

INSTRUMENTUM LABORIS

**COMUNICAÇÃO
EXPLORANDO CONCEITOS E PROCESSOS
CRIANDO UMA VISÃO CONJUNTA**

Segunda versão!

Setor para a comunicação Social
2022

PARTE 1

COMUNICAÇÃO E TEOLOGIA

1. Deus se comunicou com a humanidade através da Encarnação do Verbo: "E o Verbo se fez carne e habitou entre nós". (Jo 1:14)
2. Os Profetas como Comunicadores do Plano de Deus para o seu Povo.
3. Jesus Cristo, Verbo Encarnado, Bom Pastor, Comunicador do Projeto de Deus - Bem Aventuranças.
4. A Trindade é o modelo de comunicação e comunidade compartilhada.
5. Nossa Senhora, Comunicadora do Encontro e da proximidade fraterna.
6. A comunicação é um aspecto intrínseco da evangelização. Jesus confiou aos seus discípulos a missão de comunicar o Evangelho: "Jesus lhes disse: Ide por todo o mundo e pregai o Evangelho a toda criatura.". (Mc 16:15)
7. A Igreja é Comunicadora e Sacramento do amor de Deus para a humanidade.

PARTE 2

COMUNICAÇÃO E ANTROPOLOGIA CRISTÃ

8. A comunicação anda de mãos dadas com a teologia e a antropologia. A comunicação é uma mediação das relações humanas. Os valores humanos, bíblicos e cristãos formam a base da comunicação com uma identidade cristã.
9. O ser humano como comunicador: línguas, símbolos, relacionamentos, artefatos, artes, religiosidade.
10. O direito do ser humano de comunicar. Criação artística e bens culturais. A comunicação como tecnologia e agência de notícias; a democratização da comunicação; comunicação e direitos humanos; Comunicação e diferentes povos e grupos étnicos; comunicação e

ecologia; comunicação e liberdade; comunicação e a família; comunicação e juventude.

11. A comunicação tem várias dimensões: comunicação pessoal, interpessoal, comunitária e institucional.

PARTE 3

COMUNICAÇÃO, PROCESSOS CRIATIVOS, NARRATIVOS E ESTÉTICOS

12. A criação/produção de mensagens comunicativas estão diretamente ligadas à capacidade da pessoa humana expressar seus talentos comunicativos. Isto significa criatividade e originalidade na maneira de expressar seus talentos e visões de comunicação.

É importante zelar pelas informações legais sobre direitos autorais.

13. O ser humano é um contador de histórias porque é um ser em realização, que se descobre e se enriquece nos enredos comunicados nos seu dia a dia (MENSAGEM DO PAI SANTO FRANCISCO PARA O 54º DIA MUNDIAL DE COMUNICAÇÕES SOCIAIS 1).

14. "A Sagrada Escritura é uma história de histórias. Quantas experiências, povos, pessoas ela nos apresenta! Mostra-nos desde o início um Deus que é, ao mesmo tempo, criador e narrador. Na verdade, Ele pronuncia sua palavra e as coisas existem (cf. Gn 1) (MENSAGEM DO PAI SANTO FRANCISCO PARA O 54º DIA MUNDIAL DAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, N. 3)

15. A força da comunicação deriva da originalidade e credibilidade do autor e da fonte da informação. A originalidade, credibilidade e visibilidade da comunicação de uma pessoa e de uma instituição derivam, antes de tudo, de sua missão carismática de serviço aos jovens mais pobres, da presença educativa nos lugares de missão, do trabalho voluntário, da transparência na educação e serviço aos mais pobres, assumindo uma visão integral de solidariedade.

PARTE 4

COMUNICAÇÃO E CARISMA SALESIANO

16. O carisma salesiano, dom do Espírito Santo (C. 1), é uma das formas pelas quais Deus comunica seu amor para os jovens. Dom Bosco foi escolhido para ser um comunicador-educador do amor de Deus para os jovens: "Fiéis aos compromissos herdados de Dom Bosco, somos evangelizadores dos jovens, especialmente dos mais pobres; cuidamos especialmente das vocações apostólicas; somos educadores da fé nos ambientes populares, **especialmente através da comunicação social**, e anunciamos o Evangelho a povos que não o conhecem. Desta forma, contribuímos para a construção da Igreja como Corpo de Cristo, para que através de nós também ela possa aparecer ao mundo como o sacramento universal da salvação" (C. 6).

