

COMUNICAR AMIGABLEMENTE CON LOS JÓVENES DE HOY



LA **COMUNICACIÓN SOCIAL**
AL SERVICIO DE LA
MISIÓN SALESIANA EN LA IGLESIA



**DIRECTRICES PARA
PROFUNDIZACIONES
Y ACCIONES**

Sector para la Comunicación Social, Roma 2025
Propiedad reservada a la Direzione Generale Opere Don Bosco
Edición extra comercial

Han colaborado

Traducciones

Francés: P. Rigobert Fumtchum, P. Placide Carava

Inglés: Aus-Pacific Province

Portugués: S.E. Mons. Hilario Moser, P. Antenor Velho

Español: P. José Antonio Hernández García, P. Fabio Díaz Vergara

Coordinación de traducción: Luca Caruso

Portada: Fabrizio Emigli

Proyecto gráfico e impresión: Graphic Art 6 srl - Roma

Impresión finalizada Febrero de 2025

Direzione Generale Opere Don Bosco

Sede Centrale Salesiana

Via Marsala 42 - 00185 Roma

PRESENTACIÓN

El texto que tenéis en mano es fruto del trabajo del Sector para la Comunicación Social de la Congregación Salesiana. Pretende ofrecer las directrices más actuales para profundizar el tema de la comunicación social al servicio de la misión salesiana en la Iglesia.

Este manual se publica catorce años después del texto titulado *Sistema Salesiano de Comunicación Social*, y es fruto de la colaboración de los Delegados de Comunicación, de expertos en comunicación y consultores. Sin duda se verá enriquecido por vuestro conocimiento y vuestra experiencia.

La Congregación Salesiana, en sus diversos ámbitos de intervención, se fija el objetivo de mantenerse siempre al día con los tiempos. Una actitud que a lo largo de los años nos ha llevado a buscar continuamente un diálogo entre fe y ciencia, entre Evangelio y cultura juvenil, entre Sistema Preventivo y mundo digital.

Como educadores de los jóvenes, estamos respondiendo a los desafíos y a las oportunidades de la cultura digital a través de una profunda reflexión sobre la comunicación y el uso de las diversas tecnologías de la información, de Internet, de las redes sociales y, por último, de la actualísima inteligencia artificial.

Con los valores del Evangelio y del Sistema Preventivo como punto de partida, junto a los laicos y a los educadores, queremos hablar de esta realidad escuchando a las nuevas generaciones, acompañando a los adolescentes y a los jóvenes en sus mundos *sociales*, en busca de nuevos lenguajes y nuevas formas de educarlos al amor, al sentido de la vida y de la responsabilidad, a la construcción de su proyecto personal.

La Iglesia, después del Sínodo sobre los jóvenes, nos pidió que profundizáramos en el conocimiento de las dinámicas de lo digital: «El entorno digital representa, en múltiples niveles, un desafío para la Iglesia; por lo tanto, es imprescindible ahondar en el conocimiento de sus dinámicas y de su alcance desde el punto de vista antropológico y ético. Es preciso habitarlo y promover su potencial comunicativo para el anuncio cristiano, así como impregnar

del Evangelio sus culturas y sus dinámicas. Ya existen algunas experiencias en este sentido, que se deben fomentar, profundizar y compartir».¹

Recientemente, el Dicasterio para la Comunicación del Vaticano ha publicado un texto sobre la temática de lo digital, afirmando que hoy vivimos un gigantesco cambio, pero aún queda por abordar cómo podemos vivir en el mundo digital – en cuanto individuos y en cuanto comunidad eclesial –, con «amor al prójimo», a través de una presencia auténtica, atentos los unos a los otros en nuestro viaje común por las «autopistas digitales».²

La Congregación Salesiana, en línea con la Iglesia, ha hecho un gran esfuerzo para actualizar la reflexión sobre el carisma salesiano, sobre la identidad salesiana de los consagrados y de los educadores laicos, sobre la profundización y actualización del Sistema Preventivo ante los nuevos tiempos en los que viven nuestros jóvenes. A través de estudios, conferencias, encuentros y reuniones a todos los niveles dentro de la Congregación, ha surgido un tema fundamental: la comunicación social como aspecto del mundo juvenil, especialmente en relación con la cultura digital.³

El Sector Comunicación, a través de sus diversas iniciativas, ha estudiado, analizado y respondido de modo salesiano al importante diálogo entre la comunicación, la evangelización y la educación salesiana.

La comunicación forma parte del gran patrimonio carismático salesiano, una de las prioridades de nuestro fundador Don Bosco, y es expresión de nuestra identidad y de nuestra misión de educadores.

La Congregación Salesiana anima y gestiona la comunicación bajo la responsabilidad del Sector para la Comunicación Social. Para realizar esta tarea, elabora un texto de orientación y guía para la comunicación en toda la Congregación.

¹ Sínodo de los Obispos, XV Asamblea General, Documento final «*Los jóvenes, la fe y el discernimiento vocacional*», Ciudad del Vaticano, 2018, n. 145.

² Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia. Reflexión pastoral sobre la interacción en las Redes Sociales*, Ciudad del Vaticano, 2023.

³ Sector para la Comunicación Social, Carta «*Caminar con los jóvenes en la cultura digital*», n. 10, ACG 440, 2023.

El *Sistema Salesiano de Comunicación Social* – publicado por primera vez en 2008 y actualizado en 2010 – ha sido un punto de referencia importante. Sin embargo, hemos llegado a un momento histórico en el que es necesario un cambio epocal, tanto en su estructura organizativa como en sus orientaciones prácticas.

Por qué renovar el Documento del Sistema Salesiano de Comunicación Social

Si consideramos la revolución de la comunicación de los últimos quince años, a través del desarrollo de lo digital, de las redes sociales y de los cambios socioculturales en el universo juvenil, es necesaria una evolución del Documento.

Gracias al Magisterio del papa Benedicto y del papa Francisco, la Iglesia ha ampliado su visión de la comunicación, especialmente a partir de los Mensajes anuales para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales y de los documentos del Sínodo de los Obispos sobre los jóvenes, pero también siguiendo las directrices de los documentos: *Ética en Internet*, *Laudato si'*, *Fratelli tutti*, *Pacto Educativo Global*, *Dignitas infinita*.

También debe ser puesta en práctica una evolución del Documento considerando la petición del CG27 y del CG28, a la luz de la línea programática del Rector Mayor para el sexenio (propuesta número 3): «Vivir el Sacramento Salesiano de la Presencia» y del nuevo documento del Vaticano *Antiqua et nova* sobre Inteligencia Artificial.

Conviene también ampliar la visión de la comunicación a partir de su dimensión carismática, educativo-pastoral y eclesial, de acuerdo con el *Cuadro de Referencia de la Pastoral Juvenil Salesiana*.

A partir de la petición del Rector Mayor dirigida en 2020 al Sector de la Comunicación, se le encomendó la redacción de este Documento para profundizar en un estudio sobre el *hábitat* digital: «Empeñándose el Sector de la Comunicación Social, en sus diversos niveles, en ofrecer instrumentos y estímulos para un permanente proceso de verificación, de puesta al día, de inculturación de la misión salesiana en el *hábitat* digital, donde los jóvenes

viven, implicando a nuestras universidades, en red con otros centros y agencias que siguen más de cerca y estudian las transformaciones que el mundo digital está llevando adelante entre las nuevas generaciones» (Línea programática n. 3 – «Vivir el “sacramento salesiano” de la presencia»).

El trabajo sobre este Documento se llevó a cabo con la participación de un gran número de Delegados de la comunicación, de los responsables del Boletín Salesiano, de las editoriales, de los responsables de *las radios* y de los *social media*. Como resultado, hemos desarrollado un *instrumentum laboris* de la comunicación, integrando todas las propuestas de temáticas presentadas por estos grupos.

Partiendo del principio fundamental de que es posible renovarse, respetando plenamente las orientaciones del Magisterio de la Iglesia y de la Congregación Salesiana, el nuevo texto de comunicación permanece fiel a nuestra tradición y a nuestro patrimonio identitario.

El objetivo de este nuevo Documento es ser una guía y una herramienta de formación, en línea con lo afirmado en la edición anterior, tratando al mismo tiempo de responder, con estilo salesiano, a los cambios socioculturales de las nuevas generaciones y del mundo digital. A través de las nuevas necesidades educativo-pastorales y de los desafíos culturales del camino eclesial, es necesario acercar la comunicación a la propuesta evangelizadora y educativa de la pastoral juvenil salesiana.

Este Documento es un instrumento ofrecido por el Sector para la Comunicación Social para iluminar, actualizar y orientar la reflexión, la práctica y la puesta en común del trabajo de comunicación en cada Comunidad Educativo-Pastoral. Todo esto se puede lograr a través de los distintos Delegados de la comunicación y de sus equipos. En definitiva, el Documento pretende contribuir a la formación de salesianos y laicos que trabajan colaborativamente para la realización de la misión salesiana en el mundo de hoy.

Roma, 31 de Enero de 2025

P. GILDÁSIO MENDES DOS SANTOS

Consejero General para la Comunicación Social

PREMISA AL NUEVO DOCUMENTO

A partir de diversas perspectivas, se ha recogido y explorado la estructura y contenidos fundamentales de este Documento, en primer lugar, con un enfoque bíblico y teológico; luego, con una perspectiva antropológica, ética, educativa y pastoral salesiana, para llegar finalmente a las indicaciones organizativas y operativas.

El capítulo I comienza con el sueño de nueve años, que proporcionó a Don Bosco una perspectiva particular de todas sus actividades y realizaciones. Siguiendo el ejemplo del Buen Pastor y de su corazón de educador, se pone de relieve la génesis de su forma de pensar y de realizar la metodología de la comunicación.

En el capítulo II la comunicación se define como un fenómeno humano y cultural complejo y se analiza el nuevo enfoque comunicativo que las personas, y en particular los jóvenes, tienen ante el universo y la cultura digitales, con sus diversas implicaciones psicológicas, sociológicas y relacionales.

El capítulo III ofrece una nueva visión sobre la importancia de la sinodalidad y del discernimiento en el modo de comunicar para crear comunión fraterna, participación y corresponsabilidad, al servicio de la persona y de la sociedad.

En el capítulo IV se desarrollan los fundamentos teológicos de la comunicación, a partir del principio de que Dios busca a la persona humana movido por el deseo de comunicar, se acerca, se revela en el amor y en la verdad, crea interacción y muestra a la humanidad su proyecto de amor y de salvación.

El capítulo V tiene como tema la visión cristológica, que se funda en Jesucristo, comunicador del Padre que, como Buen Pastor, da vida a una pedagogía amigable de autocomunicación: escucha, acoge, ama, cuida, educa y salva. A través del Espíritu Santo, la Trinidad es ejemplo de comunidad que se construye en la comunión y en el servicio.

En el capítulo VI la Iglesia es presentada como signo de Dios en el mundo, maestra de humanidad y educadora del pueblo de Dios en camino hacia la redención.

El capítulo VII ilustra cómo María, la Madre de Jesús, se pone al servicio de su Hijo, le acompaña durante todo el camino de su vida, hasta la muerte y la resurrección. En el Cenáculo, participa activamente en el nacimiento de la Iglesia; como ejemplo de Iglesia orante, construye la vida de la comunidad y de la misión.

El capítulo VIII recuerda que san Francisco de Sales, elegido por Don Bosco como ejemplo de comunicador, enseña que comunicar es cosa del corazón.

El capítulo IX ilustra cómo habitar en la cultura digital con estilo salesiano, siguiendo el ejemplo de la pedagogía propia de Dios: amistosamente, con cercanía, acogida, escucha, comunión fraterna y corresponsabilidad.

El capítulo X presenta las bases de la comunicación en sintonía con la visión evangelizadora y educativa salesiana: la comunicación se realiza desde la relación entre evangelización y educación, en diálogo con la cultura, con el trabajo en red y a través de la colaboración con los laicos y con la Familia Salesiana. También se aborda la metodología de la comunicación salesiana, la importancia de la Comunidad Educativo-Pastoral, del proyecto pastoral y del trabajo realizado con mentalidad educativa y pastoral.

En el capítulo XI se presenta el Sistema Preventivo como un impulso comunicativo que se expresa a través de una específica espiritualidad, pedagogía y pastoral. Además, analiza cómo el Sistema Preventivo dialoga con la dinámica comunicativa de lo digital.

El capítulo XII presta especial atención a la importancia de la antropología cristiana como fuente que ilumina y humaniza la comunicación virtual y la cultura digital. Además de esto, se presenta una original propuesta educativa que toma como referencia las imágenes de los cuatro Jardines bíblicos, comparándolos, a través de su simbología, con la condición humana en el mundo digital.

El capítulo XIII describe los aspectos identitarios del comunicador salesiano, partiendo de la espiritualidad y la pedagogía de Don Bosco.

Los últimos capítulos, del XIV al XVII, presentan las directrices para la organización, gestión y gobierno de la Congregación Salesiana en materia de

comunicación social. Se consideran las nuevas necesidades y los desafíos que plantea la comunicación actual, como la profesionalidad de los profesionales de la comunicación, la modernización de la comunicación institucional, las modalidades colaborativas del trabajo en red, la organización estructural en sus diversas tipologías en las Inspectorías, las cuestiones ligadas a la *privacy* y a la seguridad.

En esta parte final se presentan también directrices prácticas para la comunicación, considerando la realidad de cada Inspectoría, con atención a la multiculturalidad y a los diferentes ritmos, estilos y modalidades de realizar la misión salesiana en el mundo.

FUENTES SALESIANAS

- Bosco Juan, *Memorias del Oratorio*, Editorial CCS, Madrid 2013.
- Chávez Villanueva Pascual, *Con la valentía de Don Bosco en las nuevas fronteras de la comunicación social*, en Actas del Consejo General 390, 2005, pág. 3-46.
- Constituciones y Reglamentos de la Sociedad de San Francisco de Sales*, Editorial CCS, Roma-Madrid 1984.
- Cuevas León Sergio, *Los Salesianos y la Comunicación. Políticas, metodologías, sectores de intervención, prioridades operativas*, Serie Comunicare, Editrice S.D.B., Roma, 1989.
- Desramaut Francis y Midali Mario (a cura di), *La Comunicazione e la Famiglia Salesiana*, collana Colloqui sulla Vita Salesiana, Elledici, Leumann (To), 1977.
- Dicasterio para la Comunicación Social, *Sistema Salesiano de Comunicación Social. Orientaciones para la Congregación Salesiana*, Editrice S.D.B., Roma, 2011.
- Dicasterio para la Pastoral Juvenil Salesiana, *La Pastoral Juvenil Salesiana. Marco de Referencia*, Dirección General de las Obras Don Bosco, Roma-Madrid, 2014.
- Fernández Artime Ángel, “¿Qué salesianos para los jóvenes de hoy?”, *Reflexión postcapitular de la sociedad de San Francisco De Sales después del Capítulo General 28*, n. 3, in Actas del Consejo General de la Sociedad Salesiana de San Juan Bosco 433, 2020.
- Sector para la Comunicación Social, Carta «Caminar con los jóvenes en la cultura digital», n. 10, ACG 440, Roma-Madrid, 2023.
- Vecchi Juan Edmundo, *La comunicación en la misión salesiana. «¡Es extraordinario! Hace oír a los sordos y hablar a los mudos»*, en Actas del Consejo General 370, 2000, pág. 3-44.
- Viganò Egidio, “La Comunicación Social” nos desafía, en Actas del Consejo Superior 302, 1981, pág. 3-30.

DOCUMENTOS DE LA IGLESIA

- Benedicto XVI, Exhortación apostólica postsinodal *Sacramentum Caritatis* sobre la Eucaristía, fuente y cumbre de la vida y misión de la Iglesia, Ciudad del Vaticano, 2007.
- Benedicto XVI, Exhortación apostólica postsinodal *Verbum Domini* sobre la Palabra de Dios en la vida y misión de la Iglesia, Ciudad del Vaticano, 2010.
- Benedicto XVI, Carta encíclica *Caritas in veritate* sobre el desarrollo humano integral en la caridad y la verdad, Ciudad del Vaticano, 2009.
- Benedicto XVI, Carta encíclica *Deus caritas est* sobre el amor cristiano, Ciudad del Vaticano, 2005.
- Benedicto XVI, Carta encíclica *Spe Salvi* sobre la esperanza cristiana, Ciudad del Vaticano, 2007.
- Benedicto XVI, Mensajes con motivo de las Jornadas Mundiales de las Comunicaciones Sociales, Ciudad del Vaticano, 2006-2013.
- Comisión Teológica Internacional, «La sinodalidad en la vida y misión de la Iglesia», Ciudad del Vaticano, 2018.
- Concilio Ecuménico Vaticano II, Constitución dogmática sobre la Iglesia *Lumen gentium*, Ciudad del Vaticano, 1964.
- Concilio Ecuménico Vaticano II, Constitución dogmática sobre la Divina Revelación *Dei Verbum*, Ciudad del Vaticano, 1965.
- Concilio Ecuménico Vaticano II, Constitución pastoral sobre la Iglesia en el mundo contemporáneo, *Gaudium et spes*, Ciudad del Vaticano, 1965.
- Concilio Ecuménico Vaticano II, Decreto sobre los instrumentos de comunicación social *Inter mirifica*, Ciudad del Vaticano, 1963.

Congregación para los Institutos de Vida Consagrada y Sociedades de Vida Apostólica, Vida fraterna en comunidad, «Congregavit nos in unum Christi amor», Ciudad del Vaticano, 1994.

Dicasterio para la Comunicación, Hacia una presencia plena - Reflexión pastoral sobre la implicación con las redes sociales, Ciudad del Vaticano, 2023.

Dicasterio para la Doctrina de la Fe y Dicasterio para la Cultura y la Educación, *Antiqua et nova*, Nota sobre la relación entre la inteligencia artificial y la inteligencia humana, Ciudad del Vaticano, 2025.

Francisco, Exhortación Apostólica *Evangelii Gaudium* sobre el anuncio del Evangelio en el mundo de hoy, Ciudad del Vaticano, 2013.

Francisco, Exhortación Apostólica *Gaudete et exsultate* sobre la llamada a la santidad en el mundo contemporáneo, Ciudad del Vaticano, 2018.

Francisco, Exhortación apostólica postsinodal *Amoris laetitia* sobre el amor en la familia, Ciudad del Vaticano, 2016.

Francisco, Exhortación apostólica postsinodal *Christus vivit* a los jóvenes y a todo el Pueblo de Dios, Ciudad del Vaticano, 2019.

Francisco, Exhortación apostólica postsinodal *Querida Amazonia* al pueblo de Dios y a todos los hombres de buena voluntad, Ciudad del Vaticano, 2020.

Francisco, Carta Encíclica *Fratelli tutti* sobre la fraternidad y la amistad social, Ciudad del Vaticano, 2020.

Francisco, Carta Encíclica *Laudato si'* sobre el cuidado de nuestra casa común, Ciudad del Vaticano, 2015.

Francisco, Carta encíclica *Lumen fidei* sobre la fe, Ciudad del Vaticano, 2013.

Francisco, Mensajes con motivo de las Jornadas Mundiales de las Comunicaciones Sociales, Ciudad del Vaticano, 2014-2024.

Juan Pablo II, Exhortación Apostólica *Familiaris consortio*, Ciudad del Vaticano, 1981.

Juan Pablo II, Exhortación apostólica postsinodal *Christifideles laici* sobre la vocación y misión de los laicos en la Iglesia y en el mundo, Ciudad del Vaticano, 1988.

Juan Pablo II, Carta Apostólica *El rápido desarrollo*, Ciudad del Vaticano, 2005.

Juan Pablo II, Carta encíclica *Redemptoris Missio* sobre la validez permanente del mandato misionero, Ciudad del Vaticano, 1990.

Juan Pablo II, Mensajes con motivo de las Jornadas Mundiales de las Comunicaciones Sociales, Ciudad del Vaticano, 1979-2005.

Pablo IV, Exhortación Apostólica *Evangelii Nuntiandi*, Ciudad del Vaticano, 1975.

Pablo VI, Mensajes con motivo de las Jornadas Mundiales de las Comunicaciones Sociales, Ciudad del Vaticano, 1967-1978.

Pío XII, Carta Encíclica *Miranda prorsus*, Ciudad del Vaticano, 1957.

Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales, Instrucción Pastoral *Communio et Progressio*, Ciudad del Vaticano, 1971.

Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, Ética en las comunicaciones sociales, Ciudad del Vaticano, 2000.

Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, Instrucción Pastoral *Aetatis Novae*, Ciudad del Vaticano, 1992.

Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, Educación Ética en Internet, Ciudad del Vaticano, 2002.

Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, la Educación, la Iglesia e Internet, Ciudad del Vaticano, 2002.

Sínodo de los Obispos, XV Asamblea General, Documento Final «Jóvenes, fe y discernimiento vocacional», Ciudad del Vaticano, 2021.

Sínodo de los Obispos, Documento Final de la Reunión Pre-Sinodal de preparación a la XV Asamblea General Ordinaria, «Jóvenes, fe y discernimiento vocacional», Ciudad del Vaticano.

SIGLAS Y ABREVIATURAS

ACG/ACS - Actas del Consejo General/Superior de la Sociedad de San Juan Bosco

POI - Proyecto Orgánico Inspectorial

CEP - Comunidad Educativo-Pastoral

PEPS - Proyecto Educativo Pastoral Salesiano

CG - Capítulo General de los Salesianos de Don Bosco

Const/Reg - Constituciones y Reglamentos de los Salesianos

1

LA GÉNESIS DE LA COMUNICACIÓN DE DON BOSCO

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

«Don Bosco utilizó la Comunicación Social como una actividad que le permitió llevar a cabo su proyecto educativo. Utilizando la Comunicación Social en diversas formas y a distintos niveles, favoreció la promoción humana y cristiana de la juventud pobre y de las clases populares, y apoyó también la acción misionera» (Don Egidio Viganò, “La comunicación social nos desafía”. Actas del Consejo Superior, n. 302, 1981).

El capítulo comienza con el sueño que tuvo Don Bosco a los nueve años, contado en el libro Memorias del Oratorio, texto escrito inicialmente solo para los salesianos, con el deseo de transmitir el propio sistema educativo y el propio método.

Ese sueño contiene también el arquetipo de la comunicación salesiana, porque dio a Don Bosco una óptica particular a todas sus actividades y realizaciones. Aquí se pone de relieve la génesis de su modo de pensar y realizar la comunicación, partiendo de su corazón de educador sobre el ejemplo del Buen Pastor.

Con la amorevolezza del Buen Pastor y la pasión apostólica de Don Bosco, miramos a los jóvenes con renovada simpatía y comunicamos fielmente el proyecto educativo salesiano, valorando el protagonismo de los jóvenes, que hoy viven en una cultura altamente digitalizada, con las luces y las sombras vinculadas a ella.

- ❖ **Don Bosco sueña un sueño para vivir y comunicar.** El Santo de los jóvenes narra en su libro *Memorias del Oratorio*: «A los nueve años tuve un sueño que quedó profundamente grabado en mi mente para toda la vida... En tal instante, siempre en sueños, me eché a llorar y rogué al hombre me hablase de forma que pudiera comprender, pues no sabía qué quería explicarme. Entonces Ella me puso la mano sobre la cabeza, diciéndome: “A su tiempo lo comprenderás todo”». ⁴
- ❖ **El sueño de nueve años es el arquetipo de la raíz y de la originalidad de la comunicación** del educador de los jóvenes. En el sueño de los nueve años, la misión le es confiada a través de una palabra muy simple: «Este es el campo donde tienes que trabajar», es decir, tu misión será entre los más pequeños, entre los más pobres. La palabra dada a Don Bosco en el sueño es prácticamente la entrega de un proyecto de vida al servicio de los demás.
Tanto en su misión de sacerdote educador como en su vida de escritor, Don Bosco es un hombre que sabe discernir e interpretar la realidad a través de la fe. Todo esto se manifiesta tanto en su iniciativa de fundar la Congregación Salesiana como en pasar a la acción de forma práctica y creativa. Pero aún más, el sueño de los nueve años es un gran ejemplo y una escuela de comunicación: «pues no sabía qué quería explicarme». Don Bosco, durante toda su vida, intentó encontrar el significado del sueño: qué es, cuál es el mensaje, qué hacer... De su búsqueda por vivir y comunicar su sueño nació su pedagogía educativa. Profundamente fiel a Dios y a su vocación y misión, Don Bosco crea un verdadero ecosistema comunicativo para colaborar en la educación de los jóvenes.
- ❖ **Don del Espíritu Santo, el carisma salesiano inspira,** nutre y guía la misión juvenil en cada tiempo y cultura. La comunicación colabora con la misión salesiana, poniéndose al servicio de la comunidad educativa y de los jóvenes, participando en la evangelización según el proyecto de educación integral de los jóvenes.
- ❖ **Don Bosco fue un comunicador con el corazón y la mirada del Buen Pastor.** Mientras Turín atravesaba una gran transformación social, cultural y religiosa, Don Bosco desarrolló un método de comunicación muy original, a través de la pedagogía de Cristo Buen Pastor: se acerca, dialoga,

⁴ Juan Bosco, *Memorias del Oratorio*, Editorial CCS, Madrid 2013, p. 11.

acompaña y ama a los jóvenes pobres, trabajadores y migrantes que llegan de las zonas rurales para trabajar en las nuevas fábricas de la ciudad industrial.

Don Bosco, atentísimo a la realidad de los jóvenes pobres de Turín, busca un espacio para acogerlos y educarlos, un ambiente que les permita tener un lugar donde dormir, comer, jugar, rezar, cantar y aprender una profesión. Convencido de la gran importancia que puede tener un *hábitat* educativo y comunicativo, lucha con gran sacrificio y sufrimiento para crear en Valdocco un ambiente donde vivir, dar confianza y educar a sus jóvenes.

- ❖ **Fieles a nuestro fundador, al carisma salesiano y a los jóvenes, los salesianos, como Don Bosco,** miramos a los jóvenes de hoy con una mirada evangélica. Junto con la comunidad educativa y los laicos, intentamos responder de manera salesiana, a través de la comunicación educativa, a los grandes desafíos que afrontan hoy los jóvenes en la cultura digital, en particular el individualismo, la violencia, la injusticia y la indiferencia hacia los jóvenes, los pobres y los migrantes. Pero también a otros problemas que desfiguran el papel de la persona humana, como la destrucción de la naturaleza, la guerra y el relativismo ético.
- ❖ **Con el corazón del Buen Pastor y la pasión apostólica de Don Bosco,** comunicamos fielmente el proyecto educativo salesiano, valorando el protagonismo de los jóvenes, sus dones y sus iniciativas, las oportunidades que la cultura digital puede ofrecer a nivel personal, ya sea profesional o cristiano, porque caminando juntos en diferentes realidades culturales, comunicamos a Jesucristo y la alegría del Evangelio.

2

LA COMUNICACIÓN COMO FENÓMENO HUMANO Y CULTURAL

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

«La vida social no es, pues, para el hombre sobrecarga accidental. Por ello, a través del trato con los demás, de la reciprocidad de servicios, del diálogo con los hermanos, la vida social engrandece al hombre en todas sus cualidades y le capacita para responder a su vocación. De los vínculos sociales que son necesarios para el cultivo del hombre, unos, como la familia y la comunidad política, responden más inmediatamente a su naturaleza profunda; otros, proceden más bien de su libre voluntad» (Gaudium et spes, 25).

La comunicación es un complejo fenómeno humano, componente esencial y constitutivo de la persona y un factor cultural en constante evolución.

Aquí analizamos el nuevo enfoque comunicativo que las personas, y en particular los jóvenes, demuestran frente al universo y la cultura digitales, con sus diversas implicaciones psicológicas, sociológicas y relacionales.

En las interacciones entre el hombre y la máquina, nos sumergimos en un universo real y global, amplio y articulado, con sus propias reglas y tiempos y lleno de nuevos retos.

Por eso, los expertos en comunicación hablan de infosfera y psicofera: todos estamos involucrados física, psicológica y socialmente dentro de este inmenso y complejo universo virtual.

En la comunicación digital, velocidad, instantaneidad e interactividad se convierten en factores principales y determinan también nuestras dinámicas afectivas, dejando espacios esenciales para la responsabilidad personal y para el trabajo educativo.

❖ **La comunicación es un componente esencial y constitutivo de la persona humana. Comunicar es un don y una responsabilidad personal y social.** Etimológicamente, la palabra «comunicación» tiene la raíz *com* (poner en común; del latín *communis*, común). En su origen se traduce en comunión, relaciones humanas, capacidad de interactuar y crear vínculos con las personas.

Por supuesto, la palabra comunicación recuerda la necesidad humana de ser *comunitas* y de compartir, establecer procesos a través de los cuales las personas comparten ideas, sentimientos e información.

❖ **La persona humana es la protagonista principal de la comunicación**, que desarrolla sus propias dotes y capacidades como el lenguaje, las relaciones afectivas y sociales, la interpretación de códigos y símbolos, el diálogo consigo misma y con los demás, la capacidad de crear procesos y procedimientos comunicativos, la capacidad de desarrollar medios y técnicas para registrar y difundir los propios conocimientos y experiencias.⁵

A través de la comunicación en sus diversas vertientes, el ser humano construye sus redes de relaciones, desarrolla lenguajes para expresar su visión de la vida, sus creencias y sus valores, participa en iniciativas sociales, políticas, culturales y religiosas.

❖ **Desde el punto de vista antropológico**, la comunicación humana ha evolucionado en diferentes culturas a través de expresiones como el lenguaje, las costumbres, las artes, la gastronomía y las ceremonias religiosas. Cada pueblo elabora, celebra y comparte la tradición de sus valores, su visión del mundo y su religiosidad. A través de diversos rituales, la comunicación promueve la participación del individuo dentro de la comunidad.

❖ **La comunicación humana es compleja y se caracteriza por la dimensión relacional**, por el intercambio de contenidos, mensajes, expresiones emocionales y significados, por la intencionalidad y el simbolismo.

A través de la familia y de la educación, cada persona desarrolla los dones y habilidades para comunicarse, como el lenguaje y los códigos culturales, el diálogo, la escucha, la implicación con las personas y las situaciones de la vida.

