

Gong 5

na
cultura
da

comunicação



um mapa para
orientar-nos



ÂMBITO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMISSÃO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO

NA CULTURA
DA COMUNICAÇÃO
Um mapa para orientar-nos



Instituto Filhas de Maria Auxiliadora - Roma

Roma, Istituto FMA 2012

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	5
1. NO CRUZAMENTO DA MUDANÇA. OS CENÁRIOS DA CONTEMPORANEIDADE	9
1.1 <i>Na cultura da comunicação</i>	9
A mutação	13
O paradigma da rede	15
1.2 <i>O desafio antropológico</i>	18
Habitantes digitais	20
Uma rede para aprender	22
Oportunidades e riscos	23
2. INTERPELAÇÕES À NOSSA IDENTIDADE CARISMÁTICA	28
2.1 <i>A nossa identidade, as nossas relações</i>	28
2.2 <i>A formação</i>	29
2.3 <i>O estilo de vida comunitária</i>	30
2.4 <i>A nossa missão educativo-evangelizadora</i>	31
3. UM MAPA PARA ORIENTAR-NOS. RUMO A UM PLANO DE COMUNICAÇÃO	34
3.1 <i>Onde nos situamos</i>	35
3.2 <i>Objetivos</i>	38
3.3 <i>Público</i>	38
3.4 <i>Estratégias</i>	39
3.5 <i>Metodologias</i>	41
3.6 <i>Avaliação</i>	41
CONCLUSÃO	43
BIBLIOGRAFIA	45
GLOSSÁRIO	48



INTRODUÇÃO

Este quinto número da coleção *O Gong* é fruto da reflexão da Comissão Internacional da Comunicação¹, formada por FMA, leigas e leigos especialistas no campo da Comunicação social e prevista na Programação do Conselho geral (3.4 d). Foi instituída para iniciar um processo, a longo prazo, com a finalidade do estudo, pesquisa, proposta de orientações e de caminhos concretos em torno à cultura da comunicação, na ótica educativa, em diálogo com os vários Âmbitos.

O texto se propõe a promover um processo de reflexão, de aprofundamento e de opções concretas para a elaboração de respostas competentes e responsáveis no campo educativo, para dar força e vigor ao empenho de anunciar o Evangelho, em um mundo caracterizado pela rapidez das mudanças, da digitalização da informação, da pluralidade de pertencas e de plataformas de produção das mensagens culturais.

É expressão de uma busca e diálogo, durante os Encontros Interâmbitos em nível continental, com as coordenadoras de comunicação social de todas as inspetorias, que contribuíram com a reflexão e propostas a serem traduzidas em práticas e ações nas Comunidades educativas.

A Finalidade deste *Gong 5* é tecer uma grande conversação sobre a cultura da comunicação na ótica educativa em todo o Instituto e tomar consciência da incidência que os cenários contemporâneos têm sobre nossa identidade e sobre a missão educativa.

¹ A Comissão é composta por: Ir. Giuseppina Teruggi, Ir. Julia Arciniegas, Ir. Anna Rita Cristaino, Ir. Lucy Rocas (Âmbito CS), Ir. Leon-

A história do Instituto nos ensina que a comunicação é uma dimensão típica do carisma salesiano.

Em Dom Bosco e Madre Mazzarello, descobrimos uma forte e acentuada necessidade de comunicação e uma rara habilidade de instaurar relações autênticas.

Ao longo de nossa história, as mudanças epocais pediram uma contínua reflexão para buscar modalidades comunicativas mais adaptadas aos tempos e para adequar as respostas às reais exigências dos jovens.

Os últimos documentos do Instituto testemunham a evolução do conceito de comunicação que atingiu uma concepção mais ampla e transversal (cf Projeto Formativo, Linhas Orientadoras para a Missão Educativa das FMA, Cooperação para o Desenvolvimento). Na linha do Âmbito para a Comunicação social (cf Coleção *O Gong*), a comunicação não é percebida somente do ponto de vista instrumental, mas há uma ênfase no estilo de relações e conexões que favorecem a ação educativa, no complexo cruzamento da comunicação-educação-evangelização.

Também a Igreja assistiu à uma evolução no modo de conceber a comunicação, sobretudo em relação à emergência dos meios da Comunicação social. De uma visão instrumental das mídias, o discurso se centraliza sobre a pessoa que comunica, sobre a dimensão comunicativa de toda a vida eclesial, sobre a evangelização enquanto comunicação, sobre a cultura na qual vivemos, marcada pelas mídias, sobre a capacidade comunicativa dos agentes pastorais, sobre estilos de comunicação *ad intra* e *ad extra* da Igreja². Os

tine Sonyi Ithweva (AFC), Ir. Alice Albertine Nhamposse (MOZ), Ir. Tonny Aldana (CBC), Ir. Maria Helena Moreira (BBH), Ir. Debbie Ponsaram (FIL), Ir. Maria Antonia Chinello (RMA), Ir. Marie Kučerová (CEL), Ir. Anna Mariani (IRO), Ir. Ausilia de Siena (IMR), prof^a. Roberta Gisotti, prof. Massimiliano Padula.

² Cf. SANTOS Emil, *Comunicazione em MIDALI M. - TONELLI R.* (organização), *Dizionario di Pastorale Giovanile Leumann-TO*, LDC 1992, 204-215

documentos eclesiais evidenciam, portanto, um percurso significativo, sobretudo, no século XX. Não são conclusões, mas pontos de partida para ulteriores caminhos no diálogo entre Igreja e mundo contemporâneo³.

Constatamos que estamos imersos na cultura da comunicação, com paradigmas novos, cenários mutantes, novas formas de linguagens, modos diferentes de narrar e nos questionamos: quais implicações formativas para as FMA na Comunidade educativa?

Não se tem a pretensão de oferecer respostas aos grandes *porquês* dos fenômenos contemporâneos. Dar razões, refletir e estudar juntos nos permitiu partir de perguntas amplas, de dar voz aos questionamentos em relação ao horizonte juvenil, que brotam da nossa paixão educativa.

1. *Quais são os aspectos emergentes da cultura da comunicação?*
2. *Quais interpelações à nossa identidade de Educadoras salesianas e à nossa realidade educativa?*
3. *Que percursos estamos realizando e que outros poderiam ser previstos para poder ser presença ativa na cultura da comunicação?*
3. *Quais processos de Educomunicação estamos levando adiante e que são viáveis?*

O texto é articulado em diversas partes.

Na primeira parte, ***No cruzamento da mudança. Os cenários da contemporaneidade***, mais extensa, são tomadas em consideração as linhas de tendência fundamentais da Cultura da comunicação, hoje, com o seu desafio antropológico.

Na segunda parte, são relatadas algumas interpelações que tocam de perto a nossa identidade, as relações, a formação, o estilo de vida comunitário e a missão. Cada nú-

³ Cf. Carta apostólica de João Paulo II, *O Rápido Desenvolvimento* (24 de janeiro de 2005).

cleo é integrado por perguntas que procovam e que ajudam a compreender e avaliar a realidade e o contexto no qual se vive e atua.

A terceira parte oferece algumas indicações para definir um Plano de comunicação como processo de elaboração, que se insere em outros processos e que se coloca como ponto de intersecção entre as finalidades específicas dos diversos Âmbitos.

A nossa intenção é chegar a cada Filha de Maria Auxiliadora enquanto educadora salesiana. Será importante a mediação das Coordenadoras ou Referentes da Comunicação social para que esta proposta possa ser assumida e concretizada em cada Comunidade educativa.

1. NO CRUZAMENTO DA MUDANÇA. OS CENÁRIOS DA CONTEMPORANEIDADE

Para descrever a sociedade contemporânea utilizam-se numerosas definições e metáforas: sociedade da informação e da comunicação, sociedade pós-moderna, sociedade do risco, sociedade líquida.

Hoje se decide como será o mundo em 2050 e se prepara o que será em 2100. O futuro está diante de nós e, de algum modo, não só o preparamos, mas o habitamos. Hoje os mercados parecem ter, nas mãos, o destino do planeta, apropriando-se da História e das histórias.

Será possível inverter o caminho ou o destino é a potente imposição do poder financeiro? Segundo Jacques Attali, um economista argelino-francês, será possível oferecer às gerações futuras um mundo mais protegido se a potencialidade dos mercados e das tecnologias forem conjugadas e reinventadas com a gratuidade, a liberdade, a responsabilidade pessoal e social de inaugurar novos modos de viver e de criar juntos.

Para nós, educadoras e educadores, imersos na cultura da comunicação, é uma tarefa educativa que nos estimula a trabalhar para a formação de homens e de mulheres do amanhã (e do hoje), numa ótica de inclusão e transformação social.

Lancemos um olhar sobre o nosso mundo. A intenção é fornecer chaves para interpretar o presente e oferecer oportunidade de confronto e de reflexão, sem deixar de interrogar-nos sobre a pessoa e sobre os jovens.

1.1 Na cultura da comunicação

A “cultura da comunicação” é um dado de fato. É uma realidade que percebemos sempre com maior consciência quando dialogamos com as crianças da escola materna e

com os jovens dos centros juvenis, com os pais e colaboradores leigos e leigas, com os quais compartilhamos a missão educativa dia a dia. O que se entende com este termo?

Colhemos esta expressão na sua globalidade: não como um simples conjunto de tecnologias fruto da cultura de massa e da cultura digital, mas como a coexistência destas com a realidade da comunicação interpessoal.

A vida é marcada pela comunicação. É a experiência que fazemos todos os dias: “Comunicação é falar com alguém, é televisão, é assumir e trocar informações, é o nosso corte de cabelo, é literatura: o elenco é infinito”⁴.

“Comunicação” é um “termo guarda-chuva”, uma só palavra com muitos significados e práticas sociais: espaço e ocasião de *encontro interpessoal*, que se realiza totalmente no diálogo; *informação*, troca de experiências, partilha de conhecimentos e saberes; *cultura* para o modo de ser e de se apresentar, como também para a tradição cultural transmitida e proferida; a mídia em todas as suas antigas e novas formas, do jornal ao cinema, da televisão à multimedialidade, da Internet aos seus ambientes de socialização. Um tema agregador, portanto, uma categoria que interpreta a complexidade do nosso tempo, uma ideia que configura uma sociedade – a da comunicação – onde tudo se resolve na troca de informações, resultado de um sistema de relações.

A ampla presença, a inovação tecnológica, a difusão entrecruzada dos produtos midiáticos, a diversidade de oportunidade de canais e de programas para a distribuição, o consumo e a fruição conotam a cultura de hoje. Dizer “cultura da comunicação” significa referir-se a um modo de se comportar, de estar no mundo, um ambiente de vida, um contexto existencial.

⁴ John FISKE, *Introduction to Communication Studies*, Routledge, London-New York 1990, p. 1. [Communication is one of those human activities that everyone recognizes but few can define satisfactorily. Communication is talking to one another, it is television, it is spreading information, it is our hair style, it is literary criticism: the list is endless.]

A convergência ao digital

Chegou-se a isto, através de um processo que se chama “convergência ao digital”. As novas tecnologias não substituíram os apreciados, antigos meios de massa: jornal, cinema, rádio e televisão. Elas os integraram, contaminaram, potenciaram. De fato, quanto cinema é distribuído na Rede e visto pelo *You Tube*? Quanta música é ouvida e baixada de modo legal ou não? Quantas são as *web* rádio e *web* tv que se tornaram parte integrante da vida dos mais jovens, mas também de muitos adultos que, junto às telas de trabalho dos próprios *personal computer*, abrem janelas para os *social network* ou batem papo no *MSN*? Quanta informação passa através da atualização ininterrupta do cotidiano *on line* ou pela partilha no *Twitter* e *blog*?

A convergência é a possibilidade de acessar qualquer conteúdo em qualquer parte (*anywhere*), em todo o momento (*anytime*), através de qualquer dispositivo. A difusão deste fenômeno é muito elevada de modo que é “óbvio” que ela exista e seja intrínseca à “evolução tecnológica”.

Os meios massivos são utilizados entre o impresso e o digital; portáteis nos *Ipad* e *Smart Phone*, através de conexões velozes e ininterruptas, *always on*, disponíveis com o *Bluetooth* e *wi fi*. Não só. O processo de convergência ao digital incluem todos os aspectos culturais de hoje e de ontem. Um exemplo? A coleta, a conservação e a distribuição da memória individual e social está disponível também *on line*.

