

LA COMMUNICATION

EN EXPLORANT LES CONCEPTS ET LES PROCESSUS

DEUXIÈME VERSION

Dicastère pour la communication sociale – 2022

PARTIE 1

COMMUNICATION ET THÉOLOGIE

1. Dieu a communiqué avec l'humanité par l'Incarnation du Verbe : « Et le Verbe s'est fait chair et il a habité parmi nous » (Jn 1, 14)
2. Les Prophètes comme communicateurs du plan de Dieu pour son peuple
3. Jésus-Christ, Verbe incarné, Bon Pasteur, communicateur du projet de Dieu - Bien Aventurancas (??)
4. La Trinité est le modèle de communication et de communauté partagée.
5. Notre-Dame, Communicatrice de la Rencontre et de la proximité fraternelle
6. La communication est un aspect intrinsèque de l'évangélisation. Jésus a confié à ses disciples la mission de communiquer l'Évangile : « Et il leur dit : « Allez dans le monde entier, proclamez l'Évangile à toute la création. » (Mc 16, 15)
7. L'Église - Communicatrice et Sacrement de l'amour de Dieu pour l'humanité

PARTIE 2

COMMUNICATION ET ANTHROPOLOGIE CHRÉTIENNE

8. La communication va de pair avec la théologie et l'anthropologie. La communication est une médiation des

relations humaines. Les valeurs humaines, bibliques et chrétiennes forment la base de la communication avec l'identité chrétienne.

9. L'être humain en tant que communicateur : langues, symboles, relations, artefacts, arts, religiosité.

10. Le droit de l'être humain à communiquer. La création artistique et les biens culturels. La communication comme technologie et agence de presse : la démocratisation de la communication. Communication et droits de l'homme. La communication et les différents peuples et groupes ethniques. Communication et écologie. La communication est la liberté. La communication et la famille. La communication est la jeunesse.

11. La communication a plusieurs dimensions, telles que la communication personnelle, interpersonnelle, communautaire, institutionnelle.

PARTIE 3

COMMUNICATION, PROCESSUS CRÉATIFS, NARRATIFS ET ESTHÉTIQUES

12. La production de messages dépend du développement du talent dans tous les arts. Cela signifie également créativité et originalité et informations juridiques sur le droit d'auteur et l'utilisation correcte des données.

13. L'homme est un être narrateur parce qu'il est un être en devenir, qui se découvre et s'enrichit dans le trame de ses

jours. (*MESSAGE DU PAPE FRANÇOIS POUR LA 54^e JOURNÉE MONDIALE DES COMMUNICATIONS SOCIALES 1*).

14. « L'Écriture Sainte est le *Récit des récits*. Combien d'événements, de peuples, de personnes nous présente-t-elle ! Elle nous montre dès le début un Dieu qui est créateur et en même temps narrateur. En effet, il prononce sa Parole et les choses existent (cf. *Gn 1*). (*MESSAGE DU PAPE FRANÇOIS POUR LA 54^e JOURNÉE MONDIALE DES COMMUNICATIONS SOCIALES, 3*)

15. La force de la communication dérive de l'originalité et de la crédibilité de l'auteur et de la source de l'information. L'originalité, la crédibilité et la visibilité de toute sa communication découlent en premier lieu de sa mission charismatique de service aux jeunes les plus pauvres, de la présence des Salésiens dans les lieux de mission, du bénévolat, de la transparence dans l'éducation des plus pauvres avec une vision globale du monde d'aujourd'hui.

PARTIE 4

COMMUNICATION ET CHARISME SALÉSIEN

16. Le charisme salésien, don de l'Esprit Saint (C. 1), est une des voies par lesquelles Dieu communique son amour pour les jeunes. Don Bosco a été choisi pour être un communicateur-éducateur de l'amour de Dieu pour les jeunes :

« *Fidèles aux tâches que Don Bosco nous a transmises, nous sommes évangélistes des jeunes, spécialement des plus*

pauvres ; nous prenons un soin particulier des vocations apostoliques ; nous sommes des éducateurs de la foi dans les milieux populaires, surtout par le moyen de la communication sociale ; nous annonçons l'Évangile aux peuples qui ne le connaissent pas. Nous contribuons ainsi à édifier l'Église comme Corps du Christ afin que, par nous aussi, elle se manifeste au monde comme « sacrement universel du salut. » (C 6).