❖ **La comunicación es multidisciplinar y trabaja transversalmente con ciencias como la psicología**, la sociología, la antropología, la economía y las diversas ciencias tecnológicas y organizativas.

⁵ Luciano Paccagnella, *Sociologia della comunicazione*, Il Mulino, Bologna, 2004, pagg. 23-25.

Prácticamente, todas las sociedades y culturas necesitan comunicación, tanto a nivel interpersonal, como organizativo y funcional.

- ❖ **Los medios de comunicación como la radio, los periódicos, la televisión, las revistas y, más recientemente, la comunicación digital**, los satélites, las redes informáticas y la inteligencia artificial, forman una amplia y compleja red de relaciones humanas con diferentes aspectos sociales, políticos y económicos.

La comunicación nace, evoluciona y se difunde dentro de las sociedades, con reglas jurídicas precisas y diferentes organizaciones políticas que cambian dependiendo de intereses personales, gubernamentales o de grupos privados. Debido a los numerosos asuntos políticos y económicos, la comunicación puede convertirse en un lugar de conflicto y de tensión, a menudo en un campo de batalla entre ideologías que sirven a grupos, intereses comerciales, guerras por el control de personas y sociedades.⁶

- ❖ **Con el desarrollo de la cultura organizativa**, compuesta por valores, símbolos, tradiciones, prácticas y comportamientos, la comunicación institucional se presta a desarrollar procesos internos y externos a través de una red de relaciones humanas. Su aplicación se caracteriza por un conjunto de herramientas y procedimientos para la gestión de las personas, de las organizaciones y de las empresas. De esta manera, la cultura organizativa busca ofrecer calidad de las relaciones, flujo de las acciones, profesionalización y resultados de la comunicación institucional en sus diversas áreas.

A – LA DINÁMICA HUMANA Y TECNOLÓGICA EN LO DIGITAL

- ❖ **Con el crecimiento de la comunicación digital se ha iniciado el fenómeno llamado digitalización.** Es el proceso de transformar una imagen o señal analógica en un código digital. La digitalización también incluye la conversión de señales de audio e imágenes en movimiento (vídeo), creadas originalmente en otros formatos, en código digital.

Un segundo concepto relacionado con la digitalización es la transformación digital, que es un proceso amplio en el que los recursos tecnológicos

⁶ Commissione Internazionale di Studio sui problemi della comunicazione nel mondo, *Comunicazione e società oggi e domani*, Torino, 1982, pagg. 38-39.

adquieren un papel nuevo e importante. Se genera así un conjunto de procesos técnicos de gestión que, partiendo de la digitalización, se expande a la forma de gestionar dentro de una organización e incluye el contacto con el cliente, la forma de hacer *marketing*, la innovación tecnológica, el mercado... El objetivo es siempre ampliar el mercado, garantizar la calidad en la ejecución de los procesos y procedimientos de organización, el desarrollo y la mejora de la gestión.

❖ **Lo digital introduce a las personas en un universo amplio y complejo de comunicación humana, social y cultural.** Este es un aspecto nuevo, con grandes posibilidades y desafíos. En realidad, los expertos en comunicación hablan de infosfera y psicofera: todos estamos involucrados física, psicológica y socialmente dentro de este inmenso y complejo universo virtual.⁷

❖ **La infosfera es un universo formado por la totalidad de los objetos y de las informaciones, que interactúan dinámicamente.** En este entorno es como estar completamente sumergido en un acuario real. Si antes conocías tu país, tu ciudad y tus vecinos, ahora con un simple teléfono móvil conectado a Internet puedes viajar por el mundo. Allí, uno se involucra, cognitiva y emocionalmente, en un vasto universo de imágenes y sonidos que permiten la interactividad, la participación y la implicación con personas y objetos, desvinculados del tiempo y del espacio.

La infosfera (término inventado por el filósofo Luciano Floridi) es un término complejo. Fundamentalmente, es el entorno en el que se integran los mundos real y virtual, donde el tiempo y el espacio se entrelazan y fusionan, de modo que tanto *online* como *offline* interactúan entre sí. En este escenario, también se está expandiendo el campo de difusión de la automatización y la inteligencia artificial, la realidad virtual y la realidad aumentada. La infosfera abre una nueva frontera de grandes inversiones después de la de los *smartphones*, creando la posibilidad de sumergirse en un mundo con diferentes dimensiones - temporal, psicológica, social - y ampliando la experiencia de la realidad de las relaciones.

❖ **La realidad virtual (RV), la realidad aumentada (RA), la infosfera** involucran los cinco sentidos, nuestras capacidades: visual, sonora, sensitiva y la interacción con dispositivos (por ejemplo, instrumentos virtuales, como las gafas 3D). A través de nuestros sentidos entramos en una realidad que está

⁷ David J. Chalmers, *Più realtà. I mondi virtuali e i problemi della filosofia*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2023.

presente-ausente para nosotros, lo que nos permite sumergirnos en diferentes realidades interactivas (formadas por personas y dispositivos).

- ❖ **Cuando una persona entra en la Red y comienza a interactuar, ya sea en una videoconferencia o participando en un juego (game), se produce una interacción humana con la máquina que le permite acceder al mundo virtual, más comúnmente llamada «mediación humana virtual».** Esto implica el uso de nuestros sentidos y de nuestras percepciones, de nuestra imaginación y de nuestras emociones. A través de la mediación (la máquina y yo), la persona tiene acceso a un universo real, codificado (digitalizado) y experimentado a distancia. La inmersión digital tiene un impacto directo en la vida y las relaciones sociales y culturales. El término utilizado para entender este ecosistema en el que se produce la comunicación es «mediatización», que indica los efectos generales de los medios de comunicación sobre la organización social, económica y política.
- ❖ **En este contexto, está surgiendo una nueva realidad: el metaverso.** Este es un término creado por el escritor de ficción Neal Stephenson, en 1992, simplemente para decir que existe un mundo virtual que puede ser habitado por avatares en formato 3D. Podemos decir que el metaverso es un universo de varias dimensiones en un universo paralelo.
- ❖ **En la complejidad de la comunicación que nos presentan la infosfera y el metaverso,** vemos progresivamente la influencia de la cibernética, la biogenética, la biopolítica y la inteligencia artificial, que forman así un verdadero caleidoscopio del entorno comunicativo, con sus diversidades y sus cambios.
- ❖ **La mediatización afecta a los microcódigos y al lenguaje de la comunicación,** a los símbolos, a los diversos intereses que se procesan y comunican a veces directamente, a veces indirectamente (subliminalmente), haciendo de la comunicación un fenómeno complejo, ramificado y amplificado, que concierne a la identidad social de cada persona.⁸ En este universo de la infosfera la persona vive una experiencia psicofísica y social: la psicofera.
- ❖ **La psicofera es el estado afectivo y cognitivo que experimenta la persona cuando la mente es alterada;** elementos no materiales de información influyen en los pensamientos y sentimientos humanos sin que la persona sea consciente de la realidad.

⁸ Censis, *XVI Rapporto sulla comunicazione, I media e la costruzione dell'identità*, Franco Angeli, Milano, 2020.

De esta manera, la persona ingresa a lo que se llama el cerebro colectivo (ciberespacio), que es una forma de procesamiento de signos (símbolos, lenguajes, sonidos) y estímulos.

- ❖ **En el mundo digital aprendemos a vivir con una nueva lógica que se basa en gran medida en los estímulos, en las reacciones neurológicas y en las formas en que el cerebro responde a estos estímulos.** En este sentido, se puede decir que todas las imágenes, sonidos, palabras e interactividad que experimentamos en una red social tienen efectos en nuestro cerebro, impactando directamente en nuestras percepciones, en nuestra imaginación, en nuestros comportamientos y, en consecuencia, en nuestras elecciones, tanto conscientes como inconscientes.

La lógica digital, que se basa en la técnica y el automatismo, sigue los estímulos que han desarrollado las neurociencias, dando muy poca importancia a la cuestión de la conciencia.

Un ejemplo de cómo funciona esta lógica es la velocidad que ofrece lo digital, la gran capacidad de generar y compartir información y facilitar la instantaneidad y la interactividad. Esta lógica cambia, por tanto, la forma de aprender, generando cierta superficialidad en el pensamiento y dificultad para reflexionar de forma sistemática, integrada y coherente.

- ❖ **La comunicación digital permite velocidad, instantaneidad e interactividad.** Es importante tener en cuenta que, en sí mismo, el universo digital se basa en la lógica digital y la inteligencia artificial sobre algoritmos. En la comunicación digital, nuestras sensaciones y percepciones entran, obviamente, en una nueva dinámica y comienzan a responder a esa aceleración cerebral con una mayor activación del sistema nervioso, como consecuencia de la implicación de los cinco sentidos. Las imágenes, los sonidos, las palabras y la interactividad que experimentamos en una red social tienen efectos en nuestra dinámica cognitiva y afectiva.

La aceleración del cerebro, la intensidad de las emociones, la exposición de nuestra vida emocional dentro de las redes sociales (*social network*), nos sitúan en un universo donde este nuevo mecanismo mental requiere muchos estímulos, muchas reacciones y velocidad.

El mundo y la lógica digital son realidades que forman parte de la vida humana y de su desarrollo. Somos parte del mundo digital y somos conscientes de los beneficios que esto ofrece a la humanidad y al progreso humano. Es necesario comprender cómo funciona la interacción humana con lo digital. Precisamente por eso es indispensable una educación ética que ayude a vivir de forma sana y creativa.

- ❖ **Como se puede observar, lo digital se vuelve muy complejo cuando lo insertamos en la comunicación humana, interpersonal,** comunitaria e institucional. Además, existen muchas formas de entender el fenómeno digital y el contexto sociocultural y económico de la humanidad. La forma de interpretar lo digital nos presenta situaciones prácticas que tienen y tendrán consecuencias en el presente y el futuro. En este encuentro entre la persona, la tecnología y el entorno inmersivo, emergen en la esfera pública aspectos de la vida de la persona y de la sociedad, haciendo de la infosfera una realidad donde se reflejan las grandes cuestiones humanas, éticas, económicas, ecológicas, políticas, culturales y religiosas.
- ❖ **Es en la relación entre las personas, los procesos de interacción e inmersión en la infosfera donde el fenómeno de la comunicación digital** se vuelve más complejo, involucrando procesos políticos, económicos y sociales, en los que entran en juego la libertad y los intereses de las personas. Los aspectos jurídicos que regulan el comportamiento humano, los derechos y deberes del individuo, se entrelazan así en el gran y complejo fenómeno de la comunicación humana en el mundo digital.⁹ Como afirma el documento eclesial «Hacia una presencia plena»: «Las redes sociales son solo una rama del más amplio y complejo fenómeno de la *digitalización*, que es el proceso de transferir numerosas tareas y dimensiones de la vida humana a las plataformas digitales. Las tecnologías digitales pueden incrementar nuestra eficiencia, potenciar nuestra economía y ayudarnos a resolver problemas que antes eran insolubles. La revolución digital ha extendido nuestro acceso a la información y nuestra capacidad para conectar unos con otros más allá de los límites del espacio físico».¹⁰
- ❖ **La forma en que cada uno vive en el mundo digital es también una cuestión de responsabilidad personal.** Es importante señalar, sin embargo, que el diálogo entre la dinámica digital y la persona humana es más amplio y que también deben considerarse los aspectos cognitivos y afectivos involucrados en la experiencia digital, porque quien ingresa al universo digital es una persona libre, que puede elegir sus propios intereses decidiendo conscientemente. Esto significa que la persona que vive en el mundo digital e interactúa en la infosfera es capaz de procesar información, dar significado a diversos procesos comunitarios, expresar su libertad y crear relaciones humanas significativas.

⁹ Paolo Dal Ben, *Nuovi media e identità digitale*, Pazzini, Rimini, 2022.

¹⁰ Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia. Reflexión pastoral sobre la interacción en las Redes Sociales*, Ciudad del Vaticano, 2023, n. 7.

3

COMUNICAR CON DISCERNIMIENTO Y SINODALIDAD

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

«El ejercicio del discernimiento está en el centro de los procesos y acontecimientos sinodales... Se trata de determinar y recorrer como Iglesia, mediante la interpretación teológica de los signos de los tiempos bajo la guía del Espíritu Santo, el camino a seguir en el servicio del designio de Dios escatológicamente realizado en Cristo que se debe actualizar en cada kairós de la historia. El discernimiento comunitario permite descubrir una llamada que Dios hace oír en una situación histórica determinada» (La sinodalidad en la vida y misión de la Iglesia, n. 113).

Los temas vinculados a la sinodalidad y al discernimiento en el modo de comunicar, la búsqueda de una comunicación y de una comunión fraterna, la participación y la corresponsabilidad en el servicio de la persona y de la sociedad son el objeto de este capítulo.

El punto de partida de nuestra comunicación con el mundo juvenil sigue siendo nuestra comunicación con Dios y su amor por nosotros. La verdadera comunicación pone en el centro las relaciones interpersonales y comunitarias, potencia el sentido del otro, la capacidad de vivir momentos de generosidad, de compartir y de celebración.

En el discernimiento evangélico, el comunicador salesiano trabaja con mentalidad de planificación y sentido de comunidad.

La sinodalidad abre una visión de la comunicación como servicio y colaboración para la misión evangelizadora de la Iglesia y de la Congregación, que en la diversidad cultural se expresa también de diferentes maneras.

- ❖ **La comunicación está al servicio de la realización de la persona humana**, de su felicidad, de su misión de vivir la fraternidad y de la construcción digna y responsable de las instituciones y de la sociedad en todas las culturas y contextos sociales. La comunicación crea puentes entre las personas, favorece la expresión de los valores y de los deseos de los individuos y de la comunidad, abre canales para la manifestación de las riquezas culturales, de los valores y de las acciones realizadas por las personas y por las comunidades. Queriendo ejemplificar, a través de su base fundamentalmente humana y relacional, la comunicación construye diálogo, escucha, colabora para el discernimiento, la apertura a lo nuevo y a la sinodalidad.
- ❖ **La interpretación evangélica de la realidad juvenil, realizada con discernimiento comunitario y un fuerte sentido de sinodalidad eclesial**, es un punto de partida fundamental para responder a las necesidades educativas y pastorales de los jóvenes de hoy.
La realidad de los jóvenes en la cultura digital exige una actitud educativa atenta y sabia, que permita llevar adelante la misión salesiana a partir de la conciencia de que la comunicación está al servicio de la pastoral salesiana, que es a la vez evangelizadora y educativa.
- ❖ **El discernimiento evangélico asegura que el comunicador salesiano vea la acción comunicativa como proceso**, como diálogo, como escucha y como realización de la misión salesiana con una visión amplia, con mentalidad de proyecto y un sentido de comunidad.
- ❖ **La sinodalidad abre la visión de la comunicación como servicio y colaboración para la misión evangelizadora** de la Iglesia y de la Congregación, fortaleciendo el sentido eclesial, la corresponsabilidad en la misión realizada con espíritu fraterno, la capacidad de experimentar la diversidad cultural, de pensar de forma original y de colaborar con toda la misión. «La sinodalidad indica la específica forma de vivir y obrar (*modus vivendi et operandi*) de la Iglesia Pueblo de Dios que manifiesta y realiza en concreto su ser comunión en el caminar juntos, en el reunirse en asamblea y en el participar activamente de todos sus miembros en su misión evangelizadora».¹¹
- ❖ **El discernimiento y la sinodalidad para nosotros nacen de nuestra comunicación con Dios y de su amor por nosotros**. Comunicar es una realidad simple y fundamental: es la relación entre el hombre y Dios, entre

¹¹ Comisión Teológica Internacional, *La sinodalidad en la vida y en la misión de la Iglesia*, Ciudad del Vaticano, 2018, n. 6.

personas o grupos de personas. La verdadera comunicación se centra en las relaciones interpersonales y comunitarias, potencia el sentido del otro, la capacidad de vivir momentos de gratuidad, de compartir y de celebración. «En el proceso de renovación de estos años aparece que la comunicación es uno de los factores humanos que adquieren una creciente relevancia para la vida de la comunidad religiosa. La exigencia más sentida de incrementar la vida fraterna de una comunidad lleva consigo la correspondiente necesidad de una más amplia e intensa comunicación. Para llegar a ser verdaderamente hermanos y hermanas es necesario conocerse. Para conocerse es muy importante comunicarse cada vez de forma más amplia y profunda».¹² Del mismo modo, puesto que la comunicación encuentra su fuente en el Dios que ama, que se acerca amistosamente a la persona humana, esto conduce necesariamente a una experiencia de comunidad y fraternidad.

- ❖ **La comunicación es fuente de fraternidad y sinodalidad en la comunidad.** Sin ella no puede existir unidad de corazones y de proyectos, ya que de esta manera la comunidad quedaría reducida a un grupo de personas que solo viven físicamente en común y que, en cambio, están espiritualmente distantes. La fraternidad, como enseñó el Señor a sus discípulos, encuentra su *hábitat* natural en la comunidad, entendida no como un círculo restringido, sino como una *schola amoris* que enseña a vivir entre hermanos y hermanas. «Hoy, que las redes y los instrumentos de la comunicación humana han alcanzado desarrollos inauditos, sentimos el desafío de descubrir y transmitir la mística de vivir juntos, de mezclarnos, de encontrarnos, de tomarnos de los brazos, de apoyarnos, de participar de esa marea algo caótica que puede convertirse en una verdadera experiencia de fraternidad, en una caravana solidaria, en una santa peregrinación».¹³ La relación interpersonal en comunidad consiste principalmente en la comunión fraterna, en el cuidado mutuo, en la conciencia de que la fraternidad se logra comunicando y construyendo en compartir el proyecto de Dios.

¹² Congregación para los Institutos de Vida Consagrada y las Sociedad de Vida Apostólica, *La vida fraterna en comunidad*, "Congregavit nos in unum Christi amor", Ciudad del Vaticano, 1994, n. 29.

¹³ Francisco, Exhortación apostólica *Evangelii Gaudium*, Ciudad del Vaticano, 2013, n. 87.

4

LA COMUNICACIÓN AMIGABLE QUE NACE DEL AMOR DE DIOS POR NOSOTROS

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

«En Él, por su sangre, tenemos la redención, el perdón de los pecados, conforme a la riqueza de la gracia que en su sabiduría y prudencia ha derrochado sobre nosotros, dándonos a conocer el misterio de su voluntad: el plan que había proyectado realizar por Cristo, en la plenitud de los tiempos: recapitular en Cristo todas las cosas del cielo y de la tierra» (Ef 1,7-10).

Después de haber establecido las bases humanas de la comunicación, particularmente en el mundo juvenil, vamos en busca de sus fundamentos teológicos, partiendo del principio de que Dios busca a la persona humana movido por el deseo de comunicar, se acerca, se revela en el amor y en la verdad, crea interacción y muestra a la humanidad su proyecto de amor y de redención.

En este proceso comunicativo la Palabra de Dios se convierte en fuente de salvación, porque para Dios revelarse personalmente coincide con salvar al hombre.

Además, la Palabra de Dios, que se revela humanamente, que «se hace carne» (Jn 1,14), se manifiesta en todas las cosas creadas, en la belleza de la creación y en todas las obras humanas que participan de este don.

También el amor y el afecto humano en su totalidad, así como la dimensión vocacional de cada persona, la llamada a la entrega de sí, están iluminados por la Palabra de aquel Dios que nos ama.

La visión educativa y espiritual de Don Bosco se construye íntegramente sobre esta perspectiva y toma el nombre de caridad pastoral.

- ❖ **Dios se comunica con nosotros amorosamente: es el principio básico de la comunicación.** Dios se revela hablando como un amigo. Esta visión implica un cambio de mentalidad a la hora de concebir la manera en la que Dios se revela y, por tanto, se comunica con nosotros. En esta amigable revelación de Dios, la comunicación está iluminada y guiada por una visión amplia, humanista, espiritual y pastoral, con sentimientos éticos que se despiertan, precisamente, con el amor.
- ❖ **La iniciativa de comunicarse con sus hijos y sus hijas proviene, siempre y, ante todo, de Dios.** El hombre no podría comunicarse con Dios si no hubiera revelación de su parte. Es él quien se acerca amistosamente a la humanidad para lograr su salvación. La pedagogía de la iniciativa de Dios de acercarse a sus hijos para revelarse como Dios Creador manifiesta su presencia en las criaturas. El ser humano es obra del Creador y por ello es amado y buscado.
- ❖ **Es a través de su iniciativa de buscar a la persona humana como se origina la comunicación de Dios.** Dios establece una verdadera pedagogía de la comunicación: se acerca como amigo, habla, se revela y trata de encontrar la manera de escuchar, de sentir la reacción de la persona, establecer un diálogo. De esta iniciativa de amor nacen las relaciones, el diálogo y la interacción.
En la pedagogía comunicativa de Dios, él habla primero, la persona escucha, reflexiona, reacciona para que se cree una interacción.¹⁴ En este proceso, la palabra divina se expresa en palabras humanas. Se produce como un diálogo y suscita la fe: establece relaciones interpersonales y se realiza progresivamente, en un entrelazamiento de carne y de lenguaje, a través de hechos y palabras, acontecimientos e interpretaciones íntimamente ligados entre sí, que se dan juntos y se complementan. Por tanto, el rasgo que mejor define al Dios bíblico es su disponibilidad al diálogo, su capacidad de manifestarse siempre a través de la palabra (*Heb 1,1-2*).
- ❖ **Dios desea comunicarse con la humanidad en la verdad.** El encuentro entre la persona humana y el misterio requiere un camino. Dios ama en la verdad y esta verdad debe emerger en la relación de la persona con Dios. Por eso la comunicación no está al servicio de sí misma. Colabora para que la persona pueda encontrar verdaderamente a Dios.

¹⁴ Cf. Juan José Bartolomé Lafuente, *Dios y su pueblo necesitan mediadores*, Editorial CCS, Madrid, 2023.

La constitución dogmática sobre la Divina Revelación *Dei Verbum* explica muy claramente la naturaleza y el objeto de la Revelación cuando afirma que «dispuso Dios en su sabiduría revelarse a sí mismo y dar a conocer el misterio de su voluntad (Ef 1,9), mediante el cual los hombres, por medio de Cristo, Verbo encarnado, tienen acceso al Padre en el Espíritu Santo y se hacen consortes de la naturaleza divina (cf. Ef 2,18; 2 Pe 1,4)».¹⁵

- ❖ **En la comunicación de Dios con la persona humana, su palabra crea la realidad.** El poder del Verbo crea las cosas al principio. El Dios bíblico no solo se expresa declarándonos su existencia. Se ha pronunciado en favor de la realidad, dándole la existencia.

En la Biblia la relación entre Dios creador y la realidad creada se entiende como un pronunciamiento divino: el mundo es su palabra repetida (cf. Gén 1,3-25); el hombre ha nacido de una conversación divina, pensado en la intimidad de Dios y querido por él, ha surgido de la nada, sabiendo que es imagen del Dios que habla; el pueblo es el cumplimiento de una palabra dada, de una promesa cumplida (cf. Gén 12,2). El decir de Dios es su mismo hacer: lo que Dios nombra, declara que existe; al nombrarlo, lo llama, salvándolo del silencio y de la nada. Todo lo que tiene vida es palabra del Dios vivo (cf. Rom 4,17).

- ❖ **El hombre es el resultado de un coloquio divino.** El creyente sabe que ha sido llamado a la vida por Dios. Nacido de un diálogo divino, está destinado al diálogo con Dios: es, por tanto, en medio de toda la creación, la imagen misma de Dios.

El creyente, por el mero hecho de vivir, se sabe llamado por Dios y de ser responsable ante él: vive porque Dios lo ha querido y para vivir como Dios quiere; sabe que está vivo porque ha sido invocado por Dios; sabe que vivirá si permanece fiel a su origen y mantiene la comunicación con su Dios.

- ❖ **El creyente, nacido de la Palabra, está a su servicio.** Por el hecho mismo de existir, el hombre debe asumir responsabilidades. Como único ser vivo que refleja la naturaleza dialógica de Dios (cf. Gén 1,26), tendrá que responder de lo que ha creado, ser responsable de la procreación o del hermano (cf. Gén 1,27-30; Sal 8,6-9; Eclo 17, 1-10).

- ❖ **La salvación del hombre es un camino dialógico.** «La novedad de la revelación bíblica consiste en que Dios se da a conocer en el diálogo que

¹⁵ Concilio Ecuménico Vaticano II, Constitución dogmática sobre la Divina Revelación, *Dei Verbum*, Ciudad del Vaticano, 1965, n. 2.

desea tener con nosotros. (...) No ha habido nunca en Dios un tiempo en el que no existiera el *Logos*». ¹⁶

Para Dios, revelarse personalmente coincide con salvar al hombre. Su Palabra se expresa a lo largo de la historia de la salvación, es salvación cumplida: salvado es quien vive en diálogo, abierto al Otro y responsable ante él de los demás.

- ❖ **«Dios ha pronunciado su palabra eterna de un modo humano; su Verbo “se hizo carne” (Jn 1,14). Esta es la buena noticia».** ¹⁷ Sin el Espíritu no habría habido ni la encarnación del Verbo ni la Palabra de Dios registrada en la Sagrada Escritura. Por tanto, «no podemos llegar a comprender la Escritura sin la ayuda del Espíritu Santo que la ha inspirado». ¹⁸ «Por eso es necesario recurrir a la revelación para buscar y conocer los fundamentos trinitarios de la comunicación. El Dios de la fe cristiana se reveló como Dios trino, en el que coinciden unidad y pluralidad, un solo Dios y tres personas, el Padre, el Hijo y el Espíritu Santo». ¹⁹

- ❖ **La belleza es un aspecto constante en los textos de la Sagrada Escritura.** Se manifiesta en todas las cosas creadas, alcanzando su cima en la sabiduría divina y belleza suprema.

En la Biblia hebrea y en la griega encontramos un léxico propio de la «belleza». Los términos hebreos *yafe* y *tov* pueden traducirse como «espléndido», «decoroso», «exitoso», «agradable», «en forma». En griego los términos son *kalós* y *agathós*: «hermoso» y «bueno», especialmente en el sentido de «sano», «fuerte», «excelente», «bien compuesto», «adecuado». El texto bíblico nos ofrece una visión de la belleza que se manifiesta en el esplendor de la creación. Algunos salmos, en particular, son obras de arte literario de profunda y rica expresión comunicativa, himnos artísticos que pueden cantarse como forma de oración, meditación y liturgia.

La belleza es también una experiencia comunitaria y social: cuidar de los demás y de la naturaleza, realizar actividades sociales, religiosas y cívicas, emprender acciones que sirvan a la sociedad a través del trabajo, dedicarse al desarrollo y progreso humano.

¹⁶ Benedicto XVI, Exhortación apostólica postsinodal *Verbum Domini*, Ciudad del Vaticano, 2010, n. 6.

¹⁷ *Ibidem*, n. 1.

¹⁸ *Ibidem*, n. 16.

¹⁹ Felicísimo Martínez Díez, *Teología de la Comunicación*, BAC, Madrid, 1994, pp. 1254-1270.

❖ **La Palabra de Dios ilumina el amor y el afecto humano.** La comunicación es esencialmente una expresión del ser humano en su totalidad. La persona se comunica a partir de su experiencia afectiva, de su sensibilidad, de su empatía con los demás y por los demás.

En el libro sapiencial del Cantar de los Cantares encontramos un texto muy rico en expresiones del amor y cariño que una persona experimenta, cultiva y comunica hacia la otra. En el simbolismo de este libro sobre el amor entre dos personas encontramos un prototipo de cómo podemos vivir nuestro amor a Dios: porque Dios nos ama, nosotros lo amamos. Y cada persona construye esta historia de amor con Dios. Este texto también nos ilumina sobre cómo vivir la experiencia del amor en Dios hacia los demás. La grandeza del amor de Dios ilumina y muestra la dimensión vocacional de cada persona, llamada a donación, entrega y compromiso para construir el amor.

5

JESUCRISTO COMUNICA AMIGABLEMENTE EN NOMBRE DEL PADRE

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

«El mismo Cristo en su vida se presentó como el perfecto “Comunicador”. Por la “encarnación” se revistió de la semejanza de aquellos que después iban a recibir su mensaje, proclamado tanto con palabras como con su vida entera, con fuerza y constancia, desde dentro, es decir, desde en medio de su pueblo. Sin embargo, se acomodaba a su forma y modo de hablar y pensar ya que lo hacía desde su misma situación y condición» (Communio et Progressio, n. 11).

La visión cristológica que se fundamenta en Jesucristo, comunicador del Padre, como Buen Pastor, da vida a una pedagogía amigable de la auto-comunicación: escucha, acoge, ama, cuida, educa y salva.

Dios, a través de la encarnación de su Hijo Jesucristo, establece una comunicación decisiva y poderosa. Es la Palabra de Dios la que cumple la promesa del Salvador y realiza la salvación de la humanidad, porque Jesucristo es la expresión infinita de un Dios que ama eternamente a la persona humana.

Fiel a la palabra del Padre, Jesús vive y comunica su proyecto a todos sus hijos. Esta verdad se transmite a los discípulos e inspira y guía a la Iglesia y a todos los creyentes.

A través del Espíritu Santo, sin el cual no habría habido la Encarnación del Verbo y gracias al cual la Palabra puede ser verdaderamente acogida y comprendida, la Trinidad se convierte en ejemplo de comunidad que se construye en la comunión y en el servicio.