Os confins entre conteúdo e meios que o veiculam, diluem-se sempre mais: McLuhan, em 1964, afirmava que “o meio é a mensagem” e que o mundo era uma “aldeia global”⁵.

A cultura da comunicação diz respeito também à organização da comunicação: os dispositivos são portáteis e quase invisíveis, fáceis de usar, disponíveis para todos, sempre e em toda a parte.

⁵ Marshall McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore 1967.

A telefonia móvel é expressão de uma verdadeira e própria mudança cultural: a necessidade de estar sempre mais conectados – próprio das tecnologias sem fio – é indicador da exigência de comunicar que há em toda a pessoa; a miniaturização dos aparelhos tecnológicos, sempre mais inteligentes e pequenos, responde à necessidade de uma comunicação pessoal e sempre à mão. Verifica-se, então, uma passagem no modelo de comunicação: de “um a um” dos meios massivos ao “um a muitos” e ao “muitos a muitos” das novas tecnologias. As novas mídias (*new media*) são também chamadas “*my media*” (minhas mídias) porque traduzem uma comunicação do tipo “um a um sempre disponível” e “todos sempre acessíveis”.

Neste horizonte, é necessário, por parte da pessoa, dos grupos, das organizações uma contínua adaptação à velocidade e ao alcance das inovações, seja dos dispositivos, seja, sobretudo, de como são usados. É um percurso obrigatório para enfrentar a fragmentação ideológica e de valor que conformam os gostos e os estilos de vida dos contextos sociais e culturais.

A cultura, na qual estamos imersos, nos confirma que a comunicação é um *bem* fundamental, um *direito* mas também um *dever*, ao qual não se renuncia. A “nova” cultura requer uma formação empenhativa, que sustente uma grande mudança de mentalidade: educar-nos responsabilmente para ser conscientes da potencialidade e dos riscos das mídias.

João Paulo II, na Instrução “Partir de Cristo” (2002), falava sobre a necessidade de promover dentro dos ambientes educativos um “renovado empenho cultural” para manter o ritmo com uma realidade em contínua evolução, para modular o nosso pensar e agir com as linguagens e estilos de comunicação, para dar visibilidade à mensagem evangélica, para conferir qualidade à comunicação com as antigas e novas mídias, para fazer amadurecer personalidades críticas e criativas, capazes de descobrir, ler e interpretar as “sementes do Verbo”, dentro da cultura contemporânea.

A cultura da comunicação não é privada de ambiguidades. É um cenário variegado, que nos diferentes contextos sociais, com evidências e expressões, de influência e de difusão diversas, configura-se em torno a duas realidades: a mutação e o paradigma da rede.

A mutação

João Paulo II evidenciou o “rápido desenvolvimento” da sociedade atual. A velocidade da inovação e a complexidade na qual hoje vivemos, podem gerar desorientação, atordoamento, incerteza.

A mudança é um dado permanente. A pessoa, enquanto ser social, sempre intervém, transforma, adapta-se, plasma o contexto em que se encontra.

Dissemos que, de um ponto de vista tecnológico, não se age por substituição, mas pela integração das antigas e novas mídias. O resultado é a configuração de um sistema integrado de comunicação, a ampliação e o reforço da oferta e a oportunidade de canais e de mensagens que criam e difundem cultura. Neste novo contexto, modificam-se os conceitos de espaço e de tempo, cujos confins se tornam cada vez mais dilúveis até desaparecerem.

Cross-medialidade

É a possibilidade de, através das novas tecnologias, os conteúdos de uma comunicação serem distribuídos em diversas plataformas tecnológicas, que utilizam formatos diferentes: nos programas de entretenimento, na publicidade, na produção de vídeo e áudio, na construção de *websites*.

Interessante é a interdependência e as relações que se estabelecem (e se organizam) entre as várias mídias: a televisão, o celular, a Internet. A abordagem *cross-medialidade* requer, de fato, ter à disposição um conjunto sempre crescente e atualizado de recursos digitais para serem utilizados sobre a base de uma projeção inteligente da totalidade do processo comunicativo.

Por exemplo, uma história pode ser introduzida em um filme, ser desenvolvida numa série televisiva, ser difundida em revistas específicas, seja impressa ou *on line*, ser distribuída como *gadget* nas bancas. O acesso a cada um destes produtos é autônomo, mas cada produto é um “ponto” do processo, que executa alguns requisitos bem definidos para se atingir o objetivo. Diversas mídias, neste modo, alavancam experiências diversificadas, que motivam o consumo e atraem os usuários.

Exclusão digital (digital divide)

O termo indica a desigualdade na possibilidade ao acesso e ao uso das novas tecnologias da informação e da comunicação, seja entre os países industrializados e os países em via de desenvolvimento (Ir. Julia) seja, dentro dos mesmos países industrializados, seja entre os diversos segmentos da população.

Trata-se de um tema complexo uma vez que toca diversas esferas da vida social, cultural, econômica e política. As causas da exclusão digital são múltiplas, agravadas hoje por uma mudança acelerada que amplia sempre mais a distância entre quem possui e quem não possui, quem acessa e quem não acessa, quem se enriquece e que se empobrece.

Há uma desproporção que promove numerosas exclusões que envolvem muitas áreas do planeta: pobreza, falta de energia elétrica, baixos níveis de instrução, situações de degradação econômica e social. Uma perspectiva que se deve considerar, em relação à exclusão digital, é também a disparidade de acesso às oportunidades que a “rede” oferece: informação, saber, conhecimento, sociabilidade, relações, entretenimento. O mundo parece ser parcial, dividido em *info-ricos* e *info-pobres*. A exclusão do conhecimento (*knowledge divide*) é, portanto, mais profunda e é urgente preenchê-la, criando oportunidades (escolas, formação dos docentes, instrumentos para a didática) para o acesso a todo conhecimento e saber, mas também acesso à memória e sabedoria dos povos e das culturas, presentes também na rede.

O paradigma da rede

Da internet se diz que é a “Rede das redes” e é, sem dúvida, uma das metáforas com as quais se pode ler o presente⁶, em relação à velocidade, imediaticidade, interconectividade, abertura e circularidade que caracterizam a sociedade.

O advento da *World Wide Web* (ou *WWW* ou *Web*), definido como “1.0”, essencialmente informativo na articulação e navegação, e agora a “*web 2.0*”, com sua potência de condisão e de relação, é o “valor agregado” que permitiu envolvimento, protagonismo, participação, interatividade. O *World Wide Web* será, dentro em breve, “*web 3.0*”, ou *web* semântica, que pretende garantir uma pesquisa “inteligente”, muito mais sobre o sentido e não só sobre o significado dos termos que procuramos nos instrumentos de busca.

A difusão da Internet, apesar de disparidades substanciais e estruturais, diz respeito à toda comunidade humana de todos os continentes; a fruição e o consumo dos recursos da *web* envolvem, com práticas diferentes, homens e mulheres de qualquer idade.

A Rede não é entendida só como “uma” tecnologia a mais à disposição para ser utilizada, mas sobretudo, como um lugar antropológico a ser habitado⁷: é de fato o modo de existir, o *background*, o canal permanente de conexão, a prática e o processo, as modalidades e os instrumentos para expressar e confirmar o direito-dever de cada pessoa de comunicar e crescer nas relações.

⁶ *Internet e World Wide Web*, na linguagem cotidiana, são palavras usadas indistintamente, para referir-se tanto à tecnologia da rede como às suas aplicações. Os dois termos não são intercambiáveis. Internet é a tecnologia que conecta entre si os computadores em rede, enquanto a Web (*WWW*) é o hipertexto que permite a navegação e a pesquisa, mediante um browser, dos conteúdos armazenados em servidores do mundo inteiro. A Web, portanto, é baseada na Internet, mas precisa desta infraestrutura para crescer e se desenvolver.

⁷ Cf Chiara GIACCARDI (a cura di), *Abitanti della rete. Giovani, relazioni e affetti nell’epoca digitale*, Milano, Vita & Pensiero 2010.

O conceito de “sociedade em rede” (*networked society*)⁸ explicita que a interação tem o primado sobre os conteúdos que as pessoas compartilham. Hoje se atribui mais importância ao estar conectado do que o compartilhar pensamentos, opiniões, reflexões. Alguns traços que definem melhor a “sociedade em rede” são:

- A *lógica da rede* é a trama complexa que conecta entre si não só os sistemas, mas as pessoas e as relações que se entrelaçam reciprocamente;
- A *flexibilidade da rede* coloca em evidência a mudança, a transformação e a fluidez do tecido social que diz respeito não só às organizações e às instituições, mas também à vida das pessoas para as quais hoje não há mais pontos de referência definitivos: aquilo que parece assimilado hoje, amanhã já é colocado em discussão;
- A *convergência das tecnologias digitais* desenha um *sistema integrado* de canais de comunicação e de produtos da cultura midiática.

O paradigma da rede modifica também o conceito de organização, onde flexibilidade e circularidade parecem substituir a ordem e a hierarquia: passa-se da verticalidade à horizontalidade; focalizam-se mais os percursos ativados que sua tarefa; privilegia-se o trabalho de equipe e se tende a medir o nível de qualidade e de satisfação do usuário final; favorecem-se processos de formação e requalificação da pessoa.

O paradigma da rede se caracteriza por:

- A continuidade da experiência entre o estar “*dentro*” e “*fora*” da rede, entre “*on line*” e “*off line*”, que supera a contraposição real/virtual. O limite entre dentro/fora é sutil, mas é importante que seja clarificado,

⁸ Cf Manuel CASTELLS, *La nascita della società in rete*, Milano, Egea 2002 [tit. or. *The Rise of the Network Society*, Oxford, Blackwell Publishers Ltd, 2000].

- sobretudo, em referência à vida dos jovens: o que é “público” e o que é “privado”.
- *Dispositivos cada vez mais simples no uso*, que colocam o usuário no centro do processo comunicativo (*user generated content*) e que se torna produtor de comunicação e não só consumidor. Ele tem a liberdade de navegar, intervir, participar, publicar, comunicar, copiar, colar, cortar os conteúdos como quiser.
 - *A acessibilidade e a usabilidade dos conteúdos*. A *web 2.0* é quase como um jogo onde os jovens publicam fotos, textos, filmes, áudio que vêm etiquetados (“*taggati*”) para que possam ser utilizados facilmente seja por outros usuários, seja, sobretudo, pelos mecanismos de busca. A *web* é, então, espaço privilegiado de agregação e de narração de “*histórias entrecruzadas*” onde as pessoas se sentem ao centro (*spett-attori*) e não só consumidores mais ou menos atuantes.
 - *Formas colaborativas e cooperativas de escritura e de compartilhamento*, onde todos os sujeitos participam do processo de elaboração dos conteúdos como gestores e transformadores do saber. Um exemplo é a *Wikipedia*, a enciclopédia *on line* e os ambientes de escritura digital.
 - *Novas expressões de democracia e cidadania que colocam em relação, ambientes, pertencas, instituições*. É o caso de alguns movimentos sociais que recentemente emergiram nos países do ocidente e do oriente. Trata-se de movimentos nascidos entre pessoas comuns – por isso são chamados “de baixo” – que ativam processos de ida e retorno de ideias, dos conteúdos, de propostas e de protestos “da rua à rede” e vice-versa. Nos *social network* denuncia-se, compartilha-se, convoca-se e se fixam lugares, datas e horas de encontro para manifestações, para levantar a voz, fazer interlocuções. Após os eventos, as páginas de *Facebook*, *Twitter*, *You Tube* trazem comentários, fotos e vídeos. É um modo de “dar voz”, oferecer a pró-

pria contribuição, sensibilizar a massa em torno a instâncias sociais, políticas, religiosas, seja em nível local como planetário.

1.2 O desafio antropológico

A mudança não é só tecnológica, cultural, social, econômica. É sobretudo antropológica e põe em questão as dimensões da pessoa: a identidade, a relação, a expressão.

Mark Prensky definiu os jovens, nascidos entre os anos noventa e dois mil, “nativos digitais” (*digital natives*): expostos, desde o nascimento, a uma cultura visiva e da imagem, aprenderam a conviver com múltiplas telas (televisão, computador, *play station*, celular...). Ele escreve: “hoje os nossos estudantes não são somente diferentes daqueles do passado, nem mudaram simplesmente o seu jargão, os trajes, os adornos do corpo ou estilos de vida, como aconteceu com as gerações precedentes. Um grande processo de descontinuidade ocorreu. Um processo que podemos definir “singularidade” que transforma radicalmente as coisas de modo tal que torna impossível olhar o passado. Esta chamada “singularidade” é a chegada e a rápida difusão da tecnologia digital ao longo dos últimos decênios do século vinte”⁹.