17. À cette fin, les Constitutions Salésiennes accordent de l'importance au fait que la communication est une dimension charismatique de la mission Salésienne. Pour les Salésiens, évangéliser, c'est communiquer ; éduquer, c'est communiquer.

PARTIE 5

COMMUNICATION ET ST. FRANÇOIS DE SALES

18. *« De même qu'il y a une communication éternellement intime en Dieu, par laquelle le Père communique toute sa divinité au Fils, qui procède de Lui, le Père et le Fils donnent ensemble naissance à l'Esprit Saint, ils Lui communiquent aussi leur une et une seule Divinité; cette Bonté souveraine se communiquait si parfaitement à la créature que la nature créée et la Divinité, chacune conservant ses propriétés, étaient intimement unies en une seule personne » (St. François de Sales, TAD 2, chap. 4)*

19. *« Un Dieu passionné par la « communication. » Il est propre à la bonté de communiquer, déclare-t-il, parce que c'est de sa nature communicative » (S IV^e 312-313). Le plaisir de*

Dieu est « de répandre et de communiquer ses perfections » (T VIII^e 4).

20 La Trinité est le lieu par excellence de la communication. (T III 12). (T II 4) (le P. Morand Wirth, SDB, a écrit le livre « Saint François de Sales et de l'éducation, » chap. XXVI^e).

PARTIE 6

COMMUNICATION, IDENTITÉ SALÉSIENNE ET MISSION

21. L'identité Salésienne dans le monde numérique est fondamentale. Nous sommes appelés à former un groupe d'apôtres et de missionnaires numériques pour avoir un impact significatif et important dans le monde des jeunes d'aujourd'hui et de demain.

22 Le travail réalisé en réseau, la synergie et la collaboration doivent se produire à tous les niveaux afin que toutes nos ressources soient planifiées, utilisées de manière optimale, afin que nous puissions être une force unifiée dans tous nos services.

23. On peut penser à la formation des Salésiens et des Jeunes pour mettre à jour deux concepts, la méthodologie et la technique de la communication, pour savoir utiliser les instruments numériques pour l'évangélisation et la mission, pour travailler dans l'environnement numérique et devenir des apôtres numériques efficaces.

24. Le processus de numérisation dans chaque communauté demande que nous documentions et chérissions de manière

responsable le passé et le présent, et que nous ayons une vision claire de l'avenir, en rééquipant nos structures et nos systèmes.

PARTIE 7

COMMUNICATION ET SENS ECCLÉSIAL

25. L'Église, en tant qu'experte et maîtresse en humanité et messagère de l'Évangile

26. « La vocation salésienne nous situe au cœur de l'Église et nous met entièrement au service de sa mission. Fidèles aux tâches que Don Bosco nous a transmises, nous sommes évangélistes des jeunes, spécialement des plus pauvres ; nous prenons un soin particulier des vocations apostoliques ; nous sommes des éducateurs de la foi dans les milieux populaires, surtout par le moyen de la communication sociale ; nous annonçons l'Évangile aux peuples qui ne le connaissent pas. Nous contribuons ainsi à édifier l'Église comme Corps du Christ afin que, par nous aussi, elle se manifeste au monde comme « sacrement universel du salut. » (C. 6)

PARTIE 8

COMMUNICATION ET SPIRITUALITÉ

27. Communiquer, au sens chrétien, est un acte théologique, c'est-à-dire une manière pour Dieu de partager et de se donner à l'humanité.

28. Pour être un bon communicateur aujourd'hui, il faut une écoute intérieure, un engagement envers l'altérité, une appréciation de l'être humain (dans son intégrité, dans le respect de sa liberté de choix, la compréhension des aspirations les plus profondes à l'unité, à la paix et à la communion).

29. Considérez la valeur de la parole et du silence. « Plus je parle, plus j'ai besoin de silence pour être fidèle à ce que je dis. » (Henri Nouwen, 1996, p. 134)

30. Plus le communicateur pourra écouter soi-même, plus il sera à l'écoute des besoins de l'humanité en lui-même et plus sa communication sera humaine. (Dans le magazine «Vida Pastoral » juillet / août 2020 - année 61 – n ° 334 André Luiz Boccato de Almeida et Paulino Francisco Galvão ont écrit un article intitulé « La mística del comunicador - La mystique du communicateur. »)

31. Bien qu'il ne soit pas facile d'établir un dialogue entre la vie intérieure et le monde numérique, entre la spiritualité et le monde virtuel, nous devons contribuer à ce dialogue et à cette nouvelle manière d'interpréter le présent et l'avenir de la communication numérique.

