS DE MARIA AUXILIADORA. Para que tenham vida e vida em abundância- LOME- Linhas Orientadoras da Missão Educativa das FMA. Turim: Elledicci, 2005 n. 53 pag 38

¹⁷ Ibid. LOME, n.55

educativa, por meio da intencionalidade, significativa na formação integral da pessoa e comunicar de maneira eficaz os valores evangélicos.

8.4. Gestão da Comunicação nos espaços educativos

Em toda Instituição é importante ter presente a gestão comunicacional, ou seja, a comunicação institucional, enquanto relação da Instituição com o público interno e externo, envolvendo um conjunto de procedimentos e técnicas destinadas à intensificação do processo de comunicação e à difusão de informações sobre a missão, visão, objetivos, metas, projetos, suas atuações, resultados, processos e outros aspectos essenciais da Instituição.

Isso envolve as questões de comunicação interna, no sentido de relações pessoais entre os membros da Instituição, as questões de comunicação externa, ou seja, a forma como nos manifestamos aos outros e como as pessoas de fora percebem a Instituição; e também as questões de assessoria de imprensa, que engloba o fluxo de notícias e informações sobre a Instituição para com as diferentes mídias.

A Gestão da Comunicação da INSA seguindo as orientações do Instituto busca promover uma política de comunicação pautada na circularidade e na convergência de ações em vista de seu objetivo maior que é o trabalho de evangelização da juventude. A criação e cuidado com o ecossistema comunicacional é um trabalho de todos os que estão envolvidos com a prática educativa e evangelizadora nas diferentes unidades da INSA.

8.5. Pedagogia da Comunicação

A Pedagogia da Comunicação tem por base as contribuições teóricas de vários pensadores que elaboraram conceitos básicos em relação à prática educativa a partir da comunicação. Destacamos aqui as contribuições de Célestin Frenet (1896-1966), Paulo Freire (1925-1997) e Mario Kaplún (1923-1998).

Célestin Frenet foi um dos precursores na tentativa de abordar a educação para comunicação, especialmente com as experiências de utilização do jornal em sala de aula.

Paulo Freire foi responsável pela elaboração de uma nova pedagogia, introduzindo a ideia de “educação para os meios” como parte prioritária dos programas de alfabetização e educação popular. “Para ele, a comu-

nicação é fundamental não só nas relações humanas, e a inter-relação de seus elementos básicos permite certa autonomia ao processo educativo. Na relação educador-educando, o esquema comunicativo necessita ser uma relação social igualitária e dialógica que produza conhecimento.”¹⁸

O Prof. Kaplún propõe que na educação, os meios de comunicação não sejam restritos ao campo da instrumentalização e diz que: “a função da comunicação no processo educativo transcende o uso dos meios; e está longe de ser incorporada com a introdução em forma unidirecional de ‘materiais educativos’ impressos, em vídeos, áudios ou programas de rádio e televisão. Apesar de úteis, esses materiais pouco contribuem para promover e estimular processos formativos autênticos”¹⁹. Kaplún lembra ainda, que o saber é um produto social, que deve ser compartilhado e comunicado, e assim concebido e construído socialmente.

Partindo destas premissas, a INSA tem o intuito de que em cada comunidade educativa a predileção pelos jovens seja manifesta em toda prática educativa, que parte do entrar em relação com o jovem, conhecê-lo, compreender seu modo de pensar, relacionar-se divertir-se, estudar, rezar.²⁰ Como propunha Dom Bosco, gostar daquilo que o jovem gosta para que ele também goste daquilo que lhe é proposto.

8.6. Gestão de Marketing

O marketing utiliza-se de ferramentas para enfrentar os desafios do mercado contemporâneo. A gestão de marketing é vista pela INSA como uma estratégia que fortalece a identidade corporativa, favorece o posicionamento das presenças em seus espaços locais, possibilitando maior capacidade de negociação, comunicação e transparência, reforçando os valores, crenças e missão que embasam o trabalho das Filhas de Maria Auxiliadora nesta Inspeção.

9. Estratégias

Conforme com o documento do Instituto das Filhas de Maria Auxiliadora,

¹⁸ REDE SALESIANA DE ESCOLAS -RSE(org). Educomunicação: desafio à família Salesiana. 1ªed. Brasília: CIB-CISBRASIL, 2010, pag.34

¹⁹ Kaplún, Mario (1998). Una pedagogía de la comunicación. Proyecto Didáctico Quirón. Ediciones de la Torre.

