

## Esquema para desenvolver o “Plano de formação para Paulinos e colaboradores”

Tendo sido dirigida ao Comitê Técnico Internacional para o Apostolado (CTIA) o pedido para elaborar um projeto de formação para Paulinos e colaboradores empenhados no apostolado (cf. Linha operativa 1.2.3 do X Capítulo Geral), pensou-se em propor às Circunscrições um esquema ou plano geral de formação, muito amplo, e precisamente por isso aberto às adaptações necessárias a cada Circunscrição e às diferenças culturais, sociais e religiosas presentes em um determinado território.

Este programa visa proporcionar um percurso completo de formação a ser desenvolvido de acordo com as exigências e as necessidades de cada lugar. Pressupõe uma formação básica dos colaboradores (formação humana e profissional no que diz respeito à sua área específica) e um trabalho anterior de integração, realizado de acordo com os costumes locais. Como metodologia e conteúdo, retoma as reflexões presentes no 2º *Seminário Internacional de Editores Paulinos* (Ariccia, 2017) e sintetizadas no documento *Linhas editoriais. Identidade, conteúdo e interlocutores do apostolado paulino* (2018). Neste sentido, o plano é dividido em 7 partes principais e reflete o desenvolvimento das *Linhas editoriais*: 1. Identidade do Editor Paulino; 2. Coragem de mudar; 3. Criar relações; 4. Aberto a todos os interlocutores; 5. Unidade apostólica; 6. Opções editoriais; 7. Formação para a missão. Cada um desses pontos é projetado como uma seção de formação (não necessariamente na ordem aqui apresentada). De acordo com as necessidades particulares, o processo pode ser alongado ou subdividido, enriquecendo-o com as temáticas adequadas para uma formação integral que responda às necessidades específicas de cada local ou grupo. Os subpontos aqui apresentados seguem a numeração dos parágrafos das *Linhas editoriais*, mas estão abertos para possíveis suplementos úteis ao contexto específico de cada Circunscrição.

Como programa amplo e universal, válido para todas as Circunscrições e para todas as áreas do apostolado paulino, o CTIA, respondendo ao pedido do X Capítulo Geral, oferece aqui apenas indicações temáticas fundamentais, com uma pequena bibliografia complementar, confiando a cada Diretor geral de apostolado a organização prática, que envolve a escolha dos facilitadores, o lugar, o calendário, o conteúdo específico mais adequado para desenvolver estes temas, etc. Cada ficha traz uma breve introdução ao tema e, em seguida, um elenco de tópicos a ele relacionados, facilitando a escolha de acordo com os interlocutores e necessidades. As aparentes repetições de alguns pontos se devem ao fato de que não queremos perder a riqueza dos temas abordados. Os diferentes pontos de cada tema também podem ser combinados para dar abrangência a cada curso/programa de atualização.

Aprovado pelo Governo Geral em 4 de dezembro de 2019.

## I. Identidade do Editor Paulino

Ter clara a identidade do Editor Paulino é o ponto de partida fundamental para o bom desenvolvimento da missão e do trabalho diário na Sociedade de São Paulo. Neste sentido, o primeiro módulo do *Plano de formação para Paulinos e colaboradores* tem o objetivo de aprofundar o ideal inspirador e carismático do Padre Alberione. Ideal que o motivou em seu serviço a Deus e às pessoas. Ideal que inspirou muitos jovens a segui-lo na missão e muitas pessoas a se identificarem com tal proposta. O bem-aventurado Alberione entendeu que deveria fazer “tudo para todos”. Para esse fim, tomou São Paulo, modelo de evangelizador, como “pai”. Assim se tornou pioneiro em entender que a evangelização passa pela comunicação própria de cada tempo, uma missão que os Paulinos e seus colaboradores continuam, com o uso de todos os instrumentos e linguagens que a ciência disponibiliza, e hoje de modo especial na cultura da comunicação e no ambiente digital.

*Tópicos a serem desenvolvidos:*

### I.0 A Pia Sociedade de São Paulo (SSP)

- ⇒ Quem somos: uma congregação religiosa clerical de vida apostólica (padres e irmãs) comprometida em difundir a mensagem da salvação através da comunicação.
- ⇒ O Fundador: a inspiração do Padre Tiago Alberione.
- ⇒ O projeto de uma “nova, longa e profunda evangelização”.
- ⇒ A missão e os valores da SSP: Viver e dar ao mundo Jesus Mestre Caminho, Verdade e Vida.
- ⇒ A espiritualidade paulina.
- ⇒ A nossa história em nível local e mundial.
- ⇒ A nossa estrutura e a concepção paulina de apostolado.
- ⇒ Autoridade canônica ordinária e autoridade canônica delegada.
- ⇒ A Família Paulina: origem comum, espírito comum, fins convergentes.
- ⇒ A Sociedade de São Paulo e da Igreja.
- ⇒ A Sociedade de São Paulo e o mundo da comunicação.
- ⇒ Ler os sinais dos tempos.