De acordo com algumas pesquisas, o cérebro das novas gerações sofre uma alteração de ligações neurais, que modifica e transforma as tradicionais lacunas geracionais em algo de novo: um abismo que os cientistas chamam *brain gap*¹⁰. Nas crianças, expostas a uma interação precoce com a televisão e com o computador, as conexões cerebrais se desenvolvem diferentemente de quem executa uma atividade de leitura e escrita ou uma atividade física. Particu-

⁹ Mark PRENSKY, *Digital Natives, Digital Immigrants in The Horizon*. Bradford: MC University Press, 2001, 9-5.

¹⁰ Cf Gary SMALL - Gigi VORGAN, *iBrain: Surviving in the Technological Alteration of the Modern Mind*. New York, Harper Collins 2008.

larmente, hoje se dá o contato de duas gerações que, por suas diferentes experiências cognitivas, têm estruturas cerebrais diferentes e, portanto, dialogam com dificuldade. Segundo Prensky, o tecido social parece romper-se em dois grandes grupos culturais: os “*nativos digitais*” (*digital natives*) e os “*imigrantes digitais*” (*digital immigrants*) os adultos, que mesmo sem saber, foram lançados nesse ambiente e são obrigados a viver no mundo das tecnologias digitais.

Os jovens passam de um pensamento lógico-racional a um pensamento intuitivo: aprender para eles não significa simplesmente receber informações, mas sobretudo experimentar, provar, transformar, reconfigurar, julgar, compartilhar; afinam-se a sensibilidade e os processos cognitivos; partem da imagem; são habituados a compartilhar experiências, a confrontarem-se de forma direta, a se aconselharem, a dialogar simultaneamente. Suas jornadas transcorrem entre um teclado e outro, empenhados numa atividade dita *multiteclado*, isto é, a capacidade de gerenciar e levar adiante muitas atividades ao mesmo tempo, utilizando muitos canais de comunicação: contemporaneamente se estuda, frequenta chats, escuta-se rádio, baixam-se músicas, atualizam perfis nos *Facebooks* e *Twitter*, assiste-se à televisão on line, gerenciam sms e toques nos celulares.

A mudança antropológica envolve também a *necessidade de relação*, porque a pessoa é e permanece um ser da comunicação e da partilha: as amizades *on line* se multiplicam e os laços em rede criam ambientes nos quais se “estão juntos”, mas, ao mesmo tempo, as relações parecem enfraquecer-se, fazer-se sempre mais distantes das tradicionais relações sólidas de antes, como aquelas familiares. Com uma metáfora, podemos dizer que se lateraliza sempre mais, ampliando-se em nível horizontal, em detrimento da profundidade e da intensidade das relações e da qualidade da comunicação.

Habitantes digitais

Colocar-se junto aos jovens, acompanhá-los e educá-los requer hoje um notável esforço de conhecimento e de compreensão de suas linguagens, de suas formas de expressão. Uma ótica para compreender as novas gerações é a das mudanças comunicativas que se instauram entre elas e com outros. Elas se movem e transitam entre diversas culturas e geografias da rede, entram em contato com outras línguas e outras culturas, estruturando verdadeiros e próprios ambientes digitais e planetários.

Enquanto socializam e experimentam vastos dinamos relacionais, elas se testam na construção da própria identidade, que se concretiza num modo de considerar a relação consigo mesmos, com os outros, com a realidade, com o transcendente: são pluri-colocadas em espaços e tempos múltiplos, sempre mais “extroflexos”, constantemente orientados para uma realidade fora de si mesmos.

Nas novas formas de expressão de si onde há espaço para a imagem, a moda, os gêneros musicais, a arte está intrínseca nas entrelinhas dos comentários dos *social network*, uma busca de sentido, de pertença, de diálogo, de relação. Transitando entre uma dimensão local e global, movendo-se entre mundos reais e virtuais, que frequentemente se fundem, adolescentes e jovens conferem novos significados ao que é real e ao que é virtual, vivido e comunicado, construído e apreendido. Mario Morcellini afirma que: “O brilho das tecnologias comunicativas parece fornecer o contexto, o vocabulário e a expressão a uma *networked generation* que encontra, nos meios de comunicação, um dos mais importantes territórios de reconhecimento das identidades e de atribuição de sentido à realidade”¹¹.

A entrada nos ambientes dos *social network* da Rede, as chamadas comunidades *on line*, é extremamente livre,

¹¹ Cf Simona TIROCCHI - Romana ANDÒ - Marzia ANTENORE, *Giovani a parole. Dalla generazione media alla networked generation*, Milano, Guerini & Associati 2002.

assegurada por um simples *click*: aqui se podem cultivar pertenças múltiplas e experimentar identidades diferentes. O *ser digital* é a oportunidade de “atuar” a própria identidade e as próprias relações dentro dos ambientes sempre mutantes da rede, favorecidos por uma conexão permanente e por plataformas que permitem personalizar e animar conteúdos, indicar as preferências, os costumes e as atitudes pessoais. O risco é a pluralidade das identidades, justamente pela contínua evolução, experimentação e adaptações aos diferentes ambientes virtuais, onde se pode verificar uma “con-fusão” entre dimensão pública e privada.

O nomadismo é uma condição dos “habitantes digitais” que “atravessam” espaços construídos e reconhecidos por gostos e interesses, amizade e tempo livre. Com o avançar da idade, verifica-se uma migração das comunidades mais procuradas e públicas, abertas e sem controle, para os espaços onde a comunicação se faz mais restrita, privada e amigável. A dimensão de “transição” própria da comunicação em rede é índice da precariedade cultural e da mudança social, que torna a pessoa uma espécie de “viajante nas estradas intermediárias” e se constrange a escolhas temporárias para a consecução de equilíbrios sempre mais frágeis.

A Rede, de fato, pode ou se arrisca ser uma superfície contínua, sem delimitações entre o dentro e o fora, que restitui uma imagem do mundo e da pessoa olhada, mas também tocada, que frequentemente se fecha num círculo autorreferencial no qual não se vê outra coisa a não ser a si mesmos.

É importante que a necessidade de comunicação e de relação, que a rede amplia e torna possível em nível horizontal, se rompa e dê espaço a uma fresta, se abra à transcendência, àquele “algo mais” que esta por si só não consegue dar. Esta é a contribuição humanizante que a voz e a presença dos católicos no “continente digital”, como define Bento XVI na sua Mensagem para a Jornada Mundial das Comunicações sociais de 2009, pode oferecer às “numerosas pessoas da rede” e a este tempo. Somente assim pode-se garantir não só a conexão, mas a comunhão.

Uma Rede para aprender

As novas tecnologias digitais, com o desenvolvimento da rede, podem melhorar significativamente a experiência de aprendizagem das pessoas que a usam para a própria formação.

Recentes teorias da aprendizagem colocam em evidência a importância fundamental assumida pelo contexto social no processo de aprendizagem. Segundo o Construtivismo sociocultural, o sujeito que aprende “constrói” a própria competência, enriquecendo-a e reestruturando-a através da relação com o conhecimento e com os pontos de vista de outros indivíduos; a aprendizagem individual, portanto, é o produto de um processo de grupo: tudo o que é aprendido é filtrado por um processo de interpretação condicionada pelo contexto, pela própria bagagem cultural e pela vivência pessoal.

Neste contexto, a difusão e a evolução das tecnologias da informação e da comunicação abrem, no mundo da didática, novos cenários e novas possibilidades de desenvolvimento, automatizando, recriando ou simulando – através do suporte de novas mídias e a utilização da rede – alguns processos típicos da didática tradicional e conectando os indivíduos com um número infinito de informações e com um conjunto amplo de indivíduos com os quais é possível interagir e colaborar. O uso das novas mídias, no processo de formação, baseada na aprendizagem colaborativa, ou seja, sobre “o mútuo empenho dos participantes num esforço coordenado para resolver um problema ou construir plataformas de conhecimento e de troca”, traz várias importantes implicações tais quais: a ênfase sobre “o aprender fazendo”, o envolvimento do estudante, numa busca colaborativa do conhecimento e a mudança do papel do instrutor, seja ele professor ou educador, que de detentor da autoridade e conhecimento torna-se um guia e um facilitador.

No momento atual, portanto, a rede representa uma oportunidade e um desafio para a aprendizagem: quem souber acolher esse desafio conseguirá propor-se não só com

conteúdos novos e adequados aos tempos, mas também com modalidades sempre mais eficazes, correspondentes às novas exigências formativas e às modalidades de comunicação da “geração digital”.

A tecnologia didática, por suas características peculiares, pode facilitar as aprendizagens porque fala a mesma linguagem do jovem e porque oferece a possibilidade de usar linguagens diversas, códigos diversos, falando a todas as oito inteligências das quais nossa inteligência é composta (Gardner, inteligências múltiplas)¹².

Oportunidades e riscos

A relação entre jovens e comunicação em rede abre-se a novos e impensáveis recursos para a educação.

O advento da rede redefine o espaço do pacto educativo: mudam-se não só as modalidades do “fazer educação”, mas muda-se também o “perfil” do jovem que vive a aventura de tornar-se homem e mulher.

A educação, ensinou-nos Dom Bosco, é “coisa do coração” e deve partir daquilo que agrada aos jovens, mesmo se hoje isso requeira fadiga e esforço de alfabetização para conhecer e inserir-se no mundo deles, combater o sentido de perda, o medo de não acompanhar os tempos.

Aos nossos jovens, “crescidos com a internet”, a rede forneceu várias oportunidades:

- *Protagonismo* num espaço “real” de experiência diversamente articulado e unificado pelas práticas e pelas relações.

¹² Howard Gardner no seu livro “A Teoria das inteligências” descobriu a existência de oito diferentes tipos de inteligências: verbal/linguística, lógica/matemática, musical, interpessoal, intrapessoal, visual/espacial, corporal/cinestésica, naturalista. As novas tecnologias estão em perfeita sintonia com estas inteligências múltiplas: permitem, de fato, gerenciar o material de estudo de acordo com pontos de vista diferentes. Portanto, as novas tecnologias digitais são instrumentos eficazes a fim de fortalecer as eventuais carências relativas a uma das oito inteligências múltiplas.

- *Individualidade relacional*: a pessoa não é absolutizada, nem absorvida pelo grupo, mas constrói relacionalmente a própria identidade, através de uma gestão em consonância com as próprias faixas etárias, na relação com os outros.
- *Interatividade*, porque Internet não é só um reservatório de informações, mas também ambiente de relações; não é só tecnologia para o conhecimento, mas é rede de comunicação.
- *Responsabilidade e reciprocidade* porque a rede sustenta a capacidade de abertura ao outro. O ser em conexão, “plugado”, superando os vínculos do espaço e do tempo, torna-se uma condição para reforçar a beleza do encontro, prolongar o maravilhamento e o fascínio da relação interpessoal.
- *Personalização da educação e da aprendizagem* para uma valorização da relação pessoal. O conceito de inteligência coletiva afirma que, na rede, há “uma inteligência distribuída em toda a parte, continuamente valorizada, coordenada em tempo real, que leva a uma mobilização efetiva das competências”¹³. Não uma soma de inteligências, mas um “novo” conhecimento. A rede habilita ao confronto e ao diálogo com uma multiplicidade de abordagens, inventando estratégias de pesquisa e compartilhamento; desenvolvendo novas e diversas habilidades expressivas, aceitando a pluralidade das ideias e das soluções dos problemas.
- *Redefinição das competências e das relações na educação*: abrem-se vias para a reprojecção do fazer e do ser, do “construir” juntos. Urge formar-se e impor-se continuamente questionamentos sobre a realidade cotidiana, resolver os problemas não de modo defini-

¹³ Pierre LÉVY, *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*. Milano, Feltrinelli 2002, 34 (título original) *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, Éditions La Découverte 1994).

tivo, mas sempre prontos a recolocar-se em novos espaços de comunicação.