PARTIE 9

COMMUNICATION ET ÉTHIQUE

32. Nous pouvons parler de valeurs intégrées qui sont présentes dans notre mission, dans le système préventif et dans notre spiritualité salésienne. Ces valeurs sont la carte d'identité de notre communication. En plus des valeurs

intégrées, il y a des valeurs perçues, c'est-à-dire des valeurs vécues, une expérience réelle, un témoignage vécu.

33. L'éthique de la communication nous offre des critères pour communiquer et promouvoir la solidarité entre les personnes, les groupes et les communautés.

34. La communication n'est jamais neutre. Les idéologies personnelles, de groupe, corporatives et gouvernementales sont très intéressées à contrôler les agences de communication et d'information pour promouvoir leurs critères

35. Humaniser le monde de la communication fait partie de l'éthique de la communication. « *La communication a le pouvoir de créer des ponts, de favoriser la rencontre et l'inclusion, enrichissant ainsi la société. Comme il est beau de voir des personnes engagées à choisir avec soin des paroles et des gestes pour dépasser les incompréhensions, guérir la mémoire blessée et construire la paix et l'harmonie.* » (Message du Pape François pour la 50^e Journée Mondiale des Communications Sociales, le 24 Janvier 2016).

36. De toute évidence, la communication virtuelle fait partie des systèmes et des idéologies économiques et politiques. Par conséquent, la communication nécessite toujours une éthique au niveau personnel et social. Un aspect anthropologique de la communication dans son essence est la vision intégrale et totale de la communication, où les dimensions virtuel-réel, réel-virtuel sont intégrées.

PARTIE 10

COMMUNICATION ET PASTORALE SALÉSIENNE

37. La pastorale salésienne a pour racine et source le charisme salésien. La mission salésienne d'éducation et d'évangélisation des jeunes, en particulier des plus pauvres, est un don et un engagement de tous les membres de la Famille Salésienne. Les jeunes sont nos principaux destinataires : la raison de notre mission.

38. La communication est au service du charisme et de la mission salésienne. La communication fonctionne donc en synergie et en collaboration avec la pastorale des jeunes et la pastorale missionnaire, vocationnelle et de formation.

39. La mission partagée est donc un aspect fondamental de la méthodologie pastorale de communication.

40. La communication joue un rôle important dans le dialogue et le discernement pastoral face à la réalité.

41. Une étude continue et transversale est nécessaire pour comprendre les phénomènes humains, culturels, économiques, sociaux, politiques, éthiques et religieux de chaque société dans laquelle nous travaillons avec nos groupes destinataires pour trouver, avec les éducateurs et les familles, un chemin de dialogue entre l'Évangile, le Système Préventif et les nouvelles réalités du monde de la santé, la distanciation sociale et ses conséquences en termes de communication, notamment dans le monde virtuel.

PARTIE 11

COMMUNICATION, PRÉSENCE ET ATTENTION AU SERVICE DES JEUNES

42. Notre tâche, en particulier dans l'accompagnement des jeunes, doit être caractérisée par la capacité pédagogique et spirituelle créative de notre père Don Bosco, à travers laquelle nous pouvons surmonter les distances avec la sensibilité des nouvelles générations et leur offrir une écoute aimante et une compréhension compatissante, en leur posant les grandes questions sur le mystère de la vie et en les aidant à chercher le Seigneur et à Le rencontrer (le Recteur Majeur)

43. Le 26^e Chapitre Général a abordé précisément cette devise : « Da mihi animas, cetera tolle. » Avec le regard d'aujourd'hui et la connaissance de notre réalité, je crois que je peux dire que **nous avons absolument besoin** que notre Congrégation vive, respire et marche en cherchant de réaliser le « Da mihi animas, cetera tolle » en faveur de l'Évangile, en faveur de nos jeunes et pour le bien de nous-mêmes (le Recteur Majeur)

44. Le 28^e Chapitre Général nous motive :

Il est urgent de donner la priorité absolue à l'engagement pour l'évangélisation des jeunes avec des propositions conscientes, intentionnelles et explicites. Nous sommes invités à leur faire connaître Jésus et la Bonne Nouvelle de l'Évangile pour leur vie.

