



SOCIETÀ DI SAN FRANCESCO DI SALES

SEDE CENTRALE SALESIANA

Via Marsala, 42 – 00185 Roma

Il Consigliere per la Comunicazione Sociale

INSTRUMENTUM LABORIS

COMUNICAZIONE SOCIALE

**ELABORARE CON LA COMUNITÀ EDUCATIVA SALESIANA NUOVI
CONCETTI E COSTRUIRE PROCESSI PER UNA AZIONE
COMUNICATIVA CON IDENTITÀ SALESIANA**

SECONDA VERSIONE

Settore per la Comunicazione Sociale - Aprile 2022

PARTE 1

COMUNICAZIONE E TEOLOGIA

1. Dio ha comunicato con l'umanità tramite l'Incarnazione del Verbo :
"E il Verbo si fece carne e venne ad abitare in mezzo a noi" (Gv 1,14)
2. I Profeti come comunicatori del piano di Dio per il suo popolo
3. Gesù Cristo, Verbo Incarnato, Buon Pastore, comunicatore del progetto di Dio - Bien Aventurancas (??)
4. La Trinità è il modello di comunicazione e di comunità condivisa.
5. Maria Santissima, Comunicatrice dell'Incontro e della vicinanza fraterna
6. La comunicazione è un aspetto intrinseco dell'evangelizzazione. Gesù ha affidato ai suoi discepoli la missione di comunicare il Vangelo: " Gesù disse loro: «Andate in tutto il mondo e predicate il vangelo a ogni creatura" (Mc 16,15)
7. La Chiesa - Comunicatrice e Sacramento dell'amore di Dio per l'umanità

PARTE 2

COMUNICAZIONE E ANTROPOLOGIA CRISTIANA

8. La comunicazione procede di pari passo con la teologia e l'antropologia. La comunicazione è una mediazione delle relazioni umane. I valori umani, biblici e cristiani costituiscono la base della comunicazione con l'identità cristiana.
9. L'essere umano come comunicatore: lingue, simboli, relazioni, manufatti, arti, senso religioso.

10. Il diritto dell'essere umano di comunicare. La creazione artistica e i beni culturali. Comunicazione come tecnologia e agenzia di stampa: la democratizzazione della comunicazione. Comunicazione e diritti umani. La comunicazione e i diversi popoli ed etnie. Comunicazione ed ecologia. La comunicazione è libertà. Comunicazione e famiglia. La comunicazione è giovinezza.

11. La comunicazione ha diverse dimensioni, quali la comunicazione personale, interpersonale, comunitaria, istituzionale.

PARTE 3

COMUNICAZIONE, PROCESSI CREATIVI, NARRATIVI ED ESTETICI

12. La produzione di messaggi dipende dallo sviluppo dei talenti in tutte le arti. A questo proposito sono anche in questione la creatività e l'originalità, nonché le informazioni legali sul diritto d'autore e sull'uso corretto dei dati.

13. L'uomo è un essere narrante perché è un essere in divenire, che si scopre e si arricchisce nelle trame dei suoi giorni. (MESSAGGIO DEL SANTO PADRE FRANCESCO PER LA 54ma GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI 1).

14. “La Sacra Scrittura è una Storia di storie. Quante vicende, popoli, persone ci presenta! Essa ci mostra fin dall’inizio un Dio che è creatore e nello stesso tempo narratore. Egli infatti pronuncia la sua Parola e le cose esistono (cf. Gn 1) (MESSAGGIO DEL SANTO PADRE FRANCESCO PER LA 54ma GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI, 3)

15. La forza della comunicazione deriva dall'originalità e dall'attendibilità dell'autore e della fonte delle informazioni. L'originalità, l'attendibilità e la visibilità di tutta la sua comunicazione derivano innanzitutto dalla sua missione carismatica di servizio ai

giovani più poveri, dalla presenza dei Salesiani nei luoghi di missione, dal volontariato, dalla trasparenza nell'educazione al servizio dei più poveri con una visione globale del mondo di oggi.