17. Para este fim, as Constituições Salesianas dão importância ao fato de que a comunicação é uma dimensão carismática da missão salesiana. Para os salesianos, evangelizar é comunicar; educar é comunicar.

PARTE 5

COMUNICAÇÃO E SÃO FRANCISCO DE SALES

18. "Assim como existe eternamente uma comunicação íntima em Deus, pela qual o Pai comunica toda sua Divindade ao Filho, que procede DEle, o Pai e o Filho juntos dão origem ao Espírito Santo. Eles também comunicam ao Pai sua própria Divindade única; Esta bondade soberana foi tão perfeitamente comunicada à criatura que a natureza criada e a Divindade, mantendo cada uma suas próprias propriedades, tornaram-se intimamente unidas em uma só Pessoa." (São Francisco de Sales, TAD 2, cap. 4)

19. Um Deus apaixonado de "comunicação". É próprio do bem comunicar, declara S. Francisco, porque sua natureza é comunicativa" (S IV 312-313). O prazer de Deus é "propagar e comunicar a própria perfeição" (T VIII 4).

20 A Trindade é o lugar por excelência da comunicação. (T III 12). (T II 4) (Pe. Morand Wirth - "São Francisco de Sales e Educação", Capítulo XXVI).

PARTE 6

COMUNICAÇÃO, IDENTIDADE E MISSÃO SALESIANA

21. A identidade salesiana no mundo digital é fundamental. Somos chamados a formar um grupo de apóstolos e missionários digitais para ter um impacto significativo e relevante no mundo juvenil de hoje e de amanhã.

22 O trabalho em rede, a sinergia e a colaboração devem ocorrer em todos os níveis para que todos os nossos recursos sejam planejados, utilizados de forma otimizada, para que possamos ser uma força unificada em todos os nossos serviços.

23 Podemos pensar na formação de Salesianos e Jovens para atualizar alguns conceitos: metodologia e técnica de comunicação, para saber usar os instrumentos digitais para evangelização e missão, para comportar-se no ambiente digital e tornar-se apóstolos digitais eficazes.

24. O processo de digitalização em cada comunidade exige que registremos e valorizemos o passado, criando memórias. E que possamos no presente assumir com responsabilidade esta missão de comunicar, tendo uma visão clara do futuro, re-equipando nossas estruturas e sistemas.

PARTE 7

COMUNICAÇÃO E SENSO ECLESIAL

25. A Igreja, como perita em humanidade e mensageira do Evangelho

26. "A vocação salesiana nos coloca no coração da Igreja e nos coloca inteiramente a serviço de sua missão ". (c. 6)

PARTE 8

COMUNICAÇÃO E ESPIRITUALIDADE

27. Comunicar, no sentido cristão, é um ato teológico, ou seja, uma forma de Deus compartilhar e entregar-se à humanidade.

28. Ser um bom comunicador hoje requer uma escuta interior, um compromisso com a alteridade, uma apreciação do ser humano (em sua integridade, respeito pela liberdade de escolha, compreensão dos mais profundos anseios do ser humano como a unidade, a paz e a comunhão).

29. A palavra e o silêncio são aspectos fundamentais da comunicação. "Quanto mais eu falo, mais preciso de silêncio para ser fiel ao que digo". (Henri Nouwen, 1996, p. 134)

30. Quanto mais o comunicador puder se ouvir, mais ouvirá as necessidades da humanidade dentro de si e mais humana será sua comunicação...("Vida Pastoral" julho/agosto de 2020 - ano 61 - nº 334 Fr. André Luiz Boccato de Almeida e Paulino Francisco Galvão : "A Mística do Comunicador").

31. Embora não seja fácil estabelecer um diálogo entre a vida interior e o mundo digital, entre espiritualidade e virtualidade, devemos contribuir para este diálogo e para esta nova forma de interpretar o presente e o futuro da comunicação.