Fontes: *Constituições e Diretório da Sociedade de São Paulo, Serviço de Autoridade. Manual*, biografia do bem-aventurado Tiago Alberione, *Mirate in Alto* (Centro de Espiritualidade Paulina, 2016), *Atas do Convênio Padre Alberione Fundador* (2014), *Abundantes divitiae* (Tiago Alberione).

### I.1. Paulo, modelo de apóstolo e comunicador

- ⇒ São Paulo, modelo e “verdadeiro fundador” da SSP: vida, obras, fundações, viagens, etc.
- ⇒ Paulo apóstolo e evangelizador: modelo de pastoralidade e universalidade, profecia, zelo e empenho total, paixão e dinamismo apostólico, senso de responsabilidade.
- ⇒ Paulo comunicador: homem de relações, pregador, as cartas e seus conteúdos/temas, estratégias, linguagem.

- ⇒ Paulo e seus colaboradores: capacidade de escuta e de diálogo, coragem e habilidade em construir uma rede de colaboradores.
- ⇒ O Espírito paulino (cor paulina): o conceito de imitação, “impaulinar-se”, “cristificar-se”, ser São Paulo vivo hoje...

Fontes: *Atas do Seminário Internacional sobre São Paulo (2009)*, *Atas do VIII Capítulo Geral (2004)*, *Paolo: una strategia di annuncio* (G. Mazza e G. Perego, San Paolo, 2009), biografia de São Paulo e edição crítica de suas cartas, *O apóstolo Paulo, inspirador e modelo* (Tiago Alberione).

## **I.2 e I.3 Ser “editor”**

- ⇒ O que significa ser um “editor”.
- ⇒ Etimologia do termo “editor”.
- ⇒ Visão alberioniana.
- ⇒ História de um conceito.
- ⇒ Do apostolado tipográfico ao apostolado das edições.
- ⇒ O apóstolo-editor e seus colaboradores.
- ⇒ Ser editor no ambiente digital e na cultura da comunicação.

Fontes: *Linhas editoriais (2018)*, *Atas do 1º e 2º Seminário Internacional de Editores Paulinos (1988 e 2017)*, *Apostolado das edições* (Tiago Alberione), *Teologia della pubblicistica* (R. Esposito, Ed. Paoline, 1972).

## **I.4 Ser “Editor único multimedial”**

- ⇒ Editor “Único”.
- ⇒ Editor “multimedial”.
- ⇒ Três momentos do apostolado paulino: redação-criação (conteúdo), produção-técnica (forma, suportes) e difusão-propaganda (estratégias).
- ⇒ Integração e trabalho em equipe.
- ⇒ As novas formas de narrativa: storytelling, crossmedialidade, transmedialidade, etc.
- ⇒ Convergência digital e interatividade.
- ⇒ Projetos multimídias: pensar e projetar o multimídia, crossmídia, etc.
- ⇒ O método e as formas.

Fontes: *Atas do 2º Seminário Internacional de Editores Paulinos (2017)*, Documento Final dos encontros “Organização Apostólica e multimedialidade” (1992) e “O Paulino, editor único multimedial” (2001).

## **I.5 O Projeto Apostólico**

- ⇒ O que é.
- ⇒ A importância e a urgência.
- ⇒ A unidade e a organização.
- ⇒ Metodologia de trabalho.
- ⇒ Objetivos e linhas de ação.

⇒ Avaliação constante.

⇒ Cargos e funções específicas de cada setor/pessoa.

Fontes: Projeto apostólico da Circunscrição, *Guia metodológico para a elaboração do Projeto Apostólico das Circunscrições da Sociedade de São Paulo (2016)*, Serviço da Autoridade. Manual.

## 2. Coragem de mudar

Este módulo tem a finalidade de pôr em evidência os tipos de estrutura e de organização pensados pelo Padre Alberione e a necessidade de atualizá-los em vista da evangelização hoje. Nesse sentido, devemos também aprofundar as características da comunicação atual e os fatores determinantes para sua eficácia. O Padre Alberione entendeu imediatamente que era necessário ter uma organização que atuasse com esse objetivo: “*Um exército de pessoas que tenham vocação, formação especial, que ajam em sintonia com a Igreja e que depositem toda a sua confiança na força divina... e que proponham-se como fim especial exercer o apostolado das edições*” (Tiago Alberione, *Apostolado das Edições*, 54).