PARTE 4

COMUNICAZIONE E CARISMA SALESIANO

16. Il carisma salesiano, dono dello Spirito Santo (C. 1), è uno dei modi con cui Dio comunica il suo amore per i giovani. Don Bosco è stato scelto affinché fosse un comunicatore-educatore dell'amore di Dio per i giovani:

“Fedeli agli impegni che Don Bosco ci ha trasmesso siamo evangelizzatori dei giovani, specialmente dei più poveri; abbiamo una cura particolare per le vocazioni apostoliche; siamo educatori della fede negli ambienti popolari, in particolare con la comunicazione sociale; annunciamo il Vangelo ai popoli che non lo conoscono. Contribuiamo in tal modo a edificare la Chiesa come Corpo di Cristo affinché, anche per mezzo nostro, si manifesti al mondo come «sacramento universale della salvezza» (C. 6).

17. Con questo obiettivo, le Costituzioni Salesiane ritengono che la comunicazione sia una dimensione carismatica della missione salesiana. Per i Salesiani evangelizzare significa comunicare; educare significa comunicare.

PARTE 5

LA COMUNICAZIONE E SAN FRANCESCO DI SALES

18. *“Come c'è una comunicazione eternamente intima in Dio, attraverso la quale il Padre comunica tutta la sua Divinità al Figlio, che da Lui procede, il Padre e il Figlio insieme danno alla luce lo Spirito Santo,*

anche a Lui comunicano la loro unica e sola Divinità; questa Bontà sovrana si è comunicata così perfettamente alla creatura che la natura creata e la Divinità, conservando ciascuna le sue proprietà, erano intimamente unite in una sola persona” (S. Francesco di Sales, TAD 2, cap. 4)

19. “Un Dio appassionato della “comunicazione”. È proprio della bontà comunicarsi, dichiara, perché è della sua natura comunicativa” (S IV 312-313). Il piacere di Dio è “nel diffondere e comunicare le proprie perfezioni” (T VIII 4).

20 La Trinità è il luogo per eccellenza della comunicazione. (T III 12). (T II 4) (P. Morand Wirth, SDB, ha scritto il libro "San Francesco di Sales e l'educazione", capitolo XXVI).

PARTE 6

COMUNICAZIONE, IDENTITÀ SALESIANA E MISSIONE

21. L'identità salesiana nel mondo digitale è fondamentale. Siamo chiamati a formare un gruppo di apostoli e missionari digitali per assumere un ruolo significativo e importante nel mondo giovanile di oggi e di domani.

22 Il lavoro realizzato in rete, la sinergia e la collaborazione devono essere presenti a tutti i livelli affinché tutte le nostre risorse siano pianificate e utilizzate in modo ottimale, per costituire una forza comune in ogni servizio che prestiamo.

23. Nell’ambito della formazione dei Salesiani e dei Giovani, si può pensare di aggiornare due concetti, la metodologia e la tecnica della comunicazione, per imparare a utilizzare gli strumenti digitali per l'evangelizzazione e la missione, lavorare al meglio nell'ambiente digitale e diventare apostoli digitali efficaci.

24. Il processo di digitalizzazione in ogni comunità richiede che documentiamo e custodiamo il passato e il presente in modo responsabile e che abbiamo una visione chiara del futuro, riattrezzando le nostre strutture e i nostri sistemi.

PARTE 7

COMUNICAZIONE E SENSO ECCLESIALE

25. La Chiesa, esperta e maestra di umanità e messaggera del Vangelo

26. *“La vocazione salesiana ci situa nel cuore della Chiesa e ci pone interamente al servizio della sua missione. Fedeli agli impegni che Don Bosco ci ha trasmesso siamo evangelizzatori dei giovani, specialmente dei più poveri; abbiamo una cura particolare per le vocazioni apostoliche; siamo educatori della fede negli ambienti popolari, in particolare con la comunicazione sociale; annunciamo il Vangelo ai popoli che non lo conoscono. Contribuiamo in tal modo a edificare la Chiesa come Corpo di Cristo affinché, anche per mezzo nostro, si manifesti al mondo come «sacramento universale della salvezza»” (C. 6)*

PARTE 8

COMUNICAZIONE E SPIRITUALITÀ

27. Comunicare, in senso cristiano, è un atto teologico, cioè un modo di cui Dio si serve per condividere e donarsi all'umanità.

28. Essere un buon comunicatore oggi richiede ascolto interiore, impegno al servizio dell'altro, considerazione per l'essere umano (nella sua integrità, nel rispetto della sua libertà di scelta, nella comprensione delle aspirazioni più profonde all'unità, alla pace e alla comunione).

