

COMUNICARE AMICHEVOLMENTE CON I **GIOVANI** OGGI



**LA COMUNICAZIONE SOCIALE
A SERVIZIO DELLA
MISSIONE SALESIANA NELLA CHIESA**



**LINEE GUIDA
PER APPROFONDIMENTI
E AZIONI**

Settore per la Comunicazione Sociale, Roma 2025
Proprietà riservata: Direzione Generale Opere Don Bosco
Edizione extra commerciale

Hanno collaborato

Traduzioni

Francese: Don Rigobert Fumtchum, Don Placide Carava

Inglese: Aus-Pacific Province

Portoghese: S.E. Mons. Hilario Moser, Don Antenor Velho

Spagnolo: Don José Antonio Hernández García, Don Fabio Díaz Vergara

Coordinamento traduzioni: Luca Caruso

Copertina: Fabrizio Emigli

Grafica, impaginazione e stampa: Graphic Art 6 srl - Roma

Finito di stampare nel Febbraio 2025

Direzione Generale Opere Don Bosco

Sede Centrale Salesiana

Via Marsala 42 - 00185 Roma

PRESENTAZIONE

Il testo che avete in mano è frutto del lavoro del Settore per la Comunicazione Sociale della Congregazione Salesiana. Esso intende offrire le più attuali linee guida per approfondire il tema della comunicazione sociale al servizio della missione salesiana nella Chiesa.

Questo manuale viene pubblicato 14 anni dopo il testo intitolato *Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale*, ed è frutto della collaborazione dei Delegati di Comunicazione, di esperti in comunicazione e consulenti. Sarà certamente arricchito dalla vostra conoscenza ed esperienza.

La Congregazione Salesiana, nelle sue diverse aree di intervento, si pone l'obiettivo di rimanere sempre al passo con i tempi. Un atteggiamento che negli anni ci ha portato alla continua ricerca di un dialogo tra fede e scienza, tra Vangelo e cultura giovanile, tra Sistema Preventivo e mondo digitale. Come educatori dei giovani, stiamo rispondendo alle sfide e alle opportunità della cultura digitale attraverso una profonda riflessione sulla comunicazione e l'impiego delle svariate tecnologie dell'informazione, di Internet, delle reti sociali e da ultimo dell'attualissima Intelligenza artificiale.

Partendo dai valori del Vangelo e del Sistema Preventivo, insieme ai laici e agli educatori, vogliamo parlare di questa realtà ascoltando le nuove generazioni, accompagnando gli adolescenti e i giovani nei loro mondi *social*, alla ricerca di nuovi linguaggi e di nuove vie per educarli all'amore, al senso della vita e della responsabilità, alla costruzione del loro progetto personale.

La Chiesa, dopo il Sinodo sui Giovani, ci ha chiesto di approfondire la conoscenza delle dinamiche del digitale: «L'ambiente digitale rappresenta per la Chiesa una sfida su molteplici livelli; è imprescindibile quindi approfondire la conoscenza delle sue dinamiche e la sua portata dal punto di vista antropologico ed etico. Esso richiede non solo di abitarlo e di promuovere le sue potenzialità comunicative in vista dell'annuncio cristiano, ma anche di impregnare di Vangelo le sue culture e le sue dinamiche. Alcune esperienze in

questo senso sono già in corso e vanno incoraggiate, approfondite, condivise»¹.

Recentemente il Dicastero per la Comunicazione del Vaticano ha pubblicato un testo sulla tematica del digitale, affermando che viviamo oggi un gigantesco cambiamento, ma dobbiamo ancora affrontare il modo in cui noi, come individui e come comunità ecclesiale, possiamo accostare il mondo digitale come “prossimo amarevole”, autenticamente presenti e attenti l’uno all’altro nel nostro comune viaggio lungo le “strade digitali”².