- ❖ **El Padre se revela a través de Jesús de manera amigable.** Jesús, como Hijo de Dios, comunica a partir de su filiación divina. Su comunicación se realiza enteramente en nombre de Dios. Se puede decir que Jesús comunica por necesidad, es decir, para dar a conocer el plan de salvación del Padre para toda la humanidad. «Se formó una nube que los cubrió y salió una voz de la nube: «Este es mi Hijo, el amado; escuchadlo» (Mc 9,7).
- ❖ **La Palabra de Dios es su Hijo, Jesucristo.** Jesucristo, nacido de la Virgen María, es verdaderamente el Verbo de Dios que se ha hecho consustancial a nosotros. Quien encuentra su persona escucha a Dios y escuchando a Dios encuentra a su Hijo (cf. Mc 1,11; 9,7). Y para facilitar el encuentro, Dios «acortó» su Palabra: «La Palabra eterna se ha hecho pequeña, tan pequeña como para estar en un pesebre. Se ha hecho niño para que la Palabra esté a nuestro alcance».²⁰ Su historia única es la palabra definitiva que Dios ha dirigido a la humanidad.
- ❖ **En Jesucristo el Verbo se hace carne y se comunica con nosotros.** El evangelio de Juan se abre con la gran afirmación de la comunicación de Dios: «En el principio existía el Verbo» (Jn 1,1). En Jesucristo, el Verbo de Dios se hizo carne. «Y el Verbo se hizo carne y habitó entre nosotros» (Jn 1,14). El papa Juan Pablo II afirma que «por medio del Espíritu, preparó su venida como Salvador, orientando secretamente los corazones a cultivar la espera en la esperanza».²¹
- ❖ **Teológicamente, la Palabra de Dios tiene el poder de actuar, de crear vínculos, de transformar y construir nuevas realidades.** Dios, a través de la encarnación de su Hijo Jesucristo, establece una comunicación decisiva y poderosa. Es la Palabra de Dios la que realiza la promesa del Salvador y cumple la salvación de la humanidad. En la revelación, la Palabra es intensamente fecunda de amor, porque Jesucristo es la expresión infinita de un Dios que ama eternamente a la persona humana. Por tanto, es una palabra que genera vida y construye una profunda alianza entre el Padre y el Hijo y el Espíritu Santo.
- ❖ **Sin el Espíritu no habría habido encarnación del Verbo ni habría comprensión.** El Verbo se hizo carne, habiendo sido concebido de María «por obra del Espíritu Santo» (cf. Mt 1,18.20; Lc 1,35). Es el mismo Espíritu que habló a través de los profetas, que recordará a los discípulos lo que

²⁰ Benedicto XVI, Homilía de la Misa en la Solemnidad de la Natividad del Señor, 24 de diciembre de 2006.

²¹ Juan Pablo II, Audiencia General, 3 de diciembre de 1997.

Jesús les había dicho (*Jn 16,7*), que descendió sobre los apóstoles y los envió al mundo a predicar el Evangelio, y bajo cuya inspiración los autores sagrados han escrito el mensaje de salvación.

«Sin la acción eficaz del «Espíritu de la Verdad» (*Jn 14,16*) no se pueden comprender las palabras del Señor. (...) Puesto que la Palabra de Dios llega a nosotros en el cuerpo de Cristo, en el cuerpo eucarístico y en el cuerpo de las Escrituras, mediante la acción del Espíritu Santo, solo puede ser acogida y comprendida verdaderamente gracias al mismo Espíritu».²²

- ❖ **Jesús aprende del Padre que comunicarse es amar y cuidar.** El evangelista Marcos afirma: «Jesús llegó desde Nazaret y fue bautizado... Apenas salió del agua, vio rasgarse los cielos y al Espíritu que bajaba hacia él como una paloma. Se oyó una voz desde los cielos: «Tú eres mi Hijo amado, en ti me complazco» (*Mc 1,9-11*).

A través de su palabra, Dios confirma a Jesús como su verdadero Hijo y al mismo tiempo expresa su amor incondicional.

- ❖ **Jesús, en su relación profunda con el Padre, aprende de él a comunicar:** «Como el Padre me ha amado, así os he amado yo; permaneced en mi amor. Si guardáis mis mandamientos, permaneceréis en mi amor; lo mismo que yo he guardado los mandamientos de mi Padre y permanezco en su amor. Os he hablado de esto para que mi alegría esté en vosotros, y vuestra alegría llegue a plenitud» (*Jn 15,9-11*).

A lo largo de su existencia, Jesús experimenta una intimidad comunicativa profunda con el Padre, que se transmite al hombre. «Como el Padre me ha amado, así os he amado yo» (*Jn 15,9*). Jesús es la palabra hecha carne, en él la palabra se hace carne, sentimiento, emoción, lenguaje, amor y servicio a la misión.

Como comunicador del Padre, la palabra de Jesús y lo que enseña es coherente con la verdad y fiel a la misión que recibe del Padre. Por tanto, comunica a partir de su experiencia y da testimonio de su íntima comunión con el Padre.

- ❖ **La pedagogía comunicativa de Jesús es la del Buen Pastor, que se acerca, ama y da la vida por sus ovejas.** Jesús es el modelo del comunicador: escucha, dialoga, hace preguntas, interactúa empáticamente y hace un camino juntos, poniendo en el centro a la persona y su realidad interior.

²² Benedicto XVI, Exhortación apostólica postsinodal *Verbum Domini*, Ciudad del Vaticano, 2010, n. 16.

La llamada de Jesús a sus discípulos se cumple también mediante la fuerza de la palabra: «Pasando junto al mar de Galilea, vio a Simón y a Andrés, el hermano de Simón, echando las redes en el mar, pues eran pescadores. Jesús les dijo: “Venid en pos de mí y os haré pescadores de hombres” (Mc 1,16-17)».

Jesús enseña a sus discípulos a comunicarse como él y como el Padre. Al respecto, *Dei Verbum* recuerda que Jesús ordena a sus discípulos predicar el Evangelio. Esta misión comunicativa tiene su raíz en el deseo de Dios de comunicar y en su manera de comunicarse amistosamente. «Dispuso Dios benignamente que todo lo que había revelado para la salvación de los hombres permaneciera íntegro para siempre y se fuera transmitiendo a todas las generaciones. Por ello Cristo Señor, en quien se consuma la revelación total del Dios sumo, mandó a los apóstoles que predicaran a todos los hombres el Evangelio, comunicándoles los dones divinos».²³

Fiel a la palabra del Padre, Jesús vive y comunica su proyecto para todos sus hijos. Esta verdad se transmite a los discípulos e inspira y guía a la Iglesia y a todos los creyentes. «Lo cual fue realizado fielmente, tanto por los apóstoles, que en la predicación oral comunicaron con ejemplos e instituciones lo que habían recibido por la palabra, por la convivencia y por las obras de Cristo, o habían aprendido por la inspiración del Espíritu Santo, como por aquellos apóstoles y varones apostólicos que, bajo la inspiración del mismo Espíritu, escribieron el mensaje de la salvación».²⁴

²³ Concilio Ecuménico Vaticano II, Constitución dogmática sobre la Divina Revelación *Dei Verbum*, Ciudad del Vaticano, 1965, n. 7.

²⁴ *Idem*.

6

DIOS SIGUE COMUNICÁNDOSE CON LA HUMANIDAD A TRAVÉS DE LA IGLESIA

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

*«Dios sigue comunicándose con la humanidad a través de la Iglesia, portadora y depositaria de su revelación, a cuyo ministerio de enseñanza viva ha confiado la tarea de interpretar de modo auténtico su palabra. Además, la Iglesia misma es **communio**, una comunión de personas y comunidades eucarísticas que nacen de la comunión de la Trinidad y se reflejan en ella; por tanto, la comunicación es la esencia de la Iglesia» (La Iglesia e Internet, n. 3).*

Después del estudio teológico y cristológico, con una profundización de la eclesiología, la Iglesia se presenta como signo de Dios en el mundo, maestra de la humanidad y educadora del pueblo de Dios en el camino hacia la redención.

La Iglesia, en efecto, nació de la escucha de la Palabra y existe para evangelizar, es decir, para predicar y enseñar el Evangelio en todo el mundo, es decir, el relato de la experiencia pascual.

La Iglesia, mensajera del Evangelio y maestra de humanidad, sitúa a la persona humana y a su comunidad en el centro de su misión. En su obra está iluminada por el Espíritu Santo, que ha guiado a los apóstoles y a María en el camino del anuncio del Evangelio.

Además, utiliza los medios de comunicación para evangelizar y acompañar a la humanidad en su vocación y misión en la historia de la comunicación humana.

- ❖ **La Iglesia nace de la escucha de Dios.** Escucha la Palabra para poderla anunciar: solo quien primero escucha la Palabra puede luego convertirse en su anunciador. En efecto, el cristiano no debe enseñar su propia sabiduría, sino la sabiduría de Dios, que, muchas veces, aparece como escándalo a los ojos del mundo (cf. 1 Cor 1,23).
- ❖ **La Iglesia existe para evangelizar, es decir, para predicar y enseñar.** Según el testimonio de Lucas, la comunidad cristiana nació para predicar la experiencia pascual en todo el mundo (*Hch* 1,6-8; cf. *Mt* 28,16-20) y se presentó al mundo predicando la resurrección (*Hch* 2,14-36): el nuevo pueblo de Dios se dedica a la comunicación del Evangelio. No es casualidad, por tanto, que la predicación de la fe común estuviera también en el origen del proceso de generación de la Escritura. La tradición eclesial dio vida a la palabra escrita: la existencia misma de la Escritura es prueba documental de la preexistencia de la predicación. Dios habló entonces y habla todavía hoy a través de la experiencia de sus testigos, que celebran su fe en el culto y tienen la tarea de hacerla pública.
- ❖ **La Iglesia, creada por la Palabra, vive para escucharla.** El Dios bíblico, el Dios que habla como un amigo, salva reuniendo: hace de sus oyentes su pueblo. Dios no tiene otro modo de salvar que reuniendo a quienes le escuchan. El valor de la vida común, como modo de vivir la salvación de Dios, depende de la capacidad de escucha del creyente y no tanto de la voluntad de Dios de comunicar.
- ❖ **La Iglesia, mensajera del Evangelio y maestra de humanidad, coloca a la persona humana y a su comunidad en el centro de su misión.** Por eso es comunicadora autorizada del plan de Dios. La Iglesia comunica porque ser signo del misterio de Dios en la vida y en la historia humana es su misión y su vocación en el mundo. Lo que, a su vez, nos permite afirmar lo que enseña la *Lumen Gentium*: «Vino, por tanto, el Hijo, enviado por el Padre, quien nos eligió en Él antes de la creación del mundo y nos predestinó a ser hijos adoptivos, porque se complació en restaurar en él todas las cosas (cf. *Ef* 1,4-5 y 10). Así, pues, Cristo, en cumplimiento de la voluntad del Padre, inauguró en la tierra el reino de los cielos, nos reveló su misterio y con su obediencia realizó la redención. La Iglesia o reino de Cristo, presente actualmente en misterio, por el poder de Dios crece visiblemente en el mundo».²⁵

²⁵ Concilio Ecumenico Vaticano II, Constitución dogmática sobre la Iglesia *Lumen Gentium*, Ciudad del Vaticano, 1964, n. 3.

- ❖ **La Iglesia comunica iluminada por el Espíritu Santo**, que guio a los apóstoles y a María por el camino del anuncio del Evangelio. El mismo Espíritu guía a la Iglesia en todo tiempo y lugar para ser la comunidad nacida de Pentecostés, donde la comunicación trinitaria sea el ejemplo para todo tipo de comunicación. Una vez cumplida la obra que el Padre había encomendado al Hijo en la tierra (*Jn 17,4*), el día de Pentecostés fue enviado el Espíritu Santo para santificar continuamente a la Iglesia, para que los creyentes tuvieran así, a través de Cristo, acceso al Padre, en un solo Espíritu (*Ef 2,18*). Este es el Espíritu que da vida, fuente de agua que brota para la vida eterna (*Jn 4,14; 7,38-39*); por medio de él el Padre devuelve la vida a los hombres, muertos por el pecado, hasta que un día resucite sus cuerpos mortales en Cristo (*Rom 8,10-11*).
- ❖ **El Evangelio lo comunican quienes lo han aceptado**. El contenido del Evangelio cristiano es, pues, la experiencia que el mismo apóstol hace de Cristo: «Lo que yo os sirvo no es mío. Lo que vosotros coméis, yo lo como; lo que vosotros vivís, lo vivo yo. En el cielo tenemos nuestra despesa común: de allí viene la Palabra de Dios».²⁶ Evangeliza el que está evangelizado. Esta ley de la predicación apostólica se ve eminentemente en el apóstol Pablo.
- ❖ **Según la Iglesia, la historia de las comunicaciones humanas se asemeja a un largo camino que conduce a la humanidad** «“desde el orgulloso proyecto de Babel y la caída en la confusión e incomprensión mutua que produjo (cf. *Gén 11, 1-9*), hasta Pentecostés y el don de lenguas: una restauración de la comunicación, centrada en Jesús, bajo la acción del Espíritu Santo. En la vida, muerte y resurrección de Cristo, el fundamento último y el primer modelo de la “comunicación entre los hombres lo encontramos en Dios que se ha hecho hombre y hermano”».²⁷

²⁶ Agustín, *Sermón 95*, n. 1.

²⁷ Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales, *La Iglesia e Internet*, Ciudad del Vaticano, 2002, n. 2.

7

MARÍA, EJEMPLO DE COMUNICADORA

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

«La Santísima Virgen, predestinada desde toda la eternidad como Madre de Dios juntamente con la encarnación del Verbo, por disposición de la divina Providencia, fue en la tierra la Madre excelsa del divino Redentor, compañera singularmente generosa entre todas las demás criaturas y humilde esclava del Señor. Concibiendo a Cristo, engendrándolo, alimentándolo, presentándolo al Padre en el templo, padeciendo con su Hijo cuando moría en la cruz, cooperó en forma enteramente impar a la obra del Salvador con la obediencia, la fe, la esperanza y la ardiente caridad con el fin de restaurar la vida sobrenatural de las almas. Por eso es nuestra madre en el orden de la gracia» (Lumen Gentium, 61).

La Virgen María, Madre de Jesús y de la Iglesia, es modelo de comunicación. Ella se pone al servicio de su Hijo, lo acompaña durante todo el camino de su vida, hasta su muerte y resurrección.

En Caná, en Galilea, María es la comunicadora de las relaciones humanas. Al pie de la cruz, ella es la comunicadora de la fe en el plan de Dios para cada uno de nosotros.

En el Cenáculo, después de la resurrección, la vemos presente en silencio entre los discípulos de Jesús.

- ❖ **La Virgen María, Madre de Jesús y de la Iglesia, es modelo de comunicación.** María es comunicadora de la gracia de Dios, a partir de su «sí» incondicional y amoroso, dirigido a aquel que la escogió como su elegida.

María anuncia a Isabel que ha sido elegida para ser la madre de Jesús, del Salvador (Lc 1,39-56). La relación interpersonal entre ellas es un encuentro entre dos mujeres profundamente involucradas en el amor de Dios. Un intercambio entre hermanas, una comunicación de atención y cuidado que una tiene por la otra.

- ❖ **En Caná de Galilea, María es comunicadora de las relaciones humanas,** de la empatía, de la sensibilidad y de la apertura. Interpreta la situación con fe, saliendo de sí misma y proyectándose hacia los demás: «Faltó el vino, y la madre de Jesús le dice: “No tienen vino”» (Jn 2,3). Valorar el grupo, saber vivir en comunidad, participar de sus ritos y sumarse a la alegría de los invitados. Su comunicación con Jesús y con los invitados a la fiesta se caracteriza por una autoridad amable, activa, firme y creativa: «La madre dice a los sirvientes: «Haced lo que él os diga» (Jn 2,5).

María toma la iniciativa, da el primer paso, dialoga, pregunta, escucha y actúa para encontrar una solución a la falta de vino. María, comunicadora ejemplar, muestra una sensibilidad específica hacia los demás y una actitud activa inmediata arraigada en el orden racional de las cosas.

- ❖ **Al pie de la cruz (Jn 19,25-27), ella es la comunicadora de la fe en el plan de Dios para cada uno de nosotros.** Fiel al amor que se da más allá de toda lógica humana, nos enseña a comunicar la redención de Dios en la historia y a compartir la esperanza que nunca tendrá fin, porque encuentra su fuente de luz en Cristo resucitado.

- ❖ **En el Cenáculo, María está silenciosamente presente entre los discípulos de Jesús.** En los Hechos de los Apóstoles (1,14), Lucas menciona la humilde presencia de María durante la efusión del Espíritu Santo. Es una mujer de comunión, de integración en la comunidad; se inserta entre los discípulos como mujer y como Madre de Jesús interactúa, escucha, ora, acompaña, participa en la comunidad que está naciendo. Aunque es Madre de Jesús, no se sitúa por encima de los discípulos. Se comunica con su presencia amigable y humilde, con su profundo sentido de comunidad.

8

SAN FRANCISCO DE SALES: TODO POR AMOR

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

«Por lo demás, una de sus afirmaciones más célebres, «el corazón habla al corazón» (...) Ello demuestra que para él [san Francisco de Sales] la comunicación nunca debía reducirse a un artificio – a una estrategia de marketing, diríamos hoy –, sino que tenía que ser el reflejo del ánimo, la superficie visible de un núcleo de amor invisible a los ojos». (Mensaje del Santo Padre Francisco para la 57 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales).

La figura de san Francisco de Sales, elegido por Don Bosco como ejemplo de comunicador, enseña que comunicar es una cuestión del corazón.

En su expresión «Todo en la Iglesia es amor: todo vive en el amor, por amor y de amor», entendemos su revolución en la manera de comunicar, y cómo la comunicación se vuelve fecunda cuando permite la comunión y el intercambio de las propias experiencias en un camino de acompañamiento y colaboración en el plan de Dios.

Con esta visión arraigada en la experiencia del don y la gratuidad del amor de Dios, Francisco de Sales abrió un camino original de espiritualidad, arte comunicativo y acción pastoral.

❖ **«Todo en la Iglesia es amor: todo vive en el amor, por amor y de amor».**²⁸

Es con esta expresión que san Francisco de Sales, único en su tiempo, inició una verdadera revolución en la forma de comunicar. La palabra comunicación es la clave de la teología y espiritualidad del santo, que hizo una peregrinación interior en la búsqueda sabia y amorosa de Dios.²⁹

❖ **La comunicación, como clave interpretativa de la vida y doctrina de san Francisco de Sales,**

remite a una riqueza y multiplicidad de aspectos que encuentran su fundamento en la teología del misterio trinitario, al que el hombre está llamado por gracia y vocación a participar. Francisco de Sales encarna un modelo de comunicación que, tanto en sus contenidos como en su dinámica, se inspira en el Evangelio. Para él, comunicar significa donarse a los demás, hacerlos partícipes de las propias experiencias y establecer amistades auténticas. De hecho, la comunicación solo es eficaz cuando se es capaz de crear vínculos, oportunidades de encuentro y proximidad. La comunicación es fructífera cuando permite la comunión, el intercambio de las propias experiencias. Francisco parte de un principio fundamental: Dios comunica por amor. Este amor es un don de Dios para sus criaturas, que responden libremente con espíritu filial, entrega amorosa y compromiso gozoso, que se traduce en un camino de santidad en la colaboración con el plan de Dios en el mundo.

❖ **Con esta visión arraigada en la experiencia del don y de la gratuidad del amor de Dios,**

Francisco de Sales abrió un camino original de espiritualidad, arte comunicativo y acción pastoral. San Francisco es un comunicador que vivió su vida y creó sus obras con creatividad e intensidad. Esto demuestra su manera importante y decisiva de comunicar, que sigue siendo vigente hoy: vivir una vida espiritual abierta al dinamismo interior del corazón y del alma en unión con Dios al servicio de los demás.³⁰

²⁸ Francesco di Sales, *Il Trattato dell'amore di Dio*, Prefazione, Ciudad Nuova, Roma, 2011, p. 84.

²⁹ «La historia de la humanidad está marcada por su incesante actividad de búsqueda. Decía un sabio de Israel: «Yo, Qohélet, fui rey de Israel en Jerusalén. Me dediqué a investigar y a explorar con método todo lo que se hace bajo el cielo. ¡Triste tarea ha dado Dios a los humanos para que se ocupen en ella!» (Ecl 1,12-13). El deseo de conocer constituye, sin duda, una de las características del ser humano, reconocida y apreciada ya por los antiguos filósofos porque hace que la misma existencia sea creativa, útil y mejor» (Pontificia Comisión Bíblica, «¿Qué es el hombre?» (Sal 8,5). *Un itinerario de antropología bíblica*, Libreria Editrice Vaticana, Ciudad del Vaticano, 2019).

³⁰ Vincenzo Marinelli, *Francesco di Sales comunicatore. Ricostruzione della teologia della comunicazione salesiana e suo contributo per la prassi pastorale contemporanea*, PUL, Roma, 2019, pagg. 26-28.

9

HABITAR AMIGABLEMENTE LA CULTURA DIGITAL HOY

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

«A medida que el mundo se vuelve cada vez más digital y virtual, todos tenemos la responsabilidad de profundizar, con nuestros educadores, las directrices para establecer una sana relación entre las personas y la tecnología, con especial atención al cuidado de la creación, a la dignidad y a los derechos, a la ética de la economía y de la política. El objetivo es salvaguardar la Casa Común a través de la fraternidad, como ha propuesto el papa Francisco a partir de la encíclica Laudato Si' y del Pacto Educativo Global» (Carta Caminando con los jóvenes en la cultura digital, n. 13, ACG 440).

Habitar la cultura digital con estilo salesiano es el compromiso principal y el corazón de toda actividad comunicativa. Se realiza ante todo siguiendo el modelo de la propia pedagogía de Dios: amistad, cercanía, acogida, escucha, comunión fraterna y corresponsabilidad.

El ejemplo de Don Bosco, a gusto con el cambio, pide a los salesianos que sepan moverse con los tiempos, atentos a los cambios sociales y culturales, siguiendo de cerca el desarrollo de los jóvenes, abiertos a las ciencias y a la tecnología en constante progreso.

Son principalmente los adolescentes quienes experimentan la realidad digital con sus grandes desafíos y oportunidades, creciendo como protagonistas con una mentalidad y un comportamiento típicamente nuevos. Son ellos los primeros afectados por el complejo escenario económico, político y social que amenaza el presente y el futuro, para vivir una espiritualidad y una relación con Dios, sin necesariamente estar atados a rituales ni pertenecer a una religión específica. Por ello, nos corresponde buscarlos en los diferentes entornos donde viven.

- ❖ **Los jóvenes son el corazón de la misión comunicativa salesiana.** Don Bosco desarrolló el Sistema Preventivo, subrayando fuertemente este valor. «Él orienta decididamente su obra hacia la juventud; escoge conscientemente ofrecerse con disponibilidad para acoger a los muchachos y a los jóvenes “en riesgo”: de cara a su liberación integral, esta opción se convierte en el criterio de su planteamiento evangelizador. La prioridad por “los jóvenes, especialmente los más pobres” – son palabras de Don Bosco – es también nuestra opción determinante».³¹
- ❖ **Don Bosco, profundamente consciente de la realidad dinámica de la juventud, pidió a los salesianos saber moverse al ritmo de los tiempos.** La Congregación Salesiana, atenta a los cambios sociales y culturales de las diferentes sociedades, sigue de cerca el desarrollo de los jóvenes a través de una visión organizativa de la pastoral, con capacidad de interpretar las realidades juveniles, cambiar paradigmas y emprender el camino de la conversión pastoral y de la sinodalidad. La comunicación se sitúa en esta dinámica de escucha de los signos de los tiempos, profundizando en los lenguajes juveniles, los códigos de comunicación, la formación de los grupos, el uso moderno de la comunicación.
- ❖ **Las ciencias sociales, los documentos de la Iglesia y de la Congregación Salesiana dan testimonio** de que vivimos en una realidad vasta y compleja en el mundo de la comunicación, en la actual era de la información, de Internet, de las redes sociales y de la inteligencia artificial.³² La Iglesia reconoce que estas realidades, sin embargo, no conciernen a todas las personas en todas partes del mundo. En muchos lugares pobres, el acceso a Internet y a las redes sociales es muy precario o incluso inexistente. La brecha digital todavía está presente en muchos países del mundo. Debe considerarse el contexto general y global del desarrollo de la comunicación digital. También debemos tener en cuenta que la comunicación no se limita únicamente a la tecnología, sino que se manifiesta a través de los rituales humanos, la cultura, el arte y las expresiones cotidianas que las personas utilizan para comunicarse con otros miembros

³¹ Dicasterio para la Pastoral Juvenil Salesiana, *La Pastoral Juvenil Salesiana. Cuadro de Referencia*, Direzione Generale Opere Don Bosco, Roma, 2014, pp. 64-65.

³² Sínodo de los Obispos, XV Asamblea General, Documento final “*Los jóvenes, la fe y el discernimiento vocacional*”, Ciudad del Vaticano, 2021.

de la comunidad. Asimismo, se debe evaluar el uso de medios de comunicación tradicionales (radio, TV, periódicos, multimedia) que operan digitalmente o que están haciendo la transición a lo digital. Hay regiones en el mundo que, a pesar de la presencia de teléfonos móviles e Internet, aún no cuentan con una estructura de tecnologías de la información y conexiones de calidad.

Finalmente, en algunos países existe control de la comunicación, los sitios y las redes sociales por parte de gobiernos opresivos y antiliberales. En otras palabras, la justicia y la libertad en el mundo también pasan por el acceso a la tecnología de la comunicación.

❖ **La tecnología va de la mano con el progreso de la humanidad, juega un papel fundamental en el desarrollo de la ciencia, del conocimiento,**

de los grandes descubrimientos y hace un inmenso aporte a la educación, la salud, la democracia, la justicia y la paz. Por eso, el mundo digital está destinado a crecer, a volverse más sofisticado y más rápido, especialmente con la inteligencia artificial. Pero es responsabilidad de cada ciudadano y de cada cristiano educarse éticamente para ser protagonistas del uso de la tecnología para el bienestar y seguridad de sus hijos, de la familia, de la comunidad y de la sociedad en general.

Por todos estos motivos, considerando el contexto comunicativo en el que viven nuestros jóvenes, subrayamos la importancia de comprender las dinámicas de la cultura digital para educar y evangelizar con eficacia y profundidad.

❖ **Los adolescentes y jóvenes experimentan la realidad digital con sus grandes desafíos y oportunidades,**

crecen con una mentalidad y un comportamiento típicamente nuevos, utilizan el lenguaje y la lógica digitales, hacen múltiples cosas al mismo tiempo, responden emocional y socialmente a la velocidad y a la instantaneidad de Internet y se ven afectados por el complejo escenario económico, político y social que amenaza el presente y el futuro.

Sin embargo, todos estamos inmersos en esta realidad a nivel físico, emocional y social. Vivimos en este *hábitat* digital día y noche. Hablamos con personas por teléfono, grabamos y enviamos vídeos, compramos, gestionamos nuestras cuentas bancarias, documentos, viajes, organizamos proyectos de trabajo, agendas de empresa, educación y entretenimiento. Prácticamente, vivimos en una verdadera realidad digital. Y es absolutamente imposible separar el mundo real del virtual.

- ❖ **Los jóvenes en la cultura digital forman una red de imágenes, sonidos e interactividad.** Son nativos de una realidad donde lo «real» y lo «virtual» son uno y donde la imaginación habla un lenguaje multidimensional. Para ellos, Internet y las redes sociales son lugares de estudio, investigación, promoción personal y profesional, amistades y entretenimiento.

Las nuevas generaciones, dentro de este ecosistema, están construyendo la cultura digital, con todas sus posibilidades y desafíos, a nivel personal y comunitario.³³ Viven frente a amenazas como el individualismo y el relativismo; manifiestan dolencias que adoptan rasgos de autorreferencialidad, indiferencia, falta de respeto hacia la naturaleza, hasta las diversas formas de dependencia de los algoritmos que gestionan el funcionamiento de Internet; sufren el problema de la privacidad (*privacy*), la seguridad y la violencia.

Lo digital refleja el complejo escenario económico, político y social, donde la pobreza, la violencia, la guerra, la indiferencia hacia los demás, el individualismo, la injusticia, la falta de trabajo y la crisis climática constituyen una amenaza para el presente y el futuro.

En este contexto de grandes cambios sociales y culturales debido a las tecnologías de la información, el Evangelio sigue siendo fuente de valores para el desarrollo de una comunicación humana, fraterna y sana. Por eso es importante poner la comunión y la fraternidad en el centro de cualquier forma de comunicación, manteniendo una ética que asegure el respeto a la persona humana y a toda la comunidad. Esto es fundamental para conseguir que la comunicación sea siempre un medio y nunca un fin.

- ❖ **Los jóvenes, en la cultura digital, son protagonistas.** Son nativos digitales, aportan sensibilidad y percepción de las relaciones humanas como interacción; poseen los códigos culturales para ingresar instantánea y rápidamente al universo de la imagen y el sonido; conocen la gramática de palabras y símbolos para crear sus mensajes y compartirlos; poseen un lenguaje de gran expresividad emocional, visual y simbólica, y se comunican a través de una auténtica enciclopedia de palabras que les permiten dialogar con la realidad y dar sentido a sus sensaciones y

³³ Sínodo de los Obispos, Documento final de la Reunión pre sinodal en preparación a la XV Asamblea General Ordinaria, «*Los jóvenes, la fe y el discernimiento vocacional*», Ciudad del Vaticano, 2018, n. 4.

percepciones. También son capaces de dominar herramientas tecnológicas básicas, integrando fotografía, video, sonidos y palabras, publicando sus mensajes en los amplios y complejos contextos de las redes sociales.

Utilizan el universo virtual para navegar por los canales donde se encuentran contenidos educativos, información sobre arte, salud, política, moda, alimentación y afectos; utilizan las tecnologías de la información para estudiar, trabajar, investigar, crear sus políticas relacionales y laborales; navegan y crean un universo para compartir sus sueños, sus miedos, sus esperanzas y su visión del futuro.

Los jóvenes en nuestros entornos educativos y pastorales son verdaderos comunicadores, tanto a través de las relaciones humanas y de amistad, como al utilizar creativamente la tecnología y las redes para estudiar, investigar, compartir vínculos emocionales o su visión del mundo.

Muchos jóvenes utilizan las tecnologías digitales para crear su propio negocio profesional, formando redes de promoción, marketing, organizando grupos para compartir ideas y proyectos sobre música, cine, danza, deporte, para generar redes de solidaridad e incentivar acciones Sociales, promover la ecología y la paz, comprometerse con causas sociales, políticas y culturales.