PARTE 9

COMUNICAÇÃO E ÉTICA

32. Podemos falar de valores incorporados que estão presentes em nossa missão, no sistema preventivo e em nossa espiritualidade salesiana. Estes valores são a carteira de identidade de nossa comunicação. Ao lado dos valores incorporados, há valores percebidos, ou seja, valores vividos, experiencial e testemunhado.

33. A ética da comunicação nos oferece critérios para comunicar e promover a solidariedade entre pessoas, grupos e comunidades.

34. A comunicação nunca é neutra. Ideologias pessoais, grupais, empresariais e governamentais estão muito interessadas em controlar as agências de comunicação e informação para promover suas agendas e interesses políticos e econômicos.

35. A humanização do mundo da comunicação faz parte da ética da comunicação. "A comunicação tem o poder de construir pontes, de fomentar o encontro e a inclusão, enriquecendo assim a sociedade. É bonito ver pessoas que se esforçam para escolher cuidadosamente palavras e gestos a fim de superar mal-entendidos, curar memórias feridas e construir paz e harmonia...". (Mensagem do Santo Padre Francisco para o 50º Dia Mundial das Comunicações, 24 de janeiro de 2016)

36. Claramente, a comunicação faz parte dos sistemas econômicos e políticos e das ideologias. Portanto, a comunicação sempre exige ética nos níveis pessoal e social.

Um aspecto antropológico importante da comunicação hoje é sua dimensão holística, sistêmica, onde as dimensões virtual-real, real-virtual são integradas.

PARTE 10

COMUNICAÇÃO E PASTORAL SALESIANA

37. O cuidado pastoral salesiano tem como raiz e fonte o carisma salesiano. A missão salesiana de educar e evangelizar os jovens, especialmente os mais pobres, é um dom e um compromisso de todos os membros da Família Salesiana. Os jovens são a razão de nossa missão.

38. A comunicação está a serviço do carisma e da missão salesiana. Portanto, a comunicação trabalha em sinergia e colaboração com a pastoral juvenil, o serviço missionário, vocacional e formativo.

39. A missão compartilhada é, portanto, um aspecto fundamental da metodologia pastoral de comunicação.

40. A comunicação desempenha um papel importante no diálogo e no discernimento pastoral diante da realidade.

41. Um estudo contínuo e transversal é necessário para compreender os fenômenos humanos, culturais, econômicos, sociais, políticos, éticos e religiosos de cada sociedade na qual trabalhamos com nossos grupos a fim de encontrar, juntamente com educadores e famílias, um caminho de diálogo entre o Evangelho, o Sistema Preventivo e as novas exigências como a saúde, o cuidado com a ecologia, as relações humanas e éticas no mundo virtual.

PARTE 11

COMUNICAÇÃO, PRESENÇA E ACOMPANHAMENTO DOS JOVENS

42 Nossa tarefa, especialmente no acompanhamento dos jovens, deve ser caracterizada pela capacidade pedagógica e espiritual que herdamos do nosso pai Dom Bosco, através da qual podemos oferecer-lhes uma escuta amorosa e uma compreensão compassiva, fazendo-lhes as grandes perguntas sobre o mistério da vida e ajudando-os a buscar o Senhor e encontrá-Lo. (Reitor-Mor)

43. O 26º Capítulo Geral enfrentou precisamente este lema: "Da mihi animas, coetera tolle". Com a perspectiva de hoje e o conhecimento de nossa realidade, acho que posso dizer que precisamos e somos chamados a fazer cada vez mais que a nossa Congregação viva, respire e caminhe procurando fazer do "Da mihi animas, coetera tolle" uma realidade em favor do Evangelho, em favor de nossos jovens e para o bem de nós mesmos"(Reitor-Mor)

44. O CG28 nos exorta:

“a darmos prioridade absoluta ao compromisso de evangelizar os jovens com propostas conscientes, diretas e explícitas. Ele nos exorta a tornar Jesus e a Boa Nova do Evangelho conhecidos pelos jovens.