La Congregazione Salesiana, in linea con la Chiesa, ha compiuto un grande sforzo per aggiornare la riflessione sul carisma salesiano, sull’identità salesiana dei consacrati e degli educatori laici, sull’approfondimento e sull’aggiornamento del Sistema Preventivo di fronte al cambiamento dei tempi in cui vivono i nostri giovani. Attraverso studi, convegni, incontri e riunioni a ogni livello all’interno della Congregazione, è emerso un tema fondamentale: la comunicazione sociale come aspetto del mondo giovanile, soprattutto in rapporto con la cultura digitale³.

Il Settore Comunicazione, attraverso le sue varie iniziative, ha studiato, approfondito e risposto in modo salesiano all’importante dialogo tra la comunicazione, l’evangelizzazione e l’educazione salesiana.

La comunicazione fa parte del grande patrimonio carismatico salesiano, una delle priorità del nostro fondatore Don Bosco, ed è espressione della nostra identità e della nostra missione di educatori.

La Congregazione Salesiana anima e gestisce la comunicazione sotto la responsabilità del Settore per la Comunicazione Sociale. Per realizzare questo compito, elabora un testo di orientamento e guida per la comunicazione in tutta la Congregazione.

¹ Sinodo dei Vescovi, XV Assemblea Generale, Documento finale “*I giovani, la fede e il discernimento vocazionale*”, Città del Vaticano, 2018, n. 145.

² Dicastero per la Comunicazione, “Verso una piena presenza – Riflessione pastorale sul coinvolgimento con i *social media*”, Città del Vaticano, 2023.

³ Settore per la Comunicazione Sociale, Lettera “Camminare con i giovani nella cultura digitale”, n. 10, ACG 440, Valdocco, 2023.

Il testo intitolato *Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale* – pubblicato per la prima volta nel 2008 e aggiornato nel 2010 – è stato un punto di riferimento importante. Siamo giunti tuttavia a un momento storico in cui è necessario un cambiamento epocale, sia nella sua struttura organizzativa che negli orientamenti pratici.

Perché rinnovare il Documento del Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale

Se consideriamo la rivoluzione della comunicazione in questi ultimi quindici anni, attraverso lo sviluppo del digitale, delle reti sociali e dei cambiamenti socio-culturali nell'universo giovanile, un'evoluzione del Documento è doverosa.

Grazie al Magistero di Papa Benedetto e di Papa Francesco, la Chiesa ha ampliato la sua visione della comunicazione, soprattutto partendo dai Messaggi annuali per la Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali e dai documenti del Sinodo dei Vescovi sui Giovani, ma anche seguendo le direttive dei documenti *Etica in Internet*, *Laudato Si'*, *Fratelli Tutti*, *Patto Educativo Globale*, *Dignitas Infinita*.

Un'evoluzione del Documento deve essere messa in atto anche considerando la richiesta del CG27 e del CG28, alla luce della Proposta Programmatica del Rettor Maggiore per il sessennio (Proposta numero 3): "Vivere il sacramento salesiano della presenza" e del nuovo documento vaticano *Antiqua et nova* sull'Intelligenza artificiale.

È inoltre opportuno ampliare la visione della comunicazione iniziando dalla sua dimensione carismatica, educativo-pastorale ed ecclesiale, in accordo con il Quadro di Riferimento della Pastorale Giovanile Salesiana.

A partire dalla richiesta del Rettor Maggiore rivolta nel 2020 al Settore della Comunicazione, è stata ad esso affidata la stesura di questo Documento per approfondire uno studio sull'*habitat* digitale: «Il Settore della Comunicazione Sociale, ai suoi vari livelli, si impegna a offrire strumenti e proposte per un processo permanente di verifica, di aggiornamento, di inculturazione della missione salesiana nell'*habitat* digitale, dove vivono i giovani, coinvolgendo le nostre Università, in rete con altri centri ed enti che seguono più da vicino

e studiano le trasformazioni che il mondo digitale sta portando avanti tra le nuove generazioni» (ACG, 433).