Muchos jóvenes utilizan lo digital para difundir la Palabra de Dios, la liturgia, la devoción a los santos, el conocimiento de los documentos de la Iglesia y la difusión de noticias comunitarias y grupales.

❖ **La gramática comunicativa de los jóvenes en el mundo digital no sigue una linealidad**, ni una jerarquía de conceptos; al contrario, es un lenguaje fragmentado, donde también tienen valor los símbolos y los rituales.

La inteligencia múltiple y emocional de los jóvenes revela un estilo de comunicación, el deseo de estar siempre conectados, el sentido de pertenencia a un grupo, la necesidad de crear códigos para expresar sentimientos, emociones y formas de percibir el mundo. Los lenguajes del arte, la música, el vídeo, el cine, etc. hablan de interactividad, inmersión e instantaneidad y, por tanto, se desarrollan siempre en un entorno, en un ecosistema de relaciones.

La corporeidad, manifestada a través de los cinco sentidos, constituye un canal privilegiado para que los jóvenes se comuniquen y creen sus propios mensajes. En este sentido, el cuerpo se convierte en el lugar del mensaje, por lo que son muy comunes el uso de tatuajes, la atención a

la moda, la estética y las manifestaciones visuales externas. La corporalidad se convierte así en la expresión de la política comunicativa de cada joven.

Los jóvenes experimentan una espiritualidad, una relación con Dios, sin estar necesariamente vinculados a rituales ni pertenecer a una religión específica. Precisamente por eso, la comunicación debe favorecer un proceso en el que los jóvenes puedan verbalizar sus experiencias de lo sobrenatural y así tomar mayor conciencia de su camino de fe.

Los jóvenes también demuestran una gran sensibilidad hacia la cocina, la moda y el entretenimiento. Tienen una imaginación notable y una fuerte expresión de sus deseos, que se materializan a través de símbolos y se vuelven importantes para ellos. Por tanto, debemos buscarlos en los diferentes entornos en los que viven, en su forma de comer los alimentos que prefieren, en la música que escuchan, etc.

El lenguaje de los jóvenes sigue una lógica digital, porque el mundo digital está formado por una enciclopedia de símbolos que utilizan para comunicarse (por ejemplo, las Apps).

- ❖ **Este lenguaje da acceso a un universo de información y contenidos que abordan siempre de forma integrada, instantánea e interactiva** (ver una película, escuchar música, comprar comida *online*, etc.). Los jóvenes acceden a un universo de informaciones (científicas, educativas, de investigación... por ejemplo a través de Google). Además, utilizan lo digital para compartir información con amigos, con profesores, creando así una red de intercambio de información y conocimientos, recibiendo actualizaciones de lo que sucede en la sociedad a nivel político, social, económico, religioso y en el mundo del entretenimiento.

10

LA RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN Y LA ACCIÓN EDUCATIVA Y EVANGELIZADORA

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

«Nuestra misión participa en la misión de la Iglesia, que realiza el plan salvífico de Dios, la venida de su Reino, llevando a los hombres el mensaje del Evangelio en íntima unión con el desarrollo del orden temporal. Educamos y evangelizamos siguiendo un proyecto de promoción integral del hombre, orientado a Cristo, hombre perfecto. Fieles a la idea de Don Bosco, nuestro objetivo es formar “honrados ciudadanos y buenos cristianos”». (Constituciones, art. 31).

Estamos ante un capítulo clave y sustancial, donde se presentan las bases de la comunicación en sintonía con la visión evangelizadora y educativa salesiana.

Dado que el ser humano vive inmerso en la búsqueda del sentido de la vida y de su lugar en un mundo ahora mediático y en red, la comunicación juega un papel fundamental a partir de la evangelización y de la educación. Involucra diversos aspectos coherentemente interconectados, y aunque se fundamenta en los valores del Evangelio, dialoga con la cultura y las culturas, con una actitud educativa, ofreciendo principios para una comunicación integral. Está abierto al trabajo en red y a la colaboración con los laicos y la Familia Salesiana.

El capítulo también analiza la metodología de la comunicación salesiana, la importancia de la Comunidad Educativo-Pastoral, del proyecto pastoral y del trabajo realizado con mentalidad educativa y pastoral, de acuerdo con las directrices del Cuadro de Referencia de la Pastoral Juvenil.

- ❖ **El ser humano vive en busca del sentido de la vida y de su lugar en un mundo mediático y en red.** La vocación de la persona humana es su realización y su felicidad. Para ello, todos están llamados a responder responsablemente a su vocación a la vida, al amor y al servicio a los demás para contribuir al desarrollo de las personas.

La construcción de la persona requiere un compromiso basado en valores humanos y cristianos como la verdad, la fraternidad, la colaboración y la responsabilidad hacia la vida, los demás y el medio ambiente. Lamentablemente, la realidad que viven muchas personas no favorece el progreso de la dignidad humana, el crecimiento personal e institucional de la sociedad. A veces, el entorno digital y los medios de comunicación tradicionales y las ideologías que se esconden en ellos crean desinformación, *fake news* (noticias falsas), manipulación y explotación de las personas. Dentro del universo comunicativo, la pobreza, el individualismo, el relativismo ético, la indiferencia hacia los demás y hacia el medio ambiente aumentan, creando una especie de descenso a los infiernos: violencia, corrupción política, codicia de los grupos económicos, etc.

- ❖ **En este contexto de debilitamiento de instituciones como la familia y de desintegración social y cultural,** los jóvenes son los primeros en enfrentar crisis existenciales, económicas y éticas, perdiendo a menudo el sentido de la vida y convirtiéndose en simples consumidores de las ideologías comerciales que dominan los medios de comunicación, y redes sociales en particular.

La fragmentación existencial y ética y la secularización destruyen valores como la familia, las relaciones interpersonales, las tradiciones culturales y la práctica religiosa, aumentando la distancia entre fe y cultura, fortaleciendo así el llamado mundo sin Dios, o poscristianismo.

- ❖ **Los seres humanos, sin embargo, llevan en su corazón el deseo de ser felices, de dar sentido a su propia vida** y de encontrar motivos para vivir, amar, trabajar y tener un futuro.

Inmersos de lleno en el mundo de la comunicación, los jóvenes buscan lenguajes, símbolos, formas de expresarse, sus alegrías y esperanzas, sus miedos e incertidumbres. En su recorrido por el inmenso universo de las redes sociales e Internet buscan la amistad, el encuentro fraterno, el acompañamiento en el descubrimiento y la vida de fe, la vocación a amar y a entregarse a un proyecto existencial que dé gozo y sentido a la vida.

- ❖ **La evangelización es la fuente y el origen de la comunicación salesiana.** A través de la fe, las personas se abren a una nueva realidad y em-

prenden un camino de descubrimiento de significados que les dan razones para vivir y amar. Históricamente, el camino de la fe exige una apertura a Dios, a una Persona, al Misterio.

Jesucristo y su mensaje son el centro de la propuesta y comunicación para los jóvenes de todos los tiempos: el encanto de su persona, la profundidad de su mensaje, la autenticidad de su vida, su fidelidad al plan del Padre. Su amor por los pobres y por los pecadores no conoce fronteras, su muerte y resurrección son siempre el fundamento y la innovación que alimentan la evangelización e iluminan la comunicación salesiana. A través de la experiencia de Cristo, los jóvenes encuentran su profundidad humana, desarrollan sus dones en el servicio a los demás, maduran en la comunión fraterna, en el encuentro, en la escucha y en el sentido de servicio en la familia y en la comunidad. En su experiencia de dolor, sufrimiento y angustia, el joven, creyendo en Cristo, encuentra un horizonte de esperanza y redención para la humanidad.

- ❖ **Don Bosco lleva a cabo una evangelización profundamente cristológica:** en el encuentro con Cristo, el joven construye su camino de compromiso humano y espiritual.

El Evangelio inspira y guía la experiencia práctica de la espiritualidad que se expresa en una vida alegre, comprometida, creativa y al servicio de los demás.

Con el trinomio razón-religión-amor, Don Bosco crea en Valdocco una experiencia de evangelización educativa, basada en el carisma salesiano, que es criterio comunicativo a todos los pueblos y a todas las culturas. A partir de esta antropología cristiana que ve al joven como un don de Dios, artífice de su camino espiritual y formativo, Don Bosco crea un sistema original de evangelización y educación, estableciendo un diálogo con la cultura, involucrando a los laicos y a los diferentes componentes de la sociedad, promoviendo el mensaje del Evangelio a través de sus escritos, el *Boletín Salesiano* y las artes. Esta síntesis, define el estilo de Don Bosco como comunicador.

- ❖ **La centralidad del carisma salesiano es la opción por los jóvenes, especialmente los más pobres.** Este es el don carismático dado a Don Bosco a través del Espíritu Santo. Esta es la opción principal de nuestra misión como educadores y como comunicadores.

El papa Francisco, en su mensaje al Capítulo General de 2020, nos habló de «la opción Valdocco y el carisma de la presencia», que caracterizó como el «sacramento salesiano de la presencia». Esto significa, ante todo,

estar para los jóvenes, vivir por ellos y educarlos con una pedagogía de escucha, de diálogo, de procesos en evolución.

El Papa escribe que «antes, incluso que, de cosas a hacer, el Salesiano es recuerdo vivo de una presencia donde la disponibilidad, la escucha, la alegría y la dedicación son las notas esenciales para suscitar procesos. La primera llamada es la de ser una presencia gozosa y gratuita en medio de los jóvenes».

Nuestro ser discípulos del Señor, nuestro modo auténtico y profundo de ser apóstoles de los jóvenes, pasa, ante todo, a través de nuestro “estar en medio de la gente”, de modo especial en medio de los chicos y de los jóvenes». El término sacramento expresa el ser de la Iglesia, y de los dones de Gracia a ella confiados, para una perpetuación histórica del Misterio Pascual, para que el destino universal de la oblación del Señor pueda ser pleno y eficaz.³⁴

A – LA COMUNICACIÓN SE REALIZA A PARTIR DEL DIÁLOGO ENTRE EVANGELIZACIÓN Y EDUCACIÓN

❖ **La evangelización involucra varios aspectos coherentemente interconectados**, necesarios para que la comunicación pueda llevar a cabo su misión de manera íntegra y colaborativa. La evangelización es esencialmente el anuncio explícito de la persona del Señor Jesucristo.

La evangelización se compone de tres aspectos fundamentales: la experiencia de Cristo, el testimonio y el anuncio. El creyente vive una vida nueva en la gracia, se nutre de la Palabra, de la Eucaristía, de la oración personal y comunitaria; testimonia la vocación y la misión de servir a los demás en caridad y servicio fraterno; anuncia la Persona de Cristo, el Reino; participa en la misión evangelizadora y misionera de la Iglesia.

Al vivir, testimoniar y anunciar el Evangelio de la alegría, el comunicador transmite el mensaje de Cristo y de la Iglesia en el mundo, denunciando todas las injusticias y todo lo que va contra la vida y la dignidad de la persona y de su ambiente, y proclama la primacía de la vida y de la fe

³⁴ Francisco, *Mensaje a los participantes en el Capítulo General de los Salesianos*, 4 marzo 2020. El padre Pascual Chávez, en un artículo para la revista *Rassegna CNOS*, retoma el mensaje del Papa Francisco sobre la “opción Valdocco” y el “carisma de la presencia” y lo vincula con la tercera propuesta del Rector Mayor sobre el “sacramento salesiano” de la presencia. Él subraya la dimensión cristológica y eclesial del término Sacramento.

cristiana: «Yo he venido para que todos tengan vida y la tengan en abundancia» (cf. *Jn* 10,10).

- ❖ **La comunicación salesiana se inspira en los valores del Evangelio y se fundamenta en la persona de Jesucristo;** su pedagogía se basa en la forma en que Jesús se comunica con las personas, se organiza tomando como ejemplo el modelo comunitario y colaborativo y construye su metodología comunicativa a través del lenguaje, los símbolos, las relaciones humanas y culturales. Además, utiliza las tecnologías de la información, Internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías y metodologías de la comunicación, siempre en diálogo con el Evangelio y el sistema educativo de Don Bosco.

En esta tarea, la persona de Jesucristo y su mensaje son los principios que guían e iluminan la educación. El *Cuadro de Referencia* afirma al respecto: « El Evangelio es guía en la búsqueda de identidad y de sentido, iluminación para la formación de la conciencia; se presenta como modelo excelente por la autenticidad del amor, y ofrece el horizonte más claro y comprometido de la dimensión social de la persona».³⁵

El Evangelio inspira y guía criterios de juicio, orienta las opciones fundamentales de vida, ilumina la conciencia ética pública y privada, regula las relaciones interpersonales y proporciona indicaciones para vivir y realizar los proyectos. La dignidad de la persona se eleva en la interacción con la fe.

- ❖ **De este modo la comunicación, en diálogo con la educación y la evangelización,** se enriquece profundamente desde el punto de vista antropológico, ofreciendo principios para una visión completa de la persona humana, trazando un camino hacia la experiencia de lo divino basado en los valores de Evangelio y en la persona de Jesucristo.
- ❖ **En su diálogo con la educación y la evangelización,** la comunicación social fundamenta su propuesta educativa en la realidad existencial y actual de los jóvenes de todas las sociedades y culturas. En este diálogo, la comunicación encuentra la base de su psicodinámica: quién comunica, cómo, por qué, qué medios de comunicación y mediación utiliza, qué mensaje intenta transmitir. Esto significa que, a partir de los principios y de la metodología de la educación, con todos sus instrumentos hermenéuticos, la comunicación tiene la misión de inspirarse en los valores del Evangelio y traducirlos en las realidades socio psicológicas

³⁵ Dicasterio para la Pastoral Juvenil Salesiana, *La Pastoral Juvenil Salesiana. Cuadro de Referencia*, Dirección General Obras Don Bosco, Roma- Madrid, 2014, p. 43.

de los jóvenes, respetando la psicodinámica del crecimiento humano y la gradualidad de los procesos de formación.

- ❖ **La educación es, por tanto, un modo para desarrollar todas las dotes y capacidades de los jóvenes**, permitiéndoles ser sujetos de su propia formación y madurar en la psicodinámica cognitiva y afectiva. La educación se convierte en una verdadera unión, un itinerario de diálogo, de intercambio amigable que facilita el crecimiento integral de los jóvenes. Desde el punto de vista salesiano, la mediación cultural y pedagógica debe estar al servicio de la persona: «Si la educación pone en el centro a la persona cuidando la armonía de las diversas dimensiones, las estructuras o las instituciones son sus mediaciones, en respuesta a las necesidades de jóvenes y adultos a los que nos dirigimos (cf. Const. 26). Se reconoce, por tanto, la función preciosa de todas las intervenciones educativas en la educación de la fe: tienen la misión de activar, sostener y mediar en el proceso de salvación».³⁶

Con un consistente fundamento antropológico cristiano, «la educación para la madurez humana y cristiana evoca inmediatamente la perspectiva pedagógica: es una ayuda para proponer el Evangelio con realismo educativo y pedagógico».³⁷

- ❖ **En el diálogo entre evangelización y educación, los procesos y las actividades realizadas van de la mano con los jóvenes.** Esto significa que el proceso educativo «se traduce como esfuerzo por ofrecer la propuesta evangélica de modo existencialmente significativo, esto es, para sintonizarla con los problemas vitales del joven y, más en general, con la búsqueda de sí mismo. Dado que la educación es un proceso y está llamada a adaptarse continuamente a la evolución tanto de la persona como de la cultura, debe transmitir una sensación de gradualidad del camino y ayudar a programar itinerarios; debe ser capaz de realizar una función crítica positiva en lo que se refiere a ciertas formas de evangelización que puede pecar de ingenuidad y de abstracción; está invitada a estimular, en la planificación pastoral, una conciencia pedagógica».³⁸ De este modo, «la evangelización parece atravesada por las instancias de la educación, donde puede resonar el Evangelio de Jesucristo, como condición para que sea acogido en su verdad».³⁹

³⁶ *Ibidem*, p. 60.

³⁷ *Ibidem*, p. 61.

³⁸ *Ibidem*, p. 62.

³⁹ *Idem*.

- ❖ **El fundamento teológico pastoral del diálogo entre evangelización y educación salesiana** es un aspecto fundamental de la identidad y metodología de la comunicación social salesiana.

La pastoral juvenil salesiana constituye la base de este diálogo y guía la relación entre acción educativa y acción evangelizadora. Este fundamento se basa en la «centralidad de la persona en la antropología cristiana con implicaciones educativas». «La educación se asume en su acepción amplia y comprensiva: como crecimiento de la persona y como conjunto de mediaciones que se ponen a su servicio para hacerla consciente de su identidad, ayudarla a abrazar cuanto de bueno ha puesto el Creador en ella, y abrirla al sentido y al misterio». Por tanto, se afirma claramente la «centralidad de la educación como mediación privilegiada al servicio de las personas».⁴⁰

B – LA COMUNICACIÓN EN DIÁLOGO CON LA CULTURA

- ❖ **La comunicación al servicio de la evangelización se sitúa en un movimiento de continua inculturación** del mensaje cristiano en las diversas realidades de la vida comunitaria. Esto significa que la comunicación dialoga con principios bíblicos y educativos como la pedagogía de la escucha, del diálogo, de la acogida, del discernimiento y de la sinodalidad.
- ❖ **La Iglesia, en el documento conciliar *Gaudium et Spes*, expresa claramente cómo**, a lo largo del tiempo y de la historia, ha utilizado las categorías filosóficas y antropológicas de los grandes pensadores para construir un diálogo entre el Evangelio y la realidad humana y cultural, demostrando el dinamismo y su apertura al diálogo entre fe y razón, religión y cultura, Iglesia y sociedad. El documento afirma que la Iglesia «desde el comienzo de su historia, aprendió a expresar el mensaje cristiano con los conceptos y en la lengua de cada pueblo y procuró ilustrarlo además con el saber filosófico. Procedió así a fin de adaptar el Evangelio a nivel del saber popular y a las exigencias de los sabios en cuanto era posible».⁴¹
- ❖ **La Iglesia, considerando la diversidad cultural en la que está llamada a evangelizar**, sabe valorar la cultura y la historia de los pueblos de todas

⁴⁰ *Ibidem*, p. 60.

⁴¹ Concilio Ecuménico Vaticano II, Constitución pastoral sobre la Iglesia en el mundo contemporáneo, *Gaudium et Spes*, 1965, Ciudad del Vaticano, n. 44.

partes, estableciendo una metodología evangelizadora basada en el concepto de inculturación del Evangelio: «Porque así en todos los pueblos se hace posible expresar el mensaje cristiano de modo apropiado a cada uno de ellos y al mismo tiempo se fomenta un vivo intercambio entre la Iglesia y las diversas culturas».⁴²

C – UN ENFOQUE INTERDISCIPLINARIO PARA DIALOGAR CON LO DIGITAL

❖ **Durante los últimos treinta años se han publicado numerosos estudios sobre los aspectos psicológicos, filosóficos, sociales y educativos de la realidad digital y virtual.** Asistimos a un debate constante que cuestiona si realmente estamos viviendo la primacía de las tecnologías, si el mundo virtual se está convirtiendo en una nueva religión, si podemos seguir viviendo inmersos en el hábitat digital sin una ética que nos ofrezca seguridad, libertad, responsabilidad y justicia.⁴³

Es importante señalar que uno de los grandes desafíos destacados por los estudiosos de lo digital y del virtual es cómo establecer un diálogo sólido a nivel epistemológico con las diversas ciencias. Hay intentos de diálogo, por ejemplo, entre filosofía y virtualidad, psicología e inteligencia artificial, teología y neurociencia. Es precisamente en este punto donde encontramos grandes impasses y grandes desafíos. Por ejemplo, la inteligencia artificial se comunica muy bien con la neurociencia, porque favorece la relación del cerebro humano con la lógica digital y virtual. Esta relación fomenta la lógica de la automatización, pero encuentra un obstáculo muy grave en relación con el libre albedrío de la persona, de la conciencia, de la libertad.

Es importante descubrir cómo establecer un diálogo entre la antropología, la filosofía, la psicología humanística, cognitiva, la libertad, la conciencia, el libre albedrío, especialmente en el caso del psicoanálisis (el papel del inconsciente), con la neurociencia y la inteligencia artificial. Será un gran desafío para el futuro.⁴⁴

⁴² *Idem.*

⁴³ Carlo Bordonì (a cura di), *Il primato delle tecnologie. Guida per una nuova iperumanità*, Mimesis, Milano, 2020.

⁴⁴ Byung-Chul Han, *Le non cose. Come abbiamo smesso di vivere il reale*, Einaudi, Torino, 2022.

- ❖ **En el contexto de la transformación digital y el uso de la inteligencia artificial, la tecnología nunca es neutral.** Lo virtual emerge dentro del complejo universo del desarrollo del capital, la política, las diferentes ideologías de los grupos, la dominación de las empresas que, a través de sus investigaciones, tienen el control de la estructura, de la organización y de los contenidos de Internet y las redes sociales.

En conclusión, todo está conectado: el sistema tecnológico, el sistema económico, la salud, la educación, la seguridad, el conflicto de intereses entre el Estado y las empresas.⁴⁵ En este contexto, la cuestión de la ética es fundamental. La tecnología nace y se desarrolla dentro del capital y de las finanzas. La inconmensurable brecha entre las naciones económicamente avanzadas y aquellas en extrema pobreza conduce, necesariamente, a cuestiones relativas a los derechos humanos, el gran conflicto entre el individuo y el sistema.

- ❖ **Más recientemente, la inteligencia artificial ha abierto nuevos horizontes al relacionar a las personas con la tecnología.** Algunos autores reflexionan sobre la urgente necesidad de una ética para la inteligencia artificial.⁴⁶ Además, en un contexto planetario, existen discusiones básicas que involucran el ecosistema humano y natural y su relación con la persona humana y la tecnología. Esto significa que la cuestión digital no puede pensarse fuera del desarrollo humano y su relación con la ecología.

Pero la cuestión fundamental, lugar de simplemente determinar que el humanismo ha sido superado y que estamos entrando en una nueva era, el posthumanismo, donde la tecnología nos ayudará a resolver los grandes problemas de la humanidad, humanizar y encontrar una ética para la relación entre persona humana y tecnología, el cuidado de la creación, la dignidad y los derechos humanos, renovar la economía y la política, salvaguardar la Casa Común, la fraternidad y la cooperación, la tecnología y la ecología integral, como ha propuesto el papa Francisco a partir de *Laudato Si'*⁴⁷ y el Pacto educativo global.⁴⁸

⁴⁵ Shoshana Zuboff, *Il capitalismo della sorveglianza. Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri*, Luiss, Roma, 2019.

⁴⁶ Paolo Spaviero, *L'etica alla prova delle neuroscienze. Sfide e opportunità per la teologia morale*, Cittadella Editrice, Assisi, 2020.

⁴⁷ Francisco, Carta encíclica *Laudato si'* sobre el cuidado de la casa común, Ciudad del Vaticano, 2015.

⁴⁸ Francisco, Mensaje para el lanzamiento del Pacto Educativo Global, Ciudad del Vaticano, 12 de septiembre de 2019.

- ❖ **Ante el continuo desarrollo de la comunicación, surge una tarea fundamental para los investigadores y estudiosos de las diversas ciencias:** la de encontrar un centro común de diálogo y establecer una ética para la tecnología, la información y lo digital, de modo que esta realidad se inserte dentro de una visión de desarrollo completo, y no solo en una visión de capital y de beneficio. En este sentido, el padre Paolo Benanti afirma claramente: «En la relación entre el ser humano y la máquina, el verdadero conocedor y portador del valor es la parte humana. La dignidad humana y los derechos humanos nos dicen que es el ser humano quien debe ser protegido en la relación entre el ser humano y la máquina». Por lo tanto, repensar lo humano requiere de un estudio interdisciplinario más amplio, de modo que se pueda encontrar un camino para integrar la tecnología y lo digital en la educación de las generaciones futuras.
- ❖ **Actualmente, hay algunos investigadores que estudian la relación entre la antropología y lo digital.** Proponen una interpretación de lo digital a partir de fenómenos antropológicos y culturales, por ejemplo, el lenguaje y sus códigos, como elementos fundamentales para la comunicación virtual. Otros estudios profundizan en los símbolos como metáfora del lenguaje digital, los ritos sociales de la vida cotidiana (diálogo, encuentros, reuniones) como una forma de establecer la interactividad. En el gran mosaico del mundo *online* encontramos una verdadera red de elementos socioculturales que son características propias de las personas. Cuando hablamos de moda, comida, música, juegos, estamos hablando de aspectos antropológicos, es decir, de cómo comprender a la persona dentro de su cultura. Uno de los segmentos de investigación que está creciendo mucho en este ámbito es la etnografía digital y la etnografía.
- ❖ **La base del diálogo interdisciplinar hoy depende de una epistemología que involucra a la filosofía, la antropología, la ética, la psicología y los estudiosos del mundo digital y la inteligencia artificial.** El futuro de la comunicación digital, de Internet y de la inteligencia artificial dependerá en gran medida de la presencia de una ética que garantice la integración humana con la tecnología de manera responsable a nivel personal, social y mundial.

D – LA COMUNICACIÓN COMO FAMILIA SALESIANA Y EN RED CON LOS LAICOS

- ❖ **Comunicamos como una gran Familia Salesiana.** Don Bosco, nuestro padre, tenía una capacidad comunicativa innata y puso la comunicación

al servicio de la educación y de la evangelización. Siguiendo este camino, hoy procedemos como Familia Salesiana en un vasto movimiento de personas orientadas por el mismo dinamismo pastoral y apostólico.

En nuestras casas, en las escuelas, en las obras sociales, en las universidades y en las parroquias, podemos contar con un material mediático amplio y muy variado, que expresa nuestra creatividad y nuestra cultura en todas las Regiones de la Congregación. La Familia Salesiana aplica la comunicación social en el contexto del mundo contemporáneo, donde impregna todos los aspectos de la vida humana, social y cultural; reafirmando la fidelidad a la riqueza profética de Don Bosco como respuesta de fidelidad al plan de Dios a partir de los tres ámbitos en los que intervinó: la promoción humana, la educación, la evangelización.

Los miembros de la Familia Salesiana, en relación con su vocación y su misión en las diferentes realidades, forman una red de comunicación al servicio del carisma.

La unidad carismática de la Familia Salesiana, en la variada composición de dones y servicios, es testimonio de que la comunicación es fruto de una experiencia de comunión, fraternidad y preparación humana, pastoral y profesional que se debe realizar en los diferentes ámbitos de la comunicación social y en las diferentes culturas.

- ❖ **La comunicación salesiana se realiza a través de una red de personas que comunican** a partir de la espiritualidad y de la pedagogía salesiana, con una metodología propia. La red se forma a partir de valores compartidos, de la visión global, de la colaboración y del compromiso común con la misión. Considerando que la comunicación en línea es una expresión de trabajo colaborativo, es fundamental que en la comunidad educativa y pastoral los salesianos y los laicos puedan trabajar juntos para comunicarse de manera sinérgica y colaborativa.
- ❖ **La misión salesiana compartida a través de la comunicación entre salesianos y laicos aparece hoy como una necesidad vital.** Esto significa establecer con los laicos, en primer lugar, una profundización de la base científica entre la dimensión carismática y educativo-pastoral, con el conocimiento y la experiencia educativa de los laicos en los diferentes ámbitos de su competencia. En otras palabras, para fomentar la corresponsabilidad en la misión educativa en el campo de la comunicación, los laicos deben profundizar en la dimensión antropológica, psicológica y educativa de nuestra pedagogía, para que sean capaces de integrar sus valores.

En el mundo digital, la construcción y el complejo aspecto de los fenómenos educativos de la época actual requiere un trabajo colaborativo con laicos y con los jóvenes. Es fundamental que en esta experiencia se valore la vocación y la misión de los laicos, tanto en la Iglesia como en la comunidad educativo-pastoral.

El mandato compartido con los laicos debe estar motivado por su vocación y por su misión en el mundo de la cultura y de la sociedad. Especialmente hoy, en la era de la información y de la comunicación digital, hay muchos laicos que tienen un conocimiento técnico y profesional muy alto en comunicación. Nuestra misión es animar e involucrar a los laicos para que colaboren en la puesta en funcionamiento de una comunicación de gran calidad y profesionalidad.

E – LA METODOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN SALESIANA

- ❖ **La metodología de la comunicación salesiana** se alimenta del Evangelio. Es esencialmente el modo en que el comunicador se relaciona con las personas, su cultura y su mundo. Cuando nos proponemos comunicar a partir de la llamada de la Iglesia y de la Congregación, que es la de evangelizar y educar a los jóvenes, la metodología debe necesariamente seguir el modo en que la Iglesia, a través de sus enseñanzas y experiencias, nos guía. Esto significa que, para colaborar con la misión salesiana, la comunicación, en todas sus expresiones y formas de crear, compartir y difundir información, debe fundamentarse en el modelo educativo salesiano, que tiene una visión antropológica amplia de la persona humana, valora la personalización de contenidos, la construcción como persona, el protagonismo, la psicodinámica del crecimiento integral, donde los valores evangélicos y cristianos sean los fundamentos. La educación requiere de la mediación humana, que se actúa con el lenguaje, el uso de los medios, la comunicación, que construye su metodología a partir de la educación salesiana.
- ❖ **La pastoral salesiana es expresión del carisma y de la metodología del Sistema Preventivo de Don Bosco.** Al estar situada dentro de la pastoral salesiana, la comunicación es esencialmente educativa. Por este motivo, la comunicación está al servicio de la misión salesiana, como consta en el *La Pastoral Juvenil Salesiana. Cuadro de Referencia*: «Se reconoce, por tanto, la función preciosa de todas las intervenciones educativas en

la educación de la fe: tienen la misión de activar, sostener y mediar en el proceso de salvación».⁴⁹

A partir de esta visión teológica, cristológica y salesiana de la comunicación, comunicamos a través de una pedagogía educativa construida a partir de diversos procesos, para colaborar con las personas, para dar vida a un entorno, para sistematizar los itinerarios formativos, para organizar y crear estructuras para la educación.