Ele nos exorta a ajudar os jovens (e suas famílias) a descobrirem a presença de Cristo em suas próprias vidas como a chave para a felicidade e o sentido da existencia.

Somos chamados a acompanhar as crianças, adolescentes e jovens em seu processo de educação à fé para que eles possam aderir pessoalmente à pessoa de Cristo.

Somos exortados a sermos "verdadeiros pedagogos" que, por experiência própria, educamos o jovem ao diálogo com Deus através da oração e da celebração dos sacramentos." (CG 28)

PARTE 12

COMUNICAÇÃO, FORMAÇÃO, PAPEL DOS JOVENS E DOS LEIGOS

45. O mundo digital exige sempre uma atualização contínua por parte de todos. A capacidade de interpretar a realidade cultural e social na qual os salesianos trabalham e de utilizar as novas tecnologias para responder a estas necessidades faz parte do dinamismo do carisma salesiano. Como Dom Bosco costumava dizer: "Caminhamos com os tempos".

46. A comunicação com os jovens como primeiros protagonistas é a forma característica de fazer a pastoral salesiana. Envolver os jovens para que possam ser os protagonistas, ser autores no mundo da comunicação e da pastoral salesiana.

47. Como afirma o Instrumentum Laboris da GC28: "O ambiente digital é uma das expressões do mundo contemporâneo, e é agora, para muitos jovens, um habitat natural. Ele novo modo de comunicar e interagir no mundo virtual modifica a maneira de acessar o conhecimento, de estabelecer relações e de perceber a realidade. Para nós, salesianos, é uma nova terra de missão. A Web e as redes sociais são uma realidade com uma dupla realidade: como lugar de encontro e lugar de comunicação" (Instrumentum Laboris CG28, n. 1, p. 7)

48. É importante a formação de salesianos que conheçam as políticas comunicativas de relações públicas e a gestão de crises.

PARTE 13

COMUNICAÇÃO, CULTURA, ARTES E A REALIDADE LOCAL

49. A comunicação em um mundo globalizado nunca pode ignorar a força da comunicação regional e local. Cada comunidade e cada povo tem sua própria identidade cultural, os valores de sua história e de seu patrimônio cultural. Estes valores expressam a maneira como as pessoas vivem, a maneira como criam relacionamentos, a maneira como usam seus símbolos e linguagens e, portanto, seus próprios valores. Tudo isto deve ser considerado dentro de um plano de comunicação.

50. A comunicação é, em si, um processo de relacionamento, parte de um sistema de sinais codificados, aceitos internacionalmente e reconhecidos.

51. A arte é uma linguagem universal. Música, pintura, dança, arquitetura e teatro são expressões intrínsecas da comunicação. Dom Bosco foi capaz de integrar a arte no coração de seu sistema educacional. Ele próprio era um artista que usava a arte para educar. As novas tecnologias estão agora integradas na arte.

PARTE 14

COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO HUMANO

52. A comunicação tem um papel primordial a desempenhar em tempos de crise, como a atual crise sanitária causada pela Covid-19. Ela contribui fundamentalmente na construção de novos paradigmas, no processo de educação da nova geração para sua missão ativa na família, na escola, na Igreja e na sociedade.

53 Juntamente com a pastoral juvenil e o dicastério para as missões, a comunicação deve estar aberta ao trabalho sinérgico e à visão colaborativa para encontrar respostas criativas em nível pastoral e institucional para a sociedade de hoje e de amanhã.

54. Ao planejar a comunicação da Congregação, é muito importante ter uma linha política integral e prática da comunicação para que

possamos colaborar na educação de um tipo de comunicação capaz de promover uma vida baseada em novos paradigmas, que coloca ao centro a pessoa humana, seu dom e sua responsabilidade de comunicar.

55. Neste momento de crise, e sem dúvida, de busca de novos paradigmas sociais. Econômicos e educacionais, a proposta apresentada no capítulo 5 de Laudato nos oferece, como ponto de partida, uma visão ampla e algumas diretrizes, e até linhas de ação para a conversão ambiental, econômica e social.

56. Estes temas, interpretado numa perspectiva salesiana, pode dar hoje uma contribuição significativa para a comunicação.

