



Una revolución cultural

Cada mañana, al desayuno, ojeo el periódico local que me ofrece una abigarrada información, alguna interesante, otra sesgada, con frecuencia banal y mucha con tinte comercial. El considerable fárrago de páginas pasa en pocos minutos ante mis ojos.

En la oficina, comienzo mi trabajo frente a la computadora. Consulto allí algunas fuentes informativas de calidad mundial en busca de información valiosa, que otros periódicos locales ideológicamente polarizados "filtran". Escojo los artículos que juzgo más acertados desde una perspectiva cristiana y los envío por correo electrónico a una lista considerable de amigos residentes en Centro América, Cuba, Estados Unidos y otros países más. La operación me lleva pocos minutos.

Por la noche elijo un noticiero de prestigio en la televisión, que me pone al tanto de los acontecimientos relevantes sucedidos ese día en cualquier país del mundo. En ese momento soy espectador en primera fila de hechos de gran relieve, algunos de ellos de impactante gravedad.

Si el cansancio no es grande, exploro la multitud de canales de TV disponibles en busca de una buena distracción: película, música, documental, deporte. El menú es asombroso.

Ya en la cama, no resisto la tentación de leer unas cuantas páginas de algún libro apasionante. Tengo varios en lista de espera. O alterno con música de mi agrado comprimida en un delgado CD.

Vivimos sumergidos en un mundo saturado de mensajes. Nos asaltan por la calle, interrumpen nuestro trabajo, nos fascinan por su belleza estética, nos condicionan con su impacto subliminal.

Es un mundo multimedial el que está brotando con una energía desbordada: palabra, sonido, imagen, movimiento, color. Los recursos técnicos de que disponemos son asombrosos. Y es apenas el comienzo de una revolución cultural de la que tenemos apenas pálidos atisbos.

Los niños y jóvenes navegan con soltura por ese mundo de la comunicación multimedial. Los adultos

nos sentimos sobrecogidos y a veces desbordados.

Un reto gravísimo se impone a la educación. Ya no se trata de transmitir conocimientos, sino de enseñar a navegar. Niños y jóvenes cuentan con barcas nuevas, poderosas, relucientes. Pero el océano que los hipnotiza está lleno de escollos. A los educadores les corresponde la difícil tarea de adiestrarlos para que se internen en el país de las maravillas sin sufrir daños irreparables. Que disfruten de una travesía enriquecedora.

La iglesia se mueve entre la aprensión, el desconcierto y el entusiasmo. Esta revolución mediática nos ha tomado de sorpresa. Algunos aventureros han intuido el enorme potencial para la evangelización que traen estas herramientas prodigiosas.

Los salesianos deberíamos sentirnos cómodos y hechizados por estos recursos poderosos y lanzarnos a su uso con la misma audacia con que Don Bosco utilizó los de su tiempo.

Heriberto Herrera



La Comunicación Social, nuevo campo para la educación

Tarcisio Scaramussa SDB
Consejero General para la Comunicación Social

El mito de la comunicación y del progreso tecnológico

Vivimos en un contexto acelerado de cambios en todos los sentidos. En el campo de las relaciones, la tecnología permite cada vez mayores contactos, información y posibilidad de relación con las personas y llegar a los distintos lugares.

El fulgor del progreso tecnológico puede, no obstante, ofuscar la visión de una realidad retadora. Por un lado, existe "una brecha digital" entre ricos y pobres. Por otro lado, también la "brecha comunicativa" entre pueblos y culturas, y también en las relaciones interpersonales en la sociedad moderna. Pero tampoco vemos que esto sea obvio, pues más y mejores instrumentos no significa, automáticamente, más comu-

nicación, más diálogo, más convivencia pacífica y profundidad en las relaciones humanas.

El progreso tecnológico, especialmente en el campo de la comunicación, contribuye a caracterizar nuestra época como la "era de la información". Permanecen, no obstante, los desafíos de hacer que esta tecnología sea accesible a todos, educar a las personas para utilizarla e integrarla críticamente en sus vidas, y hacer que contribuya realmente a una mejor comunicación entre los pueblos y entre las personas. *La verdadera comunicación produce comunión entre las personas.* "La comunicación y el progreso de la sociedad humana constituyen el principal objetivo de la comunicación social y de sus instrumentos (Communio et progressio, n. 01 - 1971).

Desafío cultural

Los medios de comunicación social, por encima de simples "medios" o "instrumentos" que transmiten los mensajes, definen el ambiente y la nueva ecología de nuestro sistema cultural. Determinan el aire que respiramos, el universo donde vivimos. Envuelven todos los aspectos de la estructura y de la existencia humana. Moldean la mentalidad de las personas. Son "la escuela de masas que crean cultura y difunden modelos de vida" (C. 43). Son elementos de una nueva cultura, la cultura mediática. Esta convicción lleva, por tanto, a considerar estos medios no solamente como instrumentos que utilizamos, sino, sobre todo, como algo con lo que confrontarse críticamente.

La juventud es ciertamente la sección más afectada por este proceso de las formas culturales. Una impor-

tante investigación realizada por la SIP (Social Italiana de Pediatría - Nov/2002) es, apenas, una entre tantas que se hacen en muchas partes del mundo, que comprueba que los niños y los adolescentes son consumidores, son grandes utilizadores de tecnología, seguros de sí mismos en sus escuelas, celosos de decidir por cuenta propia y que les produce respeto... y mientras tanto se dejan condicionar por las modas del momento, por las opiniones de los compañeros y por la publicidad. Un primer dato alarmante es la facilidad con que los jóvenes están dispuestos a luchar para resolver sus propios problemas, pero la mitad de los entrevistados considera aceptable el recurso a la violencia.

Cuando acontece alguna tragedia como la de un joven que comete un homicidio contra familiares o contra colegas en una escuela, se incrementan los debates sobre la influencia de los medios en el comportamiento juvenil y sobre la necesidad de revisar los criterios, los valores que se emplean, y hasta una legislación que regule estos instrumentos, y una llamada de atención hacia la responsabilidad ética de los agentes de la comunicación.

Un nuevo campo para la educación

El cuadro que diseñamos anteriormente nos revela un poco el cambio de los espacios educativos en la sociedad de hoy. Algunas instituciones durante siglos se consolidaron como agencias prioritarias, casi monopolizadores, de educación: entre ellas la familia, la escuela, la comunidad religiosa. El escenario del mundo actual, no obstante, presenta una nueva configuración social, donde los medios de comunicación social se convierten, cada vez más, en protagonistas de cultura y

presentan, por tanto, nuevos retos para la educación y la evangelización.

Las ciencias de la educación pretenden incorporar las tecnologías como medios e instrumentos de los procesos educativos. Con alguna lentitud, y poco a poco, van incorporando

La manera de actuar de educadores y comunicadores con visión de perspectiva “mediática” está generando experiencias e investigaciones que parecen indicar el origen de un nuevo campo titulado “edu-comunicación”.

también el mundo de la educación, tanto a través de la utilización de los medios de comunicación en la educación, como a través de una educación crítica frente a los mismos, y como a través de la educación para la utilización de los “medios”.

La manera de actuar de educadores y comunicadores con visión de perspectiva “mediática” está generando experiencias e investigaciones que parecen indicar el origen de un nuevo campo titulado

“edu-comunicación”, y de un nuevo profesional, el “edu-comunicador”. El punto final es querer expresar el conjunto de políticas y acciones inherentes a la planificación, a la puesta en práctica y a la investigación de procesos y productos destinados a crear y a reforzar ecosistemas comunicativos en los ambientes educativos específicos, en los ambientes empresariales, o en los ambientes virtuales. Las prácticas edu-comunicacionales tienen como objetivo ampliar el conocimiento comunicativo de las acciones humanas en todos los sentidos y ambientes.