*Tópicos a serem desenvolvidos:*

### 2.1 A estrutura da SSP

- ⇒ A organização na missão paulina: da fundação às exigências de hoje.
- ⇒ Organograma Circunscricional.
- ⇒ Os conselhos para o apostolado: o que são, membros, organização, funções.
- ⇒ Os documentos relativos ao apostolado paulino: *Linhas editoriais; Serviço de autoridade. Manual; Diretório ético; Manual de funções; Políticas administrativas; Políticas de recursos humanos; Linhas pedagógicas; Critérios para o desenvolvimento multimedial, etc.*
- ⇒ Novas modalidades organizacionais para sermos apóstolos na cultura da comunicação.

Fontes: Documentos para o apostolado.

### 2.2 A Comunicação

- ⇒ Etimologia, história e teorias da comunicação.
- ⇒ Revolução digital e novos paradigmas de comunicação: dos meios de comunicação de massa e da indústria cultural às redes sociais.
- ⇒ Habitar a cultura da comunicação: novas linguagens e nova gramática.
- ⇒ Conceitos e novas formas de comunicação que determinam a ecologia comunicativa no mundo editorial atual.
- ⇒ Novas formas de leitura e de escritura requerem novos modelos de edição.
- ⇒ Inovações tecnológicas e instrumentais.

Fontes: *Atas do 2º Seminário Internacional de Editores Paulinos (2017)*, uma edição local de *Teoria da Comunicação*, Dicionário de Comunicação.

### 2.3 Novos processos

- ⇒ Evangelizar (comunicar o Evangelho): com todos os meios e todas as circunstâncias, com entusiasmo, criatividade, profissionalismo, dedicação e consistência.
- ⇒ Das estruturas aos projetos.

- ⇒ Iniciar processos é mais importante que possuir espaços (cf. *Evangelii gaudium*, nn. 222ss).
- ⇒ A “personificação” na comunicação *onlife*.
- ⇒ A comunicação eficaz: escuta, empatia e estilo assertivo.
- ⇒ Técnicas assertivas: como melhorar a maneira como nos comunicamos, os rumores da comunicação, superar a invisibilidade, presença, a visibilidade, a credibilidade.
- ⇒ Domínio de procedimentos e softwares especiais utilizados em situações específicas.

Fontes: *Atas do 2º Seminário Internacional de Editores Paulinos (2017)*, *Evangelii gaudium*, edição local de *Técnicas de Comunicação*.

### 3. Criar relações

Este módulo visa promover a conscientização de que as relações são elementos-chave da prática comunicativa e as redes são locais privilegiados para a criação colaborativa de significados e conteúdos. Oferecerá ao Editor Paulino e seus colaboradores técnicas e ferramentas que favoreçam novas formas de presença e de ação, não apenas ligadas aos instrumentos (meios), mas à cultura e à nova gramática da comunicação.

*Tópicos a serem desenvolvidos:*

#### 3.1 Criar relações

- ⇒ Ambiente digital: uma nova maneira de se relacionar e de comunicar.
- ⇒ *Onlife*: conceito e dicas úteis.
- ⇒ As redes sociais (online e offline) a serviço da missão.
- ⇒ A cultura do encontro.
- ⇒ Sinergia com a Igreja e a sociedade locais.
- ⇒ Proatividade: promotores de ideias, eventos, iniciativas.
- ⇒ Disponibilidade e trabalho em equipe.
- ⇒ Marketing: evolução histórica, diferentes definições, marketing institucional, etc.

Fontes: *Atas do 2º Seminário Internacional de Editores Paulinos* (2017), *Mensagem para o Dia mundial da Comunicação* (2009, 2014, 2019), *Apóstolos comunicadores para uma cultura do encontro*. *Carta anual do Superior Geral* (2018).

#### 3.2 e 3.3 Metodologia de trabalho

- ⇒ A colaboração e o trabalho em equipe como metodologia e estratégia.
- ⇒ Os diferentes conselhos (apostolado, produção, difusão, etc.): unidade e colegialidade em vista da efetividade.
- ⇒ Os conselhos como laboratórios de pensamento.
- ⇒ O método sinodal.
- ⇒ Diálogo, escuta, interação.
- ⇒ Sair da zona de conforto e superar a autorreferencialidade.
- ⇒ Ser editor “em saída”.
- ⇒ Criar *communities*.