- *Capacidade de estar-com, de compartilhar*, de acompanhar-se reciprocamente seja nos momentos de transição, seja na cotidianidade. É no espaço interativo da rede que existe a comunicação, onde acontece o dar e receber real da vida social. Estudos confirmam que as relações mediadas são marcadas, entre outros, pela dimensão do dom e da gratuidade.
- *Capacidade de falar de si com confiança*, construindo, a partir da base, um espaço no qual a dimensão pessoal é colocada em comum. A rede parece ter dado cidadania à palavra escrita. Os *social network*, em particular os *blogs*, se distinguem pelas narrações, reflexões, comentários. Uma oportunidade para ler e escrever “entrelinhas” a história e as histórias, para não viver só no presente, no “aqui e agora” infinito, mas habilitar-se para a narração, para abrir-se à alteridade e à reciprocidade.

A dimensão aberta da rede fascina e envolve. A velocidade das conexões, a possibilidade ininterrupta de interação, a multiplicidade das relações são prospectivas nodais para dar início a processos de educação à comunicação autêntica em conjunto, nós e os jovens.

Não podemos deixar de levar em consideração alguns aspectos que levantam questionamentos, mesmo porque não são ainda de todo claras as dinâmicas e os desenvolvimentos que levará a comunicação mediada pelo computador:

- *Formas de banalização* para evitar o conflito ou a homologação, onde não se exprimam posições dissonantes em respeito a do grupo; o não querer “emergir-se” como pessoa inibe a responsabilidade pessoal e o testemunho.
- *Expressão da intimidade* que passa através de modelos “alheios” ao grupo, ou se exprimem prevalentemente de forma indireta e mediada.
- *A prevalência de uma palavra puramente fática*, isto

- é, de manutenção do contato, que empobrece a troca e torna possível o encontro, para além do “ser-com”.
- *Amizade que se constrói sobre a similaridade e a afinidade*, deixando de fora tudo aquilo que é “outro” pela idade, autoridade, diversidade de histórias e pontos de vida. A rede não deveria tornar-se um “covil” onde se encontra refúgio, mas sobretudo a “casa” onde a abertura ao outro é pedagogia para o encontro e a comunicação.
 - *Frágil ligação entre a dimensão pública e privada da comunicação* dentro e fora da Rede: a vida é um escorrer infinito de elos e de conexões onde frequentemente não há espaço para o silêncio, a reflexão, o pensamento crítico, para a elaboração de dores e alegrias.
 - *Habilitar-se ao “uso” dos dispositivos tecnológicos aos próprios escopos*, independentemente das implicações éticas e funcionais dos equipamentos que usam.

Nos últimos anos, fundamentada em pesquisas científicas e em fatos, é sempre mais evidente e alarmante a convicção de que a Internet é uma nova forma de dependência. Sem dúvida, a velocidade, a imediaticidade, a economia, o anonimato típicos da comunicação *on line* podem instaurar, em personalidades psíquica e socialmente frágeis processos desviantes: passa-se de “navegadores” a “náufragos” na rede. Conhecer os riscos e os perigos que ocorrem na rede e que geram dependência, permite a adoção de abordagens críticas e responsáveis, que reconheçam a internet como um potencial a ser compreendido, interpretado, desfrutado corretamente.

Internet Addiction Disorder (IAD) é o nome que identifica a síndrome da dependência da Internet, tão real quanto o alcoolismo. Como outras patologias de dependência, provoca problemas sociais, desejo incontrolável, sintomas de abstinência, isolamento, dificuldades econômicas e de trabalho. Para evitar que a rede se transforme em uma ar-

madilha, deve-se olhar a totalidade da vida dos jovens. A educação deveria convergir para as potencialidades individuais, humanas, espirituais e culturais, para acompanhá-los no crescimento como pessoas. Aos adultos compete a análise da mudança social, científica e tecnológica, uma formação permanente que vá além das salas de aula, dos muros da família.

A pessoa nasce, cresce e vive em um contexto sempre mais “em rede”: o desafio é fornecer coordenadas para que aprenda a navegar na complexidade e na interconexão, amadureça uma mentalidade crítica, reflexiva, capaz de escolher, de denunciar e de defender valores de uma cultura a serviço da vida, que se habilite na acolhida de si mesmo, no encontro positivo com os outros (gêneros, povos, culturas) e com Deus.

Estamos num “tempo de transição” a ser vivido sem perder o entusiasmo, mas recolhendo em plena consciência os desafios em ato para transmitir a todos, que em nós confiam, a coragem e a alegria inerentes à aventura em curso. Urgem educadores (e comunicadores) que testemunhem o arrebatamento e a determinação interior para afrontar o mar aberto da transformação; que sejam, por primeiro, homens e mulheres de aventura; exploradores humildes e perseverantes que saibam fixar o olhar sobre uma terra firme que está sempre adiante; que não possuam todas as respostas, mas conheçam algum segredo prático e concreto para viver sem tanto medo, e para continuar a confiar no caminho que, de noite, nos oferece somente a estrela polar.

Compreender o que é cultura da comunicação, aprofundar e clarificar alguns dos seus fenômenos mais globais, os seus recursos e os seus desafios, provocam questionamentos sobre a nossa identidade carismática.

2. INTERPELAÇÕES À NOSSA IDENTIDADE CARISMÁTICA

Nós, FMA, nos sentimos particularmente interpeladas pela cultura da comunicação que nos convida a revisitar os desafios da contemporaneidade. Sentimos a urgência de provocar essa renovação, mas não conseguimos facilmente concretizá-lo em ações coerentes. Lutamos ainda para assumir uma nova mentalidade que perceba a comunicação como “o ambiente” no qual vivemos e agimos.

A situação de rápidas mudanças a que assistimos interpela: a nossa identidade, as nossas relações, a formação, o estilo de vida comunitária e a nossa missão educativo-evangelizadora.

2.1 A nossa identidade, as nossas relações

A nova estrutura da comunicação interpela o nosso ser mulher consagrada hoje e o modo de viver os conselhos evangélicos. Conscientes do valor do chamado e da validade da presença carismática salesiana, sentimos a necessidade de fazer escolhas corajosas para viver em “fidelidade criativa” a identidade vocacional, experimentar um tipo de animação e gestão mais participativa, tornar mais flexíveis as nossas estruturas.

Na sociedade de hoje, definida por Zygmunt Bauman “líquida”, somos chamadas a “desaprender para aprender”.

Perguntemo-nos:

- Somos conscientes de que, na cultura atual, está surgindo um novo modelo de vida consagrada? Que novas prioridades e modelos organizativos emergem?
- Os desafios da cultura da comunicação nos estimulam a assumir novos estilos comunicativos?
- Quais são as situações nas quais experimentamos uma animação/gestão mais participativa?
- O Sistema preventivo, vivido na sua dimensão comunicativa, muda o nosso modo de relacionar com as irmãs, os nossos colaboradores e colaboradoras, os e as jovens, o entorno, a realidade hodierna?

2.2 A formação

Assumir a formação, como itinerário de vida, nos ajuda a responder melhor aos desafios da contemporaneidade.

As nossas comunidades são chamadas a ser ambientes de aprendizagem contínua, onde se compartilha a experiência de vida. É necessário encontrar tempo de reflexão e de partilha para compreender, na lógica da rede, as mudanças epocais, para reavivar o estilo de vida comunitário e criar ambientes mais propositivos e humanizantes. É fundamental promover uma sábia animação que saiba descobrir e potenciar os recursos presentes em cada pessoa e pôr as condições para que “todos tenham voz”.

A formação permanente é o espaço para conscientizar-se da necessidade de construir novas competências e habilitar-nos para sermos “mulheres de comunicação”, capazes de utilizar canais e linguagens diversas, de provocar aproximação e empatia, de se pôr em atitude de escuta e de compreensão, de criar ecossistemas educacionais.

A elaboração de itinerários para a formação inicial deverá considerar que, as jovens em formação são já “nativas digitais” e, portanto, será necessário construir processos adequados e coerentes com as mudanças em ato.

É importante que cada FMA sinta a necessidade de uma séria formação que lhe permita sintonizar-se com a cultura da comunicação, superando a superficialidade, dependências negativas e perplexidades. É também importante que as nossas competências comunicativas se desenvolvam, caso contrário, não teremos nada mais a dizer porque nos falarão categorias do “como dizer”.

Perguntemo-nos:

- As nossas comunidades são lugar de formação permanente? De que modo?
- Como FMA, sentimos a urgência de uma formação dentro da cultura da comunicação?
- As jovens em formação nasceram na nova cultura comunicativa. Como levamos isso em conta? Como as tornamos protagonistas do próprio processo formativo? Que estilos comunicativos assumimos?
- Conhecemos as expectativas dos/das jovens em relação à vida religiosa? Como concretizamos as nossas propostas formativas?

2.3 O estilo de vida comunitária

Na sociedade em rede, onde se está permanentemente interconexos, sentimos a exigência de reencontrar o gosto pelo diálogo e pela partilha gratuita de si e de redescobrir o espírito de família, tipicamente salesiano. Com um olhar de fé, nos colocamos frente às mudanças com otimismo e projetualidade. É importante habilitar-se a uma atitude de busca e de discernimento contínuo para viver e realizar a missão com significatividade e eficácia. Movemo-nos dentro de uma rede e vivemos a interdependência dos eventos que requerem intervenções globais para, juntos, serem interpretados e afrontados.

É necessário, portanto, um estilo de animação que torne cada um e cada uma protagonista do clima comunitário,

educando-se a uma gestão responsável do tempo. O tempo é veloz e fluido; corremos o risco, às vezes, de correr atrás dele, sem uma adequada reflexão das múltiplas possibilidades que são oferecidas ou tantas outras coisas que nos pressionam. Também o mundo das mídias pressiona e nos envolve e nós não estamos imunes. O desafio é ainda o da formação, não só no sentido de educar-nos à comunicação, mas, sobretudo, de formar-nos à responsabilidade no uso do tempo, em nossa vida, para não reduzir o espaço das relações, do encontro comunitário, da oração, do discernimento e da reflexão, do aprofundamento e do trabalho.

Tudo isto coloca as bases para realizar, de modo significativo, o nosso “viver e trabalhar juntas”.

Perguntemo-nos:

- As nossas comunidades interagem com o ambiente circundante para pôr em circulação informações, ideias e valores? De que modo?
- Quais são os nossos estilos de vida? O que comunicamos?
- Sentimo-nos responsáveis pela organização do tempo comunitário e pessoal? Como o gerenciamos?
- Quais estratégias colocamos em ação para superar a mentalidade fragmentária e setorial?
- Acreditamos e agimos em sinergia com os grupos da Família Salesiana e outras Instituições?

2.4 A nossa missão educativo-evangelizadora

A cultura da comunicação é um novo areópago da missão. A mudança e a complexidade orientam cada FMA rumo a novas fronteiras missionárias. Estamos em um novo continente a ser explorado e, como as primeiras missionárias, ao afrontá-lo e atravessá-lo, podemos identificar oportunidades inéditas para encontrar os jovens e as jovens e

assumir, junto com eles, a missão educativa. É nossa tarefa *ser mediação* para oferecer instrumentos de interpretação e ressignificação, no equilíbrio entre o entusiasmo fácil e os rígidos fechamentos. Como FMA sentimos, portanto, a urgência de tornar-nos sempre mais conscientes de estar “imersas” na cultura comunicativa, de apaixonar-se pela comum missão educativa, escolhendo e “estando” com os jovens.

É necessário repensar a ação pastoral, tendo presente o desafio antropológico, se não se quiser colocar em risco a própria educação das crianças, dos adolescentes e dos jovens. Tantos educadores e educadoras vivem “a tentação de renunciar, de não compreender nem mesmo qual seja o seu papel ou a missão a eles/a elas confiada” (Bento XVI, Carta do Santo Padre Bento XVI à Diocese e à cidade de Roma sobre a urgente tarefa da educação, 2008). Fala-se, de fato, de “emergência educativa”. O carisma salesiano nos oferece uma clara consciência da urgência de educar no novo contexto cultural. Isso requer uma releitura, na perspectiva comunicativa, da ação educativo-evangelizadora e um repensamento dos lugares da animação pastoral. Ambientes educativos são também os “*social media*”, habitados de modo particular pelos jovens, espaços vitais que modificam e influenciam os hábitos e os modelos de relação.

Somos chamadas a redescobrir a nossa responsabilidade em relação aos jovens, a habitarmos os lugares que eles frequentam, a sintonizarmos com suas linguagens, a estar disponíveis à mudança e ser mais competentes na missão do acompanhamento.

Assumir uma atitude de escuta profunda é já em si comunicação; é, sobretudo, harmonizar, na vivência cotidiana, a proposta do anúncio de Jesus Cristo como o grande dom que podemos oferecer às novas gerações.