29. Si consideri il valore della parola e del silenzio. "Più parlo, più ho bisogno del silenzio per essere fedele a ciò che dico" (Henri Nouwen, 1996, p. 134)

30. Più il comunicatore saprà ascoltare se stesso, più ascolterà i bisogni dell'umanità e più la sua comunicazione sarà umana (Articolo "La mística del comunicador - La mistica del comunicatore" di André Luiz Boccato de Almeida e Paulino Francisco Galvão, tratto dalla Rivista «Vida Pastoral» luglio/agosto 2020 – 61° anno – n° 334).

31. Sebbene non sia facile stabilire un dialogo tra la vita interiore e il mondo digitale, tra spiritualità e mondo virtuale, dobbiamo contribuire a questo dialogo e a questo nuovo modo di interpretare il presente e il futuro della comunicazione digitale.

PARTE 9

COMUNICAZIONE ED ETICA

32. Possiamo parlare di valori integrati che sono presenti nella nostra missione, nel sistema preventivo e nella nostra spiritualità salesiana. Questi valori sono la carta d'identità della nostra comunicazione. Oltre ai valori integrati, ci sono valori percepiti, cioè valori vissuti, un'esperienza reale, una testimonianza vissuta.

33. L'etica della comunicazione ci offre criteri per comunicare e promuovere la solidarietà tra persone, gruppi e comunità.

34. La comunicazione non è mai neutra. Le ideologie personali, di gruppo, d'impresa e dei governi sono molto interessate a controllare le agenzie di comunicazione e informazione per promuovere i loro obiettivi

35. Umanizzare il mondo della comunicazione fa parte dell'etica della comunicazione. "La comunicazione ha il potere di creare ponti, di favorire l'incontro e l'inclusione, arricchendo così la società. Com'è

bello vedere persone impegnate a scegliere con cura parole e gesti per superare le incomprensioni, guarire la memoria ferita e costruire pace e armonia” (MESSAGGIO DEL SANTO PADRE FRANCESCO PER LA 50ma GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI, 24 gennaio 2016).

36. È del tutto evidente che la comunicazione virtuale fa parte delle ideologie e dei sistemi economici e politici. La comunicazione ha dunque sempre bisogno di un'etica a livello personale e sociale. Un aspetto antropologico della comunicazione nella sua essenza è la visione integrale e globale della comunicazione, dove si integrano le dimensioni virtuale-reale, reale-virtuale.

PARTE 10

COMUNICAZIONE E PASTORALE SALESIANA

37. La pastorale salesiana ha come radice e fonte il carisma salesiano. La missione salesiana di educare ed evangelizzare i giovani, soprattutto i più poveri, è un dono e un impegno di tutti i membri della Famiglia Salesiana. I giovani sono i nostri principali destinatari: sono la ragione della nostra missione.

38. La comunicazione è al servizio del carisma e della missione salesiana. La comunicazione opera dunque in sinergia e in collaborazione con la pastorale giovanile e con la pastorale missionaria, vocazionale e della formazione.

39. La missione condivisa è dunque un aspetto fondamentale della metodologia pastorale della comunicazione.

40. La comunicazione svolge un ruolo importante nel dialogo e nel discernimento pastorale di fronte alla realtà.

41. È necessario che ci impegniamo in uno studio continuo e trasversale per comprendere i fenomeni umani, culturali, economici, sociali,

politici, etici e religiosi di ogni società in cui lavoriamo con i gruppi a cui ci dedichiamo per trovare, insieme agli educatori e alle famiglie, un dialogo tra il Vangelo, il sistema preventivo e le nuove realtà del mondo della salute, il distanziamento sociale e le sue conseguenze in termini di comunicazione, soprattutto nel mondo virtuale.

PARTE 11

COMUNICAZIONE, PRESENZA E ATTENZIONE PER I GIOVANI

42. Il nostro compito, soprattutto nell'accompagnamento dei giovani, deve essere caratterizzato dalla capacità pedagogica e spirituale creativa del nostro padre Don Bosco, attraverso la quale possiamo superare le distanze con la sensibilità delle nuove generazioni e offrire loro un ascolto amorevole e una comprensione sollecita, ponendo loro le grandi domande sul mistero della vita e aiutandoli a cercare il Signore e incontrarlo (il Rettor Maggiore).