Fontes: *Atas do 2º Seminário Internacional de Editores Paulinos* (2017), *Evangeli gaudium*, *Mensagem para o 53º Dia da Comunicação* (2019).

#### 3.4 Nem comerciantes nem industriais

- ⇒ Muito mais do que “impressores” e “vendedores de livros”.

- ⇒ A visão alberioniana: “*Não havia necessidade de um instituto religioso para fazer indústria! Não precisamos de pessoas consagradas a Deus para fazer comércio!* (HM 11) e “*Nem comerciantes nem industriais, mas sociedade de apóstolos*» (MV 185).
- ⇒ Da lógica do púlpito à lógica da *ágora*.
- ⇒ Promover momentos e meios que criam vínculos e favoreçam as relações.
- ⇒ Promover o amor à leitura.
- ⇒ Os espaços paulinos (livrarias, centros culturais, centros de estudo, centros bíblicos, comunidade...): centros multimídia de evangelização e cultura, espaços de encontro e de diálogo, de serviços e de formação.
- ⇒ Transformar as livrarias (e outros centros) em um espaço experiencial: no centro não o livro, mas as pessoas; proporcionar experiências e não compras.
- ⇒ A livraria sem fronteiras: nova concepção e novo tipo de presença no território.
- ⇒ Interação através das redes sociais.
- ⇒ Programação e avaliação regulares.

Fontes: *Linhas editoriais* (2018), *Apostolado das edições* (Tiago Alberione), *Às filhas de São Paulo 1946-1948* (Tiago Alberione).

## 4. Aberto a todos os interlocutores

Este módulo tem como objetivo aprofundar as modalidades de conhecimento do público com o qual interagimos e como satisfazer suas necessidades e exigências. Trata-se de alcançar a excelência no serviço aos interlocutores. Busca conhecer melhor a realidade social e eclesial na qual realizamos nosso apostolado. Os Paulinos, e todos os que colaboram nos diversos âmbitos, realizam suas atividades apostólicas em um contexto específico. Tendo que falar “aos homens de hoje com os meios de hoje”, é fundamental conhecê-los, entrar em harmonia com eles, reconhecer sua mentalidade, para que possamos ser eficazes no anúncio do Evangelho.

*Tópicos a serem desenvolvidos:*

### 4.1 Interlocutores

- ⇒ Etimologia e conceito.
- ⇒ Superar a visão unidirecional de “receptores/destinatários” (típica dos meios de comunicação de massa) e de “clientes” (ligada a uma mentalidade comercial).
- ⇒ Oferecer soluções e serviços, não apenas produtos.
- ⇒ Estratégias de comunicação.
- ⇒ Superar a autorreferencialidade para ir ao encontro dos interlocutores.
- ⇒ Refletir uma “Igreja em saída”.
- ⇒ Não crentes, distantes e pobres.
- ⇒ Privilegiar os “pobres” e as periferias.
- ⇒ Conhecer o interlocutor: necessidades implícitas, explícitas e latentes.
- ⇒ Compreender as necessidades e criar relacionamentos com os interlocutores.

Fontes: *Linhas editoriais* (2018), *Atas do 2º Seminário Internacional de Editores Paulinos* (2017), *Evangelii gaudium, Documento final do X Capítulo Geral* (2015).

#### 4.1a Interlocutores: os “nativos digitais” (cf. n. 4.4)

- ⇒ Diversos modos de definir as novas gerações: Nativos digitais, Millenials, geração Y, iGeneration, Geração Digital, etc.
- ⇒ Características das novas gerações.
- ⇒ As suas expectativas, necessidades, medos, interesses...
- ⇒ Sua linguagem própria.
- ⇒ Os jovens e as novas formas de “comunidade” (redes sociais, YouTubers, bloggers, influenciadores etc.).
- ⇒ Como interagir e o que oferecer a eles.
- ⇒ A religiosidade dos jovens.
- ⇒ Os perigos e o lado obscuro do mundo digital.

Fontes: Exortação Apostólica *Christus Vivit*, *Atas do 2º Seminário Internacional de Editores Paulinos* (2017), *Atas do 2º Seminário Internacional sobre a Formação para a Missão* (2019).