Il est urgent d'aider les jeunes (et leurs familles) à découvrir la présence du Christ dans leur vie comme la clé du bonheur et du sens de l'existence.

Il est urgent d'accompagner les enfants, les adolescents et les jeunes dans leur processus d'éducation à la foi, afin qu'ils puissent adhérer personnellement à la personne du Christ.

Il est urgent d'être de « vrais éducateurs » qui, à partir de leur expérience personnelle, accompagnent le jeune dans le dialogue avec Dieu dans la prière et la célébration des sacrements (28^e Chapitre Général)

.

PARTIE 12

COMMUNICATION, FORMATION, PROTAGONISME DES JEUNES ET DES LAÏCS

45. Le monde numérique exige toujours une mise à jour continue de la part de chacun. La capacité à interpréter la réalité culturelle et sociale dans laquelle les Salésiens travaillent et à utiliser les nouvelles technologies pour répondre à ces besoins fait partie du dynamisme du charisme salésien. Comme disait Don Bosco: « Marcher en phase avec son temps. »

46. La communication avec les jeunes en tant que premiers protagonistes est la manière caractéristique de faire la pastorale salésienne. Faire participer les jeunes à être les protagonistes, à être auteurs dans le monde de la communication et de la pastorale salésienne.

47. Comme indiqué dans l'Instrumentum Laboris du CG28 : « *Le monde numérique caractérise le monde contemporain et constitue désormais pour de nombreux jeunes un habitat naturel qui modifie la manière d'accéder au savoir, d'instaurer des relations et de percevoir la réalité. Pour nous, Salésiens, c'est une nouvelle terre de mission. Le Web et les réseaux sociaux sont une réalité à double visage: un lieu de rencontre et de communication, mais aussi de solitude et de manipulation* » (Instrumentum Laboris 28^e Chapitre Général, n ° 2, p. 8)

48. Importance de la formation des confrères des relations publiques à la communication pour la gestion de crise.

PARTIE 13

COMMUNICATION LOCALE, CULTURE ET ARTS

49. La communication dans un monde globalisé ne peut jamais ignorer la force de la communication régionale et locale. Chaque communauté et chaque ville ont leur propre identité culturelle, les valeurs de leur histoire et de leur patrimoine. Ces valeurs expriment la façon dont les gens vivent, la façon dont ils créent des relations, la façon dont ils utilisent leurs symboles et leurs langues, et donc leurs propres valeurs et comportements qui définissent leur politique de communication.

50. La communication est elle-même un processus relationnel, faisant partie d'un système de signes codés, internationalement acceptés et reconnus.

51. L'art est un langage universel. La musique, la peinture, la danse, l'architecture et le théâtre sont des expressions intrinsèques de la communication. Don Bosco a été capable d'intégrer l'art au cœur de son système éducatif. Il était lui-même un artiste qui utilisait l'art pour éduquer. Les nouvelles technologies sont désormais intégrées à l'art. À prendre en compte : la radio, le cinéma, le théâtre, la musique, le monde de l'édition...

PARTIE 14

COMMUNICATION ET FRATERNITÉ HUMAINE

52. La communication a un rôle de premier plan à jouer en temps de crise comme la crise sanitaire actuelle provoquée par Covid-19, dans la construction de nouveaux paradigmes, dans le processus d'éducation de la nouvelle génération à son rôle actif dans la famille, à l'école, dans l'Église et dans la société.

53. Parallèlement à la pastorale des jeunes et au dicastère des missions, la communication doit être ouverte à la synergie et à une vision collaborative pour trouver des réponses créatives au niveau pastoral et institutionnel pour la société d'aujourd'hui et de demain.

54. Dans la planification de la communication de la Congrégation, il est très important d'avoir une ligne politique globale et pratique qui puisse collaborer avec l'institution pour éduquer à un type de communication capable de promouvoir une vie basée sur de nouveaux paradigmes.