❖ **La comunicación salesiana trae consigo una gran riqueza humana y un enfoque en todo el campo de la dimensión psicodinámica**, porque la comunicación involucra aspectos cognitivos y afectivos tanto en los procesos de relación como en los de aprendizaje. Implica las cuestiones del lenguaje, de la metodología de aprendizaje, de la psicodinámica de las relaciones humanas, de la manera en que los jóvenes expresan su imaginación creativa a través de símbolos culturales y artísticos siempre nuevos. Por tanto, las mediaciones pedagógicas y culturales son fundamentales para la realización de la comunicación social.

❖ **Inspirada en el trinomio del Sistema Preventivo razón, religión y amor, la comunicación salesiana es profundamente juvenil**: el joven es la prioridad de la misión educativa; el ambiente es un elemento clave del modo de comunicar; la presencia de los educadores como amigos de los jóvenes construye una relación de confianza y de amistad; el protagonismo de los jóvenes se manifiesta como responsabilidad y compromiso creativo; las artes, la música, el teatro, la danza, la literatura, la pintura, la producción musical, el vídeo, la fotografía, el deporte favorecen una metodología práctica, sencilla e interactiva, donde la comunicación se integra en el proceso educativo.

Las experiencias vividas por los jóvenes, como el estudio, las celebraciones, las fiestas, el deporte, las artes y las actividades de servicio a los demás y a la comunidad, se convierten en momentos significativos que, compartidos en Internet y en las redes sociales, representan mensajes de apostolado juvenil.

❖ **Integrada en el cuerpo de la pastoral salesiana**, la comunicación funciona de manera interdisciplinar, poniéndose al servicio de la misión. Esta visión se concretiza a través de la mentalidad de proyecto, trabajando en sinergia y en la elaboración y realización del proyecto inspectorial de

⁴⁹ Dicasterio para la Pastoral Juvenil Salesiana, *La Pastoral Juvenil Salesiana. Cuadro de Referencia*, Dirección General Obras Don Bosco, Roma- Madrid, 2014, p. 60.

comunicación. De esta manera, se estructura y organiza dentro del proyecto educativo-pastoral de la Inspectoría. «En la pastoral juvenil las diversas actividades e intervenciones se actúan con una idéntica finalidad: la promoción integral de los jóvenes y de su mundo, superando una pastoral sectorial y fragmentada. Este objetivo se alcanza con la comunión en torno a las grandes finalidades, criterios de acción y opciones preferenciales de aquellos factores que intervienen en la acción pastoral; siempre con vistas a crear entre ellos unión e interrelación».⁵⁰

- ❖ **La comunicación se desarrolla dentro del Cuadro de Referencia de la Pastoral Juvenil (CRPJ)**, como una dimensión que atraviesa toda la acción educativo-pastoral, al mismo nivel de las otras obras salesianas. Por tanto, podemos hablar de «educar comunicando» y de «comunicar educando». Una combinación que caracteriza el estilo salesiano de evangelizar y educar.
- ❖ **El plan de comunicación elaborado de acuerdo con las orientaciones del Cuadro de Referencia de la Pastoral Juvenil Salesiana expresa una visión integrada de la pastoral**, una metodología con mentalidad de proyecto, una forma segura de realizar la misión de manera sinérgica, colaborando así con la pedagogía y la metodología de la comunicación y con la pastoral salesiana. En este sentido, para que un plan de comunicación sea efectivo debe ser desarrollado y consensuado con el Inspector y su Consejo, porque una organización no puede comportarse de una manera y hablar de otra. La comunicación expresa la cultura de la Inspectoría y, por lo tanto, no puede trabajar in solitario sin conexión con el POI y el PEPS inspectorial. Se trata de una actividad que pertenece a la misión y, a través de la gestión de procesos y productos, tiene como objetivo crear y fortalecer los ambientes salesianos de comunicación. Corresponde a cada Inspectoría, a partir de su cultura, realidad y tradición, planificar y elaborar su PEPS y sus documentos de comunicación. Dentro de la única misión, la comunicación salesiana tiene como objetivo siempre un trabajo de coordinación, en sintonía con los demás sectores de la misión salesiana, y la realización de la comunicación con una mentalidad proyectual.

La comunicación en nuestras Inspectorías debe tener como objetivo transmitir la «personalidad» de nuestra institución y los valores que la sus-

⁵⁰ *Ibidem*, p. 176.

tentan: es un paso imprescindible para llegar a todos. Preferir una comunicación transparente, manifestar siempre con claridad la propia identidad, las opiniones, las iniciativas, es una sabia elección y, además, un acto de gran valentía.

La identidad se (re)construye a través de procesos comunicativos. Lo que llamamos identidad se teje a través del diálogo con los demás sobre nuestra forma de hacer para entender la realidad, sobre qué hacemos y por qué lo hacemos. Y esto no significa rodearse de prejuicios, estereotipos e idealizaciones cómodas, sino considerar la realidad tal como es.

- ❖ **Para realizar la misión salesiana hoy**, es importante que la reflexión, la programación y la acción educativo-pastoral se realicen a partir de una visión transversal, abierta y sinodal. Dado que nuestra forma de comunicar es sinérgica, es fundamental que los diferentes Sectores (el Sector de Comunicación, junto con los de la Pastoral Juvenil, de la Formación, de la Misión y de la Administración) compartan la misión salesiana, creando un recorrido creativo y profesional, invitando a laicos expertos en comunicación y en pastoral, para mantener un diálogo con los fenómenos de la cultura digital.⁵¹
- ❖ **En el desarrollo del proyecto de comunicación, a partir del CRPJ, es fundamental que la comunicación social pueda ofrecer una base teológica**, antropológica, psicológica, bíblica, salesiana y pastoral para iluminar, guiar y poner en práctica la manera, el estilo y la organización del proyecto de comunicación en las diversas Inspectorías y presencias salesianas a nivel mundial.

⁵¹ Sector para la Comunicación Social, Carta «Caminar con los jóvenes en la cultura digital», n. 10, ACG, Valdocco, 2023.

11

EL SISTEMA PREVENTIVO COMO IMPULSO PASTORAL Y COMUNICATIVO

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

«La práctica del Sistema Preventivo requiere en nosotros una actitud de fondo: la simpatía y la voluntad de entrar en contacto con los jóvenes» (Constituciones, art. 39).

El Sistema Preventivo nació de la experiencia directa de Don Bosco y de los primeros salesianos: un estilo y un impulso comunicativo que se expresan a través de un ambiente educativo, la presencia amigable, el protagonismo de los jóvenes y un proyecto de vida cristiana que combina la espiritualidad con la pedagogía y con la pastoral.

Este método, que tiene como objetivo la prevención frente a las debilidades juveniles, se basa en algunos principios que subyacen en la experiencia espiritual del comunicador.

Se analiza cómo el Sistema Preventivo dialoga con la dinámica de comunicación de lo digital, con los aspectos que están directamente relacionados con ella, es decir, la interactividad, la instantaneidad y la inmersión y con los nuevos problemas vinculados al desarrollo de la inteligencia artificial.

Finalmente, se subraya la importancia del arte y de todos los lenguajes artísticos y de los métodos expresivos de los jóvenes.

- ❖ **El Sistema Preventivo nació de la experiencia directa de Don Bosco y de los primeros salesianos con los jóvenes de Valdocco**, en una síntesis profundamente humana, fundada en los valores del Evangelio y en las enseñanzas de la Iglesia. En ese lugar, Don Bosco, tanto como educador y comunicador, inició un estilo comunicativo capaz de expresar los valores del Sistema Preventivo: un ambiente educativo, una presencia amigable, el protagonismo de los jóvenes y un proyecto de vida cristiana.
- ❖ **La comunicación salesiana se desarrolla a partir del principio cardinal de la misión carismática al servicio de los jóvenes** y se inspira en la originalidad educativa de Don Bosco, que consistía en su caridad pastoral, concretándose en el amor y la predilección por los jóvenes más pobres. Don Bosco tiene un objetivo muy claro, que es hacer que cada joven se sienta amado por Dios, responda a la llamada a vivir en su gracia y misericordia, haga el bien, cumpla con sus propios deberes y viva en la alegría. Para ello creó un verdadero ecosistema salesiano centrado en la caridad pastoral (que es espiritualidad, pastoral y pedagogía). La espiritualidad se manifiesta en la propuesta de vida cristiana (se trata de buscar la salvación de los jóvenes, viviendo el "*Da mihi animas*"), en la pedagogía (que se traduce en un método práctico de enseñanza) y en la pastoral (que se actúa en el proyecto educativo de promoción total del individuo).
- ❖ **La comunicación salesiana se inspira en el Sistema Preventivo**, encarnación del espíritu salesiano, para participar y colaborar con el proyecto educativo de promoción integral presente en la propuesta de evangelización para los jóvenes en diferentes contextos sociales y culturales.
- ❖ **La caridad pastoral de Don Bosco, al vivir su misión con los jóvenes pobres, nace del corazón y del ejemplo de Cristo Buen Pastor**, y es referencia actual para todos los comunicadores, tanto a nivel de actitud como a nivel de praxis comunicativa.

Su caridad educativa se manifiesta en su profunda sensibilidad y en su capacidad de apoyo humano. Don Bosco entendió que la educación es una cuestión de corazón, y por eso creó un estilo educativo que nace del amor, que crea relaciones interpersonales y comunitarias, que favorece la apertura de los jóvenes a sí mismos y a los demás. Una piedra angular que nos permite conocer los propios dones y las propias capacidades para iniciar a los jóvenes en el servicio de los demás, experimentar con el arte, el aprendizaje profesional y la liturgia como formas de expresar su propia vida interior y colaborar para que el ambiente se caracterice por la confianza, la amistad y el verdadero compartir fraterno, como fruto de una vida vivida en la gracia de Dios.

Este estilo asegura originalidad e identidad al comunicador salesiano. Este modo auténtico y creativo de vivir la espiritualidad y el estilo educativo definen la identidad carismática salesiana y nuestro modo de comunicar. «El espíritu salesiano, inspirado por el estilo del Buen Pastor, marca cualitativamente nuestra espiritualidad y nuestra acción educativo-pastoral. Este espíritu está encarnado, en primer lugar, en Don Bosco. Él y la misión salesiana son nuestro punto de referencia histórico-carismático».⁵²

- ❖ **Don Bosco como comunicador-educador tiene plena conciencia de la realidad de la persona humana, de las necesidades del corazón del joven y de su sensibilidad en la formación humana y cristiana.** La caridad pastoral de Don Bosco es pedagógica: respeta la dinámica del crecimiento humano, el modo de ser de cada joven, su historia, sus talentos y sus posibilidades, la importancia de establecer normas educativas que favorezcan el bien de cada uno.
- ❖ **La visión comunicativa ecosistémica de Don Bosco, que busca siempre conectar las dimensiones espiritual, pedagógica y pastoral,** se abre a una realidad familiar típica, donde la presencia del padre (educador), de los hijos (educandos), de la madre (María Santísima), de los educadores (laicos), forma un mosaico salesiano muy original.
El Sistema Preventivo involucra al educador y a la comunidad en la realización simultánea de los procesos y de las acciones que permitan la práctica pedagógica y espiritual integrada del propio Sistema.
- ❖ **La coherencia teológico-espiritual y pedagógica del ecosistema salesiano del Sistema Preventivo** está constantemente alimentada por la experiencia de vida, por los procesos educativos compartidos, por las acciones concretas, por la planificación y por la organización. De ahí la necesidad de un proyecto educativo-pastoral para la comunicación, fundado en esta primacía del Sistema Preventivo, que inspira «un proyecto educativo de promoción integral, presente en la propuesta de evangelización para jóvenes en diversos contextos. Pone de manifiesto, al mismo tiempo, la riqueza humanística y el corazón esencialmente religioso del sistema, en el dinamismo de razón, religión, amor. El Sistema Preventivo se convierte en método para la acción, caracterizada por la centralidad de la razón, la racionalidad de las exigencias y de las normas, la flexibilidad y la capacidad persuasiva de las propuestas; por la centralidad de la

⁵² Dicasterio para la Pastoral Juvenil Salesiana, *La Pastoral Juvenil Salesiana. Cuadro de Referencia*, Dirección General Obras Don Bosco, Roma- Madrid, 2014, p. 78.

religión, entendida como desarrollo del deseo de Dios inserto en toda persona y como experiencia de llevar en este deseo la belleza de la buena noticia; por la centralidad del amor, afecto educativo que hace crecer y genera correspondencia».⁵³

- ❖ **Consciente de la realidad humana de los jóvenes, de sus virtudes y fragilidades, de sus valores culturales,** pero también de lo que puede instrumentalizarlos y alejarlos de su camino educativo, Don Bosco definió la prevención como un aspecto fundamental en el modo de educarlos. La prevención está directamente ligada a la razón, a la importancia de reconocer los sentimientos, las intenciones y sus deseos y de saber interpretar esta realidad humana y social con el diálogo, la acogida, la paciencia, encontrando el camino hacia la confianza, de la reconstrucción de la persona, de una mirada positiva y optimista hacia cada joven. Esta mirada preventiva del educador salesiano es proactiva, propositiva: ofrece a los jóvenes la posibilidad de crecer, de comprometerse, les proporciona herramientas y medios para su formación humana, artística y profesional. La educación salesiana cree en el potencial interior de los jóvenes.

A – EL SISTEMA PREVENTIVO COMO ESPIRITUALIDAD SALESIANA Y FUENTE PARA LA COMUNICACIÓN

- ❖ **El Sistema Preventivo es una propuesta original de la espiritualidad salesiana,** que a su vez es una verdadera «relectura del Evangelio, capaz de unificar los gestos y comportamientos que caracterizan la existencia cristiana». Es fuente de inspiración para la comunicación: «El trinomio razón, religión, amor, articulación de la caridad pastoral y alma del Sistema Preventivo, no expresa solo el proyecto educativo de formación integral y ni siquiera es solamente el método práctico que el educador debe utilizar: revela también los rasgos fundamentales de una espiritualidad que hay que descubrir, vivir y renovar continuamente (cfr. Don Egidio Viganò, ACG 334, “Espiritualidad salesiana para la nueva evangelización”)».
- ❖ **La espiritualidad salesiana se fundamenta en algunos principios que son la base para la experiencia espiritual del comunicador.** Destaca la primacía de la gratuidad de Dios: es en el misterio del amor de Dios donde encontramos la fuente, el centro y la meta de la vida cristiana.

⁵³ *Ibidem*, pp. 82-83.

A esto le sigue el encuentro con Cristo, el Evangelio de Dios, el amigo y el Redentor de la humanidad. Finalmente, se realiza en la vida en el Espíritu, al que el joven, consciente de este don, responde con libertad interior y compromiso de vivir como buen cristiano.

- ❖ **La comunicación tiene, en la espiritualidad salesiana, una referencia fundamental a Dios que dirige su acción, a partir de la vocación cristiana de cada joven.** En la experiencia del Bautismo, de la Confirmación y del sentirse miembro de la Iglesia particular y universal, los jóvenes experimentan el don de sí y la pertenencia a la familia de los bautizados que viven como sal de la tierra y luz del mundo en todas las naciones. Con la intervención materna de María, el Espíritu Santo dio origen a la Obra salesiana. Como Madre del Hijo de Dios y Auxiliadora de los cristianos, María guía y educa a una vida plena en la redención de su Hijo. La vida es un don y un servicio, por eso la espiritualidad salesiana está al servicio de los demás, especialmente de los más necesitados, del compromiso por la justicia y la paz, de la ecología integral, de la dedicación al trabajo, de la comprensión de la multiculturalidad y del modo cristiano de vivir en una cultura digital.⁵⁴
- ❖ **El Sistema Preventivo nació y maduró a partir de una experiencia evangélica concreta y encarnada en la realidad de los jóvenes pobres.**⁵⁵ La cuestión es que, desde esta visión, el Sistema Preventivo ofrece una profunda base de espiritualidad y de pedagogía, permitiendo al educador desarrollar un diálogo con las diferentes ciencias de la comunicación. Además, a través de su profunda base antropológica cristiana, el Sistema Preventivo es una verdadera gramática de la psicodinámica cognitiva y afectiva para adentrarse en el mundo de los jóvenes: lenguaje, sentimientos, relaciones humanas.
- ❖ **Son varios los aspectos del Sistema Preventivo que ofrecen una antropología educativa salesiana para la comunicación:** la acogida incondicional del otro como don de Dios; la presencia efectiva del educador entre los jóvenes; el compartir su vida diaria y sus intereses; la certeza de Don Bosco de que «en cada joven hay un punto accesible al bien»; el uso constante de la razón, lo que significa razonabilidad de las solicitudes y de las normas y personalización de la relación educativa; la referencia a la religión, compartiendo con los jóvenes el anuncio de Jesús y de su

⁵⁴ Cf. *Ibidem*, p. 92-99.

⁵⁵ *Ibidem*, p. 79.

mensaje de salvación, a través de acciones, palabras y propuestas concretas; el rasgo de la *amorevolezza*, que se expresa en la atención a las necesidades reales de las personas y en el cuidado de un ambiente acogedor; la implicación del joven como primer responsable y protagonista de su propia formación.

- ❖ **Considerando los varios contextos de diversidad religiosa y cultural, el comunicador salesiano, guiado por el Sistema Preventivo**, entabla un diálogo ecuménico con los jóvenes de otras religiones y creencias y también con aquellos que no profesan explícitamente la fe. Basado en los valores del Sistema Preventivo, como la bondad, la acogida, la alegría, el ambiente, las artes, la solidaridad y la profesionalidad, el comunicador salesiano sabe responder a las diferentes realidades interculturales con una visión abierta, dinámica y acogedora.

B – COMUNICAR EN EL ECOSISTEMA DIGITAL A PARTIR DEL SISTEMA PREVENTIVO

- ❖ **La comunicación, partiendo de la propuesta espiritual, educativa y pastoral del Sistema Preventivo**, busca crear el diálogo continuo entre este último y el mundo digital. Es importante subrayar que, en la interacción, que se desarrolla a partir de los valores del Sistema Preventivo de Don Bosco, se establece un diálogo fundamental con la dinámica digital, para establecer criterios de acompañamiento y de formación de los jóvenes. La comunicación salesiana no contrapone la presencia física y la experiencia de la presencia en el entorno virtual. Educar en un ambiente multidimensional significa, por tanto, entrar en esta nueva lógica que requiere, por parte del educador salesiano, capacidad de crear relaciones de confianza y de amistad, sentido de pertenencia y acompañamiento educativo.

Si la inmersión es la forma de entrar en el entorno comunicativo a través de los cinco sentidos, la comunicación digital favorecerá una ampliación de la comunicación tanto a nivel de tiempo como de espacio, permitiendo a la persona comunicarse con cientos de otras personas, por ejemplo, a través de las redes sociales.

- ❖ **En la dinámica de la comunicación digital hay tres aspectos que están directamente conectados:** la interactividad, la instantaneidad y la inmersión. No están en oposición a la comunicación «en presencia», al contra-

rio, son elementos que enriquecen la comunicación, extendiéndola en el universo digital, en la compenetración entre lo real y lo virtual. Precisamente por eso se habla de una antropología de la comunicación en el universo digital.

- ❖ **La comunicación interactiva se caracteriza por una relación a nivel horizontal**, donde todos son sujetos y protagonistas. Esta requiere apertura, diálogo, empatía, escucha y una gran capacidad para comprender la diversidad de la comunicación. La instantaneidad nos introduce en una dimensión donde la comunicación se caracteriza por el «aquí y ahora», todo al mismo tiempo. La inmersión es un modo de comunicarse en el que la persona se siente dentro de un universo de imágenes, sonidos y espacios interactivos.
- ❖ **Comunicar manteniendo el contacto con los jóvenes y al paso con los tiempos requiere una continua actualización pedagógica**, para educar y evangelizar con un lenguaje y un método comprensibles y atractivos. También se necesita un apoyo vigilante, capaz de saber acompañar a los jóvenes, tanto en el método como en el contenido, para que puedan comprender y vivir el mensaje del Evangelio.
- ❖ **El enfoque educativo del salesiano asume una actitud de acompañamiento dinámico**, que se traduce en «caminar junto a» los jóvenes, que viven gran parte de su vida con los ojos concentrados en la pantalla de sus teléfonos móviles. Como diría Don Bosco, ¡lo absolutamente necesario es que sepan que son amados!

Por tanto, el desafío es dejar que los jóvenes tomen el protagonismo en lo digital, para garantizar que puedan ser parte de este universo de manera crítica y responsable. Los propios jóvenes serán más libres para aprender, reflexionar, pensar, y así tomar mejores decisiones en la vida y desarrollando su espiritualidad.

Utilizar lo digital se convierte en un modo creativo, sano, para ingresar con eficacia en el mundo del trabajo. Habitar lo digital condiciona la manera de expresar ideas, de dar vida a una propia modalidad comunicativa, de compartir las informaciones, de expresarse a sí mismos, de ver el mundo y las realidades en las que se vive.

La visión salesiana de la comunicación está siempre integrada con el arte de educar. «El fin propio de la educación y de una verdadera actividad cultural es el de liberar al joven, hacerlo consciente de los propios derechos y deberes, partícipe conocedor de las vicisitudes de la propia época, capaz de autodeterminación y colaboración para construir una sociedad

más humana. Educar de esta manera produce cultura, la despliega y la enriquece. Este proceso llega a hacerse realidad, no solo introduciendo en la sociedad ideas, nuevos impulsos y nueva savia, sino sobre todo, preparando personas valientes, portadoras de reflexión crítica y de una sana conducta de vida». ⁵⁶

- ❖ **Educar en las relaciones humanas y fraternas es tarea central del comunicador y del educador.** Se trata, por ejemplo, de profundizar en el diálogo de cómo comunicarnos en Internet y en las redes sociales, con una mirada y una actitud humana y fraterna con los demás, para que siempre podamos comunicar sin dominar, relacionarnos sin controlar a las personas, expresarnos sin la tentación del poder mundano, interactuar digitalmente sin manipular ni dejarnos manipular.
- ❖ **Educar a los jóvenes a comunicarse en lo digital requiere comprender la lógica,** profundizar los valores y la importancia de la conciencia en las opciones y en las decisiones. Es a través de la conciencia que se educan la libertad, el respeto a los demás, el sentido de lo sagrado del cuerpo y el valor de la sexualidad.
- ❖ **Actualmente, la inteligencia artificial (IA) está ganando cada vez más importancia.** Estamos ante un cambio de época que requiere de nuestro discernimiento, para educar en su uso inteligente y consciente. Hablando en el G7, en Apulia el 14 de junio de 2024, el papa Francisco afirmó que «es un instrumento extremadamente poderoso, que se emplea en numerosas áreas de la actividad humana: de la medicina al mundo laboral, de la cultura al ámbito de la comunicación, de la educación a la política. Y es lícito suponer, entonces, que su uso influirá cada vez más en nuestro modo de vivir, en nuestras relaciones sociales y en el futuro, incluso en la manera en que concebimos nuestra identidad como seres humanos». El Papa reconoce su importancia y utilidad en los diversos sectores del desarrollo de la vida humana y de la sociedad, pero reitera la necesidad de «garantizar y proteger un espacio de control significativo del ser humano sobre el proceso de elección utilizado por los programas de inteligencia artificial. Está en juego la misma dignidad humana». Estos programas deben ser «instrumentos para la construcción del bien y de un futuro mejor, deben estar siempre ordenados al bien de todo ser humano. Deben contener una inspiración ética». ⁵⁷

⁵⁶ *Ibidem*, p. 67-68.

⁵⁷ Francisco, Discurso al G7 en Borgo Egnazia, 14 de junio de 2024.

❖ **Nuestro enfoque hacia la IA consiste en establecer un diálogo educativo.** Es fundamental construir una visión humanista del desarrollo de la persona y de la comunidad en su uso. Así como es necesario profundizar y poner en marcha encuentros y seminarios en las comunidades y obras salesianas para conocer los diferentes aspectos psicológicos, sociales, morales y culturales que involucran a la IA.

También es necesario conocer las leyes y seguir la evolución de la reglamentación de la IA y su impacto en la economía, la política, la cultura, la educación, tanto a nivel personal como comunitario. También es necesario tomar conciencia de las normas vinculantes en materia de transparencia y seguridad, especialmente en materia de reconocimiento biométrico, la privacidad (*privacy*) y la seguridad, sosteniendo que el uso de la IA garantice la protección y la defensa de todos los ciudadanos.

En el Mensaje para la 57ª Jornada Mundial de la Paz en 2024, sobre el tema «*Inteligencia artificial y paz*», el papa Francisco advierte claramente sobre la importancia de la IA y los riesgos que puede plantear para la humanidad: Por un lado, «oportunidades apasionantes», como la mejora del trabajo, de las condiciones de vida de las personas, de los instrumentos médicos y de las interacciones personales; por otro, «riesgos graves», como el uso no regulado de las llamadas armas «inteligentes», el consiguiente peligro de atentados terroristas, fomentando así «la locura de la guerra» o las intervenciones destinadas a desestabilizar las instituciones legítimas de gobierno, llegando, por ejemplo, a condicionar las elecciones políticas».⁵⁸

Por eso, es importante saber cómo funcionan los algoritmos y cómo son aplicados en los diferentes ámbitos de la vida humana y social (educación, salud, seguridad, economía, política). Es bueno saber cómo se utiliza la IA en la producción de contenidos, con todas las implicaciones en materia de derechos de autor, *fake news* (noticias falsas), manipulación de información, ideologías de estado y empresas comerciales. Será cada vez más necesario acompañar el desarrollo y las disposiciones legales con equipos de expertos, con información técnica sobre su uso consciente en los distintos sectores de la sociedad.

❖ **El arte es una base importante para el diálogo entre el Sistema Preventivo y la metodología digital.** La promoción y valoración de todas

⁵⁸ Cf. Francisco, Mensaje para la LVII Jornada Mundial de la Paz, *Inteligencia artificial y paz*, Ciudad del Vaticano, 2024.

las formas y expresiones de comunicación como el arte, la música, el teatro, el cine, la fotografía, la literatura son indispensables para construir nuestra sociedad de manera saludable.

En el Sistema Preventivo de Don Bosco, tradicionalmente, las expresiones artísticas son medios utilizados para crear un ambiente adecuado para los jóvenes y con vistas a su implicación. Lo son aún más en el mundo digital, para comunicarse teniendo en cuenta la interactividad, la instantaneidad y la inmersión.

Todos los tipos de arte son útiles para crear una cultura comunicativa. Fundamentalmente, el lenguaje y la estructura técnica de las artes favorecen una interacción con las tecnologías de la información virtuales. Además, considerando que el arte es un lenguaje que toca dimensiones cognitivas y afectivas, que concierne a los sentimientos, las emociones y la imaginación, a través de él los jóvenes expresan su forma de pensar, sentir y actuar.

Por tanto, podemos decir que el arte es una gramática de los sentimientos y de las percepciones juveniles. En este sentido, es fundamental que la comunicación promueva una educación-evangelización que ponga en relación interactividad, instantaneidad e inmersión, para que los jóvenes puedan participar activamente, como protagonistas, en todas las formas de comunicación. En particular, también se incluyen, en este ámbito, el cuidado de la persona y el aspecto físico, la cocina sana y ética, la agricultura biológica y la ecología integral.

- ❖ **Los laicos, con su formación humana, científica, técnico-cultural, colaboran significativamente para la educación de los jóvenes en el mundo digital.** Debido a la complejidad cultural en la que se desarrolla lo digital y para mantener un diálogo educativo en este ambiente, se requiere una actitud educativa profunda que tenga en cuenta los aspectos antropológicos, metodológicos y técnicos que conciernen a la persona y a lo digital.

12

LA ANTROPOLOGÍA CRISTIANA, FUENTE PARA UNA ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

«La calidad ética de la comunicación es el resultado de conciencias atentas, no superficiales, siempre respetuosas con las personas, tanto las que son objeto de información como las destinatarias del mensaje» (Discurso del Santo Padre Francisco con motivo de la Audiencia con los Directivos y el personal de Rai – Radiotelevisión Italiana).

La antropología cristiana es la fuente que nutre y humaniza la comunicación virtual y la cultura digital. Partiendo del principio de que el Evangelio es inspiración radical y completa de la acción educativa y evangelizadora, las dos acciones se complementan en la atención a los jóvenes, convergiendo así en el objetivo de «generar el hombre nuevo». De esta manera, la pastoral habita el terreno de lo humano y, al mismo tiempo, el terreno de la fe, constituyendo un ecosistema digital integrado en el que el respeto al otro y la interculturalidad proporcionan la base para una comunicación eficaz y constructiva.

Además, en este capítulo se presenta una propuesta educativa original a partir de las imágenes bíblicas de cuatro Jardines, que ofrecen una visión integral y holística para describir la experiencia del habitar en el mundo digital.

❖ **La antropología cristiana es fuente de la ética de la comunicación.** La visión humanizadora y evangélica de la Iglesia ha sido descrita repetidamente por el papa Francisco: «La comunicación tiene el poder de crear puentes, de favorecer el encuentro y la inclusión, enriqueciendo de este modo la sociedad. Es hermoso ver personas que se afanan en elegir con cuidado las palabras y los gestos para superar las incomprensiones, curar la memoria herida y construir paz y armonía».⁵⁹

Según Juan Pablo II, «en la continua expansión y progreso de los *mass media* se puede descubrir un “signo de los tiempos”, que constituye un inmenso potencial de universal comprensión y un fortalecimiento de premisas para la paz y la fraternidad entre los pueblos».⁶⁰

Partiendo del principio de que el Evangelio es la inspiración básica sobre la que se sustenta la acción educativa y evangelizadora, las dos acciones se complementan en la atención a los jóvenes, convergiendo así en el objetivo de «generar el hombre nuevo». De este modo, «la pastoral habita el terreno de lo humano y, al mismo tiempo, el terreno de la fe».⁶¹

❖ **La ética para la comunicación debe promover la vida y la dignidad de cada persona.** La Iglesia reconoce a la persona humana como centro de la ética de la comunicación. A este respecto, la Iglesia afirma el principio ético fundamental que regula el uso de los *mass media*: «La persona humana y la comunidad humana son el fin y la medida de los medios de comunicación social». Y reafirma que «la comunicación debería realizarse de persona a persona, con vistas al desarrollo integral de las mismas la comunicación debe ser hecha por personas en beneficio del desarrollo integral de otras personas. La tarea de la comunicación es unir a las personas y enriquecer sus vidas».⁶²

A través del uso ético y profesional de los medios de comunicación, la propia Iglesia reconoce no solo la utilización de las herramientas y de las redes de comunicación para informar, sino también para promover la paz, la justicia y la solidaridad. En otras palabras, la comunicación debe ser sinodal,

⁵⁹ Francisco, Mensaje para la L Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, *Comunicación y misericordia: un encuentro fecundo*, Ciudad del Vaticano, 2016.