#### **4.1b Interlocutores: a Igreja e sua estrutura**

- ⇒ O ministério eclesial.
- ⇒ A constituição hierárquica da Igreja.
- ⇒ O papa: serviço e missão como bispo de Roma e chefe da Igreja.
- ⇒ Os cardeais: nos Dicastérios da Cúria Romana e em dioceses particulares.
- ⇒ Os bispos: sucessores dos apóstolos, pastor na Diocese.
- ⇒ Os presbíteros (párocos, vigários, religiosos, etc.): colaboradores do bispo no território.
- ⇒ Os religiosos não ordenados e as religiosas.
- ⇒ Os ministérios e a vocação dos leigos, seu papel na Igreja hoje.
- ⇒ A estrutura eclesial nacional e continental (Conferências Episcopais, etc.).

Fontes: *Catecismo da Igreja Católica, Código de Direito Canônico, Documento final do Sínodo para a região Pan-Amazônica (2019), Documentos do Concílio Vaticano II.*

#### **4.2 Contexto local**

- ⇒ Cenários atuais: cultural, econômico, político, migratório, tecnológico, comunicativo, religioso.
- ⇒ Identificar em cada realidade quais são as “periferias”, os “pobres”, os “distante”, os “não crentes” aos quais dedicar-nos.
- ⇒ Estatísticas locais, nacionais e internacionais.
- ⇒ Diálogo ecumênico e inter-religioso.

Fontes: Estudos recentes de cada país.

#### **4.3 A dimensão social e profética da missão paulina**

- ⇒ O lema “fazer a todos a caridade da verdade”.
- ⇒ “Humanizar para cristianizar”: superar a lógica do algoritmo, os rumores da comunicação, big data...
- ⇒ Favorecer o espírito crítico e independente, a presença consciente e construtiva no mundo da comunicação.
- ⇒ Combater as *fake news*.
- ⇒ Ajudar as pessoas a interpretar a realidade e enfrentar os desafios atuais.
- ⇒ Oferecer a elas os critérios para fazer escolhas responsáveis e conscientes.
- ⇒ A dimensão pastoral do apostolado paulino.
- ⇒ A dimensão social em Padre Alberione.
- ⇒ A dimensão docente-pedagógica da missão paulina (cf. 7.2).

Fontes: *Catecismo Social (Tiago Alberione), O carisma paulino é pastoral. Carta do Superior Geral (2013), Mensagem para o 51º e 52º Dia das Comunicações (2017 e 2018).*

## 5. Unidade apostólica

Este módulo tem o objetivo de aprofundar o conceito de unidade e ao mesmo tempo as metodologias e o espírito do trabalho em equipe e em rede. Alcançar o sucesso numa organização exige hoje talentos excepcionais de trabalho em equipe e cooperação. A formação da equipe e o *coaching*, de um lado permitem que os indivíduos operem de acordo com o próprio potencial, aumentando o senso de auto-eficiência e autonomia pessoal; por outro lado, tentam fazer os membros entenderem a necessidade de uma interdependência que permita otimizar e orientar o desempenho do grupo em direção a uma meta compartilhada e corresponsável. E, graças a isso, desenvolver as habilidades necessárias para alcançar níveis mais elevados de aprendizagem, desempenho e satisfação.

*Tópicos a serem desenvolvidos:*

### 5.1 Trabalhar em equipe e em rede

- ⇒ Comunicação, comunhão, comunidade, corpo.
- ⇒ O trabalho coordenado, harmonioso, colaborativo, sinodal.
- ⇒ Elementos constitutivos e funcionais de uma equipe.
- ⇒ As diversas funções/cargos e as suas características.
- ⇒ Relação entre responsabilidade (ao exercer uma função) e trabalho em equipe (sinodal).
- ⇒ Os papéis na equipe: pontos fortes, fracos e sua gestão.
- ⇒ Caminhos de maturidade humana: análise de processos cognitivos, estilos emocionais e comportamentais.
- ⇒ A competência e o profissionalismo.
- ⇒ Elementos motivacionais no trabalho.
- ⇒ Programação e verificação.
- ⇒ O feedback: correta gestão de uma sessão de diálogo com os colaboradores.
- ⇒ Os processos estratégicos e a tomada de decisão.
- ⇒ A cultura da organização: função e benefícios.
- ⇒ Técnicas de resolução dos conflitos.
- ⇒ Colaboração com os organismos linguístico-continentais (CIDEP, GEC, CAP-ESW – cf. 5.2).

Fontes: *Mensagem para o 53º Dia da Comunicação* (2019), *Manual de Trabalho em equipe e de Coaching*.