En efecto, la tecnología acorta tiempo y espacio. Relaciona de forma cada vez más estrecha a los diferentes aspectos de la actividad mundial, globalizando las decisiones, y dando dimensión planetaria a la vida. Los cambios, que son necesarios para la realización y la producción

de los conocimientos, crean un nuevo estilo de sociedad en red, en la que la inteligencia pasa a ser comprendida como el fruto de logros colectivos que envuelven a personas y dispositivos tecnológicos, que cuestionan la educación y exigen un nuevo lenguaje para la comunicación.

La conciencia del valor de la comunicación social como generadora de cultura, debería provocar la decisión de tener, en cada comunidad, los propios animadores de cultura y de comunicación. Para esto es fundamental invertir fuertemente en la formación de las personas, en especial de los educadores, de los profesionales de la comunicación social y de los edu-comunicadores.

Oportunidad y compromisos de los salesianos

El gran educador Don Bosco fue un santo que se movía por la mística de la caridad pastoral. Aún sin los recursos del Internet, él navegó por todos los caminos disponibles de su tiempo para hacer llegar a los jóvenes el alegre mensaje de la paternidad de Dios y la amistad con Jesucristo. Tenía un gran horizonte, y soñaba con superar todas las fronteras para caminar junto a los jóvenes y para influir en la cultura de su tiempo y del ambiente en el que vivió.

La “presencia” del Sistema Preventivo encuentra hoy nuevos y significativos espacios que podemos llamar ciber-espacios o ciber-cultura. La última asamblea mundial de los Salesianos realizada en el 2002 estuvo atenta a esta realidad cuando indicó algunas directrices al respecto para la educación de las comunidades, entre las que están la creación de ambientes de fuerte carga espiritual, la movilización de la sociedad en defensa y promoción de la juventud del mundo, especialmente de la más pobre, la apertura de formas de educación y de evangelización que valoricen la comunicación social como nuevo espacio vital de encuentro con los jóvenes.



Iglesia e Internet



Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales

Los medios de comunicación ofrecen beneficios y ventajas desde una perspectiva religiosa: Transmiten noticias e información de acontecimientos, ideas y personalidades del ámbito religioso, y sirven como vehículos para la evangelización y la catequesis. Diariamente proporcionan inspiración, aliento y oportunidades de participar en funciones litúrgicas a personas obligadas a permanecer en sus hogares o en instituciones. Además de estos beneficios, hay otros que son peculiares de Internet.

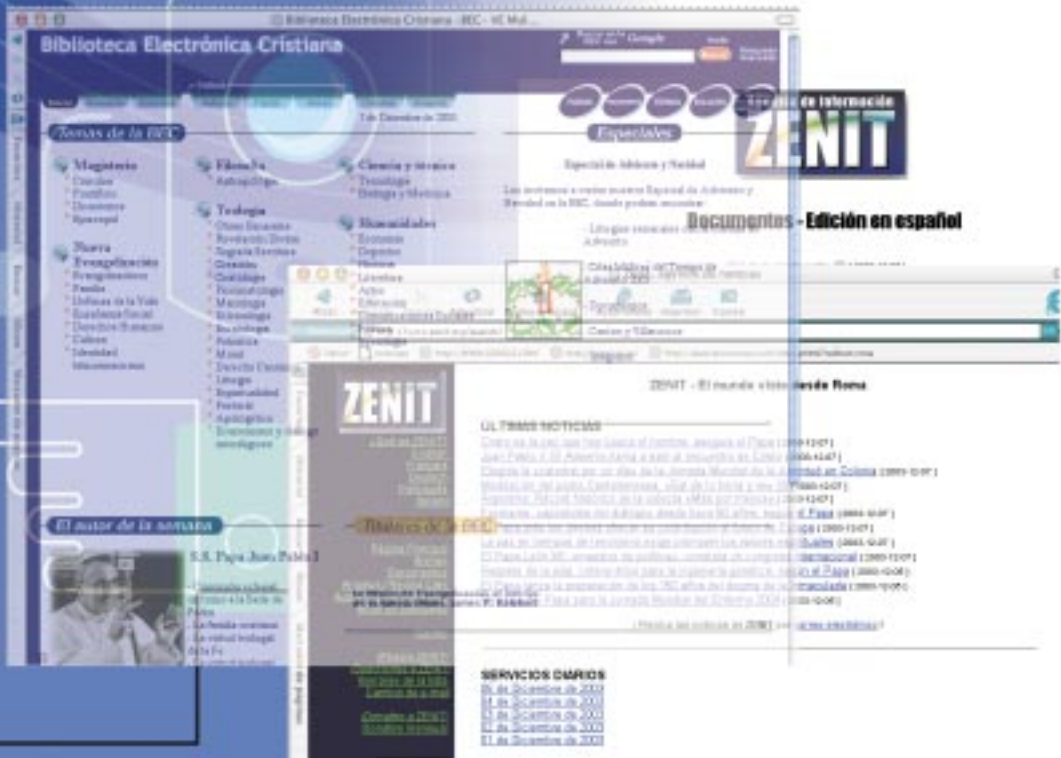
Esta proporciona al público un acceso directo e inmediato a importantes recursos religiosos y espirituales: grandes bibliotecas, museos y lugares de culto, documentos del Magisterio, y escritos de los Padres y Doctores de la Iglesia, y la sabiduría religiosa de todos los tiempos. Posee una notable capacidad de

superar las distancias y el aislamiento, poniendo en contacto a personas animadas por sentimientos de buena voluntad que participan en comunidades virtuales de fe para alentarse y apoyarse mutuamente. La Iglesia puede prestar un servicio importante tanto a los católicos como a los no católicos mediante la selección y la transmisión de datos útiles en este medio.

Internet es importante para muchas actividades y programas de la Iglesia: la evangelización, que incluye tanto la re-evangelización como la nueva evangelización y la tradicional labor misionera ad gentes; la catequesis y otros tipos de educación; las noticias y la información; la apologética, el gobierno y la administración; y algunas formas de asesoría pastoral y dirección espiritual. Aunque la realidad virtual del ciberespacio no puede sustituir a la comunidad real e interpersonal o a la realidad encarnada de los sacramentos y la liturgia, o la proclamación

inmediata y directa del Evangelio, puede complementarlas, atraer a la gente hacia una experiencia más plena de la vida de fe y enriquecer la vida religiosa de los usuarios, a la vez que les brinda sus experiencias religiosas. También proporciona a la Iglesia medios para comunicarse con grupos particulares —jóvenes y adultos, ancianos e impedidos, personas que viven en zonas remotas, miembros de otras comunidades religiosas— a los que de otra manera difícilmente podría llegar.

Hoy todos necesitan alguna forma de formación permanente acerca de los medios de comunicación social, sea mediante el estudio personal, sea mediante la participación en un programa organizado, sea con ambos. La educación para el uso de los medios de comunicación social, más que enseñar algo acerca de las técnicas, ayuda a la gente a formarse criterios de buen gusto y juicios morales verdaderos; se trata de un aspecto de la formación de la con-



ciencia. A través de sus escuelas y de sus programas de formación, la Iglesia debería proporcionar este tipo de educación para el uso de los medios de comunicación social.