Il lavoro su questo Documento è stato svolto con la partecipazione di un grande numero di Delegati della Comunicazione, dei responsabili del Bollettino Salesiano, delle Case Editrici, delle radio e dei *social media*. Come risultato, abbiamo elaborato un *instrumentum laboris* della comunicazione, integrando tutte le proposte di tematiche presentate da questi gruppi.

Partendo dal principio fondamentale che è possibile rinnovarsi, nel pieno rispetto degli orientamenti del Magistero della Chiesa e della Congregazione Salesiana, il nuovo testo di comunicazione si mantiene fedele alla nostra tradizione e al nostro patrimonio identitario.

L'obiettivo di questo nuovo Documento è di essere una guida e uno strumento di formazione, in linea con quanto affermato nella precedente edizione, cercando allo stesso tempo di rispondere con lo stile salesiano ai cambiamenti socio-culturali delle nuove generazioni e del mondo digitale. Attraverso le nuove esigenze educativo-pastorali e le sfide culturali del cammino ecclesiale, è necessario avvicinare la comunicazione alla proposta evangelizzatrice ed educatrice della pastorale giovanile salesiana.

Questo Documento è uno strumento offerto dal Settore per la Comunicazione Sociale per illuminare, aggiornare e guidare la riflessione, la pratica e la condivisione del lavoro di comunicazione in ogni Comunità Educativa Pastorale. Tutto ciò può essere realizzato attraverso i vari Delegati della Comunicazione e le loro *équipes*. In ultimo, il Documento ha come scopo quello di contribuire alla formazione di salesiani e laici che lavorano in modo collaborativo per la realizzazione della missione salesiana nel mondo di oggi.

Roma, 31 gennaio 2025

Don GILDÁSIO MENDES DOS SANTOS

Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale

PREMESSA AL NUOVO DOCUMENTO

Partendo da varie prospettive, la struttura e i contenuti fondamentali di questo Documento sono stati raccolti e approfonditi, in primo luogo, con un approccio biblico e teologico; successivamente, con uno sguardo antropologico, etico, educativo e pastorale salesiano, per giungere infine alle indicazioni organizzative e operative.

Il I capitolo ha inizio col sogno dei nove anni, che ha fornito a Don Bosco un'ottica particolare riguardo a tutte le sue attività e realizzazioni. Sull'esempio del Buon Pastore e del suo cuore di educatore, viene messa in luce la genesi del suo modo di pensare e di realizzare la metodologia della comunicazione.

Nel II capitolo la comunicazione viene definita come un complesso fenomeno umano e culturale e viene analizzato il nuovo approccio comunicativo che le persone, e in particolare i giovani, hanno di fronte all'universo e alla cultura digitali, con le varie implicazioni psicologiche, sociologiche e relazionali.

Il III capitolo offre una nuova visione sull'importanza della sinodalità e del discernimento nel modo di comunicare per creare comunione fraterna, partecipazione e corresponsabilità, a servizio della persona e della società.

Nel IV capitolo sono sviluppati i fondamenti teologici della comunicazione, partendo dal principio che Dio cerca la persona umana spinto dal desiderio di comunicare, si avvicina, si rivela nell'amore e nella verità, crea interazione e mostra all'umanità il suo progetto di amore e di salvezza.

Il V capitolo ha per tema la visione cristologica, che si fonda in Gesù Cristo comunicatore del Padre che, come Buon Pastore, dà vita a una pedagogia amichevole di auto-comunicazione: ascolta, accoglie, ama, cura, educa e salva. Attraverso lo Spirito Santo, la Trinità è esempio di comunità che si costruisce nella comunione e nel servizio.

Nel VI capitolo la Chiesa è presentata come segno di Dio nel mondo, maestra di umanità ed educatrice del popolo di Dio in cammino verso la redenzione.