43. Il 26° Capitolo Generale ha affrontato proprio questo motto: "Da mihi animas, cetera tolle". Con lo sguardo di oggi e la conoscenza della nostra realtà, penso di poter dire che abbiamo assolutamente bisogno che la nostra Congregazione viva, respiri e cammini cercando di realizzare la richiesta "Da mihi animas, cetera tolle" a favore del Vangelo, dei nostri giovani e per il bene di noi stessi (il Rettor Maggiore)

44. Il 28° Capitolo Generale ci esorta così:

È urgente dare priorità assoluta all'impegno per l'evangelizzazione dei giovani con proposte consapevoli, intenzionali ed esplicite. Siamo invitati a far conoscere loro Gesù e la Buona Novella del Vangelo per la loro vita.

È urgente aiutare i giovani (e le loro famiglie) a scoprire la presenza di Cristo nella loro vita come chiave per la felicità e il significato dell'esistenza.

È urgente accompagnare i bambini, gli adolescenti e i giovani nel loro processo di educazione alla fede, affinché possano aderire personalmente alla persona di Cristo.

È urgente essere "veri educatori" che, per esperienza personale, accompagnano il giovane nel dialogo con Dio nella preghiera e nella celebrazione dei sacramenti (28° Capitolo Generale)

PARTE 12

COMUNICAZIONE, FORMAZIONE, PROTAGONISMO DEI GIOVANI E DEI LAICI

45. Il mondo digitale richiede sempre un aggiornamento continuo da parte di tutti. La capacità di interpretare la realtà culturale e sociale in cui i Salesiani operano e di utilizzare le nuove tecnologie per rispondere alle esigenze che si presentano fa parte del dinamismo del carisma salesiano. Come diceva Don Bosco, si tratta di "Camminare al passo con i tempi".

46. La comunicazione con i giovani intesi come i primi protagonisti è caratteristica della pastorale salesiana. Si tratta di invitare i giovani a partecipare in prima persona, affinché siano autori nel mondo della comunicazione e della pastorale salesiana.

47. Come afferma l'Instrumentum Laboris del 28° Capitolo Generale: "L'ambiente digitale caratterizza il mondo contemporaneo e costituisce ormai per molti giovani un habitat naturale, che modifica il modo di accedere al sapere, di instaurare rapporti e di percepire la realtà. Per

noi Salesiani è una nuova terra di missione. Web e social network sono una realtà dalla doppia faccia: luogo di incontro e di comunicazione”(Instrumentum Laboris 28° Capitolo Generale, n° 2, p. 8)

48. Importanza della formazione dei confratelli che si occupano di pubbliche relazioni alla comunicazione per la gestione delle crisi.

PARTE 13

COMUNICAZIONE LOCALE, CULTURA E ARTE

49. La comunicazione in un mondo globalizzato non può mai ignorare la forza della comunicazione regionale e locale. Ogni comunità e ogni città hanno la loro identità culturale, i valori della loro storia e del loro patrimonio. Questi valori esprimono il modo in cui le persone vivono, creano relazioni, usano i loro simboli e linguaggi, e quindi i loro valori e i comportamenti che definiscono la loro politica di comunicazione.

50. La comunicazione è, di per sé, un processo di relazione, parte di un sistema di segni riconosciuti, accettati e codificati a livello internazionale.

51. L'arte è un linguaggio universale. La musica, la pittura, la danza, l'architettura e il teatro sono espressioni intrinseche della comunicazione. Don Bosco ha saputo integrare l'arte nel cuore del suo sistema educativo. Lui stesso era un artista e si serviva dell'arte per educare. Le nuove tecnologie sono ora integrate nell'arte. Si considerino la radio, il cinema, il teatro, la musica, il mondo dell'editoria...

PARTE 14

COMUNICAZIONE E FRATERNITÀ UMANA

52. La comunicazione svolge un ruolo fondamentale in momenti di criticità come la crisi sanitaria attuale causata dal Covid-19, nella costruzione di nuovi paradigmi, nel processo di educazione della nuova generazione al suo ruolo attivo in famiglia, a scuola, nella Chiesa e nella società.

53. Insieme alla pastorale giovanile e al dicastero delle missioni, la comunicazione deve essere aperta alla sinergia e a una visione collaborativa per trovare risposte creative a livello pastorale e istituzionale per la società di oggi e di domani.

54. Nella fase di programmazione della comunicazione della Congregazione, è molto importante avere una linea guida globale e concreta che permetta di collaborare con le istituzioni per educare a una tipologia di comunicazione capace di promuovere una vita basata su nuovi paradigmi.