Perguntemo-nos:

- Concebemos a comunicação como um campo de missão?
- Quais medos nos impedem de entrar ativamente na cultura da comunicação?
- Que contribuições estamos dando à educação/evangelização para sermos significativas no contexto no qual vivemos?
- Conhecemos as culturas juvenis, suas linguagens e seus estilos de vida? Quais práticas educativas colocamos em ação?
- A evangelização é reformulada de modo a dar ênfase à prospectiva comunicativa?
- Como os vários Âmbitos de animação se deixam interperlar pela cultura da comunicação? Como se re-locam dentro dessa cultura?

3. UM MAPA PARA ORIENTAR-NOS. RUMO A UM PLANO DE COMUNICAÇÃO

Uma vez focalizados os aspectos emergentes da cultura da comunicação e as interpelações para a missão educativa, julgamos importante oferecer algumas indicações para um Plano de comunicação entendido como processo que se insere em outros já iniciados, em todo o Instituto, e que se coloca como elo entre as exigências específicas dos diversos Âmbitos.

A nossa ótica é a da coordenação para a comunhão, que se procede através de processos coordenados e convergentes a serviço da missão de uma inspetoria ou de uma comunidade.

Entendemos por *Plano de comunicação* um instrumento de planeamento, programação e gestão onde se convergem as instâncias comunicativas e educativas que podem ajudar as comunidades educativas a realizar a missão nas diversas realidades inspetoriais e locais.

Para se conceber um Plano de comunicação, em vários níveis, são necessários alguns passos precisos. É importante delinear como se situa o Instituto neste tempo histórico em que estamos vivendo.

Um instrumento útil para este objetivo é a chamada **análise SWOT**¹⁴, que permite articular concretamente quais são os pontos fortes, os pontos fracos, as oportunidades e as ameaças de uma instituição.

Das situações emergem os **Objetivos**, explicitação dos processos a serem ativados para promover processos capazes de incrementar a consciência de estar imersos na cultura

¹⁴ O instrumento é atribuído a Albert Humphrey, que orientou um projeto de pesquisa junto à Stanford University em 1960 e 1970.

da comunicação e de estar, proativamente, criando redes de compartilhamento de experiências em ação.

São indicadas algumas **Estratégias**, aspectos cruciais dos quais não se podem prescindir para que o processo que queremos dar início seja assumido e levado adiante nas diversas realidades.

Delineiam-se então as **Escolhas metodológicas** que podem ser concretizadas nos diversos contextos para favorecer a atuação das estratégias.

A **Avaliação**, enfim, permite verificar em que medida são atingidos os objetivos, em vista da continuidade do processo.

A nossa intencionalidade é a de ajudar a compreender que a elaboração deste instrumento, com a contribuição específica de cada âmbito, torne-se lugar de sinergia para uma animação coordenada e convergente.

3.1 Onde nos situamos

Para uma análise mais pontual do contexto no qual nos situamos, propomos a **análise SWOT**, um instrumento utilizado no planeamento estratégico para avaliar os pontos fortes (*Strengths*) e os pontos fracos (*Weaknesses*), as oportunidades (*Opportunities*) e as ameaças (*Threats*) de qualquer projeto, plano, programa, algo que se queira elaborar, melhorar, desenvolver, avaliar.

A **análise SWOT** permite refletir, de modo sistêmico, em relação ao objetivo estratégico que se pretende afrontar, tendo simultaneamente sob controle tanto o ambiente externo quanto a organização, os fatores que podem facilitar e aqueles que podem comprometer a consecução dos objetivos. Ela permite estabelecer as prioridades a serem assumidas para tornar eficaz a ação comunicativa e educativa, dentro de uma hierarquia de escolhas e intervenções.

A análise da situação para individuar as **oportunidades** a serem potenciadas e as **ameaças** a serem controladas, ne-

cessita da coleta de dados informativos que tenham uma correlação direta ou indireta com o objetivo. A coleta dos dados permite uma implementação estratégica das ações de comunicação, melhorando a qualidade e a eficácia.

Na análise **SWOT**, entende-se por **Pontos Fortes** todas as capacidades e potencialidades internas de uma instituição (inspetoria, escolas, oratórios...) necessárias para a consecução do objetivo.

Por exemplo: Sistema preventivo como espiritualidade e método; espírito de família como estilo de gestão da comunidade; coordenação para a comunhão; internacionalidade e interculturalidade do Instituto; corresponsabilidade com os leigos; trabalho em rede; consciência da necessidade de formar-se no campo da comunicação.

Os **Pontos Fracos** são constituídos pelas carências internas da instituição e que são obstáculos à consecução do objetivo.

Por exemplo: dificuldade para uma mudança de mentalidade; dificuldade em adequar as nossas propostas educativas à velocidade das mudanças culturais; distância entre teoria e práxis; rigidez das estruturas; mentalidade setorial; dificuldade de encontrar espaços e tempos de reflexão para uma leitura crível das mudanças socioculturais; dificuldade de “estar” com os jovens.

As **Oportunidades** são todas as condições externas (do entorno e da própria cultura) necessárias à Instituição para a consecução do objetivo.

Por exemplo: comunicação como novo areópago; tecnologias da comunicação que reduzem a distância e os tempos de interação; relação com grupos da Família Salesiana, organismos eclesiais, civis, religiosos.

As **Ameaças**, enfim, são as condições externas (do en-

torno e da própria cultura) prejudiciais à consecução do objetivo.

Por exemplo: situações políticas, sociais, econômicas precárias, de ditadura, de desrespeito aos direitos humanos; relativismo, hedonismo, individualismo; fragilidade e crise da família; novas formas de pobreza, de exclusão, de dependência das novas tecnologias; perda do sentido do bem comum e da responsabilidade social; discrepância entre os valores veiculados pela mídia e os propostos pelos nossos ambientes educativos.

Os quatro aspectos da **Análise SWOT** prestam-se a uma leitura entrecruzada onde os **Pontos Fortes internos** ajudam a afrontar as **Ameaças externas** e as **Oportunidades do contexto** podem ajudar as **Fraquezas internas** da instituição.

O esquema que se segue ilustra o que foi dito.

ANÁLISE SWOT	
<p>Pontos fortes: capacidade e potencialidade da instituição necessárias à consecução do objetivo.</p>	<p>Pontos Fracos carências da instituição que são prejudiciais à consecução do objetivo.</p>
<p>Oportunidades condições externas que são necessárias à instituição na consecução do objetivo.</p>	<p>Ameaças condições externas que são prejudiciais à consecução do objetivo.</p>

3.2 *Objetivos*

O objetivo, para ser pertinente e verificável, deve responder a alguns critérios. É necessário que seja concreto, simples, mensurável, atingível, realmente à altura da organização e dos recursos, realístico, organizado em etapas.

Julgamos inevitáveis alguns objetivos gerais necessários para viver como educadoras e educadores salesianos no contexto contemporâneo:

- Favorecer processos convergentes para uma consciência crescente de se estar imersos na cultura da comunicação.
- Fazer emergir as implicações formativas que se referem à Cultura da comunicação.
- Promover processos de educação-comunicação- evangelização sempre mais eficazes.
- 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.
- Promover processos de Educomunicação para ser proativos na nova cultura.
- Criar rede entre as diversas realidades, compartilhar as experiências em ação e dar visibilidade às “boas práticas”.

3.3 *Público*

Em um Plano de comunicação, é importante ter clara a diversidade dos destinatários. Na individuação dos destinatários, é necessária uma subdivisão por grupos homogêneos e significativos, de modo que as ações sejam mais focadas e eficazes.

Em relação, por exemplo, a toda a Comunidade educativa, podem-se individuar dois subgrupos do tipo:

- Filhas de Maria Auxiliadora, subdivididas por idade, competência, papéis.
- Jovens, subdivididos por níveis educativos: idade, diferentes caminhos de fé, diferenças culturais e sociais.

- Colaboradores e Colaboradoras, subdivididos por competências, papéis, idade, diferentes caminhos de fé, diferenças culturais e sociais.
- Leigos e leigas, membros da Família salesiana, pais, voluntários...

3.4 Estratégias

A escolha das estratégias consiste na tradução em ato do objetivo e indica as direções que devem ser seguidas na realização concreta do Plano de 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.

Em base aos objetivos propostos, julgamos prioritárias as seguintes estratégias:

– Aprender ao longo da vida (*Life-long learning*)

A mudança contínua requer capacidade de “aprender a desaprender” para colocar-se numa ótica de flexibilidade e de busca frente aos desafios e às exigências atuais. Isso supõe entrar numa ótica de formação como processo permanente, que dura toda a vida, para colocar-se, de modo adequado, dentro das mudanças de cenário da cultura que evolui sempre. Requer-se uma atenção especial às primeiras etapas da formação, às suas exigências comunicativas, aos seus estilos culturais, às suas manifestações religiosas, à nova visibilidade do carisma salesiano.

– Mentalidade de rede

É uma modalidade de pensar, propor, trabalhar e agir própria da complexidade hodierna, que requer múltiplas respostas que levem em conta os olhares e diferentes interpretações, pontos de vista, às vezes, divergentes.

É a capacidade de colocar-se em conexão com diversos interlocutores, promovendo um diálogo e um compartilhamento em larga escala.

É uma disposição interior que leva ao constante discernimento e confronto para ser capaz de ler as mudanças culturais e interpretá-las, na ótica da fé, abrindo-se a outras competências e profissões, para uma missão em sintonia com o hoje. Constitui a atuação concreta da coordenação para a comunhão.

– Educação para habitar na rede

A formação é chamada a interceptar as novas tecnologias. Isto significa aceitar a necessidade de uma mudança cultural, isto é, pôr-se numa linha em que a formação se reprojeta em relação à mídia, entendida como recurso integral para a intervenção formativa. Implica repensar o significado do ensino-aprendizagem, com uma especial atenção às exigências formativas do sujeito e à personalização do processo formativo.

A intervenção pedagógica possui as características da *colaboração* e da *cooperação*, na qual se integram os recursos e a responsabilidade dos formadores e das formadoras. Trata-se de uma pedagogia que valoriza a reflexão, a busca e a criatividade, que encanta o “fazer”, que promove a autonomia e a autoestima.

– Ecossistemas comunicativos

Um dos desafios hoje é transformar cada ambiente em um ecossistema comunicativo que considere experiências culturais heterogêneas e as novas tecnologias da informação e da comunicação. 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, todos os ambientes educativos são elementos constitutivos essenciais e alimentam o clima que facilita o processo educativo. O

oratório, a escola, os centros de acolhida estão inseridos, ademais, em um ambiente educativo mais amplo. Nele, há um conjunto de relações que se complementam mutuamente, envolvendo todos em uma grande força comunicativa capaz de influenciar as instituições, os educadores, os jovens, tanto nos conteúdos quanto nas metodologias educativas (cf Instituto FMA, *Educomunicação. Pequenos passos na nova cultura*, Coleção *O Gong 4*, 2008, 40-41).

3.5 Metodologias

A metodologia que torna operativas as estratégias, nasce do próprio contexto e se radica no tempo e no espaço onde se realizam as ações. Cada realidade local identificará os passos metodológicos mais eficazes. Levando-se em conta a cultura da comunicação, sugere-se priorizar alguns processos que favoreçam:

- Clima de participação, pertença, criatividade.
- Uma proximidade construtiva das novidades emergentes (tecnológicas, culturais, comunicativas, sociais...)
- Promoção de uma visão sistêmica para afrontar a fragmentação, a parcialidade e uma visão a curto prazo.
- Gestão da mudança para conciliar o que vale a pena resguardar e o que é necessário transformar, que focalize novas realidades, projetos e propostas a serem concretizadas para dar lugar ao novo.

3.6 Avaliação

A avaliação do Plano de comunicação é importante para verificar a observância entre o planejamento e a atuação prevista no mesmo Plano. Ela leva à consciência da efetiva consecução dos objetivos propostos; da real eficácia, eficiência e factibilidade dos processos comunicativos identificados; da capacidade de envolvimento.

São dois os aspectos a serem avaliados. O primeiro leva em consideração o Plano de comunicação enquanto tal: a

sua correta elaboração; sua concreta viabilidade nas várias fases em que é articulado; a sua efetiva função de instrumento de inovação; a sua capacidade de promover envolvimento, conexões e motivação. O segundo verifica a atuação concreta do Plano, em especial, no que diz respeito à eficácia da comunicação interna e externa.