55. En cette période de crise et sans doute de recherche de nouveaux paradigmes économiques, sociaux et éducatifs, la proposition présentée au chapitre 5 de *Laudato si'* nous offre, comme point de départ, une vision globale et quelques orientations, voire des lignes d'action, pour la conversion environnementale, économique et sociale.

56. Ce programme, interprété dans une perspective salésienne, peut contribuer de manière significative à la communication aujourd'hui.

- 1) Dialogue sur l'environnement dans la politique internationale ;
- 2) Dialogue vers de nouvelles politiques nationales et locales ;
- 3) Dialogue et transparence dans les processus décisionnels ;
- 4) Politique et économie en dialogue vers la plénitude de l'humanité ;
- 5) Religion en dialogue avec la science.

57. « La foi amène le croyant à voir dans l'autre un frère à soutenir et à aimer. De la foi en Dieu, qui a créé l'univers, les créatures et tous les êtres humains – égaux par Sa Miséricorde –, le croyant est appelé à exprimer cette fraternité humaine, en sauvegardant la création et tout l'univers et en soutenant chaque personne, spécialement celles qui sont le plus dans le besoin et les plus pauvres. » (DOCUMENT SUR LA **FRATERNITÉ HUMAINE** POUR LA PAIX MONDIALE ET LA COEXISTENCE COMMUNE, Pape François, février 2019).

PARTIE 15

COMMUNICATION ET MÉTHODOLOGIE PASTORALE

58. La méthodologie de la communication doit être en dialogue avec la méthodologie de la spiritualité et de la pastorale. Aujourd'hui, la méthodologie pastorale suit le chemin de l'écoute, du discernement et de la vie comme moyen d'approfondir la compréhension des processus pastoraux.

59. En ce sens, la communication n'est pas seulement technologie, information et contenu. La communication est un processus. L'interaction est un processus. Tous en conservant son identité et sa nature épistémologique, la communication dialogue et interagit avec la pastorale.

60. L'Instrumentum Laboris du 28^e Chapitre Général dit que « *Le discernement est donc avant tout une écoute de Dieu et de sa Parole, des jeunes et de leurs appels, de l'expérience de l'Église et de la Congrégation; et finalement, une écoute aussi du profond désir de bien, de plénitude et de joie que chacun porte en soi* ». (Instrumentum Laboris 28^e Chapitre Général, n ° 2, p. 4).

61. Le discernement devient un cheminement spirituel et une méthodologie pédagogique pour travailler

62. En suivant ce chemin, le discernement offre un parcours où les étapes sont claires, les processus sont cohérents et ils nous aident à interpréter la réalité. Le discernement dans la communication nous aide à communiquer, à partir d'une perspective évangélique, mais aussi cohérente avec la réalité.

63. «En ce sens, « *le discernement devient alors un outil pastoral capable d'identifier la route à suivre en proposant des chemins et des parcours que les jeunes d'aujourd'hui puissent vivre, en indiquant des orientations et en faisant des suggestions qui conviennent pour la mission: ces suggestions ne seront pas des théories préétablies mais le fruit d'un parcours qui permet de suivre l'Esprit. Un chemin ainsi structuré invite à ouvrir [des voies] et non à [les] fermer, à poser des questions et à susciter des interrogations sans suggérer de réponses toutes faites, à proposer des alternatives et à explorer des opportunités.* » (Instrumentum Laboris 28^e Chapitre Général, n ° 2, p. 4).

PARTIE 16

COMMUNICATION VIRTUELLE

64. Ces derniers temps, la communication évolue rapidement : le passage de la communication formelle et technique à la communication interactive ; de la communication structurelle à la communication synergique et convergente. Ce changement place la personne humaine au centre, avec son droit de s'exprimer, sa liberté, son rôle actif, son identité culturelle, sociale et politique.

65. Nous faisons vraiment partie d'un village planétaire. Le monde virtuel est un monde réel. Internet nous ouvre à de nouvelles formes de contact humain.

66. La communication virtuelle change la méthode et le style des personnes qui communiquent et participent à la vie

sociale, en particulier à travers la culture médiatique typique, Internet, le monde numérique et les médias sociaux.

PARTIE 17

COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

67. La communication institutionnelle salésienne se définit par ses valeurs, sa vision et sa mission charismatique et éducative exprimée dans les Constitutions Salésiennes et les Règlements.