55. In questo momento di crisi e certamente di ricerca di nuovi paradigmi economici, sociali ed educativi, la proposta presentata nel capitolo 5 dell'Enciclica *Laudato si'* ci offre, come punto di partenza, una visione d'insieme, alcuni orientamenti e linee di azione, per la conversione ambientale, economica e sociale.

56. Questo programma, interpretato in una prospettiva salesiana, può contribuire oggi in modo significativo alla comunicazione.

- 1) Dialogo sull'ambiente nella politica internazionale;
- 2) Dialogo orientato alle nuove politiche nazionali e locali;
- 3) Dialogo e trasparenza nei processi decisionali;
- 4) Politica ed economia in dialogo verso la pienezza dell'umanità;
- 5) La religione in dialogo con la scienza.

57. “La fede porta il credente a vedere nell’altro un fratello da sostenere e da amare. Dalla fede in Dio, che ha creato l’universo, le creature e tutti gli esseri umani – uguali per la Sua Misericordia –, il credente è chiamato a esprimere questa fratellanza umana, salvaguardando il creato e tutto l’universo e sostenendo ogni persona, specialmente le più bisognose e povere”. (DOCUMENTO SULLA FRATELLANZA UMANA PER LA PACE MONDIALE E LA CONVIVENZA COMUNE, Papa Francesco, febbraio 2019).

PARTE 15

COMUNICAZIONE E METODOLOGIA PASTORALE

58. La metodologia della comunicazione deve dialogare con la metodologia della spiritualità e della pastorale. Oggi la metodologia pastorale segue la via dell'ascolto, del discernimento e della vita come modo per approfondire la comprensione dei processi pastorali.

59. In questo senso, la comunicazione non è solo tecnologia, informazione e contenuto. La comunicazione è un processo. L'interazione è un processo. Conservando la sua identità e la sua natura epistemologica, la comunicazione dialoga e interagisce con la pastorale.

60. L'Instrumentum laboris del 28° Capitolo Generale dice: *“Il discernimento è quindi anzitutto ascolto di Dio e della sua parola, dei giovani e dei loro appelli, dell’esperienza della Chiesa e della Congregazione. Infine anche del desiderio profondo di bene, di pienezza e di gioia che ciascuno porta dentro di sé”*. (Instrumentum Laboris 28° Capitolo Generale, n° 2, p. 4).

61. Il discernimento diventa un percorso spirituale e una metodologia pedagogica per lavorare

62. Seguendo questo cammino, il discernimento offre un percorso in cui i passaggi sono chiari, i processi sono coerenti e ci aiutano a

interpretare la realtà. Il discernimento nella comunicazione ci aiuta a comunicare, partendo da una prospettiva evangelica, ma anche coerente con la realtà.

63. In questo senso, *“Il discernimento si fa così strumento pastorale, in grado di individuare le strade da percorrere, proponendo cammini e percorsi vivibili per i giovani oggi, e offrendo orientamenti e suggerimenti convenienti per la missione non precostituiti a tavolino ma frutto di un percorso che permette di seguire lo Spirito. Un cammino così strutturato invita ad aprire e non a chiudere, a porre quesiti e suscitare interrogativi senza suggerire risposte preconfezionate, a prospettare alternative e sondare opportunità”* (Instrumentum Laboris 28° Capitolo Generale, n°2, p. 4).

PARTE 16

COMUNICAZIONE VIRTUALE

64. Negli ultimi tempi la comunicazione sta sperimentando un rapido cambiamento: il passaggio dalla comunicazione formale e tecnica alla comunicazione interattiva; dalla comunicazione strutturale alla comunicazione sinergica e convergente. Questo cambiamento mette al centro la persona umana, con il suo diritto di esprimere se stessa, la sua libertà, il suo ruolo attivo, la sua identità culturale, sociale e politica.

65. Facciamo davvero parte di un villaggio globale. Il mondo virtuale è un mondo reale. Internet apre di fronte a noi nuove forme di contatto umano.

66. La comunicazione virtuale cambia il metodo e lo stile delle persone che comunicano e partecipano alla vita sociale, soprattutto attraverso la tipica cultura dei mass media, Internet, il mondo digitale e i social media.

PARTE 17

COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

67. La comunicazione istituzionale salesiana è definita dai suoi valori, dalla sua visione e dalla sua missione carismatica ed educativa espressa nelle Costituzioni Salesiane e nei Regolamenti.