²⁰ RSE (org). Educomunicação: desafio à Família Salesiana, pag.101.

liadora, GONG 5- Na cultura da comunicação, “uma estratégia de comunicação é um complexo de decisões harmônicas que indicam sob quais fatores se deve intervir em referência aos objetivos individuados, para se ter maior capacidade comunicativa e conseguir os resultados esperados. O documento sugere quatro estratégias que vão de encontro aos objetivos propostos: Mentalidade de rede, Aprender ao longo da vida, Mediação educativa e Ecossistema educativo.

9.1. Mentalidade de rede

Diante da realidade atual é muito importante a Mentalidade de Rede, sendo esta “uma modalidade de pensar, propor, trabalhar e agir próprio da complexidade hodierna, que requer múltiplas respostas que levam em conta olhares e interpretações diversas, pontos de vista às vezes divergentes. É uma disposição interior para discernir e confrontar-se constantemente para ler as mutações culturais e interpretá-las com a ótica da fé, abrindo-se às novas competências e profissionalismo, para uma missão em sintonia com o hoje.”²¹

Pensar com mentalidade de rede requer um olhar de processo sobre a realidade, diálogo, aceitação e acolhida do diferente. Exige, também, pensar em tempos longos, respeitando a caminhada necessária para o amadurecimento e consolidação dos processos iniciados. É também, um olhar que percebe a complexidade do mundo na perspectiva da rede, ou seja, tendo presente diferentes pontos convergentes que formam uma unidade.

No mundo de hoje, tão marcado pela comunicação, é impossível pensar qualquer ação educativa evangelizadora que não tenha como princípio a Mentalidade de Rede. Isso diz respeito tanto à sinergia que deve existir em todas as ações realizadas, enquanto vivência da comunhão, quanto à somatória de forças com outros organismos e entidades que trabalham em função da defesa e promoção da vida. Do ponto de vista evangélico é a tradução da vivência da comunhão, enquanto testemunho, metodologia e prática educativa-pastoral, em vista da construção do Reino de Deus.

Pistas de Ação:

- Interação e participação ativa nos diferentes organismos, entidades, conselhos, órgãos públicos, empresas, pastorais e movimentos eclesiais e

²¹ INSTITUTO DAS FILHAS DE MARIA AUXILIADORA. GONG 5- Na cultura da Comunicação, um mapa para orientar-nos, Roma, 2012 pag. 39-40

civis;

- Cultivo da mentalidade projetual;
- Convergência dos processos;
- Diálogo com as diferentes culturas;
- Trabalho conjunto com os diferentes âmbitos da Inspeção;
- Trabalho conjunto com a Família Salesiana;
- Alinhamento com as orientações do Instituto e da Igreja;
- Trabalho em equipe;
- Produção e circulação de notícias, eventos e fatos da vida da Inspeção;

toria;

- Documentação, registro e arquivamento da vida da Inspeção;
- Valorização dos canais de comunicação da Inspeção e do Instituto;
- Definição das ações e estratégias de marketing;

9.2. Aprender ao longo da vida

As contínuas mudanças que ocorrem em relação aos mais diferenciados aspectos da vida moderna requerem uma atitude de constante abertura e flexibilidade, de quem está sempre disposto a aprender e desaprender. “A Formação permanente comporta uma atitude positiva da pessoa e da comunidade a deixar-se interpelar e plasmar todos os dias por Deus, por meio dos eventos da história.”²²

O viver em processo de contínua aprendizagem permite deixar-se interpelar pela realidade, ouvir os anseios e apelos que vem da cultura contemporânea, procurando compreender as novas linguagens juvenis, inserir-se nos novos pátios, acolher as diferenças culturais, religiosas, antropológicas que vão surgindo a cada dia. O desafio é acolher a realidade e entendê-la, tendo uma visão crítica, capaz de discernir a partir do Evangelho.

Falar em aprender ao longo da vida é ter presente o acreditar na pessoa, nas potencialidades que cada um tem para crescer e amadurecer enquanto indivíduo autônomo e responsável. “Refere-se ao desenvolvimento de habilidades, atitudes e conceitos. É entendida como função da evolução humana que se dá de forma constante, duradoura, e perdura ao longo da existência.”²³

²² INSTITUTO DAS FILHAS DE MARIA AUXILIADORA. Nos Sulcos da Aliança - Projeto Formativo das FMA, São Paulo, Grupo Impressão, 2001, pag. 39

²³ Ibid, pag.58

Neste processo de Formação tem um lugar especial o acompanhamento em função do crescimento pessoal e profissional. A comunicação enquanto relação pessoal está baseada no diálogo, escuta atenta, autonomia em busca da autoformação e confronto em vista do desenvolvimento integral da pessoa e qualificação do potencial comunicativo do ambiente em que a pessoa está inserida.