68. La Communication Institutionnelle est organisée sur la base de tous les processus, les procédures, les opérations organisationnelles d'animation et de gouvernement définis dans ses statuts et règlements au niveau de la Congrégation.

69. Dans le cadre de ses valeurs, de sa vision et de sa mission, elle a sa responsabilité sociale et éducative envers les personnes et les sociétés.

70. Les différents secteurs de la communication ont la responsabilité de travailler avec l'identité et l'unité institutionnelle pour renforcer leur identité, leur communauté, leur crédibilité et leur visibilité dans les sociétés.

PARTIE 18

ÉCOSYSTÈME DE LA COMMUNICATION : INTERACTIVITÉ, ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE ET TRAVAIL EN RÉSEAU

71. La culture des médias a créé une communication immersive, c'est-à-dire avec des technologies qui permettent à

une personne d'« entrer avec les 5 sens » dans l'environnement de la communication, comme cela se produit à travers un smartphone. Cela signifie que le monde Internet n'est pas un moyen, ni même une aide, mais un environnement numérique où convergent des images, textes, sons, l'interactivité et leur caractère instantané.

72. La personne, l'environnement, les médias, le contenu, l'interaction deviennent ainsi un véritable écosystème de communication. Vivre connecté, c'est être immergé dans un écosystème. Travailler, écouter de la musique, regarder un film, parler, acheter, vendre, rencontrer des amis, étudier, rechercher, prier et enfin communiquer font partie d'un grand écosystème.

73. Eco (oikos - maison) système - écosystème - exprime la relation interactive des individus avec leur environnement, leur culture, leurs produits, leur relation avec la nature, la vie, les gens, les médias, l'école, la communauté. « *L'écosystème communicatif est l'élément stratégique, plutôt que l'intervention des médias ; c'est l'émergence d'un écosystème communicatif qui devient quelque chose d'aussi vivant et vital que l'écosystème vert, l'environnement naturel* » (Jesús Martín-Barbero, 1999).

74. La communication en tant que système implique intégralement les personnes avec la « maison commune, » comme l'exprime le Pape François dans l'Encyclique *Laudato si'*. De façon similaire à l'écologie intégrale, la communication en tant qu'écosystème représente une vision à la fois humaine, intégrale et collaborative.

75. Dans cet écosystème, nous pouvons trouver à la fois des personnes, la technologie, Internet, les médias sociaux, les réseaux et les systèmes de communication. La communication est présente dans la vie, les relations, le travail, la culture et l'économie. L'interactivité et l'instantanéité de la communication se retrouvent dans la création d'un réseau e, dans les réseaux sociaux, les plateformes de communication qui se développent au sein de l'écosystème.

76. Dans cette vision écosystémique de la culture des médias, la manière de construire l'information évolue par l'interactivité et l'immédiateté offertes par les nouvelles technologies, ainsi que l'architecture des plates-formes, la planification et le développement de systèmes, protocoles, logiciels, applications.

PARTIE 19

PLATEFORMES DE DIGITALISATION ET DE COMMUNICATION

77. Une plateforme de communication adaptée aux temps nouveaux permet d'optimiser les procédures d'une institution, afin d'offrir de plus grandes possibilités de communication humaine, facilitant et simplifiant les processus.

78. Avec la facilité de produire des informations, nous en avons une quantité immense provenant d'une multitude de personnes et de lieux avec des propositions de textes, d'images, de sons, de vidéos, etc. Cette production et cet échange d'informations sont positifs, mais il est nécessaire de simplifier la manière dont l'information circule. Par

conséquent, les plates-formes de communication et la communication unifiée sont fondamentales dans la société de l'information.

79. L'intégration de la communication unifiée facilite la simplification des services de communication en temps réel (chat, e-mail, téléphonie IP, visioconférence, services partagés, informations de présence, entre autres). Parallèlement à la mise à jour de la technologie et de la plateforme, il est nécessaire de mettre à jour les profils des personnes qui travailleront directement dans la communication, modifier la structure organisationnelle et l'organigramme, réorganiser la manière dont le message est produit et diffusé.