Il VII capitolo illustra come Maria, la Madre di Gesù, si mette al servizio di suo Figlio, lo accompagna durante tutto il percorso della sua vita, fino alla

morte e alla risurrezione. Nel Cenacolo partecipa attivamente alla nascita della Chiesa; come esempio della Chiesa orante, costruisce la vita della comunità e della missione.

L'VIII capitolo ricorda che San Francesco di Sales, scelto da Don Bosco come esempio di comunicatore, insegna che comunicare è cosa del cuore.

Il IX capitolo illustra come abitare nella cultura digitale con stile salesiano, seguendo l'esempio della pedagogia propria di Dio: amichevolmente, con vicinanza, accoglienza, ascolto, comunione fraterna e corresponsabilità.

Il X capitolo presenta le basi della comunicazione in sintonia con la visione evangelizzatrice ed educativa salesiana: la comunicazione si realizza dal rapporto tra evangelizzazione ed educazione, in dialogo con la cultura, con un lavoro in rete e mediante la collaborazione con i laici e la Famiglia Salesiana. Tratta inoltre la metodologia della comunicazione salesiana, l'importanza della Comunità Educativa Pastorale, del progetto pastorale e del lavoro svolto con mentalità educativa e pastorale.

Nell'XI capitolo viene presentato il Sistema Preventivo quale spinta comunicativa che si esprime attraverso una specifica spiritualità, pedagogia e pastorale. Inoltre, si analizza come il Sistema Preventivo dialoghi con la dinamica comunicativa del digitale.

Il XII capitolo riserva un'attenzione particolare all'importanza dell'antropologia cristiana come fonte che illumina e umanizza la comunicazione virtuale e la cultura digitale. Oltre a ciò, viene presentata una proposta educativa originale che prende spunto dalle immagini dei quattro Giardini biblici, paragonandoli attraverso la loro simbologia alla condizione umana nel mondo digitale.

Il XIII capitolo descrive gli aspetti identitari del comunicatore salesiano, a partire dalla spiritualità e dalla pedagogia di Don Bosco.

Nei capitoli finali, dal XIV al XVII, sono presentate le linee guida per l'organizzazione, la gestione e il governo della Congregazione Salesiana riguardo alla comunicazione sociale. Vengono considerate le nuove esigenze e le sfide che si pongono nel campo della comunicazione oggi, quali la professionalità degli operatori della comunicazione, la modernizzazione della comunicazione istituzionale, le modalità collaborative del lavoro in rete, l'organizza-

zione strutturale nelle sue varie tipologie nelle Ispettorie, le tematiche legate alla *privacy* e alla sicurezza.

Questa parte finale presenta inoltre linee guida pratiche per la comunicazione, considerando la realtà di ogni Ispetoria, con attenzione alla multiculturalità e ai differenti ritmi, stili e modalità di realizzazione della missione salesiana nel mondo.

FONTI SALESIANE

- Bosco Giovanni, *Memorie dell'Oratorio*, LAS, Roma, 2011.
- Chávez Villanueva Pascual, *Con il coraggio di Don Bosco nelle nuove frontiere della comunicazione sociale*, in Atti del Consiglio Generale 390, 2005, pagg. 3-46.
- Costituzioni e Regolamenti della Società di San Francesco di Sales*, Editrice S.D.B., Roma, 1984.
- Cuevas León Sergio, *I Salesiani e la Comunicazione. Politiche, metodologie, settori di intervento, priorità operative*, Collana Comunicare, Editrice S.D.B., Roma, 1989.
- Desramaut Francis e Midali Mario, a cura di, *La Comunicazione e la Famiglia Salesiana*, Collana Colloqui sulla Vita Salesiana, Elledici, Leumann (To), 1977.
- Dicastero per la Comunicazione Sociale, *Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale. Linee orientative per la Congregazione Salesiana*, Editrice S.D.B., Roma, 2011.
- Dicastero per la Pastorale Giovanile Salesiana, *La Pastorale Giovanile Salesiana. Quadro di Riferimento*, Direzione Generale Opere Don Bosco, Roma, 2014.
- Fernández Artime Ángel, *"Quali salesiani per i giovani di oggi?"*, *Linee programmatiche del Rettore Maggiore per la Congregazione Salesiana dopo il Capitolo Generale 28*, n. 3, in Atti del Consiglio Generale 433, 2020.
- Settore per la Comunicazione Sociale, Lettera "Camminare con i Giovani nella Cultura Digitale", n. 10, ACG 440, Valdocco, 2023.
- Vecchi Juan Edmundo, *La comunicazione nella missione salesiana. «È straordinario! Fa sentire i sordi e fa parlare i muti»*, in Atti del Consiglio Generale 370, 2000, pagg. 3-44.
- Viganò Egidio, *La "Comunicazione Sociale" ci interpella*, in Atti del Consiglio Superiore 302, 1981, pagg. 3-30.