Los jóvenes necesitan que se les enseñe no sólo a ser buenos cristianos cuando son receptores, sino también cuando son activos al usar todas las ayudas para la comunicación que ofrecen los medios de comunicación. Así, los jóvenes se convertirán en auténticos ciudadanos de la era de las comunicaciones sociales que parece iniciarse en este tiempo, era en que se considera a los medios de comunicación como parte integrante de una cultura aún inacabada cuyas plenas implicaciones todavía no se entienden perfectamente. Así, la enseñanza sobre Internet y las nuevas tecnologías implica mucho más que meras enseñanzas técnicas; los jóvenes necesitan aprender cómo funcionar bien en el mundo del ciberespacio, cómo hacer juicios maduros, según

Los jóvenes necesitan que se les enseñe no sólo a ser buenos cristianos cuando son receptores, sino también cuando son activos al usar todas las ayudas para la comunicación que ofrecen los medios.

sólidos criterios morales, sobre lo que encuentran en él, y cómo usar la nueva tecnología para su desarrollo integral y en beneficio de los demás.

Es importante que la gente en todos los sectores de la Iglesia use Internet de modo creativo para asumir sus responsabilidades y realizar la obra de la Iglesia. No es acepta-

ble quedarse atrás tímidamente por miedo a la tecnología o por cualquier otra razón, considerando las numerosas posibilidades positivas que ofrece Internet. Los dirigentes de la Iglesia están obligados a usar las potencialidades de esta edad informática, con el fin de servir a la vocación humana y trascendente de cada ser humano, y así glorificar al Padre, de quien viene todo bien.





Tomar en serio la comunicación en la educación

Ana Isabel Sotela FMA

En la década de los 90's el concepto y la praxis de la educomunicación toma auge en algunos países de América Latina.

Mario Kaplún señala un modo nuevo de concebir la educación y la comunicación. "Educar - es involucrarse en un proceso de múltiples flujos comunicativos. Un sistema será tanto o más educativo cuanto más rica sea la trama de interacciones comunicacionales que sepa abrir y poner a disposición de los educandos".

Un acercamiento al concepto de Educomunicación

La educación entendida como un proceso de acompañamiento en el compromiso de crecimiento personal y del aprender a "ser" y a convivir en una sociedad determinada es—sin duda—un itinerario de comunicación. El educador es siempre un comunicador.

Una vez ubicados en el nuevo panorama cultural, la educación puede concebirse como un auténtico "ecosistema de comunicación" en

donde las personas se mueven, y reciben mensajes, reelaboran símbolos, estrechan relaciones con las instituciones, con los otros, con los medios de comunicación.

La educación representa un espacio donde es posible comunicar, es decir, poner en común, expresarse, desarrollar capacidades, tomar la palabra, producir significados; es el campo en donde la crítica de la comunicación - propia y aquella "social"- puede ejercerse, teniendo siempre presente la meta: la formación de ciudadanos/as autónomos ante las presiones ejercidas por el sistema de comunicación y el modelo comunicacional adoptado en un determinando ambiente educativo.

La educomunicación según el Dr. Ismar Oliveira puede definirse como "el conjunto de procesos formativos integrados por la educación para:

- La recepción de los mensajes masivos,
- La educación para la comprensión, evaluación y revisión de los procesos comunicacionales,
- La capacitación para el uso demo-

crático y participativo de los recursos comunicacionales en la escuela (o cualquier otro ambiente educativo) y por personas y grupos organizados de la sociedad"

El camino de las hermanas salesianas hacia la educomunicación

Las Hijas de María Auxiliadora, empujadas por el entusiasmo y la constancia de Sor Graciela Curti, encargada de la Comunicación Social en el Instituto del 1990 al 2202, comienzan a explorar y acercarse a la comprensión de la educomunicación.

Sept. 1998, San José, Costa Rica: Se realiza el primer encuentro americano de Hermanas coordinadoras de comunicación. El Dr, Guillermo Orozco especialista en comunicación educativa y docente de la Universidad de Guadalajara, desde la perspectiva de la "recepción activa" de los mensajes fortalece la convicción de la importancia que asume la comunicación en los procesos educativos.

2000, Venezuela: El grupo de Hermanas miembros de ECOSAM (Equipo Comunicación Social América) aborda la temática de la educomunicación, con la asesoría del Dr. Ismar Oliveira, investigador y profesor de la Universidad de San Pablo (Brasil). Surge la idea de elaborar una propuesta sistemática de educomunicación para la Familia Salesiana. En el II Encuentro Continental de Educación Salesiana realizado en Ecuador en mayo del 2001 se presenta la propuesta y es asumida por la asamblea.

Abril, 2002, Belo Horizonte: se realiza el Seminario Intercontinental de Educomunicación. El Seminario, al ofrecer una capacitación básica para la gestión de la Educomunicación en los Centros Educativos de América.

Finalmente el reciente Capítulo General de las Hijas de María Auxiliadora asume la educomunicación como óptica y práctica educativa transversal en la misión y actualización del carisma.





Foto EDH

Comunicación Social: comuni^ón con los

...nadie habla de ellos. Apenas se mencionan cuando mueren a causa de violentos pandilleros o los susurran cuando pasan a formar parte de las estadísticas.

anónimos

Fabiola Meléndez

La universidad te enseña que la "Comunicación es un proceso de intercambio y creación de significados". A lo largo de toda una vida de estudiante, después de muchos libros y exámenes, se logra interiorizar el concepto. Sabes que es un proceso porque se hace en ciertas etapas y de manera sistemática, es un intercambio porque se necesitan dos o más, en amplia actitud de corresponsabilidad, sin verticalidades; son significados todos aquellos signos orales, escritos, proxémicos que expresan maneras de pensar, sentir y concebir el mundo. Este panorama se complica más cuando la comunicación se aplica a instituciones y a medios masivos.

Lo cierto es que la más amplia formación universitaria te habla de planeación estratégica y de escuelas de conocimiento científico, pero nada te dice de cómo hacer para que la comunicación deje de ser un bien lucrativo y pase a ser un bien social que beneficie, principalmente, a los más necesitados.


Buscando respuestas, miro a la prensa, radio y televisión. Desde su poder omnisciente distorsionan la realidad, toman partido en los hechos

y exponen las tragedias de los miserables como capítulos exóticos de sensacionalismo. Tratando de saber qué significa "hacer de la comunicación un bien social", me detengo desde hace un año, cinco meses, en las calles, los parques y las plazas a conocer los nombres de estos niños: Héctor, Santiago, Juan Carlos, Guadalupe, Yenny tienen, también, algo que contar y sus palabras me hablan de abandono, tristeza y hambre. Sus cuerpos dicen del dolor. Sus rostros sucios esperan bajo el dintel de los comercios a que cese la lluvia o se resguardan, entre cartones, del frío y del sol que se afana en secar sus huesos. Sus gestos violentos me hablan del odio y su soledad sugieren la esperanza de un cambio.

A mi paso por el "gran San Salvador" los puedo ver. Existen allí: En los parques públicos, en los semáforos rojos. Los ves mientras limpian parabrisas o cantan en los buses, te piden una "cora" o te prometen cuchillo, en caso de tu poca colaboración. Viven y duermen en cualquier parte, donde no los alcance la violencia de sus familias o "las caricias" de los policías. Viven, como no queriendo vivir, entre la rudeza de la calle y la enajenación de la droga, viven para morir cada día un

poco más. Son los niños y niñas de la calle.

Sin embargo, nadie habla de ellos. Apenas se mencionan cuando mueren a causa de violentos pandilleros o los susurran cuando pasan a formar parte de las estadísticas y censos de muertes y gente sin oficio; por lo demás son anónimos, sólo de vez en cuando, quizá para su partida de defunción o cuando por "causalidad" entran a la cárcel, se convierten en un número, pero nadie sabe sus nombres.