⁶⁰ Juan Pablo II, Mensaje para la XV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, *Las comunicaciones sociales al servicio de la libertad responsable del hombre*, Ciudad del Vaticano, 1981.

⁶¹ Dicasterio para la Pastoral Juvenil Salesiana, *La Pastoral Juvenil Salesiana. Cuadro de Referencia*, Dirección General Obras Don Bosco, Roma-Madrid, 2014, p. 61.

⁶² Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales, *Ética en las comunicaciones sociales*, Ciudad del Vaticano, 2020, n. 21.

al servicio de los demás y creadora de una cultura del humanismo. «Los principios morales que regulan los instrumentos de la comunicación deben apoyarse en la conveniente consideración de la dignidad del hombre, llamado a formar parte de la familia de los hijos adoptivos de Dios. Por otro lado, estos principios dimanar de la íntima naturaleza de la comunicación social y de las peculiaridades de cada uno de estos instrumentos».⁶³

A – LA HUMANIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

❖ **Para construir una ética de la comunicación es fundamental partir de la premisa de la comunicación como ecosistema.** Teóricamente, el punto de partida es que cada persona en el mundo digital está llamada a ser colaboradora de Dios en el proceso de dar continuidad a la creación del mundo. Esto significa que cada persona es corresponsable de la naturaleza, de la cultura, del desarrollo humano y de la comunicación en el sentido más amplio.

Partiendo de esta visión ampliada y sistémica, es importante subrayar, en primer lugar, que en la comunicación hay responsabilidad hacia los demás, hacia cada persona, sea cual sea la cultura a la que pertenezca y venga de donde venga. Esto significa que la comunicación tiene un papel fundamental para promover la justicia social y construir una sociedad sostenible, fraterna y solidaria.

Desde la perspectiva de la interconexión, la comunicación debe también dialogar con las diferentes culturas y religiones, con el fin de promover la expresión cultural, la riqueza de cada religión, la historia y originalidad de cada grupo y comunidad.

En esta línea, podemos decir que la persona humana, como continuadora de la creación de Dios en la historia, es responsable de cuidar la creación, de utilizar con conciencia los recursos naturales, así como de proteger los valores culturales de la dignidad de la persona y del desarrollo sostenible de todas las expresiones del progreso social, económico y político de una sociedad.

❖ **En la cultura digital, todas las personas y todas las cosas están profundamente conectadas entre sí.** En este sentido, la comunicación,

⁶³ Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales, Instrucción Pastoral *Communio et progressio*, Ciudad del Vaticano, 1971, n. 14.

desde una visión ética, debe estar siempre al servicio del desarrollo integral de la persona y de la sociedad.

En consecuencia, todo comunicador se convierte en misionero con este enfoque holístico, para una comunicación al servicio de la persona y de la humanidad.⁶⁴

- ❖ **En lo digital, la comunicación es como una extensión de los sentidos y de las percepciones humanas.** Esto nos involucra de manera cognitiva y afectiva, porque lo digital es capaz de afectar tanto a nuestros sentidos, como a nuestra atención y nuestros sentimientos. Además, habitar en el mundo digital es como formar parte de una dimensión en la que el tiempo y el espacio se caracterizan por una gran velocidad.

Vivimos en una nueva realidad y gestionamos toda la información en poco tiempo, de forma rápida e interactiva. Durante este proceso, existen consecuencias psicológicas para la persona humana, como bien se sabe por la evidencia científica: puede producirse cansancio mental y emocional, pérdida de atención, falta de concentración, dificultad para leer y afrontar cuestiones existenciales; por tanto, falta la conexión con un estilo de vida sano y equilibrado. Por eso, en el mundo digital, la salud física, la emocional y la espiritual son fundamentales.

- ❖ **En lo digital, donde el trigo y la cizaña crecen juntos, son esenciales la prudencia y la comprensión de los niveles de relación.** Ante la amplia gama de niveles comunicativos presentes en el mundo digital actual, debemos discernir y tener claro quiénes son los destinatarios de nuestra comunicación y qué queremos transmitir.

La comunicación informativa, caracterizada por la difusión de mensajes a un público general y a veces anónimo, es indefinida, llega a muchos, pero no se garantiza que sea recibida y aceptada. Por supuesto, tiene su valor y su necesidad, pero se queda a nivel de información, de envío de mensajes y de transmisión de contenidos.

La comunicación interpersonal, que implica el conocimiento y participación de la persona en el proceso comunicativo, tiene el poder de generar confianza, diálogo, implicación y participación.

La comunicación de grupo, donde las personas se conocen, comparten valores comunes, tienen sentido de pertenencia y comunión fraterna, tiene el potencial de generar una comunicación afectiva, eficaz y fructífera.

⁶⁴ Cf. Francisco, Carta encíclica *Fratelli tutti* sobre la fraternidad y la amistad social, Ciudad del Vaticano, 2020.

Estos niveles de comunicación, naturalmente, pueden tener sus excepciones, pero el comunicador debe tenerlos presentes para comprender quién es su público, qué quiere transmitir, en nombre de quién comunica y los pasos que definen la gradualidad del proceso de comunicación.

En el diálogo entre comunicación y evangelización es esencial comprender el lenguaje y los códigos comunicativos utilizados por las personas, especialmente por los niños, por adolescentes y por los jóvenes. En consecuencia, resulta imprescindible profundizar en el uso del lenguaje artístico, metafórico, narrativo y simbólico para conocer los contenidos de la fe cristiana. De hecho, la comunicación no se produce solo en la linealidad y racionalidad de las verdades de fe.

- ❖ **Comunicar es ejercer el don y la responsabilidad hacia los demás.** Para el verdadero protagonismo de las personas en la comunicación interactiva e intercultural, es muy importante que el proceso comunicativo favorezca la implicación del individuo. Todo debe centrarse en su libertad, sus experiencias y su visión del mundo, para que la comunicación se convierta en una ocasión de diálogo, de apertura y de intercambio de visiones, entendidos como un recorrido común basado en la escucha recíproca.
- ❖ **En un mundo globalizado, la comunicación se vuelve intercultural.** Como fenómeno social, cultural y comunicativo, la interculturalidad permite que dos o más culturas dialoguen, interactúen y se relacionen entre sí, sin que una cultura domine a la otra. La interculturalidad requiere compromiso para dialogar, valorar al otro con sus fatigas, favorecer el intercambio, la acogida, la colaboración y la apertura.
- ❖ **En la comunicación, hacer inculturación significa aprender del ambiente, con todas sus expresiones,** para luego integrar estos elementos en la propia vida, de manera creativa.

La inculturación es la forma en que cada persona, en cualquier cultura o sociedad, aprende y se comunica con lo que es nuevo y desconocido. Un ejemplo de inculturación, en las Escrituras, lo encontramos en el discurso de San Pablo en Atenas. «Entonces Pablo, de pie en medio del Areópago, dijo: «Atenienses, veo que sois en todo extremadamente religiosos. Porque, paseando y contemplando vuestros monumentos sagrados, encontré incluso un altar con esta inscripción: “Al Dios desconocido”. Pues eso que veneráis sin conocerlo os lo anuncio yo» (cf. Hch 17,16-34). Con estas palabras de profunda sensibilidad y empatía, Pablo conquista a sus oyentes y consigue que algunos sean más abiertos y le escuchen.

Tras esta introducción y la respuesta positiva del público, Pablo lanza su mensaje: «el Dios que hizo el mundo y todo lo que contiene, siendo como es Señor de cielo y tierra, no habita en templos contruidos por manos humanas, ni lo sirven manos humanas, como si necesitara de alguien, él que a todos da la vida y el aliento, y todo. [...] pues en él vivimos, nos movemos y existimos; así lo han dicho incluso algunos de vuestros poetas: “Somos estirpe suya”» (cf. *Hch* 17,24-28).

En ese momento, Pablo se encuentra con un grupo de griegos de origen pagano. Elige un tema ya conocido por sus oyentes y lo presenta, respetando la imaginación cultural y los valores del pueblo griego. A través de esta actitud inicial respetuosa, San Pablo construye un espacio para hablar de Dios, sin herir la sensibilidad de sus oyentes.

B – CUIDADO DE LO HUMANO COMUNICATIVO

❖ **A nivel antropológico y teológico, hay en la Biblia una imagen muy interesante y rica**, que ofrece una base y un horizonte para describir la experiencia de habitar en el mundo digital: es la imagen del Jardín. El Jardín es, bíblicamente, el lugar de la creación, de la relación de Dios con el hombre, el ecosistema donde se integran la persona y el medio ambiente, donde el misterio de Dios se manifiesta en sus criaturas y en la creación;⁶⁵ es también el lugar del ejercicio de la libertad humana. Es posible, por tanto, esbozar una psicodinámica humana y espiritual en el mundo digital, haciendo referencia a los cuatro Jardines bíblicos.

❖ **El primer Jardín lo encontramos en el libro del Génesis** (2,21-24; 3,1-24), donde Dios crea al hombre y a la mujer, el medio ambiente y las cosas, les da un nombre, un ecosistema humano y natural que hoy llamamos con el término ecología integral.⁶⁶

En el mundo digital se corre el riesgo de alejarse de una visión global que una naturaleza, ambiente, persona y cultura, y de vivir de forma fragmentada, con el peligro de perder el gusto por la existencia y la responsabilidad por las cosas que dan sentido a la vida (pensemos por ejemplo en la crisis ecológica, con sus consecuencias económicas, sociales, etc.).

⁶⁵ Cf. Francisco, Carta encíclica *Laudato si'* sobre el cuidado de la casa común, Ciudad del Vaticano, 2015, nn. 76-83.

⁶⁶ *Ibidem*, nn. 84-88.

El mundo digital se está convirtiendo progresivamente en causa de la crisis medioambiental. Por tanto, el Jardín del Génesis ofrece el paradigma de la importancia de mirar el mundo digital de manera integral, siendo corresponsables de la creación y de la vida humana.

- ❖ **Siguiendo esta psicodinámica del Jardín como referente del universo digital, el segundo Jardín es el de Getsemaní (Mt 26,36-39)**, que se centra en una visión antropológica del dolor, del sufrimiento, del abandono, de la soledad, donde la persona experimenta estar profundamente sola, en el misterio de los límites de la vida, como lo fue para Jesús, que vivió allí la experiencia del abandono total.

En una visión cristiana, el Jardín de Getsemaní está conectado con el primer Jardín, y nos recuerda que la comunicación es siempre una interlocución directa con Dios. Jesucristo nos enseña que incluso en el dolor y en el sufrimiento hay un interlocutor importante, su Padre. Jesús habla, llora, manifiesta una comunicación profundamente humana, en una relación interpersonal muy fuerte con Dios que lo escucha. La comunicación humana no elimina el sufrimiento humano; la inteligencia artificial o cualquier tipo de tecnología nunca podrá borrar el misterio de la persona y sus límites.

El mundo digital, donde conocemos a mucha gente, es una gran red (*network*) mundial. A menudo sucede que vivimos en esta red poblada de personas que hacen experiencia de la enfermedad, del dolor, del miedo, de la ansiedad. En este sentido, el Jardín de Getsemaní, lugar donde Jesús vive el momento más dramático de su vida, nos recuerda que debemos vivir este ambiente dentro de nosotros mismos como un lugar de espiritualidad, y pensar que nuestro sufrimiento está unido al de toda la humanidad.

- ❖ **El tercer Jardín es el de la Resurrección (Jn 20,11-18)**: la aparición de Jesucristo a María Magdalena en el Jardín tiene un significado muy importante para la comunicación humana. Vemos en este encuentro a una mujer que busca a la persona amada, Cristo, con dolor y sufrimiento. Por otro lado, Jesús que se aparece a María Magdalena es expresión del amor y de la vida que vence a la muerte. ¿Por qué en un Jardín? Porque es siempre un lugar abierto y de relaciones entre las cosas, la naturaleza, la creación de Dios.

En el Jardín de la Resurrección encontramos un diálogo bellísimo entre Jesús y la Magdalena, que manifiesta la expresión humana y divina de la comunicación en la que todos están involucrados. En ese lugar somos

capaces de comprender que la comunicación tiene una dimensión que va más allá de la experiencia de los sentidos (ver, oír, tocar), con las características vividas por María Magdalena, enriquecidas por una dimensión trascendental.

El gran peligro del mundo digital es precisamente el de un empirismo, de un tecnicismo en el que a menudo las personas pierden la dimensión trascendente, perdiendo la capacidad de ver y experimentar una comunicación capaz de ir más allá de lo humano, para acoger el misterio de Dios.

El egocentrismo y la autorreferencialidad son a menudo las grandes tentaciones del mundo virtual, porque la persona corre el riesgo de centrarse demasiado en sí misma y, a veces, puede perder tanto la dimensión de la alteridad, es decir, la relación con los demás, como el contacto con su propio Dios.

La experiencia de comunicación de Cristo Resucitado es más bien una perspectiva de apertura, de apostolado, como María Magdalena, que salió a anunciar a los demás la resurrección de Jesús. Por tanto, debemos vivir en el mundo digital siguiendo la lógica de Jesús. La resurrección es al mismo tiempo un don y una responsabilidad, porque debemos compartir con los demás el mensaje de Dios, de la vida, de la esperanza.

❖ **El cuarto Jardín es el del Apocalipsis (22,1-2).** En el texto bíblico se habla de una plaza con una fuente que brota y se convierte en un río de agua viva que brota del trono de Dios y del Cordero, y la gente se reúne alrededor de esta fuente que representa al Cordero de Dios. Este es el Jardín de la Redención, que nos permite tener un horizonte de vida, caminar en una realidad nueva en Jesucristo, no solo individualmente, sino como familia y como comunidad.

En el mundo digital no existe una filosofía que ofrezca a la persona humana una visión de redención, ni esta es tarea de la tecnología. Es, por tanto, fundamental habitar lo digital, teniendo ante vosotros el Jardín de la Redención como horizonte imprescindible, para vivir la comunicación de forma creativa, alegre y de esperanza. El hombre iluminado por la redención: ¡esta es la misión de la comunicación!

13

EL CORAZÓN Y LA IDENTIDAD DEL COMUNICADOR SALESIANO

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

«Como Don Bosco, estamos llamados, todos y en todas las ocasiones, a ser educadores de la fe. Nuestra ciencia más eminente es, por tanto, conocer a Jesucristo, y nuestra alegría más íntima, revelar, a todos, las riquezas insondables de su misterio» (Constituciones, art. 34).

Se enumeran y describen aquí los aspectos identificativos del comunicador salesiano, junto con la espiritualidad y la pedagogía de Don Bosco.

Realiza su trabajo en la comunidad, al servicio de la misión salesiana, y en línea con las directrices de la Congregación y del Sector Comunicación.

Atento al camino de la gestión colaborativa, trabaja junto con otros Sectores como la Pastoral Juvenil, la Formación, las Misiones, la Economía, las Vocaciones y la Familia Salesiana.

Camina al paso con los tiempos, formándose y actualizándose para educar en un uso crítico y creativo de lo digital.

Potencia todos los aspectos y medios de la comunicación social como un nuevo espacio de encuentro para los jóvenes, donde ellos puedan ser protagonistas.

- ❖ **El comunicador salesiano desempeña su misión en comunidad, al servicio de la Congregación**, viviendo y testimoniando su amor a Cristo dentro de la misión evangelizadora de la Iglesia.

A ejemplo de Don Bosco, ama a los jóvenes y los acompaña con el corazón del Buen Pastor. Conocedor de la pedagogía salesiana, comparte el proyecto educativo con educadores y comunicadores, trabajando con una visión sinérgica, colaborativa y sinodal, realizando la misión salesiana de manera orgánica y dinámica. Partiendo de su mentalidad proyectual, coopera para que el plan de comunicación integre las diversas dimensiones del proyecto educativo y adopte un método comunicativo típicamente salesiano, poniendo a los jóvenes como protagonistas de la comunicación.

- ❖ **En línea con las orientaciones de la Congregación y del Sector Comunicación, participa en los procesos** y líneas operativas del proyecto de la Congregación y de las Inspectorías. Su formación educativa, pastoral y técnica les permite desarrollar una mentalidad y una acción comunicativa basadas en una visión evangélica, sinodal, salesiana, artística y en red.

- ❖ **Atento al itinerario de gestión colaborativa, trabaja junto con otros Sectores como la Pastoral Juvenil**, la Formación, las Misiones, la Economía, las Vocaciones y la Familia Salesiana, comprometiéndose a realizar el proyecto inspectorial educativo-pastoral de la Inspectoría y el POI (Proyecto Orgánico Inspectorial).

A su vez, en línea con los responsables de la gestión y del gobierno de la Inspectoría, asiste al Consejo inspectorial, a los directores y a los responsables de las obras salesianas a nivel inspectorial y regional. En sinergia con el centro de la Congregación, participa y actúa los principios y líneas de comunicación. Por último, acompaña la evolución de las tecnologías de la información y de las redes, poniéndose al día sobre los distintos aspectos de la comunicación digital y de la inteligencia artificial, comunicando con los distintos ámbitos de la cultura digital y profundizando en los elementos antropológicos, éticos, culturales, sociales y religiosos de los jóvenes.

- ❖ **Educar a los jóvenes hoy requiere un esfuerzo común para caminar al paso con los tiempos: la formación y la actualización son indispensables.** Educarlos en el uso crítico y creativo de lo digital requiere un cambio de mentalidad por nuestra parte, porque ellos son nativos digitales y conocen bien la dinámica técnica, el lenguaje y la interactividad de ese

mundo.⁶⁷ En este sentido, parece imprescindible la metodología de la escucha, del diálogo, de la afectividad y del acompañamiento. Teniendo en cuenta este tipo de enfoque, se vuelven fundamentales algunas atenciones para compartir con ellos:

- *Asumir la tarea de profundizar el tema de lo digital, no solo en su aspecto funcional y técnico.* Es necesario reflexionar para comprender, en un contexto de alta tecnología, cómo seguir poniendo a la persona humana en el centro y fomentar la comunión fraterna.
- *Ejercer la responsabilidad de profundizar, con nuestros educadores, las pautas para establecer una relación sana entre las personas y la tecnología,* con especial atención al cuidado de la creación, a la dignidad y a los derechos, a la ética de la economía y de la política. El objetivo es cuidar la Casa Común a través de la fraternidad, como ha propuesto el papa Francisco a partir de la encíclica *Laudato si'* y del *Pacto Educativo Global*. Para afrontar el presente y el futuro, es fundamental elaborar un diálogo interdisciplinar entre lo digital y la antropología cristiana; una epistemología que involucre a la filosofía, la antropología, la ética, la psicología y los estudios sobre el mundo digital y la inteligencia artificial.
- *Comprender bien la dinámica y el uso de la inteligencia artificial.* Salesianos, laicos y jóvenes están llamados a comprender y comunicar a través de la inteligencia artificial (IA).

En la certeza de que todo logro humano nunca es definitivo, es importante comprender qué es, cómo funciona y su finalidad, para conocer el potencial que aporta en la forma de enseñar y de aprender.

Más allá de la importancia que puedan tener estas observaciones, nuestra tarea es saber utilizar la IA con una visión ética y una finalidad educativo-pastoral. La IA se refiere a la creación de máquinas, *software* y sistemas que pueden realizar tareas normalmente realizadas por la inteligencia humana. Se trata de procesos cognitivos, afectivos y neurológicos, es decir, cómo la persona humana aprende, razona, elabora y procesa informaciones.

Igualmente, importante es saber cómo se crea el lenguaje de la IA, basado en los algoritmos y en los modelos técnicos que permiten a las máquinas procesar y reprocesar datos y tomar decisiones autónomas.

Necesitamos profundizar con los educadores en las diversas formas de la IA, como el aprendizaje automático, la visión artificial, el procesamiento

⁶⁷ Dicasterio para la Comunicación Social, *Sistema Salesiano de Comunicación Social. Líneas orientativas para la Congregación Salesiana*, Editrice S.D.B., Roma, 2011, n. 28.

del lenguaje natural, la planificación y la optimización. Necesitamos entender cómo se utiliza en muchos sectores (medicina, finanzas, automatización industrial, comercio electrónico, etc.), y conocer la dinámica y el desarrollo de *Chat GPT* y otros sistemas que se están introduciendo en el mercado. Hay que ser consciente de que existen diversos aspectos de naturaleza económica, política y empresarial que actualmente generan tensiones y conflictos de intereses, especialmente en la competencia por conquistar la hegemonía socio-económico-política mediante el uso de esta tecnología.

- *La formación en el uso crítico y educativo de las nuevas tecnologías para habitar lo digital.* Educadores y jóvenes están llamados a comprender los cambios que se están produciendo, el funcionamiento de los medios de comunicación y las industrias culturales. Sentido crítico, espíritu estratégico, *self control* (autocontrol), uso seguro y eficaz, sentido del respeto, sentido cívico, autonomía y capacidad de *problem solving* (resolución de problemas) son todos elementos que no necesariamente forman parte de la equipación de un adolescente o de un joven por el solo hecho de haber nacido y crecido entre monitores y teclados, o haberlos utilizado.

Del mismo modo, es necesaria una seria competencia para el uso de los medios de comunicación en el «continente digital»: claridad de los objetivos que deben proponerse, para una valoración de la creatividad, adquisición de una actitud emancipada y crítica hacia sus mensajes, para una toma de conciencia de su influencia, para poderse expresar con ellos, dominando sus lenguajes y sus tecnologías.

El significado de la comunicación mediática se refiere directamente a lo que los medios expresan a través de palabras e imágenes, al «para qué» las usamos y a los propósitos de los emisores y receptores involucrados en el proceso comunicativo. Por lo tanto, es necesaria una elaboración crítica *multitasking* (multitarea) de los elementos conceptuales, de los signos que los propios medios utilizan.

- *La implicación en la producción de mensajes y contenidos dirigidos específicamente a los jóvenes, utilizando todos los medios a nuestra disposición.* Hacer comunicación social es cada vez más una presencia educativa, moldeadora de mentalidad y creadora de cultura. «El desafío para el futuro será el de educar en el uso de los nuevos medios, y también desarrollar una acción educativo-pastoral mediante nuevos medios, sobre todo en relación con las nuevas generaciones. Su eficacia incisiva y su presencia cada vez más masiva hacen de la comunica-

ción social una verdadera y auténtica escuela alternativa para amplios estratos de la población mundial, especialmente juvenil y popular».⁶⁸

- *La relación entre comunicación social y evangelización* o, si se quiere ser más concreto, entre el uso de los lenguajes y de los medios de comunicación social para el Evangelio y nuestro estilo apostólico de «evangelizar educando», tiene un profundo impacto en la actividad salesiana. No se trata solo de educar a los medios, es decir, a la lectura crítica de sus mensajes, sino también de evangelizar con los medios. En este sector se abre un vasto campo de iniciativas para nuestras actividades didácticas, educativas y culturales, para la animación cristiana de los grupos juveniles, para la catequesis, para la oración.
- *La valoración de la comunicación social como un nuevo espacio de encuentro de los jóvenes.* Las tecnologías de la comunicación cambian el sentido de pertenencia y el modo de agregación, ya que crean más comunidades, en las que se insertan los usuarios, con dispositivos cada vez más conectados a la vida de los jóvenes. «Las actitudes que podemos ofrecer y solicitar son escuchar, reconocer, responder, estar con y hacer con, dentro de una realidad que apunta a experiencias (quizá nuevas o diversas) que ofrecen confianza recíproca, como antídoto a los inconvenientes del consumo. Estos nuevos espacios, como los social network, posibilitan la atención a las historias de vida de los jóvenes, las narraciones de sí mismos y sus vivencias, con la posibilidad de ayudarlos a orientarse y elegir».⁶⁹

«La promoción y el aprecio de todas las formas y expresiones de comunicación (cf. CG24, n. 129), como la música, el teatro, el cine, la televisión, la fotografía, el cómic, los multimedia y otras expresiones de arte, con un claro fin educativo y de evangelización. Es necesario animar estas realidades comunicativas de manera que no solo ofrezcan espacios cada vez más amplios a la libre expresión y a la creatividad, sino también estimulen el gusto por lo bello en todas las expresiones (artes visuales, música, poesía, literatura, baile, teatro). Educar para la belleza significa implicar toda la esfera de la sensibilidad y de la emotividad, la imaginación y la creatividad, la capacidad de expresar sensaciones y sentimientos propios y de comprender la expresión de los demás».⁷⁰

⁶⁸ Dicasterio para la Pastoral Juvenil Salesiana, *La Pastoral Juvenil Salesiana. Cuadro de Referencia*, Dirección General Obras Don Bosco, Roma-Madrid, 2014, p. 164.

⁶⁹ *Ibidem*, p. 164.

⁷⁰ *Ibidem*, p. 165.

14

DIRECTRICES PARA LA COMUNICACIÓN SALESIANA

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

«Estamos llamados a crecer juntos, en humanidad y como humanidad. El reto que tenemos ante nosotros es dar un salto cualitativo para estar a la altura de una sociedad compleja, multiétnica, pluralista, multirreligiosa y multicultural. Nos corresponde cuestionarnos sobre el desarrollo teórico y el uso práctico de estos nuevos instrumentos de comunicación y conocimiento» (Mensaje del Papa Francisco con motivo de la LVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales).

Las directrices para la comunicación social son el entramado sobre el cual cada Inspectoría y Región puede planificar sus actividades y proyectos. En este capítulo, teniendo en cuenta el contexto digital, la inteligencia artificial y los diferentes aspectos humanos, culturales y técnicos de la comunicación digital y la visión de la Iglesia y de la Congregación en el campo de la evangelización y la educación, se presentan algunas áreas de reflexión y temáticas imprescindibles. También se describen la organización, la gestión y el gobierno de la Congregación Salesiana en materia de la comunicación social.

El Documento considera las nuevas necesidades y desafíos que surgen en el campo de la comunicación hoy, como la profesionalidad de los operadores de comunicación, la modernización de la comunicación institucional, los métodos colaborativos de trabajo en red, la organización estructural en sus diversas tipologías en las Inspectorías, las temáticas ligadas a la privacidad y a la seguridad. Esta parte final también presenta pautas prácticas para la comunicación considerando la realidad de cada Inspectoría, con atención a la multiculturalidad. Todas estas son las nuevas necesidades, los estilos y los modos de llevar a cabo la misión salesiana en el mundo de hoy.

- ❖ Teniendo en cuenta el contexto digital, la inteligencia artificial y los diferentes aspectos humanos, culturales y técnicos de la comunicación digital, creemos que es importante que, en los proyectos de comunicación se incluyan, a través de la visión de la Iglesia y de la Congregación en el campo de la evangelización y la educación, las siguientes áreas:

– Área de la Evangelización

Observando los propósitos en el ámbito de la Congregación Salesiana, la evangelización representa un compromiso central y transversal. Se trata de un proceso dinámico y multiforme, que pretende difundir el mensaje evangélico a través de los medios de comunicación modernos, respondiendo a los desafíos y oportunidades del contexto contemporáneo.

Por ello, tiene como tareas específicas:

- acompañar la producción de contenidos para evangelizar en línea con los otros Sectores, con los Inspectores y los Delegados para la Comunicación y sus Equipos;
- promover los fundamentos y la metodología para la evangelización en la cultura digital.

– Área de la Animación

Este proceso sinérgico se fundamenta en el estilo operativo salesiano, basado en la colaboración con los laicos y en el uso de instrumentos de objetivo apropiados, tanto técnicos como humanos. El objetivo de este enfoque no es solo una eficaz comunicación interna o externa, sino también la promoción de los valores evangélicos y de la misión salesiana a través de las redes sociales, la inteligencia artificial y generativa y, no menos importante, los medios tradicionales.

Sus tareas específicas, en colaboración y en estrecha relación con los Inspectores, son:

- coordinar los aspectos relacionados con los medios, en lo que se refiere a las visitas del Rector Mayor y del Consejo General;
- acompañar y coordinar a los Delegados para la Comunicación Social;
- promover y verificar la implementación de los Planes Inspectoriales para la Comunicación Social;
- cuidar las visitas del Consejero, o del personal del Sector, a las Inspecciónes;

- promover y coordinar encuentros regionales y mundiales de los Delegados para la Comunicación Social;
- animar y coordinar encuentros regionales o mundiales de los órganos y de las empresas de comunicación salesiana: editoriales, radios, tipografías, Boletín Salesiano, revistas, sitios web, creadores de contenidos, misioneros digitales, productores de vídeo, artistas varios, música y teatro, encuentros relativos a la comunicación con y para migrantes y refugiados (Voices), diversos talleres (*Mobile Journalism*).

– Área de la Gestión

La gestión salesiana de la comunicación comprende el conjunto completo de procesos, relaciones humanas, metodologías de trabajo y pasos operativos necesarios para realizar proyectos y operaciones dentro de la propia organización. Esta tiene como objetivo perseguir los objetivos definidos por el sujeto comunicativo-administrativo. Se trata de una sinergia de investigación, desarrollo, logística, finanzas y patrimonio.

La gestión integrada es, precisamente, un objetivo prioritario para la Congregación Salesiana en el campo de la comunicación social. Esto implica no solo la armonización de las actividades comunicativas entre las diferentes realidades de la organización, sino también el desarrollo de una estrategia clara y coherente, que tenga en cuenta los desafíos y las oportunidades presentados por la convergencia de los medios.