CONCLUSÃO

Iniciamos este quinto número da coleção *O Gong*, afirmando a nossa intenção de “tecer uma grande conversação sobre a cultura da comunicação na ótica educativa em todo o Instituto e criar consciência da incidência que os cenários contemporâneos têm sobre nossa identidade e sobre a missão educativa”. Ao término dessa reflexão, expressamos o desejo de que nossa conversação não se conclua com esta última página, mas possa tornar-se argumento para ulteriores aprofundamentos, confrontos, uma busca que possa prolongar-se em nossas comunidades, na comunidade educativa.

Deliberadamente colocamos como subtítulo “Um Mapa para orientar-nos”. Acreditamos que a reflexão sobre um tema hoje tão crucial e irrenunciável, requeira, sobretudo, uma contribuição que venha do tecido concreto da vida: das inspetorias, das comunidades, das pessoas que poderão enriquecer as análises feitas, confrontando-as e enriquecendo-as com a realidade viva dos próprios contextos. Somos conscientes, de fato, que a temática sobre a qual conversamos evolui de modo extremamente veloz e que a cultura da comunicação é um paradigma em contínua mudança. Isto nos impulsiona a buscar métodos de aproximação que, oportunamente, possam orientar-nos na missão educativa com os jovens, que são os primeiros a absorver as novidades e que, mais do que nós, vivem imersos no mundo das mídias.

O caminho eclesial apresentado por Bento XVI nos encoraja a buscar os caminhos da “verdade, anúncio e autenticidade de vida na era digital” (Mensagem da 45ª JMCS) e nos aponta o estilo: “Silêncio e palavra: caminhos de evangelização”; para educar-nos à comunicação requer aprender a escutar, a contemplar, além do falar, e isto é par-

ticularmente importante para os agentes de evangelização” (Mensagem da 46ª JMCS, 2012). O Papa ainda nos lembra que “hoje a profunda transformação, em ato, no campo das comunicações, dirige o fluxo das grandes mudanças culturais e sociais. As novas tecnologias não estão só apenas mudando o modo de comunicar, mas a comunicação em si mesma [...] e está nascendo um novo modo de aprender a pensar, com inéditas oportunidades de estabelecer relações e construir comunhão” (Mensagem da 45ª JMCS).

E isto nos interessa profundamente, Educadoras e Educadores das novas gerações.

BIBLIOGRAFIA

ITALIANO

- BRETON Philippe, *L'utopia della comunicazione. Il mito del villaggio planetario*, Torino, UTET Libreria srl 1995
- CASTELLS Manuel, *La nascita della società in rete*, Milano, Egea 2002
- LÉVY Pierre, *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*. Milano, Feltrinelli 2002
- MCLUHAN Marshall, *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore 1967
- BROCCOLI Amelia, *Educazione e Comunicazione. Per un'etica del discorso pedagogico*, Brescia, Editrice La Scuola 2009
- CAMBI Franco - TOSCHI Luca, *La comunicazione formativa. Strutture, percorsi, frontiere*, Apogeo, Milano, 2006
- GIACCARDI Chiara (a cura di), *Abitanti della rete. Giovani, relazioni e affetti nell'epoca digitale*, Milano, Vita & Pensiero 2010
- GIANNELLI Maria Teresa, *Comunicare in modo etico*, Cortina, Milano, 2006
- GRANIERI Giuseppe, *Umanità accresciuta. Come la tecnologia ci sta cambiando*, Roma-Bari, Laterza 2009
- JENKINS Henry, *Culture partecipative e competenze digitali. Media Education per il XXI secolo*, Milano, Guerini e Associati 2010
- LIVINGSTONE Sonia, *Ragazzi online. Crescere con internet nella società digitale*, Milano, Vita e Pensiero 2010
- MANETTI Giovanni - FABRIS Adriano, *Comunicazione*, Brescia, La Scuola, 2011
- MENDUNI Enrico, *I media digitali. Tecnologie, linguaggi, usi sociali*, Roma-Bari, Laterza 2009

- METTIERI Fabio, *Il grande inganno del web 2.0*, Roma-Bari, Laterza 2009
- MORCELLINI Mario - CORTONI Ida, *Provaci ancora, scuola. Idee e proposte contro la svalutazione della scuola nel Tecnoevo*, Milano, Centro Studi Erickson 2007
- PADULA Massimiliano (Ed.), *L'involucro della contemporaneità. Un discorso sui media*, Città del Vaticano, Lateran University Press 2010
- PECCHINENDA Gianfranco, *Videogiochi e cultura della simulazione. La nascita dell' "homo-game"*, Roma-Bari, Laterza 2010
- RIVA Giuseppe, *I social network*, Bologna, Il Mulino 2010
- TURKLE Sherry, *Insieme ma soli*, Torino, Edizione Codice 2012

INGLÈS

- CASTELLS Manuel, *The Rise of the Network Society*, Oxford, Blackwell Publishers Ltd, 2000
- FISKE John, *Introduction to Communication Studies*, Routledge, London-New York 1990.
- MCLUHAN Marshall, *Understanding media. The extension of man*, New York, NY, McGraw-Hill Book Company, 1964
- PRELL Christina, *Social network analysis: history, theory & methodology*, Los Angeles, Sage 2012
- PRENSKY Mark, *Digital Natives, Digital Immigrants in The Horizon*. Bradford: MC University Press, 2001
- SMALL Gary – VORGAN Gigi, *iBrain: Surviving in the Technological Alteration of the Modern Mind*. New York, Harper Collins 2008
- TURKLE Sherry, *Alone Together. Why we expected more from technology and less from each other*, Basic Book, New York 2011

ESPAÑHOL

KAPLÚN Mario, *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*, Santiago del Chile, UNESCO 1992

KAPLÚN Mario, *Una pedagogía de la comunicación*, Madrid, Ediciones de la Torre 1998

FRANÇÊS

BRETON Philippe, *L'utopie de la communication*, Éditions La Découverte, Paris 1992, 1995

LÉVY Pierre, *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, Éditions La Découverte 1994

PORTUGUÊS

ATTALI Jacques, *Uma breve história do futuro*. Ed. Novo Século, S. Paulo 2008

JENKINS Henry, *Cultura da convergência*, Ed. Aleph, S. Paulo 2006

GLOSSÁRIO

Aldeia Global

A expressão é um oxímoro (figura retórica que sustenta dois conceitos opostos). Foi usada pela primeira vez, em 1964, por Marshall McLuhan, um estudioso da comunicação de massa, de origem canadense. Os dois termos se contradizem reciprocamente: a “aldeia” é a forma elementar de habitação humana, enquanto o adjetivo “global” refere-se ao planeta todo. O significado da aproximação é obviamente simbólico. Essa aproximação serve ao mediólogo canadense para exprimir uma situação inédita, de difícil representabilidade: o que no passado tinha dimensões e distâncias imensas, graças à inovação das comunicações é agora ao alcance da mão, também em tempo real. Na cultura, gerada pelo advento das mídias eletrônicas, se anulam as distâncias físicas e culturais; os estilos de vida, as tradições, as línguas, as etnias passam a ser mais homogêneas e internacionais.

Cibercultura

«O conjunto das correntes literárias, musicais, artísticas e políticas que se refere ao ciberespaço como realidade social e modelo de existência produziu uma nova sensibilidade cultural que se reconhece como cultura ciber».

Ciberespaço

«O termo se refere a um novo espaço de comunicação, identificável com a CMC (vd.) e os seus subcontextos (o correio eletrônico, as conferências computadorizadas, os ambientes multiusuários) e às modalidades originais de criação, de navegação no conhecimento e de relação social que este torna possível».

Computação em nuvens

Com este termo, indica-se um conjunto de dispositivos e aplicativos que permite, através de um serviço oferecido pelo provedor, memorizar, arquivar, acessar e elaborar qualquer tipo de documento e de dados, utilizando-se os recursos distribuídos e presentes na Rede.

Em vez de serem instalados nos computadores, os *software* são instalados na nuvem (*cloud*) e os dados, que até hoje eram salvos no pc, serão distribuídos em vários servidores, podendo ser acessados de qualquer navegador.

Deste modo, não existe a necessidade de portas USB, disco rígido e arquivos digitais. Pode-se comprar músicas, alugar filmes, folhear livros eletrônicos, elaborar textos, navegar na internet, enviar e receber correio eletrônico como e quando quiser, em qualquer lugar em que se esteja, pagando-se pelo que se usa.

Convergência digital

«É uma das conseqüências mais significativas do advento da era digital e, portanto, da transformação de todo conteúdo e comunicação em bit. Os bits são iguais, independentemente do conteúdo. Traduzidos na comum linguagem digital, âmbitos tradicionalmente distintos como a informática, a telefonia, a televisão e as telecomunicações em geral podem convergir em um único meio produtivo e de transmissão, criando um modelo econômico de fato unitário. Entretanto, trazendo consigo também problemas culturais, tecnológicos e legais. O primeiro exemplo concreto de convergência conhecido por todos é a Internet, que associou imagens, textos, sons, vídeo em um único meio de transmissão e em um só terminal de recepção: o computador. Outro instrumento que está adquirindo para si um sempre maior número de funções típicas do PC é o telefone celular, testemunha da convergência mais difundida que a própria Internet. Deste modo, é possível que dispositivos dotados de um pequeno display tenham acesso às infraestruturas da Rede de modo integrado, complementar e alternativo aos sistemas wired ou centrados sobre o desktop».

Cracker (Hacker)

«H. é quem, movido por uma grande curiosidade por um argumento, em geral de natureza técnica, utiliza todas as estradas para aprofundá-lo, sem deter-se diante de nada, nem mesmo de proibições explícitas. Em geral trata-se de um programador obstinado para o qual a máquina não deve ter segredos e da qual não é possível aceitar um “não”. Dois princípios fundamentais da ética hacheer são: a liberdade de informação e a necessidade de que esta seja acessível a todos, como instrumento de liberdade (information wants to be free); e o valor positivo da investigação, na tentativa de desmascarar os segredos da tecnologia. C. é quem “quebra” (to crack em inglês) a segurança de um sistema informático, conseguindo estabelecer uma interferência para fins ilegais. O termo foi designado em 1985 pelos próprios hackers para distinguir-se de quem fazia uso indevido da própria habilidade informática».

Desigualdade digital

«Hoje, no mundo, entre seis milhões de pessoas, somente um milhão navega na Rede. A chamada aldeia global de McLuhan não é tão global assim, visto que grande parte da população é excluída da sociedade da informação na Internet. Por digital divide entende-se a desigualdade entre quem tem acesso às novas tecnologias presentes no mundo, e quem não tem por causa do ganho insuficiente ou ausência de infraestrutura: a impossibilidade de aproximar-se da tecnologia fecha qualquer possibilidade de desenvolvimento econômico, social, cultural dos países mais pobres. O problema da digital divide existe também nos Países mais desenvolvidos. As Nações Unidas se mobilizaram na intenção de alcançar um objetivo fundamental: permitir que o acesso às tecnologias da informação e da comunicação torne-se um serviço à disposição de toda a humanidade. São necessárias políticas de inclusão digital, quem quer que seja e em todo o mundo, deve gozar de iguais benefícios decorrentes da sociedade da informação global».

Digital & Analógico

Digital: tipo de processamento de informação feito pelo computador, baseado no sistema binário de sinais: o dígito 1, que significa sinal de “ligado” e o dígito 0, que significa ausência de corrente ou “desligado”. (*Rabaça, Carlos Alberto & Barbosa, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. Editora Campos, R.Janeiro, 2002*).

Analógico: Diz-se de transmissão de sinal elétrico que varia de forma contínua. (*Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, Ed. Positivo, Curitiba, 2010*).