Ahora, después de 17 meses de amplio intercambio significativo (comunicación), me entregan sus botes de pega, la pipa o la piedra a cambio de estudiar juntos matemáticas, lenguaje o socionaturales. Visitamos canchas para hacer deportes, nadamos, comemos y agradecemos a Dios porque nos están gestionando una "casa hogar". Muy pronto los días de calle habrán terminado. Es ahora cuando sé que comunicación social es igual a compartir la vida con los más necesitados, es ahora cuando entiendo que comunicación social es comunión con los que no tienen fama, prestigio, ni nombre. 

Don Bosco y la Comunicación Social

Sergio Checchi

En el siglo de Don Bosco no existía la radio, ni el cine, ni la televisión, ni el internet. Sólo existían los libros y los periódicos. Pero ¡qué bien supo usar Don Bosco estos medios al servicio del Evangelio! Por ese tiempo, -se lee en la vida del Santo, - la masonería y las sectas protestantes con periódicos y panfletos hacían gran propaganda laicista y anticatólica: "En los escaparates de las librerías había, con estatuillas sensuales, malas novelas... Las calles, que los muchachos debían recorrer cada mañana, estaban llenas de vendedores de periódicos, que eran propagadores sistemáticos de licenciosidad e impiedad".



Animaba también a sus jóvenes salesianos a este apostolado de la buena prensa y los formaba como buenos escritores. La difusión de buenos libros fue uno de los cuatro campos que Don Bosco dejó como misión a su familia espiritual.

"¡Verán!" Tendremos una imprenta, dos imprentas, diez imprentas". Mandó traer de Alemania las mejores máquinas tipográficas y de Suiza una máquina ultramoderna para fabricar papel. "En estas cosas -dijo un ilustre visitante- Don Bosco quiere estar siempre a la vanguardia del progreso". Y para demostrarlo, en Junio de 1884 quiso participar en la "Exposición Nacional de la industria, la ciencia y las artes".

Alquiló para sí un entero pabellón y allí instaló todo el proceso para pasar de los trapos al papel y del papel a los libros artísticamente encuadernados. Todo ello manejado por sus jóvenes. Fue el pabellón más visitado y aplaudido.

Quería que en las librerías salesianas los libros se vendieran a precios módicos, con el único fin de hacer el bien. En los últimos años de su vida impulsó el mayor fervor este apostolado de los buenos libros: fundó la "Biblioteca de la Juventud", una colección de libros amenos para los muchachos, y una Colección de antiguos escritores cristianos.

Y finalmente en 1877 lanzó el Boletín Salesiano, que llegó a tener 200,000 copias al mes: quería que se conociera el bien que hacían los salesianos, los misioneros, la Iglesia, y así despertar la colaboración de todos.

Para contrarrestar esa inundación, Don Bosco tomó la pluma: "Mientras el diablo no descansa, yo tampoco voy a descansar". Y comenzó a escribir; aprovechaba las horas nocturnas, a la luz de una llamita de aceite, para escribir libros y libros. ¿Cuántos? En las bibliotecas de los salesianos puede encontrarse la copia anastática de las "Obras Editadas" de Don Bosco: ¡son 39 volúmenes gruesos! Dios le había concedido el don no sólo de la palabra hablada, sino también de la escrita. El escribir era en él una expresión más de su celo por las almas: quería evitar que los jóvenes y el pueblo fueran a quedar envenenados por el error y la mentira de los sectarios.

Y como los enemigos del catolicismo deformaban los hechos de la historia para calumniar la Iglesia, Don Bosco comenzó escribiendo para la juventud una Historia de Italia, una Historia de la Iglesia, una Historia Sagrada, que tuvieron mucha difusión. Luego escribió El Joven Instruido, que contenía abun-


dantes reflexiones y subsidios para reforzar la fe de los muchachos y alimentar su espiritualidad. Obra de la que, sólo en vida de Don Bosco, se hicieron 122 ediciones de 50,000 copias cada una!

En 1853 se lanzó a una aventura arriesgada: la fundación de una revista mensual, que le costó muchos sacrificios, pero que llegó a penetrar en muchísimos hogares para defender y avivar la fe del pueblo. Esa revista se llamaba Lecturas Católicas, de contenido variado y estilo ameno. En cinco años ya había difundido dos millones de copias. Y era tanto el bien que hacía, que las sectas se molestaron y varias veces atentaron contra la vida de Don Bosco para que dejara de escribir. Escribía biografías de Papas, vidas ejemplares, diálogos y teatros. Escribía con estilo popular, de una claridad y sencillez fascinante, aunque muy correcto y fluido: "Yo no escribo para los doctos, sino especialmente para los ignorantes y los jovencitos".

En 1884 Don Bosco escribió una larga carta a sus salesianos, con el fin de que apartaran las malas lecturas de las manos de los muchachos: "Las primeras impresiones, que reciben las mentes castas y los corazones tiernos de los jovencitos, duran toda la vida; y los libros son hoy día una de las principales causas de éstas. La lectura tiene para ellos visísimo atractivo y excita su impaciente curiosidad. Los enemigos de las almas conocen el poder de esta arma y la experiencia enseña cuán criminalmente saben emplearla para

daño de la inocencia. Los títulos llamativos, la buena calidad del papel, la limpieza de los caracteres de imprenta, la finura de los grabados, la economía en el precio, la garra del estilo, la variedad de la trama, el fuego de las descripciones, todo está estudiado con arte y sagacidad diabólica. Toca a nosotros oponer armas contra armas, arrancar de las manos de nuestros jóvenes el veneno, que la inmoralidad y la impiedad les ofrece; oponer libros buenos a libros malos. ¡Ay de nosotros, si durmiésemos, mientras el enemi-

go vela continuamente para sembrar la cizaña!"

¿Qué nos diría hoy Don Bosco cuando, ya no quizás los libros, pero sí el cine, el cable, el internet y las revistas están dando diariamente a los muchachos atractivos espectáculos de pornografía, de violencia y materialismo? Una vez más Don Bosco nos sorprende con su actualidad. Pero lo más impactante es que él no se contentó con lamentar los males que veía, sino que salió a luchar con las mejores armas que su tiempo le permitía. 

Don Bosco, escritor y editor

Tomado de las Memorias Biográficas

Celo, creatividad y tantas otras cualidades configuran la intrepidez apostólica de Don Bosco. Intrepidez y esfuerzo que supo transformar en un espíritu emprendedor especial y bien original, al servicio de Dios y de los jóvenes.

Los salesianos deben sentirse hijos de un santo que, entre otras cosas, fue también encuadernador, impresor, tipógrafo, periodista, escritor, editor, etc. Cada iniciativa suya editorial tenía como objetivo, no un provecho, sino el servicio eficaz y moderno de los jóvenes y de la Iglesia. A fin de alcanzar este objetivo, Don Bosco no dudó en gastar lo que fuese con tal de situarse a la vanguardia. El "comercio" que él hacía

era el de las almas: "Dame almas, lo demás llévate". Este "lo demás" estaba en función de su objetivo de educación y evangelización de la juventud. Y también esto lo soñó: "Vais a ver, tendremos una tipografía, dos tipografías, diez tipografías! Ya veréis! Nadie, entonces, lo tomó en serio. Era una de sus extravagancias que daba a entender un plan preciso, un objetivo claro y muy bien trazado, una realidad virtual entonces, pero real al cabo de poco. En 1884, en la exposición universal de Turín, se presentó con un stand bien equipado que mostraba el ciclo completo de la producción editorial: desde el papel, a la prensa. Fue de los más visitados y premiados.



¿Pero cuál era el pensamiento de Don Bosco sobre la industria del libro?