80. Nos Maisons d'Éditions, Bulletins Salésiens, imprimeries, sites Web, InfoANS et d'autres services doivent être mis à jour avec ces nouveaux critères. La création de réseaux et d'agences de communication dans chaque Région de la Congrégation donnera plus d'énergie et d'opportunités afin que les Salésiens, la Famille Salésienne, les laïcs et les jeunes participent à la production et à l'échange de contenus et d'informations.

81. Les plateformes numériques facilitent les relations humaines en offrant une interaction rapide et pratique entre les personnes, entre le Bureau Central et les Provinces, par exemple entre les dicastères et les autres services. Le concept de plate-forme à l'ère numérique se développe et offre une meilleure qualité et une plus grande participation des personnes (utilisateurs), qu'il s'agisse d'écrire, de lire ou de partager des informations.

82. En ce sens, nous parlons aujourd'hui d'une plateforme pour l'expérience numérique et la transformation numérique, dans le but de promouvoir une plus grande participation et coopération des personnes pour ce qui concerne les valeurs, les propositions et la mission de l'institution.

83 La mise à jour de la plateforme numérique nécessite toujours un suivi, le niveau de participation des personnes, la manière dont elles évaluent leur expérience sur la plateforme (les DXP - *Digital Experience Platforms* en sont un exemple).

84. La création d'un environnement numérique à jour est essentielle tant d'un point de vue technique (intranet, applications mobiles, sites Web, réseaux sociaux) que du point de vue de la participation, de l'interaction, de la création d'informations et de la visibilité.

85. Compte tenu de la plate-forme de communication numérique, l'institution a la possibilité de créer un système de visioconférence de qualité facilitant l'apprentissage à distance (cours à distance), les réunions, le marketing, l'échange de travaux et de projets, directement du centre vers la Région et les Provinces, par exemple.

PARTIE 20

COMMUNICATION MOBILE ET RÉSEAUX PARTAGÉS

86. L'*Internet des objets* (Internet of things, IoT) est une réalité qui progresse, parallèlement à la *super-intelligence*. Cela signifie un grand changement dans la culture numérique.

L'Internet des objets signifie que les connexions radio et par câble font partie des objets de notre vie quotidienne, de la façon dont nous écoutons la musique à la façon dont nous utilisons la clé de notre maison ; de la façon dont nous achetons à la façon dont nous contrôlons l'énergie dans notre maison. Cela signifie que tout peut contenir une puce. Tout est connecté et contrôlé à distance. L'IoT fait référence à une connectivité universelle, une communication et des transactions ininterrompues.

87. La communication mobile, en particulier via les téléphones portables, est aujourd'hui la manière dont les gens parlent avec les autres, lisent, achètent, partagent des informations, des photographies, de la musique, se connectent avec le monde économique, culturel et social et participent instantanément et interactivement dans la réalité complexe de l'écosystème de la communication.

88. En collaboration avec une équipe de Salésiens et de laïcs experts en communication, il est essentiel d'approfondir et d'intégrer les aspects de l'intelligence artificielle dans notre travail, pour mieux comprendre le phénomène de la post-vérité, comment la communication visuelle, la gestion et la communication du marketing sont appliquées. Mettre à jour, utiliser et être ouvert à l'intégration des nouvelles technologies dans l'éducation et suivre les nouvelles tendances technologiques, telles que : téléprésence (*technologies adaptées* - ST), robots de téléprésence - *Skype Online Voice Routes* (Beam), mondes virtuels (réalité augmentée), interface neurale (BCI), neurosciences.

89. Les processus de création et de production de communications à travers la radio, la télévision, les journaux, les sites Web et les vidéos nécessitent une connaissance des technologies numériques, un travail partagé et la diffusion du message via les réseaux.

90. L'utilisation des nouvelles technologies de l'information et la construction de plates-formes de communication faciliteront la création de réseaux partagés. Cela nécessite un changement de mentalité envers la communication. Ouvrir notre esprit à la communication, qui demande non seulement l'utilisation de technologies de pointe, mais surtout une nouvelle approche dans laquelle le discernement est important, est fondamental afin que la communication soit un chemin de conversion pastorale et de témoignage de l'Évangile.