- 1) Diálogo sobre o meio ambiente na política internacional
- 2) Diálogo para novas políticas nacionais e locais;
- 3) Diálogo e transparência nos processos de tomada de decisão;
- 4) A política e a economia no diálogo em direção à plenitude da humanidade;
- 5) A religião no diálogo com a ciência.

57 "A fé leva o crente a ver no outro um irmão ou irmã a quem ele ou ela deve apoiar e amar. Pela fé em Deus, que criou o universo, as criaturas e todos os seres humanos - iguais em sua misericórdia - o crente é chamado a expressar esta fraternidade humana, protegendo a criação e todo o universo e ajudando todas as pessoas, especialmente os mais necessitados e pobres. (DOCUMENTO SOBRE A FRATERNIDADE HUMANA PARA A PAZ MUNDIAL E A VIDA COMUM, Papa Francisco, fevereiro de 2019)

PARTE 15

COMUNICAÇÃO E METODOLOGIA PASTORAL

58. A metodologia da comunicação deve estar em diálogo com a metodologia da espiritualidade e do trabalho pastoral. Hoje, a metodologia pastoral segue o caminho da escuta, do discernimento, dos processos como uma forma de aprofundar a compreensão dos processos pastorais.

59. Neste sentido, a comunicação não é apenas tecnologia, informação e conteúdo. A comunicação é um processo. A interação é um processo. Embora mantendo sua identidade e natureza epistemológica, a comunicação dialoga e interage com a pastoral.

60. O Instrumentum Laboris do CG28 diz que "O discernimento é a escuta de Deus e de sua Palavra, dos jovens e de seus apelos, da experiência da Igreja e da Congregação". E também um caminho de busca profunda da pessoa humana que deseja o bem, a plenitude e a alegria que cada um carrega dentro de si". (Instrumentum Laboris CG28, n. 2, p. 4).

61. O discernimento torna-se, portanto, uma jornada espiritual e uma metodologia pedagógica de trabalho

62. Seguindo este caminho, o discernimento oferece um caminho onde os passos são claros, os processos são consistentes e nos ajudam a interpretar a realidade. O discernimento na comunicação nos ajuda a comunicar, partindo de uma perspectiva evangélica, mas também coerente com a realidade.

Neste sentido, "o discernimento torna-se um instrumento pastoral, capaz de identificar os caminhos a serem seguidos, propondo caminhos e itinerários que podem ser vividos pelos jovens de hoje, e oferecendo orientações e sugestões adequadas à missão, fruto de um caminho que nos permite seguir o Espírito". Esta proposta metodológica nos ajudará no trabalho de comunicação nos abrir e não fechar, a fazer perguntas e a levantar questões

PARTE 16

COMUNICAÇÃO VIRTUAL

64. Nestes últimos tempos, a comunicação está mudando rapidamente. Temos visto a transição da comunicação formal e técnica para a comunicação interativa; a ampliação da comunicação estrutural para a comunicação sinérgica e convergente. Esta mudança coloca a pessoa humana no centro, com seu direito de se expressar, sua liberdade, seu papel ativo, sua identidade cultural, social e política.

65. Somos verdadeiramente parte de uma aldeia global. O mundo virtual é um mundo real. A Internet nos abre para novas formas de relacionamento humano.

66. A comunicação virtual muda o método e o estilo das pessoas que se comunicam e participam da vida social, especialmente através da cultura típica da mídia, a Internet, o mundo digital e as mídias sociais.

PARTE 17

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

67. A comunicação institucional salesiana é definida por seus valores, sua visão e sua missão carismática e educativa expressa na Constituição Salesiana e em seu Regulamento Geral.

68. A CI é organizada com base em todos os processos, procedimentos, operações organizacionais de animação e governo definidos em seus estatutos e regulamentos em nível de Congregação.

69. Com base em seus valores, visão e missão, ela tem uma responsabilidade social e educacional para com os indivíduos e as sociedades.

70. Os diversos setores da comunicação têm a responsabilidade de trabalhar com identidade institucional e unidade a fim de fortalecer sua identidade, sua credibilidade e visibilidade na sociedade.