E-learning

«O e-learning constitui hoje, provavelmente, um dos setores de maior expansão no mercado da formação. O que torna particularmente interessante este setor é a possibilidade que as tecnologias de c., baseadas na rede telemática, consentem de emancipar o processo de ensino/aprendizagem dos vínculos de partilha do espaço e do tempo. A c. formativa tradicional encontra na sala o seu lugar privilegiado e na oralidade o seu veículo natural. O modelo didático que se constrói sobre este tipo de situação deveria ter vantagens indiscutíveis, como a relação que nele se pode estabelecer entre professor e aluno e a possibilidade de feedback imediato. O limite deste tipo de situação didática se dá pelo facto de que para aprender é necessário encontrar-se no mesmo lugar em que o professor está, exatamente, no momento em que está falando. O e-learning permite uma dissociação do espaço e do tempo: um curso de formação permite ao aluno acessar informações sem deslocar-se de casa e, especialmente, no momento mais adequado às suas exigências; fundamenta-se sobre sistemas web based, sistemas de didática live da videoconferência ao chat, aos fóruns, técnicas de comunicação que favorecem a relação entre professor e estudante mesmo sem exigir a sua presença no mesmo espaço e tempo. É o tema da comunicação síncrona e assíncrona. O resultado é uma verdadeira e própria revolução do modo de ensinar e de aprender: a tendência é abandonar o modelo de transmissão das informações

em vantagem do tutoring (docente como acompanhante) e do scaffolding (docente como formador de instrumentos e conceitos básicos); caminha-se sempre mais em direção a formas de aprendizagem baseadas na descoberta, na construção ativa do conhecimento, na colaboração. Também o e-learning requer adequados sistemas de avaliação da aprendizagem».

Hipertexto

«Texto organizado de um modo não linear, sem início ou fim. É uma estrutura constituída de nós (núcleos de conteúdo) conectados entre si por um link, que permite passar de um a outro escolhendo entre os diversos percursos possíveis. O conceito foi desenvolvido por Theodor Holm Nelson, autor do termo “hipertexto”, em 1965, que trabalhou a idéia do projeto Xanadu, um gigantesco banco de dados da cultura mundial, no qual cada texto podia ser acessado através de determinadas palavras-chave ou hyperlink. Era, para todos os efeitos, uma antecipação do que seria depois realizado através da World Wide Web, na qual cada documento é interligado a outros através de palavras evidenciadas (ou links) ou imagens. O conceito de hipertexto, na realidade, não necessita da Rede para se concretizar: qualquer texto hospedado num suporte eletrônico (floppy disk, hard disk, CD-ROM, DVD e outros suportes de memória) e acessível em pontos diversos poder ser considerado um hipertexto».

Inteligência coletiva

«Conceito elaborado pelo estudioso francês Pierre Lévy no seu livro de título homônimo, publicado na França, em 1994 e traduzido em italiano em 1996 (Lévy, 1994). Teoria sugestiva que entende criar – para usar as palavras do próprio autor – uma “antropologia do ciberespaço” e que encontra essência no advento das redes de computadores e em particular na Internet. A inteligência coletiva, segundo Lévy, é distribuída em qualquer lugar, também nos lugares jamais pensados. “Ninguém sabe tudo, cada um sabe alguma

coisa, a totalidade do saber reside na humanidade. Não existe nenhuma reserva de conhecimento transcendente, e o saber não é nada de diferente daquilo que as pessoas sabem. A luz do espírito brilha também lá onde se quer fazer acreditar que não exista inteligência” (p. 34). Fundamental é o papel das tecnologias digitais da informação, que consentem a “coordenação em tempo real das inteligências” dentro de um cenário virtual de conhecimentos em contínua transformação. Inteligências que serão depois mobilizadas dentro de um único projeto comum, no qual a cada pessoa seja atribuído um papel significativo. Não há nada de fixo, mas não reina o caos, porque tudo se valoriza e se coordena em tempo real graças à interação imediata entre os diversos componentes de uma mesma comunidade. A avaliação de Lévy é extrema e utópica em relação ao impacto das redes sobre o conhecimento, com incidência também no plano ético e político, não desprovida de certo dogmatismo que tem atraído algumas críticas. Uma posição mais tênue é a de Derrick de Kerckhove que, ao contrário, fala de inteligência conectiva».

Inteligência conectiva

«Termo introduzido por Derrick de Kerckhove, diretor do McLuhan Program of Culture and Technology de Toronto, numa velada polêmica com o francês Pierre Lévy e a sua inteligência coletiva. Depois de muito ter falado e escrito sobre coletivos de vários gêneros como protagonistas da cultura da Rede, Kerckhove pede para substituir em todos aqueles casos o termo por “conectivo”. E o faz em um livro intitulado, precisamente, *A Inteligência Conectiva* (1997). Na prática, a inteligência conectiva ganha vida quando a Rede trabalha como um sistema biológico unitário. “Aqui há o que fazer – escreve Kerckhove – com um sistema enormemente inteligente, mas em grande parte descentralizado e que parece organizar-se sozinho, sem que muita gente saiba ou deva saber o que está sucedendo” (p. 178-179). O crescimento das redes de telecomunicações seria semelhante, segundo o estudioso, ao desenvolvimento do

nosso sistema nervoso. O aumento exponencial das conexões a Internet poderia ser comparado à atividade de um cérebro em pleno processo de aprendizagem, na fase de máxima expansão das suas capacidades. Através do uso da Rede, mais mentes conectadas, que trabalham por um mesmo objetivo, podem fazer emergir uma forma de inteligência que é superior à soma dos cérebros individualmente. “A assim chamada comunidade virtual é alguma coisa a mais do que um vasto número de pessoas envolvidas mais ou menos diretamente, mais ou menos constantemente, em uma atividade comum. É também uma presença em tempo real, imediata e contingente, como uma mente em serviço. As comunicações on-line criaram uma nova categoria de mente – uma mente conectiva, à qual se ‘prende’ ou da qual se ‘desprende’, sem incidir sobre a integridade da estrutura” (p. 186). Trata-se de uma teoria sob alguns aspectos complementar em relação àquela de Pierre Lévy, muito ligada também à experiência concreta do próprio Kerckhove, que organiza workshop de inteligência conectiva para fins acadêmicos e de formação gerencial».

Internet Addiction Disorder

IAD (Internet Addiction Disorder) é o nome que identifica a síndrome de dependência da Internet. A Canadian Medical Association sustenta que a IAD é real tanto quanto o alcoolismo: provoca, como as outras patologias da dependência, problemas sociais, desejo incontrollável, sintomas de abstinência, isolamento social, problemas conjugais e de desempenho, dificuldades econômicas e de trabalho. Foram avaliadas pessoas entre 15 e 40 anos, e os sintomas de mal-estar revelaram dificuldades de relacionamento, um forte sentido de apego ao computador, negação quanto ao total de horas passadas on-line, casos de obesidade, depressão e ansiedade, dores na coluna e o progressivo distanciamento de qualquer hobby, exceto o de estar conectado. A gravidade do mal-estar aumenta pelo fato de que tais patologias influenciam e podem ter fortes repercussões sobre a vida familiar. A IAD apresenta, nestes casos, os traços da fuga,

do isolamento, do distanciamento da realidade: as pessoas se fecham na Internet para não enfrentar os problemas da existência cotidiana.

Internet telephony (Voip)

É a telefonia via Internet. «Define-se assim o uso da Rede para a transmissão de comunicações telefônicas. É necessário (além disto, naturalmente, o modem e a conexão à Internet) um computador com placa de áudio e microfone e um software específico – no comércio já existem vários – para experimentar o prazer de falar com o Sul da África ou Austrália ao preço de uma chamada urbana (aquela feita através do próprio provedor). Em alguns casos, como com o programa Net2Phone, é possível ligar diretamente a um telefone e não a outro computador. A tecnologia é também chamada VOIP, ou seja, Voice Over IP aludindo à técnica de transmissão da voz através do protocolo Internet (TCP/IP)».

Linux

«Sistema operacional idealizado pelo jovem programador finlandês Linus Torvalds, que trabalha no projeto desde 1990 com a ajuda de uma ampla comunidade de programadores da Internet. Trata-se de uma versão simplificada de Unix que roda praticamente em todos os tipos de PC e em outras plataformas hardware, e está disponível em forma freeware na Rede. Linux obteve um enorme sucesso e é utilizado também para gerenciar servidores de Internet».

Máquina & Sistema

Máquina (hardware): complexo físico das instalações de um sistema informático. Conjunto dos elementos mecânicos, elétricos, eletrônicos e magnéticos que constituem a máquina do computador.

Sistema (software): Conjunto dos procedimentos, regras e métodos de programação e exploração de computadores e equipamentos de um sistema informático. Sequência de instruções codificadas que, quando acessadas devidamente, fa-

zem com que o computador execute determinadas funções. Parte não-tangível da máquina. Diz-se também programa de computador ou conjunto de programas. (*Rabaça, Carlos Alberto & Barbosa, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. Editora Campos, R.Janeiro, 2002*).

My media

«Termo introduzido por Nicholas Negroponte em oposição a mass media. O my media é uma mídia altamente personalizada, na qual o usuário compõe sua programação e decide o que deseja ver, ler ou escutar, solicitando-o ao computador ou à TV, graças a instrumentos interativos e a softwares apropriados que buscam as informações desejadas».

Microblogging

É uma forma de publicação constante de pequenos conteúdos em Rede, sob a forma de mensagens de texto (normalmente até 140 caracteres), imagens, vídeo, áudio MP3, etc, mas também de linha de tempo, citações, anotações. Estes conteúdos são publicados em um serviço de Rede Social, visíveis a todos ou somente às pessoas da própria comunidade.

O fenômeno do *microblogging* nasce de um conceito reduutivo de blog (microblog) e se evoluiu pela exigência de se comunicar com simplicidade, utilizando a rede, indo de encontro à necessidade essencial de “compartilhar” sentimentos, informações, recursos, e tudo o que se deseja, com outros usuários, de modo coletivo, em nome daquilo que a Web define como “social”, para sintetizar a própria experiência de comunicação compartilhada *online*.

O fundador deste modo de comunicação é o Twitter, a primeira plataforma nascida na Web que utiliza esta modalidade. O Twitter conta com milhões de usuários. A plataforma é utilizada por políticos, escritores, artistas, jornalistas.

Multitarefa

Sistema Operacional capaz de lidar com mais de um aplicativo em execução no mesmo intervalo de tempo. (*Rabaça, Carlos Alberto & Barbosa, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. Editora Campos, R.Janeiro, 2002*).

Media Player Portátil

É um dispositivo eletrônico, de dimensões sempre mais reduzidas e portáteis, em grau de memorizar e reproduzir conteúdos multimediais digitais como áudio, imagens, vídeo, documentos etc. Os dados são, em geral, memorizados em um disco rígido, microdrive, ou memória flash.

Pertence a esta categoria, por exemplo, o I Pod, o leitor multimídia pessoal (da Apple) de música, que possibilita ouvir o áudio (geralmente MP3) através de fones de ouvido, ou mesmo conectando-se a um aparelho estéreo. Ipod, porém, não é só música: graças a uma capacidade de memória sempre mais ampla, pode tornar-se um dispositivo de gravação e transporte de dados, ou transformar-se em uma catálogo de endereços, uma agenda, em um pequeno gravador de voz (*voice recorder*).

Nativos Digitais & Imigrantes digitais

Os dois termos foram utilizados, pela primeira vez, pelo sociólogo Mark Prensky. Para este autor, os jovens, nascidos entre o fim dos anos noventa e dois mil são “nativos digitais”, porque cresceram com as novas tecnologias digitais. Expostos desde o nascimento a uma cultura visual e da imagem, aprenderam a conviver com múltiplas telas (televisão, computador, *play station*, celulat, Internet).

Ao contrário, os “imigrantes digitais” são os adultos que, nascidos e crescidos no tempo precedente ao advento das tecnologias digitais, são lançados no mundo digital e obrigados a adotar as tecnologias e dispositivos que a nova cultura lhes impõe.

Neonomadismo

«Condição paradoxal do homem contemporâneo, proprietário de meios para comunicar e trabalhar em todos os lugares e, portanto, potencialmente desvinculado das coordenadas espaço-temporais bem definidas. O advento das novas tecnologias favorece como destino certo a imobilidade total. O homem da sociedade digital – é esta, por exemplo, a tese de Paul Virilio – seria um tipo de paralítico tecnológico grudado à sua cadeira, destinado a gozar de todas as experiências de modo substitutivo, graças a telas, capacetes e instrumentos interativos que o tornariam um turista virtual, em grau de transferir-se a qualquer lugar sem precisar se deslocar. De outra parte, porém, a difusão dos telefones celulares, sempre mais semelhantes a verdadeiros e próprios computadores, dos palm top e em geral das tecnologias wireless (sem fio) evidencia a tendência rumo ao nomadismo, ou a possibilidade de fruir qualquer benefício, mas também a invasão das tecnologias da comunicação. Trata-se na realidade de dois aspectos da mesma evolução: de um lado a materialização do corpo, reduzido a ícone virtual transferível com um clique do mouse, pronto para comunicar, portanto para estar presente (virtualmente) em qualquer lugar, e de outra parte, a realização concreta desta possibilidade, a mobilidade real do corpo que se mantém sempre conectado a uma rede de telecomunicações».