He aquí una síntesis válida también para nuestro tiempo:

- 1) Prensa e industria del libro representan un servicio importante e insustituible para la misión juvenil y popular.
- 2) Promoción editorial puesta al día y a la vanguardia popular, pero de calidad.
- 3) Industria del libro al servicio de la Iglesia, para la evangelización y la promoción humana y cultural, en el apartado preferencial de la educación.
- 4) Una industria concebida como instrumento para la formación integral, espiritual y humana del joven y, por ello, gran variedad de producción encarnada en el vivir cotidiano del hombre.
- 5) Preparación del personal salesiano para asumir responsabilidades editoriales.
- 6) Profesionalidad y exclusión de toda improvisación y tendencia al más o menos.
- 7) Implicación de cuantas más fuerzas, mejor.
- 8) Promoción de intercambios y colaboraciones.

Antes de ser editor, Don Bosco fue autor. Escribió sobre temas de hagiografía, historia sagrada y de la Iglesia, educación, religión, formación en general. Son 1174 sus escritos impresos. También fue periodista. En 1877 fundó el Boletín Salesiano y colaboró en él hasta su muerte. El Boletín Salesiano, Don Bosco lo entendió, y así se le concibe aún ahora, como un instrumento de unión y de animación de la gente de buena voluntad en la promoción y difusión del bien.

Empresario editorial

Tomado de las Memorias Biográficas

Se hablaba de Migne¹, de su Patrología y de los Bolandistas. El Beato repitió varias veces:

-Me gustaría emprender la impresión de estas obras. Después prosiguió:

-Ya lo he dicho en varias ocasiones: desearía ardentemente reeditar los Bolandistas. Pero veo que casi se ríen a mis espaldas, como si fuera una empresa que supone tan inmensos gastos que apenas podría soportarlos una sociedad dedicada a la venta de libros, aunque estuviera amparada por la munificencia de un rey.


Pues bien, yo sostengo que, con un fondo de doce mil liras, me sentiría capaz de emprender la edición, seguro de que se ganaría mucho. No es que no se tenga razón al reírse sobre la posibilidad de la empresa; porque, en efecto, estoy tan abru-

Podemos profundizar la grandeza de Don Bosco editor y escritor a través de un breve estudio de Don Giovanni Raineri al que nos remitimos aquí.

PIO XII PROCLAMA A SAN JUAN BOSCO PATRONO DE LA SOCIEDAD DE LOS EDITORES CATÓLICOS DE ITALIA

“Así pues, después de haber oído al Venerable Hermano Nuestro Carlo Salotti, Obispo de Palestrina y Prefecto de la Sagrada Congregación de Ritos, de ciencia cierta y después de madura de-

liberación Nuestra, con nuestra plena Autoridad apostólica, en virtud de la presente Carta, establecemos a perpetuidad y proclamamos a San Juan Bosco, confesor, celestial Patrono principal ante Dios de la Sociedad de Editores Católicos de Italia, con todos los honores y privilegios litúrgicos que por derecho competen a los Patronos principales de Asociaciones”.

Dado en Roma, junto a San Pedro, bajo el anillo del Pescador, el 24 de mayo, fiesta de María Santísima Auxiliadora, 1946, VIII del Pontificado. 



Imprenta de Don Bosco en Turín por el año de 1875.

mado por otros trabajos, que me teme ahora a la realización de este proyecto sería traicionar los otros, pero afirmo que la cosa en sí es muy posible.

Iría a Roma, para obtener la bendición pontificia y un Breve que me autorizase y animara a ello; se enviaría propaganda a todos los Obispos de la cristiandad; nos pondríamos en relación con todos los librerías de Italia y los principales de Europa, enviaríamos acá y allá viajantes para tratar personalmente con nuestros clientes. Se formaría una

asociación, haciendo saber que los asociados a la Obra, desde el principio, la obtendrían a mitad de precio de lo que valdría una vez concluida; y así, con la adquisición que muchos harían del primer volumen, podríamos hacer frente a los gastos del segundo.

Sería condición de la asociación no pagar toda la Obra desde el principio, sino volumen por volumen, a razón de un tanto por hoja, y saldría un volumen cada año. Yo creo que con estas condiciones se llegaría a imprimir, con inmensa utilidad

¹ **Migne.** -Jacques Paul Migne (1800-1875) fue un sacerdote y publicista francés, que fundó una imprenta y editorial en París, a fin de producir obras económicas de teología para los sacerdotes. Imprimió obras de ochocientos padres y escritores griegos, y obras y fragmentos de dos mil seiscientos catorce padres y escritores latinos.

Bolandistas. -Nombre con que se designa a los discípulos y sucesores de Juan de Bolland (1596-1665). Este editó en Amberes los cinco primeros volúmenes de una colección de vidas de santos, titulada Acta Sanctorum. En 1892 habían aparecido sesenta y cinco volúmenes, casi todos con más de mil páginas. de letra apretada y a doble columna.

para Italia y para Europa, la obra más grande que se posea. Ahora un volumen cuesta casi dos mil liras o al menos mil quinientas; pero yo sería capaz de ofrecerlo a seiscientas liras, aun cobrando mi ganancia limpia de casi la mitad. Cuando yo puedo hacer estos cálculos y fantasear estos proyectos, me encuentro en mi centro. Claro que habría que hacer un pacto con la muerte, para que no viniera a entorpecer las cosas hasta que no estuviera concluida la Obra. ¡Serían sesenta volúmenes, a uno por año!

Ingenio práctico por excelencia, como él era, no lograba encontrar uno, entre los tratados de filosofía y de teología que más circulaban en las clases de los clérigos, que respondiera a la edad de los estudiantes y a las necesidades de los tiempos. Se requerían, según él, textos breves, fáciles y precisos, que, por tanto, desentrañaran bien las cuestiones fundamentales y de palpante actualidad y que sólo tocasen por encima u omitieran del todo otras, que, aun siendo en sí importantísimas, raras veces o casi nunca se necesita hablar de ellas. Explicó su pensamiento a don José Bertello, que hubiera sido el hombre capaz de llevarlo a la práctica; Bertello prometió, pero después no cumplió.

Estaba persuadido de que la música es un medio educativo poderoso, pero encontraba pocas obras musicales con religiosidad y gracia unidas. Por eso exhortó a don Juan Cagliero para que preparara composiciones de distinto género, religiosas y profanas, que reunieran aquellas cualidades. Cagliero lo logró a las mil maravillas, y el Oratorio compitió en sus ediciones musicales con las primeras casas editoras de Italia.

En el apostolado de la prensa, tal y como él lo concebía, eran indispensables dos cosas: precio módico y amplia difusión. No pudo explicar su razón sobre los precios hasta no contar con un tipografía en Casa.



Hno. Rafael Madrigal, Técnico en la Imprenta Salesiana Ricaldone, El Salvador



Hno. Miguel Pacheco, jefe de la Imprenta Salesiana Ricaldone, El Salvador

Empezó por una modesta imprenta, que fue agrandando poco a poco, hasta competir con las mejores de Turín. En 1875 la tipografía del Oratorio tenía ya diez máquinas, fundición de caracteres, estereotipia y calcografía. Contemporáneamente abrió una minúscula librería que fue creciendo hasta superar a las demás en Turín en movimiento libre-ro. Le pareció a Don Bosco que tocaba el cielo con las manos, cuando tuvo ocasión de lanzar más libros editados por él en todas direcciones, a precios tan reducidos que podían adquirirlos los bolsillos más flojos.

Hacía ya muchos años que Don Bosco iba diciendo:

«Primero una imprenta, después una gran imprenta y luego muchas imprentas...»