Sus tareas específicas se orientan de modo particular en:

- coordinar la comunicación institucional interna y externa;
- promover la cooperación con las instituciones relacionadas con el mundo de la comunicación;
- realizar el conjunto de todas las actividades de comunicación a escala global.

Área de la comunicación institucional

En primer lugar, la comunicación institucional en la Congregación Salesiana tiene como tarea específica el seguimiento de las actividades realizadas para generar y transmitir información a individuos, grupos y comunidades. La Congregación Salesiana gestiona tanto la comunicación externa como la interna. En estas actividades se difunden la misión, la visión, los valores, los objetivos, las informaciones y los proyectos de la organización. Los canales de comunicación pueden variar, así como el mismo público.

La comunicación interna se refiere a la transmisión de mensajes dentro de la organización y está dirigida a los que forman parte de ella. Por comunicación externa se entiende, en particular, la transmisión de información fuera de la organización, por lo que se dirige a un público más amplio.

En la búsqueda de estos fines, más detalladamente, las tareas específicas son:

- desarrollar una adecuada estrategia de comunicación externa e interna para la Congregación Salesiana a nivel global;
- coordinar y promover los servicios de relaciones públicas de la Congregación;
- gestionar la Agencia info Salesiana (ANS) en sinergia con los Delegados para la Comunicación Social y los corresponsales en las Inspectorías;
- promover el Boletín Salesiano (impreso y digital);
- coordinar el sitio web sdb.org y sdl.sdb.org;
- organizar la difusión de los noticieros inspectoriales y la múltiple producción informativa salesiana;
- coordinar los medios sociales institucionales de la Congregación, del Sector y de la ANS a nivel mundial;
- gestionar las emergencias y organizar la comunicación de las crisis institucionales;
- acompañar a la Comisión Internacional de Inteligencia Artificial.

Área de trabajo en red

El estilo salesiano incluye el trabajo en red, la promoción de la identidad carismática, la valoración de las personas y de las relaciones humanas, el compartir visión y misión, la adopción de una mentalidad proyectual y la implicación de la comunidad educativa.

Además, promueve la sinergia con otros sectores como la Pastoral Juvenil, las Misiones, la Formación, la Economía y la Familia Salesiana.

Se hace uso de las tecnologías, de internet y de las redes sociales para compartir proyectos y fomentar una gestión profesional y sinérgica. Todas las actividades mediáticas a nivel internacional presuponen una amplia colaboración con centros situados en todo el mundo.

Las tareas específicas son:

- organizar a nivel de Región la red de Delegados para la Comunicación;
- diseñar el proyecto de comunicación de la Región en línea con las propuestas de animación y gestión del Sector;

- elaborar líneas de formación para los delegados y los equipos de las Regiones a través de la Escuela de Comunicación;
- crear sinergia y colaboración con otras redes salesianas;
- poner en práctica y acompañar la creación de un trabajo en red en todos los Sectores de Comunicación de la Congregación en el mundo;
- asegurar que los contenidos relativos a la comunicación social a nivel mundial sean archivados correctamente para beneficio de toda la Congregación.

– Área de la Formación

Garantiza el fortalecimiento de la formación salesiana (salesianos y laicos) con una clara identidad carismática, ética, técnica y pastoral, comprendiendo las dinámicas del ambiente digital y la visión de gestión convergente, colaborativa y de red.

Es necesario subrayar que es muy importante el desarrollo de las competencias digitales entre los salesianos y sus colaboradores. Además, el área de competencia, tanto a nivel interno como externo de la Congregación, se extiende a los laicos en la gestión colaborativa y en los diferentes procesos relativos a los proyectos de comunicación.

Como tareas específicas se subrayan:

- apoyar la integración del programa formativo inicial y continuo para la comunicación social en las diferentes fases, en sintonía con las Constituciones, la nueva *Ratio* y el Documento sobre la Comunicación Social;
- promover encuentros anuales internacionales o inspectoriales sobre la comunicación social para alumnos y formadores, involucrando también a diferentes grupos de la Familia Salesiana y a los jóvenes;
- fomentar la creación y la recogida de material adecuado para la formación en la comunicación social;
- organizar talleres sobre el proyecto de *Mobile Journalism* en las Inspectorías.

– Área de la producción

La producción de materiales en el ámbito de las actividades relacionadas con la comunicación social en la Congregación Salesiana incluye la creación de una amplia gama de contenidos e instrumentos comunicativos, como: artículos, videos, películas, *pódcast*, fotografías, libros, música, revistas, gráficos, infografías, cursos, talleres, redes sociales, sitios web, aplicaciones,

plataformas de comunicación, transmisión en vivo, materiales educativos y mucho más.

Se dará una gran importancia a la creación de una red de promoción y visibilidad de las diferentes iniciativas, de los eventos, de los contenidos y de los productos.

Las tareas específicas de esta área son:

- coordinar junto con el Ecónomo General, las Editoriales o las Tipografías, como centros productores de cultura cristiana y salesiana;
- Acompañar a los centros de producción multimedia;
- animar salas multimedia: cine, teatro y de cultura en general;
- incentivar la participación activa de los salesianos como evangelizadores, educadores y comunicadores en los diversos medios de comunicación: Internet, redes sociales, televisión, radio, prensa y otros;
- estimular la creación de una variedad de contenidos dedicados principalmente a Internet y a las redes sociales;
- promover la redacción y traducción de textos profesionales, teniendo en cuenta los últimos desarrollos de la Inteligencia Artificial.

– **Área de la profesionalización**

Comprende el uso de los conocimientos y de la experiencia especializada en el campo de la comunicación social para planificar, poner en práctica y evaluar estrategias comunicativas.

Se considera oportuno seleccionar los canales de comunicación apropiados, elevar la calidad de los contenidos, identificar los grupos destinatarios, emplear profesionales formados y asegurar tecnologías e instrumentos adecuados.

El objetivo de la profesionalización es aumentar el impacto, el alcance y la eficacia de la comunicación en la Congregación Salesiana a nivel internacional, apoyando así la realización de la misión y de los valores salesianos en todo el mundo.

Sus principales tareas son:

- promover la preparación específica, académica y técnica de los Delegados para la Comunicación Social y de algunos hermanos, para que puedan convertirse en formadores en la comunicación social;
- apoyar la especialización de algunos hermanos de las Inspectorías en comunicación social;

- poner en práctica la formación continua de los laicos en el campo de la comunicación social;
- acompañar y apoyar en la organización los aspectos digitales para la evangelización en las diferentes Inspectorías;
- desarrollar estrategias de comunicación que sostengan la misión de la Congregación Salesiana.

15

GESTIÓN Y GOBIERNO

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

- ❖ **El aspecto fundamental en la colaboración para la realización de la misión salesiana es que la comunicación social se realice a través de procesos, pasos y proyectos** dentro de la programación de la comunicación institucional y del Sector de Comunicación.

En lo que respecta a la comunicación interna, el Directorio de animación y gobierno de la Congregación y el plan de comunicación del Sector orientan los diversos procesos y los procedimientos de acuerdo con la competencia de los responsables directos.

En el nivel de comunicación externa, la Congregación brinda diversas actividades, como las relaciones públicas y el cuidado de la imagen y de la publicidad institucional. A ellas se suma la asistencia al Rector Mayor y a su Consejo, en el ámbito general, y a los Inspectores y su Consejo, en el ámbito inspectorial. También estamos comprometidos en la promoción del conocimiento de la Congregación entre los organismos eclesiásticos, gubernamentales y civiles, para ayudar en la realización de la misión salesiana.

- ❖ **Como Congregación podemos contar con instrumentos y productos informativos, como la Agencia info Salesiana (ANS)** con la red de corresponsales en las Regiones y en las Inspectorías, los servicios de relaciones públicas, los gabinetes de prensa, los portavoces, el Boletín Salesiano, los portales y sitios web, los servicios de documentación y los archivos, los noticiarios inspectoriales y la de múltiple producción informativa.
- ❖ **Criterios y orientaciones para la gestión de la comunicación salesiana.** No hay duda, la promoción de la comunicación es responsabilidad de

todos, con la animación y la coordinación del Consejero para la Comunicación Social a nivel mundial y de los Inspectores y Delegados a nivel inspectorial. A través de una actividad sistémica, con políticas y planes comunes, todo debe integrarse en el Proyecto de Animación del Rector Mayor y de su Consejo y en el Proyecto Orgánico Inspectorial. «La comunicación social va más allá de los estrechos confines de una Inspectoría. Por tanto, debe ser pensada en red. Lo que no se puede hacer con las fuerzas de una sola Inspectoría, se puede lograr con la participación de varias» (ACG 370, 41). Estos servicios buscan «formas de conexión y cooperación con centros de otras Inspectorías y con el Consejero General (...) para la Comunicación Social» (Reglamento, art. 31).

En esta línea, donde haya oportunidades y conveniencia, los países, las Conferencias o Regiones deberán organizar equipos, estructuras o servicios de intercambio, asesoramiento y conexión para la comunicación, al servicio de las Inspectorías. Estas estructuras y servicios se regularán por acuerdos o estatutos específicos acordados entre las Inspectorías, con la participación del Consejero Regional, oído el dictamen del Consejero General para la Comunicación Social.

La comunicación se promueve cuando las capacidades de comunicación, de los individuos y de la institución, han mejorado. Esta evaluación debe estar guiada por parámetros o indicadores objetivos, capaces de medir el grado de consecución de los resultados deseados y su puesta en práctica debe perfilarse de acuerdo con los criterios enumerados.

Estos procesos se llevarán a cabo con la participación de las personas involucradas, con el objetivo de evaluar la efectividad de los planes y procesos iniciados, para orientar los pasos sucesivos.

El carácter único de la misión salesiana indica la posibilidad y la necesidad de equipos intersectores (por ejemplo, Pastoral Juvenil, Comunicación Social, Misiones), especialmente para facilitar acciones compartidas.

❖ **Necesidad de un Plan de Acción del Sector de Comunicaciones (PASC).**

A nivel general, es necesario desarrollar y disponer de un Plan, enraizado en el Proyecto de Animación del Rector Mayor y de su Consejo, encaminado a crear sinergia entre las Inspectorías y a desarrollar la colaboración entre actividades específicas de formación y de producción.

A. Nivel inspectorial

- La comunicación social está guiada por un Plan Inspectorial de Comunicación Social (PICS), integrado en el Proyecto Orgánico Inspectorial

(POI), que tiene en cuenta la situación específica de cada Inspectoría y busca aplicar las directrices de Comunicación Social de la Congregación y la planificación general realizada por el Rector Mayor y por su Consejo para el sexenio.

B. Trabajo transversal

- Será necesario promover la vitalidad, la dinámica y el estilo salesiano de comunicación, en su expresión de dimensión transversal de la acción educativo-pastoral, de campo de la misión, de obra con características propias y de sistema específico e integrado de comunicación.

C. Estudio e investigación

- El desarrollo y la concretización de la comunicación son apoyados con acciones de análisis, de investigación, de estudio, de reflexión y monitoreados con acciones de evaluación, consultorías, actividades de formación y desarrollo.

D. Consultas permanentes

- Se han creado Consultas permanentes a nivel mundial e inspectorial para la comunicación social, compuestas por equipos de salesianos y laicos expertos para los diferentes ámbitos o áreas, coordinadas respectivamente por el Consejero General y los delegados inspectoriales para la comunicación social. Les corresponde profundizar la metodología pastoral salesiana de comunicación al servicio de la Congregación, de la Iglesia y de la sociedad.

- ❖ **Algunos criterios para la comunicación salesiana.** En la gestión, organización y operatividad de la comunicación en nuestras Inspectorías y en las obras correspondientes, es importante iniciar: la educación en los *media*, considerados como herramientas a utilizar en los procesos educativos generales; la comprensión crítica de los *media*, vistos no solo como instrumentos, sino como lenguaje y cultura; su uso para la formación de profesionales; expresiones artísticas, actividades culturales, musicales, deportivas y de tiempo libre propias del estilo salesiano; el cuidado del medio ambiente en los diversos aspectos; la apertura a formas de educación y de evangelización que potencien la comunicación como un nuevo espacio de vida para que los jóvenes se reúnan; el compromiso constante para construir una comunidad de personas con una

visión común y compartida de misión, de espíritu salesiano y de proyecto, en un clima de familia, de cercanía y de compartir entre salesianos y laicos (cf. en particular CG24), educadores y educandos.

La promoción de la unidad, en la creciente diversidad de culturas y de situaciones en continua transformación, debe cuidarse mediante un diálogo constante entre Centro e Inspectorías, de modo que se conozcan y se tengan en cuenta las situaciones y los problemas locales, al mismo tiempo, que se amplíe la mirada al universo de la Congregación.

Será también necesaria la cercanía de la Dirección General a las Conferencias y a los grupos de Inspectorías, para diseñar intervenciones locales en red más que impuestas desde arriba, implicando centros y Delegados regionales o inspectoriales.

❖ **En cuanto al tema de la animación y la gestión de la comunicación en las relaciones públicas**, se deben tener en cuenta algunos factores importantes, si no esenciales:

- el cuidado de las relaciones públicas de la Congregación;
- el cuidado de la imagen y de la publicidad institucional de la Congregación;
- la asistencia al Rector Mayor y a su Consejo en el ámbito general, a los Inspectores y a su Consejo en el ámbito inspectorial, en los compromisos de relación con personas, comunidades, instituciones, medios de comunicación, actividades públicas;
- la promoción del conocimiento de la Congregación ante los organismos eclesiales, gubernamentales y civiles, para ayudar a la realización de la misión salesiana;
- la coordinación de los medios de comunicación para su utilización a favor de la educación de los jóvenes y la difusión de la Buena Nueva;
- la oportunidad de utilizar posibles espacios para ingresar en el mundo de los medios, para conocer los medios de comunicación, utilizarlos e influir positivamente en sus contenidos;
- las conexiones y la participación en organismos eclesiales y civiles que trabajan y coordinan el sector de la comunicación social;
- la participación en acontecimientos y movimientos eclesiales y sociales en el campo de la comunicación, que tienen relación con la educación y la pastoral.

❖ **La formación de los salesianos.** La formación de los salesianos tiene en cuenta lo que escriben algunos documentos fundamentales, inclui-

dos los Reglamentos en el artículo 82: «La misión salesiana orienta y caracteriza, de modo propio y original, la formación intelectual de los socios en todos los niveles. Por consiguiente, el ordenamiento de los estudios armonice las exigencias de la seriedad científica con las necesidades de la dimensión religioso-apostólica de nuestro proyecto de vida. Cultívense con especial interés los estudios y materias que versan sobre educación, pastoral de la juventud, catequesis y comunicación social». Luego, las orientaciones de la nueva *Ratio* («La formación de los Salesianos de Don Bosco. Principios y normas»); la sensibilización y preparación de los hermanos, para que puedan ingresar, de manera profesional, en el campo de la comunicación; el documento conjunto del Dicasterio para la Formación y del Dicasterio para la Comunicación Social (2006) con las Orientaciones para la formación de los salesianos en comunicación social, los contenidos y las metodologías para las distintas fases de formación.

- ❖ **Adquisición de datos sobre la realidad juvenil.** Más allá del contacto y del conocimiento personal de los jóvenes en la propia obra o zona de trabajo, apostamos por un conocimiento bien documentado del mundo juvenil en constante evolución. Se debe añadir una rica información al respecto para un mayor conocimiento, para un aumento de la implicación y para una mejor cualificación del servicio.

Al mismo tiempo, nos comprometemos a difundir esta misma información en la sociedad, con el objetivo de crear opinión pública y toma de conciencia que dé lugar a políticas y acciones a favor de la juventud.

Para apoyar la animación y el buen funcionamiento de la Congregación como organización, se debe disponer de una base de datos permanentemente actualizada, que permita conocer de forma rápida y en cualquier momento, de forma práctica y segura, la situación del personal, de las obras y de las actividades.

- ❖ **Procedimientos de sistematización y conservación digital.** La información también tiene la tarea de la conservación digital. Implica el desarrollo de procedimientos a diferentes niveles, que aseguren un material digital valioso, procesado de forma que facilite su conservación. También se deben cuidar los diversos procesos digitales relativos a la sistematización y conservación de los documentos históricos y culturales de la Congregación: escritos, imágenes (fijas o en movimiento), testimonios sonoros,

objetos. Debe establecerse una gestión adecuada de archivos, bibliotecas, museos y monumentos.

- ❖ **La imagen institucional.** La imagen institucional debe cuidarse mediante una información correcta y completa, que exprese claramente el significado social de la obra de Don Bosco. «Trabajamos en ambientes populares y en favor de los jóvenes pobres. Los educamos para las responsabilidades morales, profesionales y sociales, colaboramos con ellos y contribuimos a la promoción del grupo y del ambiente» (Constituciones, art. 33).

Participamos como religiosos en el testimonio y compromiso de la Iglesia con la justicia y la paz. Manteniéndonos independientes de cualquier ideología y política de partido, rechazamos todo lo que promueva la miseria, la injusticia y la violencia, y cooperamos con quienes construyen una sociedad más digna del hombre. «La promoción, a la que nos dedicamos con espíritu evangélico, realiza el amor liberador de Cristo y es signo de la presencia del Reino de Dios» (Constituciones, art. 33).

- ❖ **La gestión de la comunicación de crisis requiere profesionalidad y estrategia de acción.** Esta no se limita a reaccionar ante eventos adversos, sino que se centra, más bien, en la anticipación de escenarios, sobre la definición de protocolos claros y sobre el análisis de los riesgos. De hecho, es necesario anticiparse a los escenarios, establecer protocolos claros y mantener una comunicación transparente y coherente en todo momento.

Una de las claves para gestionar la comunicación de crisis es la velocidad y eficacia de la respuesta. La acción oportuna y la información transparente son esenciales para gestionar eficazmente una crisis. Esto significa estar preparado para actuar de inmediato ante situaciones críticas, proporcionando información precisa y actualizada. Una comunicación que fluye armoniosamente ayuda a mantener la confianza y credibilidad de la organización, incluso en caso de crisis.

La gestión de la comunicación de crisis requiere una comprensión profunda de los valores y la cultura organizativa. Por tanto, en este contexto, la comunicación debe ser empática e inmediata. Esto incluye la alineación de los mensajes y de las acciones de la organización con sus principios y valores fundamentales.

- ❖ **Cualificación y profesionalidad.** Es fundamental fortalecer y cualificar profesionalmente estructuras, herramientas y productos de información. En particular, cabe señalar lo siguiente:
 - la Agencia info Salesiana (ANS) con la red de corresponsales en las Regiones e Inspectorías;
 - los servicios de relaciones públicas, las oficinas de prensa, los portavoces;
 - los Boletines Salesianos;
 - los portales y los sitios web;
 - los servicios de documentación y los archivos;
 - los noticiarios inspectoriales y la múltiple producción informativa salesiana;
 - las plataformas y los medios tecnológicos de comunicación que permitan mayor rapidez, ahorro económico y de energías, acceso permanente y personal a la información.

- ❖ **La política editorial.** La labor educativa de Don Bosco lleva la impronta de su actividad como escritor y editor. Como autor ha escrito textos devocionales, formativos, educativos y escolares. Para apoyar su actividad editorial constituyó la *Sociedad para la difusión de la buena prensa* y fundó la Tipografía del Oratorio de Valdocco.
 - Las editoriales salesianas son empresas implicadas en la vida cultural, social y política de la gente, en particular de los jóvenes de los ambientes populares. Están abiertas a las culturas de los países en los que actúan, para comprenderlas y encarnar en ellas el mensaje evangélico (cf. Constituciones, art. 7).
 - Con su actividad hacen presente a la Congregación en la sociedad, en la escuela y en la cultura, con un papel activo en el proceso de evangelización y catequesis; regulan su política editorial sobre la relación entre fe y cultura tal como la interpreta el Magisterio; reconocen la autenticidad de los valores humanos, su autonomía y relevancia para la fe; rechazan toda forma de fundamentalismo.
 - Son presencias educativas y creadoras de cultura, con especial atención a la dimensión popular y humanística, en la línea de Don Bosco y de la tradición educativa y pedagógica salesiana.
 - Las editoriales salesianas actúan en el campo de la educación, de la evangelización, de la catequesis, de la formación y de la instrucción. Se comprometen a promover el anuncio del Evangelio, a acompañar

el descubrimiento y la maduración de la fe, a facilitar la síntesis entre fe y cultura, a educar en el sentido crítico, estético y moral, a promover la apertura a lo religioso.

❖ **Estructuras empresariales de comunicación.** Siguiendo el ejemplo de Don Bosco, que dio estabilidad empresarial a su actividad editorial, y como piden los Reglamentos Generales (art. 31), las editoriales salesianas se constituyen sobre bases jurídicas y económicas seguras.

Como ocurre con cualquier otra labor de la Inspectoría, el Inspector con su Consejo define: la estructura jurídica de la editorial, de conformidad con las leyes vigentes en el país; el propietario de la misma; el objeto de su actividad; su estructura organizacional, especificando roles, competencias y funciones.

La Inspectoría ejerce también su constante deber de control y dirección. El ente propietario de la editorial define con un documento oficial: los valores fundamentales y las pautas para las decisiones; las políticas, las acciones, la finalidad, es decir, la razón fundamental de existencia de la editorial; la misión y los objetivos a perseguir.

La empresa desarrolla una importante y cuidada estrategia, que le permite alcanzar la misión que le ha sido encomendada. A través de una evaluación de sus fortalezas y debilidades, de sus recursos financieros y humanos, de su capacidad innovadora, identifique su objetivo y espacio de mercado, el negocio principal; elabore el plan estratégico, financiero y de *marketing*; defina su organigrama y su lista de tareas: quién hace qué, cuándo y cómo.

❖ **Los sitios web salesianos.** Podemos identificar tres núcleos de un sitio web salesiano: la identidad, la finalidad, la naturaleza de la propia Web. La identidad de un sitio web salesiano es carismática e institucional y puede expresarse de la siguiente manera:

- la misión (la salvación de la juventud); una referencia a Don Bosco y a su figura; el término «salesiano»; cierto estilo inspirado en el Sistema Preventivo; el sentido de una comunidad y el cómo se crea una comunidad.
- Hay diferentes niveles de pertenencia a la identidad institucional, según el carácter del sitio: puede ser un sitio «oficial» de la Congregación, de la Región o de una Inspectoría, o de una obra, de un sector, de una actividad típicamente salesiana.

- Elementos concretos como el logotipo y los distintos enlaces ayudan a expresar esta pertenencia. Un sitio web oficial debe incluir un enlace al portal de la Congregación.
- Un sitio web salesiano tiene siempre el objetivo de dar testimonio de su identidad cristiana y evangelizadora. Su finalidad es animar, formar, educar, informar (noticias, vídeos...), conservar (documentos, imágenes, sonidos...), publicitar (sin excesiva autorreferencialidad).
- Sin duda, el desarrollo continuo involucra varios aspectos: diseño, iconos, habilidades, interactividad, accesibilidad, la capacidad de administrar sitios cada vez más complejos de manera sencilla, utilizando las herramientas disponibles hoy en día.

❖ **Las radios y las televisiones salesianas.** Son estructuras que, con estilo salesiano, evangelizan a la juventud y a la cultura popular, educando, orientando, informando e implicando. Entre sus múltiples objetivos, destacamos la importancia de: promover el asociacionismo, la participación de los jóvenes y de las clases populares; despertar en ellos la capacidad crítica para interpretar y evaluar la realidad; difundir los valores humanos y cristianos en la sociedad; poner en marcha programas educativos, culturales y pastorales, promoviendo la cultura, la educación y la religión a través de una programación ética y de calidad; difundir programas especializados con identidad salesiana fundados en el Sistema Preventivo, con creatividad, utilizando recursos específicos; promover la vocación salesiana en sus diversas expresiones.

Por tanto, parece necesario:

- informar, educar, evangelizar a los jóvenes y a las clases populares utilizando el lenguaje de la radio; producir y apoyar programas juveniles, emisoras de radio y televisión con estilo educativo salesiano, estimulando e involucrando a los propios jóvenes; difundir información correcta, que ofrezca elementos para una crítica constructiva de la sociedad; dar espacio en nuestros mensajes a temas de justicia social y campañas para la protección y promoción de los derechos humanos.
- Para ello es esencial: luchar por la sostenibilidad económica de la radio y la televisión, a través de una gestión cuidadosa, apoyo local y proyectos en red; preparar y formar profesionalmente al personal de la radio y de la televisión en el carisma salesiano, a fin de garantizar la calidad evangelizadora del mensaje. Para ello, es necesario planificar encuentros periódicos de formación y promover en todos los ámbitos

locales y en la Inspectoría el trabajo compartido en red con la Congregación salesiana y la Iglesia.

❖ **Las redes sociales.** Son una nueva forma de comunicación. Se utilizan principalmente para intercambiar experiencias y opiniones, comunicarse con amigos y mantenerse en contacto con conocidos en una sociedad cada vez más conectada a Internet.

Juegan un papel fundamental en la realidad de muchas personas, ya que permiten conocer nuevas personas y nuevos lugares, conocer acontecimientos de forma inmediata, entablar diálogo y crear grupos con diferentes intenciones y funciones.

A través de *Facebook*, *X*, *YouTube*, *WhatsApp* y muchas otras redes sociales se crean conexiones entre personas de muy diferentes partes del mundo, algo que era imposible de imaginar hasta hace unos años. Con solo un clic se puede descubrir inmediatamente lo que ocurre a miles de kilómetros de distancia.

Además, las plataformas en línea aportan grandes beneficios a los usuarios, que se convierten en consumidores y productores de información, porque están prácticamente disponibles para todos. En las redes sociales todos los usuarios son creadores, actores, simultánea y permanentemente visibles.

❖ **La formación de especialistas salesianos y laicos.** Es necesario ser conscientes de la prioridad de formar salesianos y laicos especialistas en comunicación. Es necesario iniciar, apoyar y fortalecer las áreas de la acción, de la animación, de la formación, de la información y de la producción para una comunicación eficaz al servicio de la misión salesiana.

16

ORGANIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN SALESIANA

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

- ❖ **La Coordinación general.** La coordinación, la organización y la promoción de la comunicación están encomendadas al Consejero para la Comunicación Social a nivel general, y al Delegado para la Comunicación Social a nivel inspectorial.

Organizar significa identificar y estructurar el trabajo a realizar; definir y asignar las tareas y delegaciones correspondientes; establecer, entre las personas, relaciones adecuadas para el trabajo en equipo, con el fin de alcanzar los resultados esperados.

El Inspector, según las indicaciones del Capítulo General 23, debe nombrar al Delegado para la Comunicación Social, quien «asistirá a cada comunidad en la promoción de las diversas realidades comunicativas, prestará su servicio a los distintos sectores de actividad y mantendrá relaciones con los organismos locales, eclesiásticos y civiles» (CG23, n. 259).

- ❖ **La actividad de apoyo y sus políticas.** Es necesario asegurar la disponibilidad y la adecuada administración del personal, de los recursos y de los servicios necesarios para el funcionamiento de la comunicación en la Inspectoría. Las actividades de apoyo deberán realizarse de acuerdo entre el economato general y/o inspectorial. La gestión del personal debe tener en cuenta:
 - el apoyo y el desarrollo de los recursos humanos, que nos permite contar con personal cualificado, estable y motivado;
 - la formación constante de las personas para el desarrollo de su potencial y para su adecuado posicionamiento en la estructura de trabajo.

La gestión de los recursos y activos económico-financieros se refiere a:

- la disponibilidad, el uso adecuado y el control de los recursos necesarios;
- el empleo de acuerdo con las exigencias legales y las normas jurídicas vigentes de la sociedad civil y de la Congregación;
- la profesionalidad en los procedimientos;
- el presupuesto económico correspondiente a cada uno de los planes.

La gestión de los servicios concierne a:

- la organización y los métodos de trabajo, para que las estructuras organizativas se actualicen constantemente y se adapten a los resultados esperados, dentro del marco de referencia trazado por las Constituciones y los Reglamentos de la Congregación;
- la socialización de las experiencias y de los resultados entre los Sectores y las áreas de la Congregación;
- el adecuado funcionamiento de los sistemas informatizados, que garantizan bases seguras y rápidas para la toma de decisiones de gestión;
- necesarias para lograr los resultados deseados de la comunicación;
- la disponibilidad de apoyo jurídico para asegurar el cumplimiento de la ley y garantizar la defensa de los intereses de la Congregación en este ámbito.

La gestión de los recursos lingüísticos y de la traducción debe considerar:

- la salvaguardia de la terminología salesiana tanto interna como externamente;
- el cuidado de una traducción fiel y comprensible de los mensajes del Rector Mayor y de su Consejo, de los demás órganos de animación, formación e información. Por «fiel» nos referimos a la fidelidad al idioma y al contexto original, pero que facilite la comprensión de los lectores en su contexto cultural;
- la promoción de estándares útiles para los textos publicados por la Dirección General.

- ❖ **Cuidado de la gestión de los bienes documentales.** El Sector de Comunicación Social (SCS) cuida la gestión del patrimonio documental de la Congregación, en colaboración con el Archivo Central Salesiano, mediante la digitalización de textos, la memorización de textos (MT), etc.

El Delegado para la Comunicación Social ofrece sus competencias y asesoramiento al Archivo Central Salesiano y otros responsables para la gestión del patrimonio documental de la Congregación.

El Sector de Comunicación Social, también en colaboración con el Secretario General y/o el Vicario del Rector Mayor, se encarga de la coordinación del grupo de traductores y ofrece servicios de apoyo a su tarea.

El Sector de Comunicación Social promueve directrices de estilo para diversas situaciones, por ejemplo, para la Dirección General, o para los traductores en los varios idiomas.

17

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LA COMUNICACIÓN SALESIANA

DIRECTRICES PARA PROFUNDIZACIONES Y ACCIONES

❖ El Consejero General de Comunicación Social

Tarea fundamental

«El Consejero para la Comunicación Social tiene el encargo de animar a la Congregación en este sector. Promueve la acción salesiana en el sector de la Comunicación Social y, en particular, coordina en todo el mundo los centros y estructuras que en este campo dirige la Congregación» (Constituciones, art. 137).