68. La comunicazione istituzionale è organizzata sulla base di tutti i processi, le procedure, le operazioni organizzative di animazione e di governo definiti nei suoi statuti e regolamenti a livello congregazionale.

69. Nell'ambito dei suoi valori, della sua visione e della sua missione, ha una responsabilità sociale ed educativa nei confronti delle persone e delle società.

70. I vari settori della comunicazione hanno la responsabilità di lavorare nell'ambito dell'identità e dell'unità istituzionale per rafforzare la loro identità, la loro comunità, la loro affidabilità e visibilità nelle società.

PARTE 18

ECOSISTEMA DELLA COMUNICAZIONE: INTERATTIVITÀ, AMBIENTE DIGITALE E LAVORO IN RETE

71. La cultura dei media ha creato una comunicazione immersiva, cioè con tecnologie che permettono a una persona di "entrare con i cinque sensi" nell'ambiente della comunicazione, come accade tramite uno smartphone. Questo significa che il mondo di Internet non è un mezzo, né un ausilio, ma un ambiente digitale in cui convergono immagini, testi, suoni, l'interattività e la loro natura immediata.

72. La persona, l'ambiente, i mezzi di comunicazione, il contenuto, l'interazione diventano così un vero ecosistema di comunicazione. Vivere connessi significa essere immersi in un ecosistema. Lavorare,

ascoltare musica, guardare un film, parlare, acquistare, vendere, incontrare gli amici, studiare, compiere ricerche, pregare e infine comunicare fa parte di un grande ecosistema.

73. Il termine eco (oikos - casa) - sistema - ecosistema - esprime il rapporto interattivo degli individui con il loro ambiente, la loro cultura, i loro prodotti, il loro rapporto con la natura, la vita, le persone, i mezzi di comunicazione, la scuola, la comunità. “L'ecosistema comunicativo è l'elemento strategico, più che l'intervento dei mezzi di comunicazione; è la nascita di un ecosistema comunicativo che sta diventando vivo e vitale quanto l'ecosistema verde, l'ambiente naturale” (Jesús Martín-Barbero, 1999).

74. La comunicazione come sistema coinvolge le persone in modo globale con la “casa comune”, come dice Papa Francesco nella *Laudato si'*. In modo analogo all'ecologia integrale, la comunicazione come ecosistema rappresenta una visione che è allo stesso tempo umana, integrale e collaborativa.

75. All'interno di questo ecosistema possiamo trovare persone, la tecnologia, Internet, i social media, le reti e i sistemi di comunicazione. La comunicazione è presente nella vita, nelle relazioni, nel lavoro, nella cultura e nell'economia. L'interattività e l'istantaneità della comunicazione possono essere trovate nel networking, nei social media, nelle piattaforme di comunicazione che si sviluppano all'interno dell'ecosistema.

76. In questa visione ecosistemica della cultura dei mezzi di comunicazione, il modo di costruire le informazioni cambia a seguito dell'interattività e dell'immediatezza offerte dalle nuove tecnologie, dell'architettura delle piattaforme, della pianificazione e dello sviluppo di sistemi, protocolli, software, applicazioni.

PARTE 19

PIATTAFORME DI DIGITALIZZAZIONE E COMUNICAZIONE

77. Una piattaforma di comunicazione adeguata ai nuovi tempi permette di ottimizzare le procedure di un'istituzione, per offrire maggiori possibilità di comunicazione umana, facilitando e semplificando i processi.

78. Con la facilità di produrre informazioni, ne abbiamo una mole immensa proveniente da una moltitudine di persone e luoghi con proposte di testi, immagini, suoni, video, ecc. Questa produzione e questo scambio di informazioni sono positivi, ma è necessario semplificare il modo in cui le informazioni circolano. Le piattaforme di comunicazione e la comunicazione unificata sono dunque fondamentali nella società dell'informazione.

79. L'integrazione della comunicazione unificata facilita la semplificazione dei servizi di comunicazione in tempo reale (chat, posta elettronica, telefonia IP, videoconferenze, servizi condivisi, *presence information*, tra gli altri). Parallelamente all'aggiornamento della tecnologia e della piattaforma, è necessario aggiornare i profili delle persone che lavoreranno direttamente nell'ambito della comunicazione, modificare la struttura organizzativa e l'organigramma, riorganizzare il modo in cui il messaggio è prodotto e diffuso.