PARTIE 21

GESTION DES PATRIMOINES NUMÉRIQUES

91. Les patrimoines numériques sont des fichiers tels que des vidéos, des photos, des documents et d'autres supports. Aujourd'hui, les patrimoines numériques connaissent une croissance exponentielle à mesure que la création et le partage de contenu numérique augmentent. Le DAM résout l'un des plus gros problèmes que la plupart des organisations rencontrent aujourd'hui : une surabondance de contenu numérique. La solution DAM prend ce contenu et le stocke de manière centralisée pour tous les départements et pour un

accès rapide. Avec DAM, nous pouvons facilement sécuriser, organiser et rechercher des patrimoines numériques. S'il s'agit d'un effort collectif international, il pourrait être à la fois économique et à la pointe de la technologie.

PARTIE 22

COMMUNICATION ET BIENS CULTURELS ET PATRIMONIAUX

92. Une gestion scientifique et pastorale du patrimoine historique et de la production artistique salésienne (musique, théâtre, cinéma, danse, littérature) est nécessaire : Portail Dom Bosco Sciences, Arts et Culture : mettre en évidence le catalogage, la numérisation, la légalisation et la disposition du matériel du portail pour la consultation, la recherche de la part des jeunes, des étudiants, des membres de la Famille Salésienne, des chercheurs.

93. Domaines :

A - Jeunesse - B - Patrimoine artistique - Peinture - Architecture

C - Communication visuelle (vidéos et photos) et cinéma D - Patrimoine musical (audio) - E - Patrimoine - archéologie

F - Patrimoine - Anthropologie et Missiologie - G - Les études de Don Bosco

H- Saints Salésiens - I - Salésianité

J - Culture mondiale et juvénile

94. Le banque de données de Don Bosco sur la musique salésienne collectée dans le monde salésien et mise à disposition sur YouTube et d'autres réseaux pour l'animation de la Pastorale des Jeunes et de la Famille Salésienne.

PARTIE 23

VIVRE LE « SACREMENT SALÉSIEN » DE LA PRÉSENCE

95. « Que chaque Salésien trouve le temps d'être au milieu des jeunes en tant qu'ami, éducateur et témoin de Dieu, quel que soit son rôle dans la communauté.¹ »

- Promouvoir une présence effective et affective parmi et avec les jeunes en communion de vie et d'action. Et valoriser et relancer la belle expérience et la figure renouvelée de l'assistant, non seulement pour le stagiaire, mais pour toute la vie du Salésien de Don Bosco.
- Prendre soin de l'environnement oratorien dans chaque présence, caractérisé par l'environnement familial et accueillant et la spiritualité de la joie profonde.
- Accompagner le dynamisme des jeunes à travers le protagonisme et le leadership des jeunes eux-mêmes dans chaque maison et dans la mission salésienne qui y est menée.
- Assurer de la même manière la présence des formateurs parmi les jeunes confrères en formation dans leurs communautés, où l'esprit salésien se communique, avant tout

¹ CG26, "Da mihi animas, cetera tolle". N °14

par l'exemple : être parmi eux, aider fortement les jeunes confrères à être les premiers responsables de leur formation.

- Le dicastère de la communication sociale, à ses différents niveaux, s'engage à offrir des instruments et des propositions pour un processus permanent de vérification, de mise à jour, d'inculturation de la mission salésienne dans l'habitat numérique, où les jeunes vivent, impliquant nos universités, en réseau avec d'autres centres et agences qui suivent de plus près et étudient les transformations que le monde numérique opère parmi les nouvelles générations.

PARTIE 24

PLANIFICATION

96. Notre planification doit prendre en compte :

l'objectif du 28^e Chapitre Général avec ses trois thèmes :
Priorité de la mission salésienne parmi les jeunes d'aujourd'hui ; Profil du Salésien pour les jeunes d'aujourd'hui ; Avec les laïcs dans la mission et la formation

les objectifs et les propositions du Recteur Majeur et du Conseil Général - Programme pour cette période de six ans

le parcours historique de la Congrégation en termes de communication, la réalité du changement qui se réalise dans le monde d'aujourd'hui avec la crise du Covid-19 et les défis éducatifs et culturels du monde de la jeunesse dans la culture des médias.

PARTIE 25

MARIE AUXILIATRICE, FEMME DE LA COMMUNICATION

97. L'exemple de la communication de l'Évangile

- L'annonciation, la Visite à Élisabeth, les Noces de Cana, Marie près de la Croix, Marie témoin de la Résurrection, Marie au Cénacle