Como piedra angular, el Sector para la Comunicación Social funda sus valores en el Evangelio, en la persona de san Juan Bosco y en las fuentes de inspiración de su Sistema Preventivo, uniéndose al Magisterio de la Congregación Salesiana.

Para responder adecuadamente a la creciente presión mediática, es importante hacer hincapié en el cambio que se está produciendo. Estas nuevas exigencias socioculturales, dictadas por reales y evidentes signos de nuestros tiempos, deben promover un tipo de transmisión rica en enseñanzas y principios morales, poniendo en evidencia:

- la fidelidad al carisma salesiano al servicio de los jóvenes;
- la persona humana, siempre en el centro de la comunicación;
- la invitación de la Iglesia y de la Congregación a habitar, evangelizar y educar dentro de la cultura digital con identidad salesiana;
- la importancia de la convergencia en la gestión y en el gobierno compartido, de la profesionalidad de la gestión y de la cultura organizativa;

- la participación activa de los laicos en la gestión colaborativa a nivel educativo-pastoral y administrativo de la comunicación;
- la mentalidad de trabajo en red, el uso ético y educativo de la inteligencia artificial con una visión sinérgica y una mentalidad multitarea, proyectual y convergente.

Tareas específicas

- Animar y gestionar de manera sinodal, orgánica e inclusiva la comunicación institucional-informativa, educativa y pastoral, a través de políticas claras, procesos eficaces, programación, realización y verificación de los proyectos.
- Difundir los valores y la visión de la comunicación salesiana: poner en el centro la prioridad de la persona y la relativa formación respecto a los medios, promover una visión positiva del hombre, valorar la comunión fraterna entre los individuos como vocación, establecer la autenticidad en la vida personal y comunitaria como fundamento creíble del comunicar.
- Acompañar y sostener a la Congregación Salesiana en el campo de la Comunicación Social, teniendo en cuenta la transformación digital, al servicio de la misión, como lo indican los Reglamentos Generales (arts. 31-34).
- Estimular la conciencia de ser comunicador de una identidad salesiana y de la fidelidad carismática. Por regla general, esta competencia debe realizarse en las comunidades religiosas, en los lugares de misión, a través de los medios de comunicación tradicionales y digitales (cf. Constituciones, art. 43).
- Animar a los Directores y a los responsables de los centros y de las estructuras de comunicación, con el fin de trabajar con una visión educativa, profesional y en red, mediante el uso de las redes sociales y de los medios.
- Coordinar las áreas de las que está compuesto el Sector de la Comunicación Social: evangelización, animación, gestión, comunicación institucional, formación, producción, profesionalización, trabajo en red.
- Promover actividades de comunicación y *marketing*, con el fin de garantizar la visibilidad y cohesión que, de hecho, se dirigen a toda la comunicación institucional y a la producción de contenidos en la Congregación Salesiana.
- Acompañar la formación y la animación de los Delegados de comunicación, de los Directores de Centros de comunicación, de editoriales, del Boletín Salesiano, de la radio y de otras instituciones.

❖ **Equipo del Sector para la Comunicación Social**

El equipo que forma este Sector tiene funciones específicas de colaboración con el Consejero General. En particular deberá:

- contribuir con el Consejero General a promover la comunicación;
- colaborar constantemente con todo lo relacionado con los objetivos del Sector de Comunicación Social;
- realizar las tareas asignadas por el Consejero al servicio del Sector, tales como: la Agencia ANS, la oficina de prensa, el Boletín Salesiano italiano, los Boletines Salesianos, el portal *web*, los servicios de documentación y el archivo, los servicios de fotografía.

❖ **Consulta Mundial para la Comunicación Social**

Los distintos salesianos y laicos miembros del equipo, expertos en los diversos campos de la animación y de la formación, de la información y de las empresas, colaboran permanentemente con el Sector a través de sus estudios y consejos, respondiendo a las solicitudes, pero también ofreciendo sugerencias espontáneas con una actitud proactiva.

Su contribución tiene como objeto en particular:

- acompañar el desarrollo de la comunicación de la Congregación;
- realizar evaluaciones, investigaciones, estudios;
- ofrecer orientaciones y subsidios para una actualización constante;
- ofrecer asesoramiento permanente a la comunicación de la Congregación, en particular al Sector para la Comunicación Social.

❖ **Delegado regional, nacional y/o de conferencias**

En estrecha colaboración con la sede central y según el principio de subsidiariedad, los distintos Delegados regionales, nacionales y/o de conferencias se comprometen a:

- promover la sinergia y la colaboración entre las Inspectorías en el campo de la comunicación y de sus diversas actividades, con una visión estratégica abierta sobre toda la misión y la Congregación;
- llevar a cabo la tarea que le confían los estatutos o los convenios de la delegación regional o de la conferencia;
- mantener un estrecho vínculo de colaboración con el Consejero General para la Comunicación Social y con el Sector;
- promover el desarrollo y la puesta en práctica de un plan común de acción y colaboración en el Sector de la comunicación social, de acuerdo con la planificación general de la Región o Conferencia.

❖ **El Inspector con su Consejo**

Dentro de cada Inspectoría, el Inspector con su Consejo se compromete a:

- promover la comunicación en la Inspectoría;
- cuidar y verificar la calidad de la comunicación dentro y fuera de la Inspectoría, entre los hermanos, con los grupos de la Familia Salesiana, con las comunidades eclesiales y las instituciones civiles y sociales, entre los grupos de las Inspectorías y con el Consejo general;
- nombrar al Delegado inspectorial de la Comunicación
- cuidar organización, roles y funciones de la comunicación social y del equipo o comisión de comunicación;
- preparar a los hermanos para entrar en los circuitos de prensa, cine, radio y televisión;
- establecer y fortalecer centros editoriales para la producción y difusión de libros, subvenciones y publicaciones periódicas, y centros para la difusión y producción de programas audiovisuales, de radio y televisión;
- establecer los revisores de las publicaciones que requieran revisión eclesiástica.

❖ **El Delegado inspectorial para la Comunicación Social**

El Delegado (la Delegada) puede ser salesiano o laico y tiene la tarea de promover, en nombre del Inspector, la comunicación en la Inspectoría:

- el puesto debe ser a tiempo completo;
- debe trabajar en colaboración con los distintos equipos que componen la estructura, a favor de la misión juvenil salesiana, para su realización en la Inspectoría;
- se coordina, de manera particular, con los Delegados de los otros Sectores;
- de acuerdo con el ecónomo inspectorial, encuentra una función de representación adecuada en la gestión de las empresas de comunicación de la Inspectoría;
- colabora en la elaboración y en la aplicación del Plan de Comunicación Social de la Inspectoría;
- según las posibilidades, anima y acompaña a los actores de la comunicación de la Inspectoría: el Consejo inspectorial, las comunidades salesianas, los referentes locales para la comunicación, los diferentes espacios de acción comunicativa;
- ayuda en la formación permanente de los hermanos en el campo de la comunicación;

- trabaja en red con los distintos responsables de todos los niveles de la Inspectoría para coordinar las acciones, subrayando los criterios salesianos enumerados en la primera parte de este subsidio: en la elaboración y aplicación de los planes en los diferentes niveles inspectoriales y locales, en la promoción de procesos y en la ejecución de programas y actividades de formación, de información y de producción, colaborando con el equipo o comisión inspectorial de la Pastoral Juvenil;
- tiene presencia en los órganos de animación de obras de producción de comunicación social;
- es esencial que el Delegado tenga una visión global que le permita realizar intervenciones bien orientadas para garantizar el equilibrio y la armonía entre la información salesiana local y la información a nivel mundial en los siguientes ámbitos: ANS (Agencia Info Salesiana), información local (corresponsales), producción y difusión de la información dentro de la Inspectoría y de la Familia Salesiana.

❖ **Equipo (Comisión inspectorial u otro) para la Comunicación Social**

Para apoyar y contribuir al desarrollo y funcionamiento de la comunicación dentro de cada Inspectoría, es bueno formar un equipo que se ocupe de:

- contribuir con el Delegado y la Inspectoría a la tarea de promover la comunicación;
- trabajar como equipo en el sistema y colaborar constantemente en todo lo relacionado con la misión en el sector de la comunicación social;
- contribuir a la elaboración y a la aplicación del plan inspectorial de animación-formación-consultoría en el sector de la comunicación social;
- contribuir al trabajo del Delegado con la información, el estudio, el intercambio, la planificación y la experimentación;
- asumir las tareas encomendadas por el Inspector o por el Delegado para la gestión de las diversas actividades, o la participación en eventos y organismos de comunicación;
- mejorar la comunicación a favor de la educación y evangelización de los jóvenes y de la clase popular.

❖ **Oficina de prensa, equipo y producción**

Es importante organizar una oficina de prensa que se encargue de:

- desarrollar un contacto activo y positivo con las estructuras, personas y medios de comunicación presentes en la zona;

- cuidar la imagen salesiana, en términos de calidad y cantidad, el significado de la presencia en los medios y en el espacio de la prensa;
- participar en reuniones del sistema a diferentes niveles, regional o de conferencia y mundial, contribuyendo cada vez más al establecimiento de sinergias dentro de la Congregación;
- coordinarse con los organismos eclesiásticos, religiosos, gubernamentales y civiles que se ocupan de la comunicación.

❖ **Coordinador local de Comunicación Social**

Cada realidad y obra local debe cuidar, organizar y coordinar cuidadosamente sus propias intervenciones en el sector de la comunicación. Se prestará especial atención a:

- promover la comunicación en la obra local;
- participar operativamente dentro del equipo de Pastoral Juvenil en todas las actividades relacionadas con la educación de los jóvenes;
- interactuar con los responsables de los otros Sectores para una actividad bien coordinada de la obra local;
- colaborar en la elaboración y puesta en marcha del Plan local de Comunicación Social;
- animar a cuantos cooperan en la comunicación en la obra: el consejo de la comunidad educativa, la comunidad salesiana, la comisión local de comunicación, los diferentes espacios de actividad comunicativa;
- acompañar en la elaboración y en la aplicación de planes en la promoción de procesos y en la puesta en marcha de programas y actividades de formación, de información y de producción;
- hacer funcionar el centro local de información salesiana: promover la producción y difusión de información dentro de la obra y de la Familia Salesiana, cuidar los instrumentos como noticiarios locales y otros productos específicos;
- acompañar la acción de los corresponsables locales;
- orientar la gestión del sitio web y las actividades de la oficina de prensa;
- mantener un contacto activo y positivo con las estructuras, personas y medios de comunicación presentes en la zona;
- promover la imagen salesiana, prestando la máxima atención a la calidad y a la cantidad, al significado de la presencia en los medios de comunicación y en el espacio de la prensa;
- proporcionar a la ANS (Agencia info Salesiana), a nivel inspectorial y mundial, informaciones locales y colocar inteligentemente la información producida en el territorio.

❖ **Agencia ANS (Agencia Info Salesiana)**

Las principales finalidades de la Agencia encargada de la información y de la comunicación de los salesianos son:

- producir información salesiana para alimentar los medios salesianos y colocar sus productos en las redes sociales, al servicio de la misión salesiana;
- estar a disposición de los diferentes órganos de la Congregación (Rector Mayor, Consejo General, Sectores, Inspectorías, etc.) para ayudarles a utilizar eficazmente la información y la comunicación como medio para alcanzar sus propios objetivos de animación y gobernanza;
- poner en contacto, a través de la información sobre sus distintas realidades, a los miembros de la Congregación esparcidos por el mundo y a los diferentes grupos de la Familia Salesiana;
- recoger las provocaciones de la realidad y ayudar a la Congregación, a la Familia Salesiana y a la sociedad a leerlas e interpretarlas según la misión salesiana;
- contribuir a la calidad de los medios informativos de la Congregación y de los grupos de la Familia Salesiana. La Agencia se propone llevar a cabo un servicio encaminado a mejorar sus contenidos y presentación;
- dar a conocer las realidades de la Congregación y de la Familia Salesiana en el mundo, ofreciendo información sobre hechos relevantes a los medios cercanos a la Iglesia y, en general, a las redes sociales;
- acercar los problemas de la juventud y la educación al mundo, procesando y distribuyendo información;
- comunicar en línea con las nuevas ciencias y metodologías de la cultura digital y de la Inteligencia Artificial.

La Agencia ANS actúa en dos niveles:

- *Mundial*: en Roma, y en estrecha colaboración con los órganos directivos de la Congregación y de la Familia Salesiana, el centro de la Agencia establece los contactos necesarios con las Agencias internacionales, las bases de datos globales, el Vaticano y todo el conjunto de la comunidad salesiana. Todos los productos de carácter mundial, tanto internos como externos, son elaborados por el centro, que los distribuirá directamente a los clientes o los enviará a los Delegados inspectoriales, para que estos los «coloquen» en los medios de información nacionales.
- *Inspectorial*: el Delegado inspectorial (corresponsal inspectorial) para la comunicación social, en plena colaboración con los órganos dirigentes inspectoriales, establece contactos con agencias y medios de co-

municación nacionales, con la oficina de prensa de la Conferencia Episcopal y con las comunidades salesianas de su Inspectoría.

El Delegado (personalmente o a través de otro corresponsal) transmite al centro de la Agencia toda la información de la Inspectoría que sea de interés para la misma y, según su propio criterio y de acuerdo con la política de información, «coloca» en las agencias y medios nacionales información o productos informativos recibidos por la Agencia.

Además, el Delegado, como responsable ante la Agencia, procesa y distribuye la información salesiana de interés local para los medios de comunicación existentes en su zona. Con el Delegado colaboran los informadores, salesianos o miembros de la Familia Salesiana, de las distintas presencias (corresponsales locales).

También se encarga de la producción y envío de los productos de ANS, como: ANSfoto, la revista mensual impresa, el sitio ANS y otros productos según sea necesario.

❖ **Oficina de prensa ANS**

En particular, la oficina de prensa ANS deberá:

- mantener contactos con las agencias de información, los medios de comunicación y el público en general; ser portavoz de la atención los problemas juveniles y educativos;
- cuidar y defender la imagen de la Congregación y de la actividad salesiana. La oficina de prensa se caracteriza por ser un servicio dentro de ANS;
- organizar y actualizar una base de datos sobre la realidad salesiana, sobre la situación juvenil y sobre la educación;
- acompañar la información actual en los medios de comunicación en todo lo relacionado con la misión salesiana; transmitir la información a los interesados inmediatos a nivel interno e interactuar sobre estos aspectos con los mismos medios;
- establecer contactos con las agencias y en particular con los periodistas para informar sobre la misión salesiana y movilizarlos a favor de la educación de la juventud;
- cuidar la organización de roles y funciones;
- gestionar el plan de comunicación y de *marketing* de la imagen de la Congregación o de la Inspectoría;
- organizar las relaciones de los dirigentes de la Congregación en los diferentes niveles con los medios de comunicación y viceversa.

Se debe prestar especial atención a las relaciones públicas. Para ello es necesario:

- gestionar las relaciones oficiales del Rector Mayor y de su Consejo con la Congregación y de esta con el exterior, a nivel general, y del Inspector y su Consejo a nivel inspectorial. El Rector Mayor mantiene la responsabilidad en casos particulares puede delegar en su Vicario, en el Secretario General, en el portavoz oficial u otros las relaciones oficiales del Consejo con la Congregación y de esta con el mundo exterior, en particular las relaciones con la Sede Apostólica, con la Unión de Superiores Generales (USG), con otros Institutos y Congregaciones, con otras instituciones y organismos, tanto del ámbito eclesial como civil, especialmente para declaraciones o posiciones tomadas por la Congregación;
- el Inspector con su Consejo define el funcionamiento de este organismo a nivel inspectorial, en colaboración con la oficina de prensa.

❖ **El Boletín Salesiano**

El Boletín Salesiano (BS) es una revista en función de la misión, dirigida a la opinión pública más que a la institución. Esto implica la capacidad de situarse en la realidad que viven hoy las personas y la Iglesia y ofrecer una lectura salesiana de los hechos, especialmente aquellos que conciernen a la juventud y a la educación. El Boletín Salesiano se elabora según las directrices del Rector Mayor y de su Consejo en diversas ediciones y lenguas, como órgano de toda la Congregación Salesiana, y no como órgano particular para cada Región. Las numerosas ediciones nacionales o regionales tienen como objetivo encarnar los valores de la singular vocación salesiana en los diferentes ámbitos culturales.

Los principales objetivos del Boletín Salesiano son:

- difundir el espíritu de Don Bosco;
- dar a conocer la obra salesiana y sus necesidades;
- conectar y animar los diferentes grupos de nuestra Familia;
- promover las vocaciones;
- hacer crecer el movimiento salesiano, fomentando la colaboración en la misión.

❖ **El portal web**

El portal web de la Dirección General se caracteriza por ser una «plataforma» de navegación en Internet, con ofertas de diversos sitios web con finalidades precisas, de herramientas y de servicios tales como: la elección de varios idiomas, el buscador, el área reservada /Intranet, enlaces, chat... e información especializada para la educación y la evangelización juvenil.

Parece evidente la necesidad de gestionar los recursos de Internet como espacio de información, formación e intercambio, al servicio del proyecto de animación y gobierno de la Congregación, como fuente de información sobre el carisma salesiano y como herramienta de movilización de la sociedad en favor de los jóvenes.

En lo que respecta a la gestión y desarrollo del portal web, el Sector para la Comunicación Social se ocupa de la gestión del portal de la Dirección General:

- facilitando la interacción entre el centro y las Inspectorías, y la actualización de los distintos sitios salesianos;
- manteniendo una estructura adecuada de personas y medios tecnológicos para el funcionamiento interactivo;
- formando a las personas para la interacción;
- desempeñando un papel de animación con otros *webmaster* salesianos en el mundo;
- conectando con las redes sociales y la Inteligencia Artificial.

❖ **La documentación y el archivo**

En el archivo se recopila la documentación «histórica», es decir, el material que ya no se utiliza ni se puede consultar directamente, pero que está disponible previa solicitud. En este sentido cabe señalar que:

- el objetivo de este archivo es recoger, preservar y poner a disposición la documentación sobre el carisma, la experiencia y la obra salesiana;
- a nivel general, la responsabilidad del Archivo Central Salesiano (ASC) está asignada al Secretario General;
- trabaja de acuerdo con el Reglamento del Archivo Central.

❖ **El archivo fotográfico**

Con especial atención al archivo fotográfico, se recuerda que:

- es el espacio (físico e inmaterial) donde se conservan fotografías y documentación fílmica histórica y actual;
- el responsable de este Archivo pone a disposición el material para publicaciones de comunicación y documentación diversa;
- el Sector para la Comunicación Social gestiona también el Archivo del Sector y sus diversos servicios (ANS, BS, Portal), como base de datos y como documentación de consulta actual;
- el Sector para la Comunicación Social puede ofrecer sus competencias específicas tanto al Secretario General como a los responsables de las diferentes secciones del Archivo Central Salesiano, en lo que respecta a las políticas y estrategias de conservación, especialmente aquellas que involucran aspectos técnicos y digitales.

❖ **El Noticiero inspectorial**

Es bueno que se sigan produciendo de diferentes maneras y adaptadas a cada situación los Noticieros inspectoriales con el fin de:

- hacer circular, entre las comunidades salesianas y las comunidades educativas y dentro de la Familia Salesiana, la información salesiana útil para la comunión, el intercambio de experiencias, el crecimiento del sentido de pertenencia y la renovación;
- producir información al servicio del plan de animación de la Inspectoría, sobre los diferentes sectores de la organización educativo-pastoral.

❖ **Los Centros de Formación**

Los Centros de Formación en comunicación, presentes y gestionados en las realidades de la Congregación, tienen diferentes perfiles: universitarios (académicos) o informales (con programas de formación variables en forma y calendario). Ellos deben:

- contribuir a la misión salesiana, formando profesores, investigadores, expertos y operadores en el campo de la Comunicación Social, integrando armoniosamente los conocimientos teóricos con las competencias operativas;
- estar orientados por un específico proyecto educativo-pastoral salesiano y por planes de acción que respondan a las necesidades concretas de todos los usuarios, integrándose en el Proyecto Orgánico Inspectorial (POI).

❖ **El Sector para la Comunicación promueve la formación a la comunicación**

El Sector para la Comunicación promueve la colaboración mutua de los Centros de Formación en comunicación con las siguientes líneas de actuación o estrategias:

- trabajar en armonía con los Sector para la Formación y para la Pastoral Juvenil;
- buscar elementos de conocimiento y relaciones de colaboración entre las Facultades de Comunicación de las Instituciones Universitarias Salesianas y los diversos Centros de Formación;
- dar una respuesta formativa a la demanda de educación en comunicación y a la formación de los salesianos y los laicos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bordoni Carlo (a cura di), *Il primato delle tecnologie. Guida per una nuova iperumanità*, Mimesis, Milano, 2020.
- Bozzolo Andrea, *I sogni di Don Bosco. Esperienza spirituale e sapienza educativa*, LAS, Roma, 2017.
- Braido Pietro, *Don Bosco prete dei giovani nel secolo delle libertà*, voll. I - II, LAS, Roma, 2002-2003.
- Braido Pietro, *Prevenire non reprimere. Il sistema preventivo di Don Bosco*, Istituto Storico Salesiano - Saggi 11, LAS, Roma, 1999.
- Brocardo Pietro, *Don Bosco profondamente umano, profondamente santo*, LAS, Roma, 2001.
- Caruso Luca, Costa Giuseppe, Merola Giuseppe, *Giornalismo e religione. Storia, metodo e testi*, Libreria Editrice Vaticana, Città del Vaticano, 2012.
- Casolo Francesco e Melica Stefania, *Neuroscienze, corporeità ed espressività*, Vita e Pensiero, Milano, 2022.
- Censis, *XVI Rapporto sulla Comunicazione. I media e la costruzione dell'identità*, Franco Angeli, Milano, 2020.
- Ceria Eugenio, *Memorie biografiche di San Giovanni Bosco*, Società Editrice Internazionale, Torino, 1935.
- Chalmers David J., *Più realtà. I mondi virtuali e i problemi della filosofia*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2023.
- Commissione Internazionale di Studio sui Problemi della Comunicazione nel Mondo, *Comunicazione e società oggi e domani. Il rapporto MacBride sui problemi della comunicazione nel mondo*, ERI, Torino, 1982.
- Costa Giuseppe (a cura di), *Editoria, media e religione*, Libreria Editrice Vaticana, Città del Vaticano, 2009.
- Costa Giuseppe, *Parole attorno ai media. Saggi, cronache e provocazioni*, Sciascia Editore, Caltanissetta, 2002.
- Costa Giuseppe, Paoluzi Angelo, *Giornalismo. Teoria e pratica*, Las, Roma, 2006.
- Cuddy Amy, *Presence. Bringing your boldest self to your biggest challenges*, Little Brown and Company, New York, 2015.
- Dal Ben Paolo, *Nuovi media e identità digitale*, Pazzini, Rimini, 2022.
- Damasio Antonio R., *Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain*, Grosset/Putnam, New York, 1994.
- Esposito Elena, *Comunicazione artificiale. Come gli algoritmi producono intelligenza sociale*, EGEA S.p.A, Milano, 2022.
- Francesco di Sales, *Il Trattato dell'amore di Dio*, Prefazione, Città Nuova, Roma, 2011.
- Gardner Howard, *Multiple Intelligences. The Theory in Practice*, Basic Books, New York, 1993.
- Goleman Daniel, *Emotional Intelligence*, Bantam Books, New York, 1995.
- Gregory Richard L., Colman Andrew M., *The senses in communication*, Longman Essential Psychology, Londra, 1995.
- Gregory Richard L., *Eye and Brain, the Psychology of Seeing*, McGraw-Hill Book Company, New York-Toronto, 1996.
- Han Byung-Chul, *La crisis de la narración*, Herder, Barcelona, 2023.
- Han Byung-Chul, *Le non cose. Come abbiamo smesso di vivere il reale*, Einaudi, Torino, 2022.
- Lafuente Juan José Bartolomé, *Dios y su pueblo necesitan mediadores*, Editorial CCS, Madrid, 2023.
- Lenti Arthur J., *Don Bosco, storia e spirito*, vol. I, LAS, Roma, 2017.
- Lever Franco, Rivoltella Pier Cesare, Zanacchi Adriano, *La comunicazione. Il Dizionario di scienze e tecniche*, Elledici-RaiEri-Pontificio Ateneo Salesiano, Roma, 2002.

- Marinelli Vincenzo, *Francesco di Sales comunicatore. Ricostruzione della teologia della comunicazione salesiana e suo contributo per la prassi pastorale contemporanea*, PUL, Roma, 2019.
- Martínez Díez Felicísimo, *Teología de la Comunicación*, BAC, Madrid, 1994.
- Mendes dos Santos Gildásio, *Don Bosco e la realtà digitale*, Elledici, Leumann (To), 2023.
- Paccagnella Luciano, *Sociologia della comunicazione*, Il Mulino, Bologna, 2004.
- Pasqualetti Fabio, Avati Cosimo (a cura di), *Reti Sociali: porte di verità e di fede; nuovi spazi di evangelizzazione*, LAS, Roma, 2014.
- Predoti Rocco, *Identità dell'uomo digitale. Antropologia del linguaggio digitale e implicazioni catechetiche*, Cittadella Editrice, Assisi, 2022.
- Rivoltella Pier Cesare, *Teoria della Comunicazione*, Editrice la Scuola, Brescia, 1998.
- Schmucki Albert e Forlani Donatella (a cura di), *La vita consacrata e il nuovo ambiente digitale. Sfide e opportunità formative*, EDB, Bologna, 2015.
- Sigman Mariano, *El poder de las palabras*, 3 edición, Penguin Random House Grupo Editorial, Barcelona, 2022.
- Soldà Giuseppe, *Don Bosco nella fotografia dell'800 (1861-1888)*, Società Editrice Internazionale, Torino, 1987.
- Spaviero Paolo, *L'etica alla prova delle neuroscienze. Sfide e opportunità per la teologia morale*, Cittadella Editrice, Assisi, 2020.
- Talia Domenico, *La società calcolabile e i big data. Algoritmi e persone nel mondo digitale*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2018.
- Zuboff Shoshana, *Il capitalismo della sorveglianza. Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri*, Luiss, Roma, 2019.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| Presentación | 3 |
| Introducción al nuevo documento..... | 7 |
| Fuentes Salesianas..... | 10 |
| Documentos de la Iglesia | 10 |
| Siglas y abreviaturas | 12 |
| ❖ CAPÍTULO I | |
| La génesis de la comunicación de Don Bosco | 13 |
| ❖ CAPÍTULO II | |
| La comunicación como fenómeno humano y cultural | 16 |
| A – La dinámica humana y tecnológica en lo digital | 18 |
| ❖ CAPÍTULO III | |
| Comunicar con discernimiento y sinodalidad..... | 23 |
| ❖ CAPÍTULO IV | |
| La comunicación amigable que nació del amor de Dios por nosotros . | 26 |
| ❖ CAPÍTULO V | |
| Jesucristo se comunica amigablemente en nombre del Padre | 31 |
| ❖ CAPÍTULO VI | |
| Dios sigue comunicándose con la humanidad a través de la Iglesia | 35 |
| ❖ CAPÍTULO VII | |
| María, ejemplo de comunicadora | 38 |
| ❖ CAPÍTULO VIII | |
| San Francisco De Sales: todo por amor..... | 40 |
| ❖ CAPÍTULO IX | |
| Habitar amigablemente la cultura digital hoy..... | 42 |
| ❖ CAPÍTULO X | |
| La relación entre la comunicación y la acción educativa y evangelizadora | 48 |

| | |
|--|-----|
| A – La comunicación se realiza a partir del diálogo entre evangelización y educación | 51 |
| B – La comunicación en diálogo con la cultura..... | 54 |
| C – Un enfoque interdisciplinario para dialogar con el digital..... | 55 |
| D – La comunicación como Familia Salesiana y en red con los laicos... | 57 |
| E – La metodología de la comunicación salesiana | 59 |
| ❖ CAPÍTULO XI | |
| El Sistema Preventivo como impulso pastoral y comunicativo | 63 |
| A – El Sistema Preventivo como espiritualidad salesiana y fuente para la comunicación..... | 66 |
| B – Comunicar en el ecosistema digital a partir del Sistema Preventivo..... | 68 |
| ❖ CAPÍTULO XII | |
| La antropología cristiana, fuente para una ética de la comunicación ... | 73 |
| A – La humanización de la comunicación | 75 |
| B – Cuidado de lo humano comunicativo..... | 78 |
| ❖ CAPÍTULO XIII | |
| El corazón y la identidad del comunicador salesiano | 81 |
| ❖ CAPÍTULO XIV | |
| Directrices para la comunicación salesiana | 86 |
| ❖ CAPÍTULO XV | |
| Gestión y gobierno | 93 |
| ❖ CAPÍTULO XVI | |
| Organización de la comunicación salesiana | 103 |
| ❖ CAPÍTULO XVII | |
| Funciones y responsabilidades para la comunicación salesiana..... | 106 |
| Referencias bibliográficas | 117 |



La Congregación Salesiana, en sus diversos ámbitos de intervención, se fija el objetivo de mantenerse siempre al día con los tiempos. Una actitud que a lo largo de los años nos ha llevado a buscar continuamente un diálogo entre fe y ciencia, entre Evangelio y cultura juvenil, entre Sistema Preventivo y mundo digital.

Como educadores de los jóvenes, estamos respondiendo a los desafíos y a las oportunidades de la cultura digital a través de una profunda reflexión sobre la comunicación y el uso de las diversas tecnologías de la información, de Internet, de las redes sociales y, por último, de la actualísima inteligencia artificial.

Con los valores del Evangelio y del Sistema Preventivo como punto de partida, junto a los laicos y a los educadores, queremos hablar de esta realidad escuchando a las nuevas generaciones, acompañando a los adolescentes y a los jóvenes en sus mundos *sociales*, en busca de nuevos lenguajes y nuevas formas de educarlos al amor, al sentido de la vida y de la responsabilidad, a la construcción de su proyecto personal.