Pistas de Ação:

- Formação e capacitação das Irmãs, Formandas e Leigos;
- Construção de itinerários formativos nos diferentes níveis;
- Aprofundamento contínuo do Sistema Preventivo e das novas linguagens juvenis;
- Releitura do Sistema Preventivo em chave de educomunicação;
- Conhecimento e aprofundamento dos documentos do Instituto e da Igreja na linha da cultura da comunicação e educomunicação;

9.3. Mediação educativa

O mundo em que vivemos é marcado pela abundância, agilidade e rapidez na divulgação das informações, o tempo e o espaço deixam de ser barreiras para a comunicação e a presença é um critério que vem sendo relativizado. As novas gerações, especialmente os nativos digitais, vivem a partir de lógicas muito diferentes, diante do mundo em que vivem aprendem a tomar decisões rápidas, a partir de critérios flexíveis e diferenciados, frequentam ambientes sem ter a necessidade da presença física. O espaço virtual passa a ser um lugar social tão real quanto a casa, ou o quarto dos jovens.

Podemos dizer que, para a maioria dos adultos, as novas linguagens são um desafio a ser vencido, principalmente se levarmos em conta que o espaço virtual é um lugar social que precisa ser humanizado, precisa ser vivido de forma crítica, responsável e ética como qualquer outro ambiente e para tanto, a presença do adulto, como mediador, é essencial.

*A escuta é a primeira atitude para entrar em contato com a juventude*²⁴, a partir desta é possível estabelecer uma comunicação baseada no diálogo, na interação, na cooperação, não apenas através do cara a cara,

²⁴ Idem. LOME, pág.24, n.24

mas também daquilo que podemos considerar “não-lugares”, que passam a ser os novos areópagos, locais de encontro e comunicação. Ali o educador pode estimular e acompanhar a busca da construção de um sentido pleno da vida. O educador passa a ser uma figura essencial quando visto como mediador, como alguém que é uma referência, capaz de trabalhar em sinergia e entrar nestes novos pátios, ajudando o jovem a socializar-se e agir com criticidade e autonomia.

Pistas de ação:

- Estar com os jovens nos antigos e novos pátios;
- Empenho em conhecer as novas linguagens juvenis e dialogar com as novas culturas;
- Acompanhamento personalizado dos jovens nos ambientes reais e virtuais;
- Presença ativa nos momentos formais e informais;

9.4. Ecosistema comunicativo

A cultura da comunicação, a mentalidade de rede e todo o esforço em apropriar-se das novas linguagens juvenis é um convite à criação de um Ecosistema comunicativo. O Ecosistema comunicativo refere-se conforme Jesús Martín-Barbero não apenas ao conjunto conformado pelas tecnologias e meios de comunicação, mas também pela trama de configurações constituída pelo conjunto de linguagens, representações e narrativas que penetra nossa vida cotidiana de modo transversal²⁵.

Na visão salesiana, entendemos que o ecossistema comunicativo é o ambiente educativo, o clima de família, o trabalho em equipe. Cada obra nossa pode considerar-se um ecossistema no qual a Comunidade Educativa e todos os ambientes educativos são elementos constitutivos essenciais e alimentam o clima que facilita o processo educativo.²⁶

Todas as ações educativas e evangelizadoras estão impregnadas de alto teor comunicacional. A própria essência do Evangelho é comunicação: o anunciar uma boa notícia. Neste sentido tudo contribui para a construção de um ecossistema comunicacional: Tudo o que é dito, os gestos, os símbolos, as palavras escritas, as diversas formas de artes, a disposição das coi-

²⁵ MARTÍN-BARBERO, Jesús (1996) Heredando el Futuro: Pensar la Educación desde la Comunicación. Nómadas. Bogotá, n o 5, septiembre, p.10-22

²⁶ Idem GONG 5- pág. 40

sas no ambiente, tudo fala e é lido pelas pessoas que estão à nossa volta.