#### 5.1a Trabalho em equipe e em rede: liderança e sistema cooperativo

- ⇒ Função, significado e modalidades de liderança.
- ⇒ Os componentes e os estilos da liderança.
- ⇒ A gestão da liderança em relação ao grupo de colaboradores.
- ⇒ Capacidade de dialogar, inspirar e motivar.
- ⇒ O desenvolvimento da motivação, aprendizado e decisão.

- ⇒ Gerenciar mudanças.
- ⇒ As três áreas de atuação: conforto, risco e progresso, pânico.
- ⇒ Desafios de uma gestão inovadora.
- ⇒ O sextante das organizações de sucesso: singularidade, ambição, execução, envolvimento, arquitetura, velocidade.
- ⇒ Manter as pessoas comprometidas: motivação para o engajamento.

Fontes: Manual de *Coaching*.

## 5.2 Universalidade

- ⇒ A Pia Sociedade de São Paulo no mundo.
- ⇒ O conceito “A minha paróquia é o mundo”.
- ⇒ Internacionalidade e multiculturalismo.
- ⇒ Os organismos internacionais para o apostolado (quais são, o que fazem, estatutos, etc.).
- ⇒ Grupos continentais e projetos internacionais.

Fontes: *Atas do VII Capítulo Geral (1998)*, Estatutos dos Organismos.

## 5.3 Logo (e marca)

- ⇒ Logo e marca (*brand*).
- ⇒ Valores e funções da marca.
- ⇒ Um Logo, uma identidade: unidade, universalidade e credibilidade.
- ⇒ Simbologia do Logo oficial.
- ⇒ Manual de aplicação do Logo.
- ⇒ Valorização e respeito ao Logo.
- ⇒ A Marca: mercadoria, produto, serviço, experiência, relacionamento emocional e psicológico com o público, etc.
- ⇒ Consolidação da Marca.
- ⇒ Marketing institucional.

Fontes: *Manual de aplicação do Logo, Atas do 1º Seminário Internacional dos Editores Paulinos (1988)*.

## 5.4 Paulinos e colaboradores

- ⇒ Os colaboradores associados (participantes) à missão de evangelização.
- ⇒ Sinergia, mútua colaboração, parceria.
- ⇒ Deontologia e profissionalismo.
- ⇒ Sentido de pertença (*espírito de equipe*) e entusiasmo.
- ⇒ Motivação e comprometimento no trabalho: as chaves fundamentais para alcançar bons resultados e sucesso.
- ⇒ Desempenho, remuneração e prêmios.
- ⇒ Amar o próprio trabalho.
- ⇒ Aumentar sempre mais as próprias competências.

- ⇒ Confiança e dedicação para alcançar os objetivos.
- ⇒ Conhecer os benefícios, vantagens e utilidades que nossos produtos e serviços podem ter para os interlocutores.
- ⇒ Aceitar desafios, performance, atitude de sucesso.
- ⇒ Conhecimento do território e dos interlocutores.
- ⇒ Otimismo: esperar o melhor.
- ⇒ Ser apóstolo-editor evangelizador.
- ⇒ Convicção: antes de convencer os outros, você deve convencer a si mesmo.
- ⇒ Determinação e constância.

Fontes: *Atas da VI e VII Reunião dos Governos Gerais da Família Paulina* (“Os leigos na e com a Família Paulina”), *Atas do Intercapítulo de 1989*, Documento *Apostolicam Actuositatem*.

## 6. Opções editoriais

Deve ser claro para todos que, acima de tudo, “oferecemos a todos o Evangelho; esse não é um conjunto de conceitos ou de formalidades normativas, mas a própria Pessoa de Jesus Cristo, Caminho, Verdade e Vida (cf. Jo 14,6), único Mestre (cf. Mt 23,10), Salvador do mundo” (cf. Declaração do X Capítulo Geral). A partir desse conteúdo central e essencial brotam todos os outros. O presente módulo desenvolve a primazia do conteúdo, para nós irrenunciável, e os critérios resultantes para as opções editoriais: nos diferentes campos e áreas, nossas decisões editoriais devem manifestar a dimensão evangelizadora e profética da Congregação.

*Tópicos a serem desenvolvidos:*

### 6.1 (e 6.4) Missão Evangelizadora

- ⇒ O que significa missão e evangelizar.
- ⇒ Por que evangelizar.
- ⇒ Participar da missão da Igreja.
- ⇒ Comunicar a verdade, com bondade e beleza.
- ⇒ Evangelização com uma estrutura organizada.
- ⇒ Sustentabilidade econômica.
- ⇒ Não comerciantes, mas evangelizadores.
- ⇒ Ser promotores de encontro (com Cristo, com o outro...).
- ⇒ Evangelho como conteúdo prioritário.
- ⇒ Centralidade do conteúdo.
- ⇒ Critérios para a escolha dos conteúdos.
- ⇒ O voto de fidelidade ao Papa.