PARTE 18

ECOSSISTEMA DE COMUNICAÇÃO: INTERAÇÃO, AMBIENTE DIGITAL E TRABALHO EM REDE

71. O mundo midiático criou uma comunicação imersiva, ou seja, com tecnologias que permitem a uma pessoa "entrar com os 5 sentidos" no ambiente de comunicação, como acontece através de um smartphone. Isto significa que o mundo da Internet não é um meio, ou mesmo um suporte, mas um ambiente digital onde imagens, textos, sons, interatividade e sua natureza instantânea convergem.

72. A pessoa, o meio ambiente, a mídia, o conteúdo, a interação torna-se assim um verdadeiro ecossistema de comunicação. Viver conectado significa estar imerso em um ecossistema. Trabalhar, ouvir música, ver um filme, conversar, comprar, vender, encontrar amigos, estudar, pesquisar, rezar e, finalmente, comunicar-se, tudo isso faz parte de um grande ecossistema.

73. O termo Eco (oikos - home) - ecossistema - expressa a relação interativa dos indivíduos com seu ambiente, sua cultura, seus produtos, sua relação com a natureza, a vida, as pessoas, a mídia, a escola, a comunidade. "O 'ecossistema comunicativo' é a coisa estratégica, mais do que a intervenção da mídia; é o aparecimento de um ecossistema comunicativo que está se tornando algo tão vivo e vital quanto o ecossistema verde, o ambiente natural" (Jesús Martín-Barbero, 1999).

74. A comunicação como ecossistema envolve as pessoas de forma integral com a "casa comum", como o Papa Francisco a expressa na Encíclica *Laudato Si'*. Semelhante à ecologia integral, a comunicação como um ecossistema representa uma visão que é ao mesmo tempo humana, integral e colaborativa.

75. . Dentro deste ecossistema podemos encontrar ao mesmo tempo pessoas, tecnologia, internet, mídias sociais, redes e sistemas de comunicação. A comunicação está presente na vida, nos relacionamentos, no trabalho, na cultura e na economia. A interatividade e a instantaneidade da comunicação podem ser vivenciadas no trabalho em rede, nas redes sociais, nas plataformas de comunicação que acontecem dentro do ecossistema.

76. Nesta visão ecossistêmica da cultura da mídia, a maneira de construir informação muda através da interatividade e instantaneidade oferecidas pelas novas tecnologias, assim como a arquitetura de plataformas, o planejamento e desenvolvimento de sistemas, protocolos, software, aplicações.

PARTE 19

PLATAFORMAS DE DIGITALIZAÇÃO E COMUNICAÇÃO

77. Uma plataforma de comunicação adaptada aos novos tempos permite a otimização dos procedimentos de uma instituição, a fim de oferecer maiores possibilidades de comunicação humana, facilitando e simplificando os processos.

78. Com a facilidade de produzir e compartilhar informações, o grande desafio é organizar e catalogar estas informações para que elas possam construir histórias e memórias. Esta produção e intercâmbio de informações é positiva, mas é necessário simplificar a forma como a informação circula. Portanto, as plataformas de comunicação e a comunicação unificada são fundamentais na sociedade da informação.

79. A integração da comunicação unificada facilita a simplificação dos serviços de comunicação em tempo real (chat, e-mail, telefonia IP, videoconferência, serviços compartilhados, informações, etc.). Além de atualizar a tecnologia e a plataforma, é necessário atualizar a formação das pessoas, dos salesianos e leigos, para que a comunicação seja realizada com qualidade e significatividade.

80. Nossas editoras, boletins informativos salesianos, tipografias, websites, InfoANS e outros serviços devem ser atualizados com estes novos critérios. A criação de redes e agências de comunicação em cada região da Congregação dará mais energia e oportunidades para que os Salesianos, a Família Salesiana, os leigos e os jovens participem da produção e do intercâmbio de conteúdos e informações de modo sinérgico, atualizado e interativo.