La Universidad Mesoamericana y la Comunicación Social

Félix Serrano

La Congregación Salesiana ha prestado mucha atención en los últimos años a los Medios de Comunicación Social porque ha considerado que es una plataforma educativa o des-educativa de mucha importancia. Los jóvenes pasan hoy un promedio de horas similar o mayor delante del televisor, al que están en las aulas de clase. Además, no cabe duda que las imágenes de la televisión y su sonido son mucho más atractivos que la voz del profesor y su escritura en la pizarra. El influjo de los Medios de Comunicación Social en la formación y comportamientos de los adolescentes y jóvenes sólo es superado por el del grupo de amigos con quienes se relacionan.

Hace ya 20 años, y de una manera pionera, los salesianos de Guatemala, al abrir unas carreras universitarias para profesores incluyeron el Técnico y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social. Los fundadores de estas carreras deseaban responder a algunas necesidades de la Comunicación Social del país. En primer lugar, al empirismo de la mayoría de las personas que trabajaban en el periodismo, la radio, la

La preparación de los futuros educadores a través de los Medios de Comunicación requiere también la formación en valores, en principios éticos que orienten su vida personal y los criterios que transmitirán a través de la prensa, radio o televisión.

televisión y la publicidad. La falta de preparación académica y técnica repercutía en la baja calidad de los mensajes periodísticos, tanto en su contenido como en la forma. Los programas de televisión eran monótonos, poco creativos y aburridos. Además, los salesianos consideraron que los comunicadores sociales debían ser concebidos como educadores y formadores, por ello se debían dedicar esfuerzos para preparar profesionalmente a quienes están formando a las personas a través de los medios de comunicación social.

Había que responder a los nuevos retos también con un planteamiento novedoso que rompiera los esquemas de formación de periodistas del pasado. Se pensó en formar un Departamento de Ciencias de la Comunicación Social, independiente y diverso del Departamento de Letras, con el que tradicionalmente se asoció la formación académica de

periodistas. Se crearon tres carreras dentro de dicho Departamento: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, Licenciatura en Producción Radial y Televisiva y Licenciatura en Publicidad. Al mismo tiempo se implementó un metodología en la que se armonizaba la teoría con muchas prácticas de laboratorio. De esta forma los estudiantes eran preparados con ejercicios de simulación semejantes a los que les prepararía el mundo laboral. Los estudiantes y egresados han valorado muy positivamente esta opción. Esto nos obligó a contar con laboratorios en todas las áreas: redacción periodística, diseño gráfico, fotografía, filmación televisiva, edición radial y de televisión. La universidad ha tenido una constante preocupación por contar con una tecnología renovada, que será la que encontrarán en su ejercicio profesional. En la actualidad se preparan a los estudiantes en las nuevas tecnologías

La misión salesiana se extiende de esta forma más allá de las aulas, a los “aerópagos modernos”, como ha llamado Juan Pablo II a los Medios de Comunicación Social.



Foto EDH

digitales en fotografía, radio y televisión.

La preparación de los futuros educadores a través de los Medios de Comunicación requiere también la formación en valores, en principios éticos que orienten su vida personal y los criterios que transmitirán a través de la prensa, radio o televisión. La Universidad Mesoamericana ha dado mucha importancia a este aspecto haciendo la propuesta a los estudiantes de una concepción filosófica personalista, de alteridad y solidaria, que se ha plasmado en cursos específicos como Antropología Filosófica, Filosofía Social y Ética y Deontología profesional. La preparación técnica es insuficiente si no se acompaña con la formación ética.

La Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mesoamericana goza de gran reconocimiento local y ocupa un puesto de primera importancia en la preparación de periodistas, productores y publicistas de Guatemala. Sus egresados se encuentran en todos los medios de comunicación existentes en el país. La misión salesiana se extiende de esta forma más allá de las aulas, a los “aerópagos modernos”, como ha llamado Juan Pablo II a los Medios de Comunicación Social.



El P. Hugo Estrada

Un caso ejemplar de evangelización a través de los medios de comunicación social



Ha escrito 46 libros religiosos, es un predicador de fama, graba mensajes diarios para cinco emisoras de radio, mantiene programas semanales en dos estaciones de televisión, imparte cursos bíblicos semanales, da conferencias dentro y fuera del país.

Esta actividad exuberante en la evangelización a través de los medios de comunicación social es producida por el P. Hugo Estrada, sacerdote salesiano guatemalteco. Su porte humilde y casi tímido no trasluce al gigante que lleva por dentro.

Según cálculos aproximados, son ya más de un millón de ejemplares de libros vendidos, que son arrebatados como pan caliente. Se editan en Guatemala, México, Colombia, Ecuador y Perú. La gente los prefiere por su lenguaje sencillo y por el contenido religioso, con dimensión marcadamente bíblica.

El P. Hugo se descubrió por casualidad como escritor católico. Algunos laicos habían grabado sus mensajes orales, los pusieron por escrito y la difusión fue inmediata. Al principio no le entusiasma la tarea de escribir sobre temas religiosos, ya que la gente ordinariamente encuentra aburrida la literatura religiosa. En su caso, ha sucedido todo lo contrario.

No se cansa de tanta producción. Escribe a ratos perdidos, en cualquier momento, cuando tiene una buena idea que comunicar. Lo acicatea el hambre de espiritualidad de la gente.

Su fuerte es la predicación. De niño recuerda los sermones aburridos

que debió soportar. Eso lo espoleó a explorar modos de explicar fácilmente la Palabra de Dios. Le fascinaba escuchar los sermones llenos de vida del salesiano P. Beppi Da Ros, a quien decidió imitar.

Incursionó en la televisión, movido por el espectáculo de tantos católicos que buscaban la amplia oferta protestante en ese campo. El alto costo económico del ensayo fue cubierto por laicos entusiastas que lo apoyaron. La radio es su otro medio de difusión de la Palabra de Dios. Son ya 23 años de actividad evangelizadora en la radio. La respuesta de la gente a sus programas en radio y televisión ha sido altamente alentadora.

Cada miércoles atiende un curso bíblico para laicos. Un promedio de 400 personas por la mañana y 150 por la noche asisten perseverantes a un curso que no tiene fin.

Recibe invitaciones para conferencias desde diversos países de Centro América, Miami, Los Angeles.

El P. Hugo está convencido de que se debe aceptar el reto lanzado por Juan Pablo II de aprovechar los aerópagos modernos para lanzar el mensaje del Evangelio. A la iglesia llega poca gente. Los medios de comunicación social pueden amplificar enormemente la audiencia. Ante la confusión religiosa propia de nuestro tiempo, es imperdonable desaprovechar los recursos técnicos de nuestro tiempo.





No sólo la música divierte. También es un instrumento de evangelización.

Evangelización con música

La apariencia es modesta: un cancionero en lengua qeqchí que en su versión más reciente contiene 300 cantos más algunas oraciones básicas.

Los números no son tan modestos: 600.000 copias, 26 ediciones, 15 reimpressiones. Y dato más impresionante aún: los destinatarios del cancionero son los indígenas qeqchí de Alta Verapaz, al norte de Guatemala, caracterizados hasta hace poco como una etnia con un altísimo índice de analfabetismo y de pobreza aguda.

Este cancionero, junto con la edición en qeqchí del Nuevo Testamento, han sido instrumentos privilegiados de evangelización.

Alma tenaz de este acertado vehículo de evangelización ha sido y es el P. Alfonso Friso, salesiano. Su apariencia frágil y menuda esconde una voluntad tenaz que lo ha llevado a dedicar toda su vida sacerdotal a la pastoral indígena. Su sensibilidad musical innata le ayudó a intuir el potencial evangelizador que la música y el canto podrían tener en el trabajo pastoral.