Pistas de ação:

- Transformar cada ambiente num ecossistema comunicativo;
- Trabalho em equipe;
- Linguagem comum;
- Estilo circular de relações;

10. Perfil do Gestor em Comunicação

10.1. □ oordenador(a) Insuperiorial

Perfil do(a) Coordenador(a) de Comunicação Social Insuperiorial:

- Com formação específica no campo da comunicação, que vive uma forte espiritualidade de comunhão, com experiência pastoral e grande paixão educativa.
- Conhecedor/a crítico/a e propositivo/a frente a cultura da comunicação e as novas linguagens juvenis.
- Capaz de trabalhar em Equipe, de tecer vínculos, redes e ser mediador/a de Educomunicação nas Comunidades Educativas, a partir da ótica do Sistema Preventivo.

Funções do/a Coordenador/a de Comunicação Social Insuperiorial

- Acompanhar os processos de comunicação em nível Insuperiorial.
- Estudar as novas culturas emergentes numa sociedade complexa e em constante transformação, em nível local e global.
- Conhecer e utilizar as novas linguagens e aproximar-se das compreensões e sensibilidades atuais.
- Favorecer a interação entre evangelização e novas sensibilidades e culturas juvenis.
- Promover uma leitura crítica do contexto sociocultural, comunicativo e político, para viver a cidadania evangélica.
- Estabelecer comunicação com as comunidades locais, com os/as agentes de pastoral e as referentes da comunicação.
- Promover a qualidade informativa da comunicação interna e externa da Insuperioria.

- Incentivar a democratização e o acesso ao uso das novas tecnologias.
- Elaborar, com uma equipe interdisciplinar, projetos formativos que favoreçam a formação dos Leigos, Irmãs e Formandas, no que diz respeito a Educomunicação.
- Impulsionar o trabalho em equipe e em rede.
- Favorecer a convergência da ação pastoral com os outros âmbitos.
- Inserir na Programação Inspetorial o enfoque da educomunicação.

10.2. Correspondentes Locais de Comunicação

Perfil do Correspondente

- Imprescindível Ensino Médio completo
- Experiência mínima de um ano na área;
- Desejável formação superior completa ou em curso em Comunicação/Relações Públicas/Jornalismo/ou Marketing;

Funções do Correspondente local

- Responsabilizar-se pela efetiva comunicação interna e externa da comunidade educativa;
- Conhecer o Projeto Educativo Pastoral e comprometer-se com a implementação das ações descritas no mesmo;
- Identificar-se com os valores da educação salesiana;
- Identificar meios para divulgar as atividades, eventos e projetos da Unidade para os pais e comunidade local;
- Estimular educandos, educadores, coordenação e direção a participarem dos diferentes canais de comunicação, compartilhando experiências e vivências, através de artigos, depoimentos e relatos;
- Estar disponível às solicitações dos educadores em atividades diversas, registrando os fatos para devida divulgação;
- Manter-se atualizado na sua área de atuação, interessando-se em participar de cursos, treinamentos e realizando leituras diversas;
- Cultivar as relações interpessoais, fortalecendo o trabalho em equipe e colaborando ativamente para a construção de um ecossistema educativo gerador de vida de acordo com a espiritualidade salesiana;
- Manter-se em dia com o envio de notícias, artigos e demais registros para os canais de comunicação correspondentes;

11. Avaliação

A avaliação do Plano de Comunicação é um processo importante para assegurar o alinhamento com as orientações do Instituto e a capacidade de responder aos desafios e necessidades da realidade inspetorial em relação à comunicação.

O plano de comunicação tem uma previsão de validade de seis anos e revisão prevista para 2020, pela equipe de Comunicação, pelo Conselho Inspetorial e pelo âmbito da Comunicação do Instituto das FMA. A avaliação dos planos de ação será constante e sistemática, realizada de forma anual pela equipe de Comunicação e pela equipe da INSA, a partir da análise dos dados coletados durante e após a realização das ações e processos.

12. Bibliografia

BACCEGA, Maria Aparecida (2002) Meios de comunicação na escola. Revista Comunicação & Educação n o 25. São Paulo: Salesiana/ECA/USP.

INSPETORIA NOSSA SENHORA APARECIDA. Planejamento anual- 1991.

INSTITUTO DAS FILHAS DE MARIA AUXILIADORA. Atos do Capítulo Geral Especial XV, Roma, 1969.