Fontes: *Constituições e Diretório da Sociedade de São Paulo, Atas do 1º Seminário Internacional de Editores Paulinos (1988)*, Catecismo da Igreja Católica.

### 6.2 Conteúdo editorial

- ⇒ Critérios para as opções editoriais.
- ⇒ O lema “Falar de tudo cristãmente”.
- ⇒ Nossas opções editoriais (produtos e atividades, em diferentes campos e áreas) devem manifestar a dimensão profética da Congregação (cf. 4,3).
- ⇒ “Evangelização, promoção humana, desenvolvimento e libertação” (cf. *Evangelii nuntiandi* e *Evangelii gaudium*).
- ⇒ Sensibilidade social e profetismo.
- ⇒ Metodologia participativa e compartilhada (cf. 3.2 e 5.1).
- ⇒ Propostas e métodos inovadores.
- ⇒ Escuta e discernimento.
- ⇒ Atenção às periferias.
- ⇒ Saber ler os sinais dos tempos.
- ⇒ Amar o (estar convicto do) conteúdo.

Fontes: *Linhas editoriais* (2018), *Documento Final Capítulo Especial 1969-1971, Evangelii gaudium, Evangelii nuntiandi*.

### **6.3. Três âmbitos prioritários**

- ⇒ Por que três âmbitos prioritários.
- ⇒ O que significa dar prioridade à Bíblia, Família e Comunicação.
- ⇒ Bíblia, família e comunicação: não apenas livros, mas iniciativas e projetos.
- ⇒ Estabelecer estratégias para cada setor.
- ⇒ Projetos em andamento.
- ⇒ Possíveis iniciativas.
- ⇒ Tema anual (cf. *Linhas editoriais* 6.3.4).
- ⇒ Promoção dos valores cristãos.
- ⇒ Sinergia, criatividade e inovação.
- ⇒ Coerência e constância em oferecer propostas, iniciativas e serviços de excelência (cf. *Linhas editoriais* 6.4).
- ⇒ Garantir qualidade e confiabilidade.

Fontes: *Linhas editoriais* (2005 e 2018), Estatuto e projetos do Centro Bíblico PAULUS, Estatuto e projetos dos Centros de Estudos em Comunicação.

#### **6.3.1 Três âmbitos prioritários: a Bíblia**

- ⇒ Centro Bíblico PAULUS e história sucinta do apostolado bíblico da Sociedade de São Paulo.
- ⇒ Dimensões editorial, formativa, pastoral, espiritual e eclesial do apostolado bíblico.
- ⇒ Animação bíblica da pastoral.
- ⇒ Os “anos bíblicos”.
- ⇒ As “Semanas Bíblicas”.
- ⇒ O “Domingo da Palavra”, instituído pelo Papa Francisco.
- ⇒ A Bíblia, Palavra de Deus, documento central do judaísmo e do cristianismo.
- ⇒ Estrutura do texto bíblico e suas subdivisões internas.
- ⇒ Temas fundamentais e personagens relevante da Bíblia.
- ⇒ Tipos de leitura da Bíblia (a serem seguidas ou evitadas).
- ⇒ Diferentes traduções da Bíblia: por que e qual a especificidade de cada uma.
- ⇒ A Bíblia, fonte inesgotável de inspiração cristã e modelo normativo para a vida.

Fontes: *Dei Verbum, Aperuit illis*, Estatuto e projetos do Centro Bíblico PAULUS, Dicionário bíblico.

#### **6.3.2 Três âmbitos prioritários: a Família**

- ⇒ Crise da família e seu impacto na sociedade e na Igreja.
- ⇒ Os diversos ataques/ameaças contra a família hoje.
- ⇒ Animar, proteger e promover a família.
- ⇒ O que a Igreja diz sobre a família.
- ⇒ Documentos do Magistério sobre a família.

- ⇒ Catequese e família.
- ⇒ Pastoral das crianças, jovens, adultos e idosos.
- ⇒ Propostas para a família: coleções, títulos, eventos, cursos, institutos...
- ⇒ Efeitos da cultura da comunicação e da revolução digital na família.