Netiquetas

«Fusão de duas palavras: network e etiquetas; é o neologismo para “etiquetas da Internet”. Também na Rede existem ações que revelam pouco ou quase nenhum respeito pelos outros e por isso devem ser evitadas. Por exemplo, é uma expressão de boa educação responder prontamente aos e-mails; usar a máxima cortesia e gentileza; não “saturar” a Rede multiplicando inutilmente as mensagens que estão em circulação, uma vez que a velocidade com a qual as mensagens são trocadas é um bem comum; não apenas limitar-se a buscar informações na Rede, mas também fornecê-las».

New media (novas mídias)

«O conjunto dos novos meios de comunicação constituídos pela Internet, TV digital, suportes multimídia, telefonia celular e telemática, resultado de avanços tecnológicos cujas bases comuns foram colocadas no fim dos anos 70. Três linhas evolutivas, em particular, favoreceram a discussão sobre os new media: o desenvolvimento dos computadores e da microeletrônica, os processos nas tecnologias para a transformação do sinal analógico em digital, e – no setor das infraestruturas de telecomunicação – a invenção das fibras óticas e o uso dos satélites para conexão wireless». Os computadores não são apenas concebidos como meros instrumentos de cálculo ou transformação de informações codificadas, mas também como instrumentos de suporte à comunicação. «Um dos aspectos fundamentais que une os new media é a sua predisposição à interatividade, o instaurar-se de um relacionamento completamente novo com o usuário, chamado a participar da produção do conteúdo, segundo formas e modalidades diversas de acordo com o meio».

Open Source

É um software de código aberto, «literalmente traduzível como fonte aberta, em contraposição à definição logicamente antiética de fonte fechada, e se refere à modalidade com a qual os programas predispostos por aparelhos eletrônicos de diversas naturezas são colocados à disposição dos usuários. Enquanto que a licença do software proprietário, ou a fonte fechada, limita de vários modos as capacidades de uso ou de copiar o programa, a licença OSS confere, na realidade, ao usuário uma série de capacidades extremamente amplas».

Paradigma

«Na acepção epistemológica, p. é o conjunto coerente de teorias e métodos que caracterizam uma fase do desenvolvimento de uma determinada ciência. Em Linguística, indica o conjunto sistemático das unidades da língua, consideradas fora do contexto».

Portal

«É uma website que funciona como “entrada temática” ou como “plataforma” para a exploração da Internet. Funciona como verdadeiro condutor do usuário, justamente porque oferece um conjunto de informações, de instrumentos e de serviços capazes de “ordenar o universo” complexo e caótico da Rede, privilegiando temáticas específicas. O que melhor caracteriza um p. é justamente a sua orientação à satisfação do cliente em potencial e a consequente adoção de tecnologias em grau de fornecer serviços personalizados. Em geral, um p. oferece espaços web e e-mail gratuitos, consultas a banco de dados específicos, informativos personalizados (semelhante a um boletim de imprensa), chat, comunidades virtuais, sites de busca, links organizados por categorias temáticas».

Shareware

«Software distribuído livremente pela Internet que, se utilizado, requer o pagamento de uma quantia (em geral embutida) para o seu criador. Trata-se de programas protegidos por copyright, bem diferente do que acontece com o software freeware».

Smartphone

Um smartphone é um dispositivo portátil que une funções de gestão de dados pessoais e de telefone celular. A característica mais interessante dos smartphone (por exemplo, iPhone, Blackberry etc) é a possibilidade de instalar outros aplicativos que acrescentam novas funcionalidades. Estes programas podem ser desenvolvidos pelo fabricante do aparelho, pelo usuário ou por terceiros.

Hoje existem smartphones com conexões GSM/GPRS/EDGE/UMTS/HSDPA. Os smartphones podem utilizar as tecnologias Bluetooth e Wi-Fi para a comunicação com outros dispositivos.

Tablet computer (es. ipad)

É um computador, caracterizado por dimensões compactas,

que utiliza como único sistema de entrada uma tela controlada por uma caneta ou através de toques, ao invés de um teclado e um mouse. É dotado de todas as conectividades e de todas as funcionalidades que se espera de um computador pessoal e pode ser utilizado nas mais diversas situações e lugares, diferentemente de um computador portátil normal.

User-generated content

User-Generated Content (UGC) representa a atividade (e o papel) que os usuários da rede têm no processo de produção dos conteúdos, sejam esses didáticos, científicos, históricos, artísticos, ambientais, culturais, de negócios, de comunicação e outros.

Em particular o fenômeno da UGC é uma filosofia através da qual a produção de conteúdos, desenvolvida por especialistas (sociedade editorial, redação, universidade etc) é amparada e, por vezes, substituída pela produção de conteúdos dos usuários que é mais incisiva e tempestiva do que o processo de produção tradicional.

A UGC se serve de ambientes aplicativos capazes de favorecer este tipo de conteúdos, sobretudo através de serviços *online* que não necessitam de competências técnicas específicas. Esta transformação representou uma verdadeira revolução no âmbito de diversos segmentos do mercado, primeiramente da mídia que vive em contínuo reposicionamento, em relação às informações vindas de milhares de usuários da Rede que produzem, comentam e aprofundam notícias, fatos, fenômenos de qualquer natureza.

O fenômeno, neste sentido, é visto como uma expressão da “democratização” da Rede, no sentido de que cada um torna-se produtor e não apenas consumidor; torna-se ator e não mais usuário da comunicação multimedial.

Para compreender a UGC totalmente, é importante colocá-la dentro do conceito da Web 2.0; ou seja, a segunda geração da web que transformou o modo de conceber a Internet, passando de um grande provedor de *website* e portal, onde informações e conhecimentos são produzidos por poucas

fontes, financeira e profissionalmente capazes, a um modelo de contribuição por parte de qualquer pessoa, através de sistemas capazes de compartilhar avaliações, pontos de vista, conteúdos.

Usabilidade

«Refere-se a um conjunto de características, graças às quais, um produto satisfaz as exigências implícitas e explícitas das pessoas que o utilizam (os usuários finais) e de ser facilmente compreendido e usado. A u. não se refere somente aos produtos software; pode ser estendida a todos os instrumentos com os quais o homem interage: desde os utensílios de trabalho aos objetos de uso cotidiano (como o celular, o forno microondas, o estéreo), à mesa de controle dos processos. Comumente se faz referência à u. também com o termo *user friendly*, para indicar justamente as características de facilidade de uso que consentem a usuários não expertos interagir eficazmente com o produto».

Video game console Video Game

1. Tipo de jogo, em forma de vídeo interativo, cujas imagens e situações podem ser manipuladas pelo usuário, através de alavancas de comando, mouse ou teclado.

2. Console, destinado ao controle de jogos eletrônicos domésticos, capaz de gerar e movimentar imagens na tela de um televisor comum. 3. Cartucho ou qualquer outro dispositivo de memória contendo um jogo desse tipo. 4. Programa ou arquivo que oferece esse tipo de entretenimento por meio de um computador. Diz-te também telejogo e telegame. (*Rabaça, Carlos Alberto & Barbosa, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. Editora Campos, R. Janeiro, 2002*).

Web semantico

Com este termo, cunhado pelo seu ideador, Tim Berners-Lee, entende-se a transformação da *World Wide Web* em um ambiente onde os documentos publicados são associados a informações e dados que especificam o contexto se-

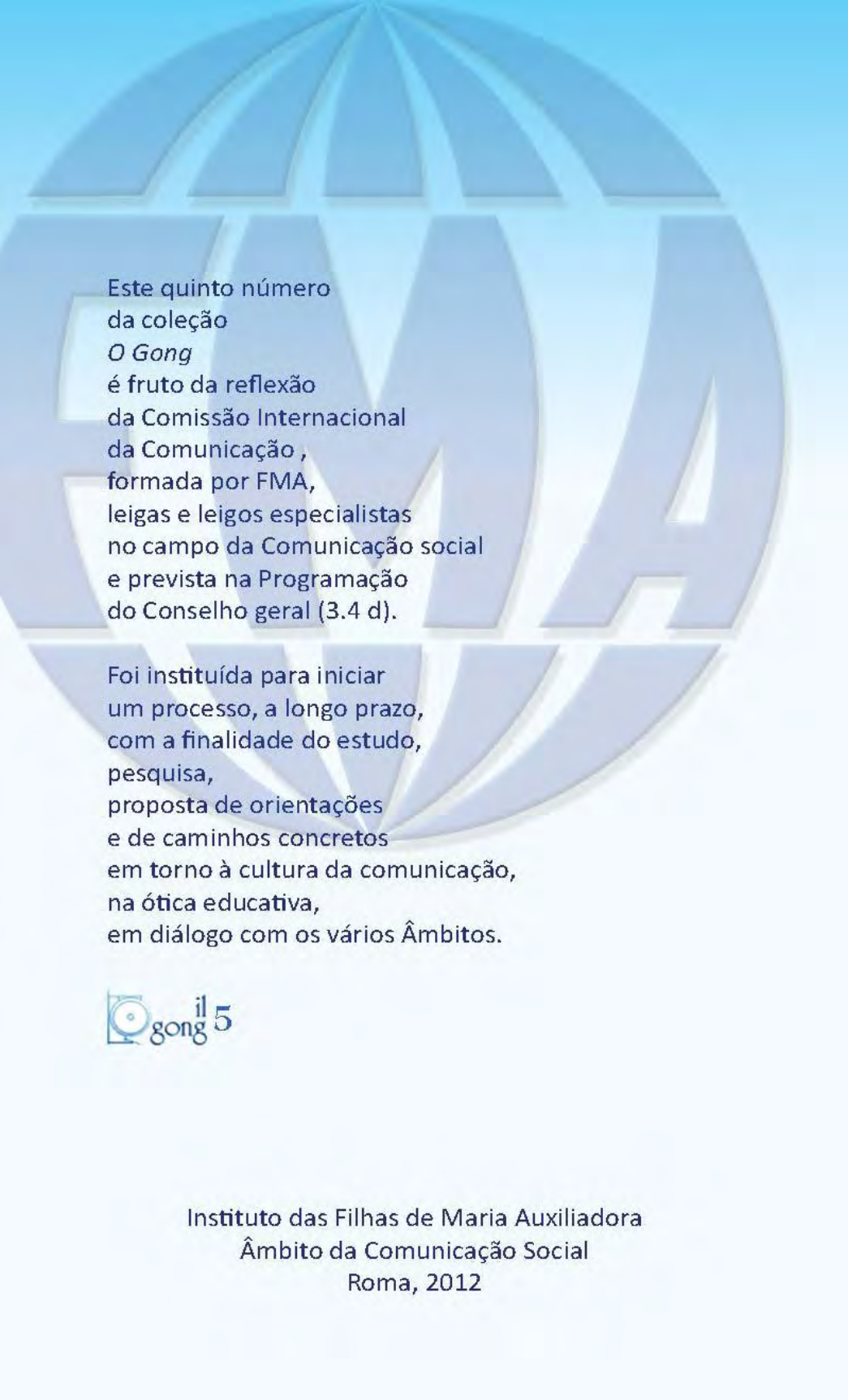
mântico em um formato adequado às interrogações e às interpretações (ex. através de *sites* de busca) e, em geral, à elaboração automática. Com a interpretação do conteúdo dos documentos que a Web semântica defende, as pesquisas serão muito mais evoluídas que as atuais, baseadas no documento de palavras-chave e outras operações especializadas.

Web radio & web tv

Web-rádio: *Transmissão e recepção de sinais de emissoras de radiofusão via internet.*

Web-TV: *Transmissão e recepção de sinais de TV via Internet. (Rabaça, Carlos Alberto & Barbosa, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. Editora Campos, R. Janeiro, 2002).*





Este quinto número
da coleção
O Gong
é fruto da reflexão
da Comissão Internacional
da Comunicação ,
formada por FMA,
leigas e leigos especialistas
no campo da Comunicação social
e prevista na Programação
do Conselho geral (3.4 d).

Foi instituída para iniciar
um processo, a longo prazo,
com a finalidade do estudo,
pesquisa,
proposta de orientações
e de caminhos concretos
em torno à cultura da comunicação,
na ótica educativa,
em diálogo com os vários Âmbitos.



Instituto das Filhas de Maria Auxiliadora
Âmbito da Comunicação Social
Roma, 2012