DOCUMENTI DELLA CHIESA

- Benedetto XVI, Esortazione apostolica postsinodale *Sacramentum Caritatis* sull'Eucaristia fonte e culmine della vita e della missione della Chiesa, Città del Vaticano, 2007.
- Benedetto XVI, Esortazione apostolica postsinodale *Verbum Domini* sulla Parola di Dio nella vita e nella missione della Chiesa, Città del Vaticano, 2010.
- Benedetto XVI, Lettera Enciclica *Caritas in veritate* sullo sviluppo umano integrale nella carità e nella verità, Città del Vaticano, 2009.
- Benedetto XVI, Lettera Enciclica *Deus caritas est* sull'amore cristiano, Città del Vaticano, 2005.
- Benedetto XVI, Lettera Enciclica *Spe Salvi* sulla speranza cristiana, Città del Vaticano, 2007.
- Benedetto XVI, Messaggi in occasione delle Giornate Mondiali delle Comunicazioni Sociali, Città del Vaticano, 2006-2013.
- Commissione Teologica Internazionale, "La sinodalità nella vita e nella missione della Chiesa", Città del Vaticano, 2018.
- Concilio Ecumenico Vaticano II, Costituzione dogmatica sulla Chiesa *Lumen Gentium*, Città del Vaticano, 1964.
- Concilio Ecumenico Vaticano II, Costituzione dogmatica sulla Divina Rivelazione *Dei Verbum*, Città del Vaticano, 1965.
- Concilio Ecumenico Vaticano II, Costituzione pastorale sulla Chiesa nel mondo contemporaneo, *Gaudium et Spes*, Città del Vaticano, 1965.
- Concilio Ecumenico Vaticano II, Decreto sugli strumenti di comunicazione sociale *Inter mirifica*, Città del Vaticano, 1963.

Congregazione per gli Istituti di Vita Consacrata e le Società di Vita Apostolica, *La vita fraterna in comunità, "Congregavit nos in unum Christi amor"*, Città del Vaticano, 1994.

Dicastero per la Comunicazione, *Verso una piena presenza – Riflessione pastorale sul coinvolgimento con i social media*, Città del Vaticano, 2023.

Dicastero per la Dottrina della Fede e Dicastero per la Cultura e l'Educazione, *Antiqua et nova, Nota sul rapporto tra intelligenza artificiale e intelligenza umana*, Città del Vaticano, 2025.

Francesco, Esortazione apostolica *Evangelii Gaudium* sull'annuncio del Vangelo nel mondo attuale, Città del Vaticano, 2013.

Francesco, Esortazione apostolica *Gaudete et exsultate* sulla chiamata alla santità nel mondo contemporaneo, Città del Vaticano, 2018.

Francesco, Esortazione apostolica post-sinodale *Amoris laetitia* sull'amore nella famiglia, Città del Vaticano, 2016.