Fontes: Estatuto e projetos do *Centro Internazionale Studi Famiglia (CISF)*, *Amoris laetitia*, *Catecismo da Igreja Católica*, *Catecismos para a iniciação cristã*, *Catecismos para os jovens*, *Gravissimum educationis*, *Mensagem para a 49ª Dia da Comunicação* (2015).

### **6.3.3 Três âmbitos prioritários: a Comunicação (cf. 2.2)**

- ⇒ A comunicação como a chave de leitura.
- ⇒ Comunicação e editoria: propostas no campo da comunicação (títulos, coleções, eventos, cursos...).
- ⇒ Comunicação e formação: Centros Paulinos de Estudo em Comunicação, a FAPCOM, a livraria como centro de encontro e formação (cursos, eventos, etc.).
- ⇒ Comunicação e cultura: a função dos Centros culturais, livrarias e comunidades como centros de evangelização e cultura (exposições, eventos, etc.).

Fontes: *Linhas editoriais* (2018), *Linhas de identidade pedagógica e opções operativas fundamentais para os Centros Paulinos de Estudo em Comunicação* (2017), Estatutos e projetos dos Centros Culturais.

### **6.3.4 A Igreja: elementos básicos e fundamentos da vida eclesial**

- ⇒ Deus, Cristo, homem: encontros entre a fé e a cultura moderna.
- ⇒ Vaticano II e uma nova eclesiologia: Povo de Deus, Corpo de Cristo, Templo do Espírito.
- ⇒ O homem, o cristão, a Igreja.
- ⇒ Igreja e Reino de Deus.
- ⇒ Evangelização e transmissão da fé.
- ⇒ A Igreja hoje: uma Igreja em saída, que anuncia, encontra, torna-se um espaço de encontro.
- ⇒ A fé professada: eu creio... nós cremos...
- ⇒ A fé celebrada: o mistério cristão e os sacramentos.
- ⇒ A fé vivida: a vida em Cristo e os Dez Mandamentos.
- ⇒ A fé rezada: a oração cristã e o Pai Nosso.

Fontes: *Catecismo da Igreja Católica*, *Documentos do Concílio Vaticano II*.

## 7. Formação para a missão

A formação é um elemento essencial para o Paulino apóstolo-editor, assim como é para os colaboradores que trabalham ao seu lado. Este bloco temático enfatiza que a atualização é necessária e constante, especialmente no campo digital e midiático, e que somente com uma formação integral, sólida e específica é que Paulinos e colaboradores conseguem se tornar verdadeiros “apóstolos-editores”.

*Tópicos a serem desenvolvidos:*

### 7.1 Testemunho

- ⇒ O primeiro meio de comunicação é a própria pessoa.
- ⇒ Comunicar com a alma e com o corpo, com a mente e com o coração.
- ⇒ O valor do testemunho, da coerência, do estilo de vida.
- ⇒ O local de trabalho não é apenas um lugar que se reduz ao campo profissional, mas é verdadeiro espaço vocacional e missionário que coincide com o ambiente de vida e de anúncio do Evangelho.
- ⇒ Sentido de pertença.
- ⇒ Espírito missionário e profético.
- ⇒ Comportamento ético e deontológico.
- ⇒ Códigos de conduta corporativos ou normas comportamentais comuns.
- ⇒ Netiqueta.

Fontes: *Protocolo Ético da Sociedade de São Paulo, Atas do 2º Seminário Internacional de Editores Paulinos (2017)*, *Mensagem para o 52º Dia da Comunicação (2018)*.

### 7.2 Educação midiática

- ⇒ O que significa formar para a missão.
- ⇒ As diferentes formas de educação para a mídia: Meducação, Media education, Digital literacy, Educomunicação, Educamídia, Media Training, etc.
- ⇒ O conceito e os princípios da Meducação: humanidade medial; “os meios somos nós”; educar e educar-se com, para e nos meios de comunicação...
- ⇒ Ser promotores de ideias, de inovação e de reflexão crítica.
- ⇒ A dimensão docente e pedagógica da Congregação (Centros de estudos, comunidades e livrarias).
- ⇒ Ser “formador no campo da comunicação e no campo bíblico”.
- ⇒ Comunicação e cultura (a função dos Centros culturais e das livrarias).

Fontes: *Atas do 2º Seminário Internacional de Formação Paulina para a Missão (2019)*, *O estudo para a missão. Carta anual do Superior geral (2017)*, *Linhas de identidade pedagógica e opções operativas fundamentais para os Centros Paulinos de Estudo em Comunicação (2017)*, *Umanità mediale: teoria sociale e prospettive educative (M. Padula e F. Ceretti, ETS, 2016)*.