81. As plataformas digitais facilitam as relações humanas, oferecendo interação rápida e prática entre as pessoas, entre o escritório central e as inspetorias, por exemplo, entre os dicastérios e outros serviços. O conceito de uma plataforma na era digital está crescendo e oferece uma maior qualidade e envolvimento das pessoas (usuários), quer elas estejam escrevendo, lendo ou compartilhando informações.

82. Neste sentido, falamos hoje de uma plataforma de experiência digital e transformação digital, com o objetivo de incentivar uma maior

participação e cooperação das pessoas nos valores, propostas e missão da instituição.

83 A atualização da plataforma digital sempre requer monitoramento, o nível de participação das pessoas, a forma como elas avaliam sua experiência na plataforma (as plataformas DXP - Digital Experience Platforms são um exemplo).

84. A criação de um ambiente digital atualizado é essencial tanto do ponto de vista técnico (Intranet, Mobile Apps, sites, redes sociais) quanto do ponto de vista da participação, interação, criação de informação e visibilidade.

85. Dada a plataforma de comunicação digital, a instituição tem a possibilidade de criar um sistema de videoconferência de qualidade que facilita o ensino à distância (cursos à distância, EAD - Educação a Distância na Era Digital), reuniões, marketing, intercâmbio de trabalho e projetos, diretamente do centro para a região e as inspetorias, por exemplo.

PARTE 20

COMUNICAÇÃO MÓVEL E COMPARTILHAMENTO DE REDE

86. A Internet das coisas (IO) é uma realidade que está avançando, juntamente com a inteligência artificial. Isto significa uma grande mudança na cultura digital. A Internet das coisas significa que as conexões de rádio e cabo fazem parte dos objetos de nossa vida diária, desde a forma como ouvimos música até a forma como usamos a chave de nossa casa; desde a forma como fazemos compras até a forma como controlamos a energia na casa. Isso significa que qualquer coisa pode conter um chip. Tudo é conectado e controlado remotamente. Isto refere-se à conectividade ubíqua, comunicação e transações ininterruptas.

87. A comunicação móvel, especialmente através do telefone celular, é hoje a forma como as pessoas falam com os outros, lêem, compram, compartilham notícias, fotografia, música, conectam-se com o mundo econômico, cultural e social, e participam instantânea e interativamente da complexa realidade do ecossistema da comunicação.

88 Juntamente com uma equipe de Salesianos e especialistas leigos em comunicação, é essencial aprofundar e integrar aspectos de inteligência artificial em nosso trabalho, a fim de compreender melhor o fenômeno cultural de hoje. É fundamental um conhecimento e operacionalização da comunicação nas nossas obras na ótica do desenvolvimento tecnológico do presente e futuro. Atualizar, usar e estar aberto à integração de novas tecnologias na educação, e seguir novas tendências tecnológicas, tais como: telepresença (tecnologias adequadas - ST) robôs de telepresença - Skype Online Voice Routes (Beam), mundos virtuais (realidade aumentada), interface neural (BCI), neurociência.

89. Os processos de criação e produção de comunicação via rádio, televisão, jornais, websites e vídeo requerem conhecimento de tecnologias digitais, compartilhamento de trabalho e difusão de mensagens através de redes

90. O uso de novas tecnologias da informação e a construção de plataformas de comunicação facilitarão a criação de redes compartilhadas. Isto requer uma mudança de mentalidade no modo de ver e fazer comunicação. Somos chamados a abrir nossas mentes para uma comunicação que requer não apenas o uso de tecnologias de ponta, mas sobretudo uma nova abordagem na qual o discernimento é fundamental para que a comunicação seja um caminho de conversão pastoral e testemunho do Evangelho.

PARTE 21

GESTÃO DE ATIVOS DIGITAIS

91. Ativos digitais são arquivos como vídeos, fotos, documentos e outras mídias. Hoje, os ativos digitais estão crescendo exponencialmente à medida que aumenta a criação e o compartilhamento de conteúdo digital. A DAM resolve um dos maiores problemas que a maioria das organizações tem hoje - uma superabundância de conteúdo digital. A solução DAM toma este conteúdo e o armazena de forma centralizada para todos os departamentos e para acesso rápido. Com a DAM podemos assegurar, organizar e pesquisar ativos digitais facilmente. Se for um esforço

coletivo internacional, pode ser tanto econômico quanto de última geração.