80. Le nostre Case Editrici, i Bollettini Salesiani, le tipografie, i siti Web, InfoANS e altri servizi devono essere aggiornati con questi nuovi criteri. La creazione di reti e agenzie di comunicazione in ogni Regione della Congregazione darà più energia e opportunità ai Salesiani, alla Famiglia Salesiana, ai laici e ai giovani affinché partecipino alla produzione e allo scambio di contenuti e informazioni.

81. Le piattaforme digitali facilitano le relazioni umane offrendo un'interazione rapida e pratica tra le persone, tra la Sede Centrale e le Ispettorie, ad esempio, tra i dicasteri e gli altri servizi. Il concetto di piattaforma nell'era digitale si sta sviluppando e offre una migliore qualità e una più ampia partecipazione delle persone (utenti), che si tratti di scrivere, leggere o condividere informazioni.

82. In questo senso, oggi parliamo di una piattaforma per l'esperienza digitale e della trasformazione digitale, con l'obiettivo di promuovere una partecipazione e una cooperazione più ampie delle persone ai valori, alle proposte e alla missione dell'istituzione.

83 L'aggiornamento della piattaforma digitale richiede sempre il monitoraggio, un livello di partecipazione delle persone, il modo in cui valutano la loro esperienza sulla piattaforma (le DXP - *Digital Experience Platforms* sono un esempio).

84. La creazione di un ambiente digitale aggiornato è essenziale sia da un punto di vista tecnico (Intranet, App, siti Internet, social network), sia dal punto di vista della partecipazione, dell'interazione, della creazione di informazioni e visibilità.

85. Tenendo conto della piattaforma di comunicazione digitale, l'istituzione ha la possibilità di creare un sistema di videoconferenze di qualità che faciliti l'apprendimento a distanza con corsi appositi, incontri, marketing, scambi di lavori e progetti, ad esempio direttamente dal centro verso la Regione e le Ispettorie.

PARTE 20

COMUNICAZIONE MOBILE E RETI CONDIVISE

86. *Internet delle cose* (Internet of things, IO) è una realtà in ascesa, insieme alla *super-intelligence*. Si tratta di un grande cambiamento nella cultura digitale. Internet of things significa che le connessioni radio e via cavo fanno parte degli oggetti della nostra vita quotidiana, dal modo in cui ascoltiamo la musica a come utilizziamo le chiavi di casa; dal modo in cui facciamo la spesa al controllo dell'energia in casa. Significa che qualsiasi cosa può contenere un chip. Tutto è connesso e controllato da remoto. IoT è un riferimento alla connettività onnipresente, alla comunicazione e alle transazioni senza interruzioni.

87. La comunicazione mobile, soprattutto attraverso i telefoni cellulari e gli smartphone, è il modo in cui oggi le persone parlano con gli altri, leggono, acquistano, condividono notizie, fotografie, musica, si connettono con il mondo economico, culturale e sociale e prendono parte istantaneamente e interattivamente alla complessa realtà dell'ecosistema della comunicazione.

88. Insieme a un team di Salesiani e laici esperti in comunicazione, è fondamentale approfondire e integrare gli aspetti dell'intelligenza artificiale nel nostro lavoro, per comprendere meglio il fenomeno della post-verità, come siano applicate la comunicazione visiva, la gestione e la comunicazione del marketing. Si tratta di aggiornare e utilizzare le nuove tecnologie e di essere aperti alla loro integrazione nell'educazione e seguire le nuove tendenze tecnologiche, come la telepresenza (*suitable technologies* - ST), i robot di telepresenza - *Skype Online Voice Routes* (Beam), i mondi virtuali (realtà aumentata), l'interfaccia neurale (BCI), le neuroscienze.

89. I processi di creazione e produzione della comunicazione tramite radio, televisione, giornali, siti web e video richiedono la conoscenza

delle tecnologie digitali, un lavoro condiviso e la diffusione del messaggio attraverso le reti

90. L'uso delle nuove tecnologie dell'informazione e la costruzione di piattaforme di comunicazione faciliteranno la creazione di reti condivise. Ciò richiede un cambiamento della mentalità verso la comunicazione. Essere aperti nei confronti di una comunicazione che richiede non solo l'utilizzo di tecnologie all'avanguardia, ma soprattutto un nuovo approccio in cui il discernimento è importante, è fondamentale affinché la comunicazione sia un cammino di conversione pastorale e di testimonianza del Vangelo.