_____ Atos do Capítulo Geral XX, Roma, 1996.

_____ Atos do XXII Capítulo Geral das Filhas de Maria Auxiliadora. Lorena: Instituto Santa Teresa, 2009.

_____ Nos Sulcos da Aliança - Projeto Formativo das FMA, São Paulo, Grupo Imprensa, 2001.

_____ GONG 1-Mulheres em Rede Comunicativa, Roma, 1994.

_____ GONG 4- Educomunicação: Pequenos passos da nova mudança, Roma, 2008.

_____ GONG 5- Na cultura da Comunicação: Um mapa para orientar-nos, Roma, 2012

_____ Para que tenham vida e vida em abundância- LOME- Linhas Orientadoras da Missão Educativa das FMA. Turim: Elledicci, 2005.

Kaplún, Mario. Una pedagogía de la comunicación. Proyecto Didáctico Quirón. Ediciones de la Torre, 1998.

MARTÍN-BARBERO, Jesús Heredando el Futuro: Pensar la Educación desde la Comunicación. Nómadas. Bogotá, nº 5, septiembre, 1996.

REDE SALESIANA DE ESCOLAS (org). Educomunicação: desafio à família Salesiana. 1ªed. Brasília: CIB-CISBRASIL, 2010.

_____ Escola Salesiana América. Brasília: Cisbrasil, 2009.

REUNGOAT, Yvonne Madre. Circular n. 937.

13. Plano de Ação: Comunicação Social

Objetivo: Promover espaços ativos na Comunidade Inspecional fortalecendo a cultura da comunicação para potencializar a nossa ação educativa no estilo do Sistema Preventivo.

Responsável Coordenadora Inspecional da Comunicação e equipe de comunicação;

Indicadores: 75 % do planejado executado

O que	Como	Pontos de interlocução	Quando		
			Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Formação	1- Estudo sobre a realidade atual, culturas e linguagens juvenil, e novas mídias, confrontando a novidade do Evangelho com a cultura da comunicação;	Pastoral Juvenil; Formação;			X
	2-Formação e capacitação técnica para utilização dos recursos;	Formação;			X
	3- Compromisso de conhecer e aprofundar os documentos do Instituto.	Formação;			X
	4- Sistematização de experiências educacionais realizadas em nível local e inspecional	Pastoral juvenil			X
	5- Releitura do Sistema Preventivo em chave de Educomunicação;	Formação; Pastoral juvenil			X
	6- Participando ativamente dos percursos em andamento no Instituto e na Família Salesiana, em colaboração com os diversos organismos na sociedade que trabalham pela promoção da vida.	Igreja local; Família salesiana; Organismos civis e eclesiais;			X
	7- Estando em contato com organismos e congregações que atuam na Comunicação social.	Organismos civis e eclesiais;			X
Produção	1-Elaboração do Páginas Vivas; Blog, Site da Inspecional, Notícias, vídeos, documentos e publicações inspecionais;		X		
	2- Fortalecendo os canais do Instituto, por meio do envio de notícias da Inspecional para os mesmos;		X		
	3-Constituindo uma equipe Inspecional de Comunicação Social, que se reúna periodicamente para pensar as questões relacionadas à este âmbito, e que esteja em comunhão com a Equipe Inspecional de C.S dos SDB;	SDB- equipe de comunicação interinspecional;		X	
	4- Documentando a vida da Inspecional em suas diversas realidades, utilizando os diferentes canais de comunicação e registro histórico;		X		
Informação	1- Divulgando as notícias, eventos, Newsletter, DMA, Banco de dados, circulação de publicações da INSA e de outras inspecionais;		X		
	2- Valorizando os canais de comunicação do Instituto;		X		
	3- Socializando as experiências de educação à fé dos jovens, na atual sociedade da comunicação, mediante as novas tecnologias como meios de evangelização, de diálogo com a cultura e as diferentes religiões;	Formação; Pastoral juvenil;		X	
	4- Definindo ações e estratégias de marketing que visibilizem os princípios, valores, crenças e missão da INSA nos locais em que atua;	Administração		X	

Índice

Apresentação	03
1- Missão da INSA	05
2- Visão da INSA	05
3- Valores da INSA.....	05
4- Histórico Inspetorial- Comunicação Social	06
5- Realidade Inspetorial- Comunicação Social	09
6- Objetivos	11
7- Público Alvo	12
8- Eixos Comunicacionais	12
9- Estratégias	16
10- Perfil do Gestor em Comunicação	21
11- Avaliação	23
12- Bibliografia	24
13- Plano de Ação	25