PARTE 22

COMUNICAÇÃO E BENS CULTURAIS E PATRIMONIAIS

92. É necessária uma gestão científica e pastoral do patrimônio histórico e da produção artística salesiana (música, teatro, cinema, dança, literatura). Algo que pode incluir, por exemplo, a organização de portais com temáticas como Ciências, Artes e Cultura: catalogação, digitalização, legalização e disponibilidade deste material em portais para consulta, pesquisa de jovens, estudantes, membros da FS, pesquisadores.

93. áreas a serem incluídas:

A - Juventude - B - Patrimônio Artístico - Pintura - Arquitetura

C - Comunicação visual (vídeo e fotos) e cinema D - Patrimônio musical (áudio) - E - Patrimônio - arqueologia

F - Patrimônio - Antropologia e Missiologia - G - Estudos de Dom Bosco

H- Santos Salesianos- I - Salesianidade

J - Mundo e cultura jovem

94. Propomos ainda a organização de um banco de dados de músicas salesianas de Dom Bosco, coletado de todo o mundo salesiano e disponibilizado no YouTube (Dom Bosco Spotify) e em outras redes para a animação da Pastoral Juvenil e da Família Salesiana.

PARTE 23

VIVENDO O "SACRAMENTO SALESIANO" DA PRESENÇA

Na Carta Programática do Reitor Mor para o Sexênio, ele encoraja, anima e solicita:

95 "Que cada salesiano encontre tempo para estar entre os jovens como um amigo, um educador e um testemunho de Deus, qualquer que seja seu papel na comunidade" .

- Promover uma presença efetiva e afetiva entre e com os jovens em comunhão de vida e de ação E para valorizar e relançar a bela experiência e a figura renovada do assistente, não só para o tirocinante, mas para toda a vida do salesiano de Dom Bosco.

- Cuidar em cada presença do ambiente oratoriano, caracterizado pela atmosfera familiar e acolhedora, e pela espiritualidade da alegria profunda.

- Acompanhar o dinamismo dos jovens através do protagonismo e da liderança dos próprios jovens em cada casa e na missão salesiana que ali é realizada.

- Assegurar da mesma maneira a presença de formadores entre os jovens irmãos em formação em suas comunidades, onde o espírito salesiano é comunicado, antes de tudo através do exemplo: estar no meio deles, ajudando fortemente os jovens irmãos a serem os primeiros responsáveis por sua formação.

- O dicastério da comunicação social, em seus diversos níveis, está empenhado em oferecer instrumentos e estímulos para um processo permanente de verificação, de atualização, de inculturação da missão salesiana no habitat digital, onde vivem os jovens, envolvendo nossas universidades, em rede com outros centros e agências que acompanham mais de perto e estudam as transformações que o mundo digital está provocando entre as novas gerações.

PARTE 24

PLANEJAMENTO

96. Nosso planejamento e planos de comunicação nas Inspetorias devem levar em conta:

O objetivo do CG28 com seus três temas: Prioridade da missão salesiana entre os jovens de hoje; Perfil do salesiano para os jovens de hoje; Junto com os leigos em missão e formação

Os objetivos e propostas do Reitor-Mor e do Conselho Geral - Programa para este período de seis anos

A jornada histórica da Congregação na área da comunicação, a realidade da mudança que está ocorrendo no mundo de hoje com a crise do Covid-19 e os desafios educacionais e culturais do mundo da juventude na cultura da mídiática, com o novo habitat digital.

PARTE 25

NOSSA SENHORA, COMUNICADORA DO AMOR DE DEUS

97. Maria, Mãe de Jesus, é um grande exemplo de comunicadora do Evangelho. Em vários momentos da vida de Maria, descritos nos Evangelhos, nos oferecem elementos bíblicos, pastorais, salesianos para construir uma visão educativa da comunicação, sobretudo colocando a presença feminina como rosto materno de Deus que comunica: a Anunciação, a Visita a Isabel, as Bodas de Caná, Maria perto da Cruz, Maria testemunha da Ressurreição, Maria no Cenáculo.