PARTE 21

GESTIONE DEL PATRIMONIO DIGITALE

91. Il patrimonio digitale è costituito da file, video, foto, documenti e altri contenuti. Oggi il patrimonio digitale cresce in modo esponenziale per l'incremento della creazione e della condivisione di contenuti digitali. Il Digital Asset Management (DAM) risolve uno dei problemi principali che la maggior parte delle organizzazioni deve affrontare oggi: una sovrabbondanza di contenuti digitali. La soluzione DAM prende questo contenuto e lo memorizza a livello centrale per tutti i reparti e permettendo un accesso rapido. Con il DAM possiamo proteggere, organizzare e cercare facilmente risorse digitali. Se questo sforzo è compiuto collettivamente a livello internazionale, potrebbe essere sia redditizio, sia all'avanguardia a livello tecnologico.

PARTE 22

COMUNICAZIONE E BENEFICI CULTURALI

92. Si rende necessaria una gestione scientifica e pastorale del patrimonio storico e della produzione artistica salesiana (musica, teatro, cinema, danza, letteratura): Portale Dom Bosco Scienze, Arti e Cultura: evidenziare la catalogazione, la digitalizzazione, la regolarizzazione a livello legale e la disposizione del materiale del portale per la consultazione, la ricerca da parte dei giovani, degli studenti, dei membri della Famiglia Salesiana, dei ricercatori.

93. Ambiti:

A - Giovani - B - Patrimonio artistico - Pittura – Architettura

C - Comunicazione visiva (video e foto) e cinema D - Patrimonio musicale (audio).

94. La banca dati di Don Bosco della musica salesiana raccolta nel mondo salesiano e messa a disposizione su YouTube e altre reti per l'animazione della Pastorale Giovanile e della Famiglia Salesiana.

PARTE 23

VIVERE IL "SACRAMENTO SALESIANO" DELLA PRESENZA

95. “Ogni Salesiano trovi il tempo di stare in mezzo ai giovani come amico, educatore e testimone di Dio, qualunque sia il suo ruolo nella comunità”¹.

- Promuovere una presenza effettiva e affettiva tra e con i giovani in comunione di vita e di azione. E valorizzare e rilanciare la bella

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

esperienza e la figura rinnovata dell'Assistente, non solo per il tirocinante, ma per tutta la vita del Salesiano di Don Bosco.

- Prendersi cura in ogni presenza dell'ambiente oratoriano, caratterizzato dall'atmosfera familiare e accogliente e della spiritualità della gioia profonda.
- Accompagnare il dinamismo dei giovani attraverso il protagonismo e la leadership dei giovani stessi in ogni casa e nella missione salesiana che vi si svolge.
- Garantire anche la presenza dei formatori tra i giovani confratelli in formazione nelle loro comunità, dove si comunica lo spirito salesiano soprattutto con l'esempio: stare in mezzo a loro, aiutare molto i giovani confratelli a essere i primi responsabili della loro formazione.
- Il dicastero della comunicazione sociale, ai suoi vari livelli, si impegna a offrire strumenti e proposte per un processo permanente di verifica, di aggiornamento, di inculturazione della missione salesiana nell'habitat digitale, dove vivono i giovani, coinvolgendo le nostre Università, in rete con altri centri ed enti che seguono più da vicino e studiano le trasformazioni che il mondo digitale sta portando avanti tra le nuove generazioni.

PARTE 24

PIANIFICAZIONE

96. La nostra pianificazione deve considerare:

l'obiettivo del 28° Capitolo Generale con i suoi tre temi: Priorità della missione salesiana tra i giovani di oggi; Profilo del salesiano per i giovani di oggi; Insieme ai laici nella missione e nella formazione

gli obiettivi e le proposte del Rettor Maggiore e del Consiglio Generale - Programma per questo sessennio.

il percorso storico della Congregazione in termini di comunicazione, la realtà del cambiamento in atto nel mondo di oggi con la crisi del Covid-19 e le sfide educative e culturali del mondo dei giovani nella cultura dei mass media.

PARTE 25

MARIA AUSILIATRICE, DONNA DI COMUNICAZIONE

97. L'esempio della comunicazione del Vangelo

- L'Annunciazione, la visita a Elisabetta, le Nozze di Cana, Maria presso la Croce, Maria testimone della Resurrezione, Maria nel Cenacolo.