El cancionero – li bichlebal, como es conocido por los indígenas- fue una

afortunada idea hecha realidad por el P. Alfonso. Los qeqchí aman apasionadamente el canto y la música y están dotados para ello. Su ritmo ancestral – el son- caracteriza sus melodías y bailes. La marimba, instrumento musical hecho de tablas de madera fina, tiene resonancias recónditas en el corazón de este pueblo.

Eso explica la aceptación masiva y cordial a la colección de cantos religiosos que el P. Alfonso fue creando. Al principio eran simples adaptaciones de cantos occidentales. Poco a poco fueron apareciendo las creaciones de cantos con melodías propias hechos por los mismos indígenas.

Como apoyo al bichelbal el P. Alfonso ha organizado incontables cursos breves de adiestramiento para formar a los músicos de las dispersas comunidades rurales. Con el tiempo se integraron la guitarra y la marimba en la ejecución de los cantos. En varios casos, se llegó a un nivel de excelencia en la interpretación musical.

La transmisión por radio de los cantos fue otro poderoso instrumento de difusión de esta forma agradable de orar y evangelizar.

Agenda en Qeqchí

En la misión salesiana entre los indígenas qeqchí de Guatemala se comenzó a editar hace quince años una agenda anual en el idioma local. La agenda estaba pensada como recurso auxiliar para el servicio de los catequistas. Además del calendario, incluiría las citas bíblicas del año litúrgico y las festividades de los santos.

El ensayo tuvo impacto inmediato. Para los numerosos catequistas de la misión salesiana en Alta Verapaz, en Guatemala, este folletito se ha vuelto una guía indispensable.

En él encuentran además el estribillo del salmo responsorial, que ordinariamente se canta en la celebración de la Palabra.

Como se trata de comunidades rurales, el ciclo de la luna es una información valiosa que les aporta la agenda.

Este año se editaron catorce mil ejemplares.

La agenda en qeqchí es otro logro de las aventuras editoriales del P. Alfonso Friso.

A él se debe también la edición del leccionario dominical en sus tres ciclos. Comprende la primera lectura, el salmo responsorial y el aleluya.

El Nuevo Testamento, el leccionario, el cantoral y la agenda han llegado a ser instrumentos indispensables en las manos de los miles de catequistas de la etnia qeqchí.



El P. Friso recopila y publica cantos en qeqchí.





Ma sa lee ch'ool, ex was witz'iin?

(¿Están contentos mis hermanos mayores y menores?)

En 50 kms. a la redonda la gran mayoría de la población qeqchí está pendiente de su mensaje.

Más de un cuarto de siglo en la radio

La voz de Ricardo Xo Choc lleva 28 años de salir al aire y difundirse por la complicada geografía qeqchí, entretejida de incontables cerros y valles o llanuras calurosas. La voz del diácono Ricardo llega puntual cada día a cada humilde vivienda escondida en algún entresijo laberíntico de verdes montañas.

Desde su oficina estrecha, con aire de catacumba, Ricardo enciende cada día su rudimentario equipo radial y se pone al habla con sus fieles amigos indígenas. Con voz pausada y serena les explica temas religiosos, sociales o de educación política. En 50 kms. a la redonda la gran mayoría de la población qeqchí está pendiente de su mensaje.

Ricardo cree en su servicio radial. Lo confirma la cantidad grande de mensajes escritos que le llegan a diario. O las continuas visitas que recibe cuando sus amigos lejanos bajan a la ciudad.

La conversación con sus radioescuchas se lleva a cabo en el idioma lo-

cal, el qeqchí. Los más beneficiados son los miles de catequistas que animan la fe en los centenares de comunidades rurales. Para ellos la voz de Ricardo es el punto de referencia obligado para la preparación de la celebración dominical de la Palabra.

Ricardo Xo Choc está casado y tiene 4 hijos. Desde hace doce años es diácono. Trabaja a tiempo completo en animación pastoral junto a los salesianos que atienden la misión en Carchá y Chisec, al norte de Guatemala.

Como diácono visita cada domingo diversas comunidades mayores, donde preside la celebración de la Palabra y celebra los sacramentos del bautismo y matrimonio. Para estas comunidades es un honor tenerlo con ellos, aunque la visita sea esporádica.

Desde muy joven vive Ricardo con los salesianos. Al principio, convivía en la misma comunidad. Después fundó su propia familia, pero dedicado por completo a formar cate-

quistas, visitar aldeas o reflexionar con los salesianos sobre el exigente y delicado proceso de inculturar la fe.

Ricardo ha asistido a varios cursos de teología y tiene un diplomado universitario en locución radial. Con ocasión del encuentro latinoamericano del CELAM celebrado en Santo Domingo, fue invitado con invitación papal directa a asistir al mismo.

Nuestro diácono Ricardo se siente cómodo en su diminuta oficina radial. Manipula con destreza su mínimo equipo de transmisión. Su cálido saludo diario, de sobra conocido y esperado, se expande por cerros y valles: *Ma sa lee ch'ool, ex was witz'iin?* ¿Están contentos, mis hermanos mayores y menores?

A cada hogar indígena llega puntual la dosis diaria de afecto cimentado, espiritualidad bíblica y orientación animadora que fortalece y enlaza a miles de familias qeqchí que forman el numeroso Pueblo de Dios en la verde Verapaz.



Salesiana y comunicadora social

Kathleen Flores Bulnes

No más medios de comunicación... los queremos completos; decía un graffiti.

Siento el deber de comportarme melindrosa ante la ensalada de información que a diario recibo y, como diría San Pablo, "quedarme con lo bueno". Esto hace que mi contacto con los "medios" de comunicación sea "completo", ya que no estoy siendo simple receptora, sino partícipe de lo que se me ofrece al momento de expresar mi criterio.

Siempre pensé en desarrollarme profesionalmente como comunicadora. Pero, al momento de elegir mi carrera, por un momento dudé en si sería una buena opción, dado mi compromiso cristiano. Creía que la comunicación social estaba influyendo negativamente en la sociedad. Con el tiempo descubrí que era una elección acertada. Y que la iglesia necesita hoy más que nunca utilizar todos los recursos disponibles para transmitir la palabra de Dios.

Como salesiana y comunicadora he experimentado que, a través de los medios, los jóvenes entran en contacto con personas y acontecimientos y se forman sus opiniones sobre el mundo en que viven. No siempre logran adquirir un buen criterio. Esta es la oportunidad de cumplir mi misión de orientar hacia el criterio cristiano. Ante las películas, los bombardeos publicitarios, los videos musicales, los sitios web y la televisión, es preciso proclamar los valores cristianos, no sólo como un deber sino como un privilegio.

Ser un agente orientador no es tarea fácil. La selección de los contenidos a comunicar son para mí modos de anunciar la Buena Nueva con



tonos y matices innovadores y creativos, que lleven un trasfondo colmado de mensajes positivos como característica de una profunda vivencia de la espiritualidad juvenil salesiana.

No sólo debo reproducir y comentar lo visible. Como comunicadora salesiana asumo el reto de dar a conocer lo invisible: educar a la interiorización, a la profundización en los mensajes que nos llegan. Es como abrirse a la acción de Espíritu para saber discernir con qué quedarnos.

Me propongo crear una conciencia crítica en los jóvenes, influenciados por los medios, ayudándoles a descubrir valores y experiencias positivas. Sueño con una juventud infor-

mada, culta y capaz de elegir su propio destino.

Si con los jóvenes con quienes nos relacionamos, logramos crear una conciencia crítica ante las influencias de los medios, haciendo un uso

lógico de estos como transmisores culturales, de valores y experiencias dentro de una sociedad tan contradictoria, estoy convencida de que lograremos una juventud más informada, más culta y en suma, una juventud más libre de elegir su propio destino.

La misión de la comunicación de informar, educar y entretener es consumada en la medida en que los receptores del mensaje sepamos asimilarlos e interpretarlos con criterio.

La iglesia necesita hoy más que nunca utilizar todos los recursos disponibles para transmitir la palabra de Dios.



Comunicación y ciudad

Fabiola Meléndez

Al hablar de comunicaciones casi siempre vienen a nuestra mente varias imágenes: televisión, movimiento, radio, programación, prensa escrita aparecen como en una amalgama ante nuestros sentidos. Todos ellos forman un grande y enorme cuadrado en donde se encajona el sentido auténtico de la comunicación social.

¿Qué se debe entender por Comunicación Social? En estos tiempos, donde priman los medios de difusión masivos, nos hemos olvidado de expresar nuestros sentimientos, pensamientos y emociones. Lo cierto es que existe comunicación allí donde hay un intercambio de significados entre personas o grupos. No se comunica sólo a través de los grandes medios; existen dentro de la ciudad miles de espacios y elementos de comunicación. Hagamos un recorrido.

Toda ciudad comunica y tiene sus propios medios de comunicación no masivos. Los centros comerciales constituyen verdaderos espacios comunicativos. Estos no sólo son lugar de intercambios lucrativos, sino también una feria de encuentros interpersonales, grupales e institucionales. Sus pasillos, redondeles y restaurantes son lugares donde se toman decisiones, se crean proyectos, se hacen negocios, se conocen amigos y se establece todo tipo de vínculos.

Las calles son también comunicación directa. Manifestaciones, protestas, desfiles, actos culturales, presentaciones espontáneas nos hablan día a día del quehacer social y cultural de los diferentes gremios. Diversos grupos, asociados, piden por sus derechos y expresan su parecer. Las



calles también tienen "topónimos" (nombres de los lugares: mercados, bares, avenidas) que desde su sencilla y discreta inscripción nos hablan de la cosmovisión de todo un pueblo.

Espacio de comunicación social es también el transporte colectivo. Autobuses y microbuses transportan a interlocutores que se reúnen para

tratar asuntos interpersonales: laborales, sociales, entre otros. La ciudad cuenta con ciertos elementos comunicativos inconfundibles: instituciones de prestigio (siempre nos están tratando de convencer de su eficacia), movimientos sociales (sindicatos, grupos ecológicos, infantiles, juveniles, eclesiásticos) que lanzan a la sociedad su discurso y comparten sus valores.



IncurSIONES inspectoriales en la telaraña digital

Algunas casas y grupos se están animando a asomarse a la red y dejarse ver por lo largo y ancho del planeta.



La Parroquia María Auxiliadora (Ciudadela Don Bosco) ha elaborado un sitio sencillo de carácter informativo.
<http://www.cdb.edu.sv/parroquia/>



Los exalumnos del Colegio Don Bosco de San Salvador han creado un sitio lleno de nostalgias para celebrar el centenario del colegio. Es impresionante el número de afiliaciones que han logrado en poco tiempo. Es un buen indicador de ruta para los sdb designados para animar a los exalumnos en los diversos países de la inspectoría. Odres nuevos, diría Jesús.
<http://www.azulyoro.com.sv>

No olvidar la página del Boletín Salesiano, que tiene nuevo look y que cuenta con un número discreto de visitantes por mes. De agosto 2002 a julio 2003 ha tenido 23,400 visitas con un promedio de 80 visitas diarias.
<http://www.boletinsalesiano.net>

El CEJUSA (Oratorio del Teologado de Guatemala) ha diseñado un sitio útil para los jóvenes que lo frecuentan. Allí encuentran toda la información que necesitan para sus actividades deportivas. Es un ejemplo de modernización de los clásicos "murales" informativos.
www.cejusadb.com

Nuestro flamante cantautor Huberth Zúñiga se ha "mandado" con un artístico sitio acorde con la calidad de su música.
www.hubertalberto.com

Movimiento Escoge Don Rúa cuenta con personas creativas y con un pie firme en el nuevo mundo de la tecnología digital.
<http://usuarios.lycos.es/escogedonrua>



El Centro Don Bosco de San Isidro de El General (Costa Rica) ha abierto un sitio sencillo, que promete crecer.
www.misionjoven.net

Institución Salesiana en Honduras
www.sales.hn/
 (en construcción)

Grupos juveniles salesianos de Honduras
www.vivadonbosco.com
 (en construcción)



El Centro Juvenil Don Bosco, de Managua (Nicaragua), ofrece un sitio con abundante información interna y externa. Esperamos que pronto queden activas todas las áreas indicadas.
www.donbosco@donbosco.edu.ni



Ciudadela Don Bosco, en Soyapango (El Salvador) es pionera en la inspectoría en sitios web. Su versión actual está mejor diseñada.
www.udb.edu.sv



FUSALMO, la entidad legal que administra los Centros Juveniles de Soyapango y San Miguel, ha creado un bello sitio web con información apropiada.
www.fusalmo.org

Comunicación Social: Democracia en los niños, niñas y adolescentes

En los últimos años la comunicación social ha sido tema de interés de diversas instituciones y organismos. Para tal caso, se han abierto espacios de participación de algunos grupos excluidos tradicionalmente. Los niños, niñas y adolescentes, en este sentido, se han convertido en buenos elementos de reflexión sobre temáticas comunicativas.

El primer Encuentro de Niñez Comunicadora se realizó en San Salvador del 14 al 15 de Noviembre del 2002, con la participación de más de 100 niños, niñas y adolescentes representantes de 7 países, entre ellos: México, Centroamérica y Paraguay.

DECLARACIÓN:

Hablan los niños, niñas y adolescentes:

Durante el Encuentro Regional tuvimos la oportunidad de apartar la barrera con la que siempre nos han separado los adultos de nuestra sociedad.

Nos vimos totalmente libres para exponer nuestra situación, nuestras opiniones, experiencias, deseos y temores. Expresamos nuestros pensamientos más profundos con sinceridad y dinamismo.

Intercambiamos experiencias y elaboramos un documento que reúne nuestras principales ideas sobre la participación de la niñez y la adolescencia en la comunicación social:

Partimos de que los niños, niñas y adolescentes somos:

- Listos, amables, respetuosos, discretos, sensibles. Somos humanos y nos equivocamos.



Foto EDH

Vemos, pensamos y sentimos que en el mundo la economía no anda bien. Hay bastante violencia, guerra, explotación, pobreza, violación de los derechos.

- Nos gusta que nos acepten como somos.
- Nos gusta expresarnos y tener espacios donde mandemos.
- Tenemos estilo, creatividad, inventiva y metas originales.

Vemos, pensamos y sentimos que en el mundo la economía no anda bien. Hay bastante violencia, guerra, explotación, pobreza, violación de los derechos. También hay alcohol, drogas y enfermedades. No hay comunicación, pero sí hay mucha contaminación. Es decir, estamos preocupados y no vemos las cosas bonitas por tanto sufrimiento.

Vemos, pensamos y sentimos que en nuestros países hay muchos niños y

niñas viviendo en las calles. Hay maltrato y abuso de todo tipo contra la niñez. Alto índice de pobreza, bajo nivel de educación. Los adultos nos tienen desconfianza.

Vemos, pensamos y sentimos que en los medios de comunicación el acceso y la apertura para que las niñas y niños comuniquemos nuestros pensamientos ha aumentado respecto a los años anteriores. No obstante, los progresos son lentos y los gobiernos no están muy interesados. Son las ONGs las que suelen organizar actividades en este campo (talleres de intercambio de ideas, espacios de expresión personal y otros).