Francesco, Esortazione apostolica post-sinodale *Christus vivit* ai Giovani e a tutto il Popolo di Dio, Città del Vaticano, 2019.

Francesco, Esortazione apostolica post-sinodale *Querida Amazonia* al popolo di Dio e a tutte le persone di buona volontà, Città del Vaticano, 2020.

Francesco, Lettera Enciclica *Fratelli tutti* sulla fraternità e l'amicizia sociale, Città del Vaticano, 2020.

Francesco, Lettera Enciclica *Laudato Si'* sulla cura della casa comune, Città del Vaticano, 2015.

Francesco, Lettera Enciclica *Lumen fidei* sulla fede, Città del Vaticano, 2013.

Francesco, Messaggi in occasione delle Giornate Mondiali delle Comunicazioni Sociali, Città del Vaticano, 2014-2024.

Giovanni Paolo II, Esortazione apostolica *Familiaris Consortio*, Città del Vaticano, 1981.

Giovanni Paolo II, Esortazione apostolica post-sinodale *Christifideles Laici* su vocazione e missione dei laici nella Chiesa e nel mondo, Città del Vaticano, 1988.

Giovanni Paolo II, Lettera apostolica *Il rapido sviluppo*, Città del Vaticano, 2005.

Giovanni Paolo II, Lettera Enciclica *Redemptoris Missio* circa la permanente validità del mandato missionario, Città del Vaticano, 1990.

Giovanni Paolo II, Messaggi in occasione delle Giornate Mondiali delle Comunicazioni Sociali, Città del Vaticano, 1979-2005.

Paolo VI, Esortazione apostolica *Evangelii Nuntiandi*, Città del Vaticano, 1975.

Paolo VI, Messaggi in occasione delle Giornate Mondiali delle Comunicazioni Sociali, Città del Vaticano, 1967-1978.

Pio XII, Lettera Enciclica *Miranda prorsus*, Città del Vaticano, 1957.

Pontificia Commissione per le Comunicazioni Sociali, Istruzione pastorale *Communio et progressio*, Città del Vaticano, 1971.

Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, *Etica nelle comunicazioni sociali*, Città del Vaticano, 2000.

Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, Istruzione pastorale *Aetatis novae*, Città del Vaticano, 1992.

Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, Istruzione *Etica in Internet*, Città del Vaticano, 2002.

Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, Istruzione *La Chiesa e Internet*, Città del Vaticano, 2002.

Sinodo dei Vescovi, XV Assemblea Generale, Documento finale *"I giovani, la fede e il discernimento vocazionale"*, Città del Vaticano, 2021.

Sinodo dei Vescovi, Documento finale della Riunione presinodale in preparazione alla XV Assemblea Generale Ordinaria, *"I giovani, la fede e il discernimento vocazionale"*, Città del Vaticano.

SIGLE E ABBREVIAZIONI

ACG/ACS - Atti del Consiglio Generale/Superiore della Società di San Giovanni Bosco

POI - Progetto Organico Ispettoriale

CEP - Comunità Educativa Pastorale

PEPS - Progetto Educativo Pastorale Salesiano

CG - Capitolo Generale dei Salesiani di Don Bosco

Cost/Reg - Costituzioni e Regolamenti Salesiani

1

LA GENESI DELLA COMUNICAZIONE DI DON BOSCO

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«Don Bosco si servì della Comunicazione Sociale come di un settore di attività che gli consentiva di realizzare il suo progetto educativo. Con la Comunicazione Sociale utilizzata in varie forme e a svariati livelli, egli favorì la promozione umana e cristiana della gioventù povera e dei ceti popolari, e sostenne anche l'azione missionaria». (Don Egidio Viganò, La "Comunicazione Sociale" ci interpella, in Atti del Consiglio Superiore 302, 1981).

Il capitolo inizia dal sogno che Don Bosco fece a nove anni, raccontato nel libro Memorie dell'Oratorio, un testo inizialmente scritto solo per i salesiani, con il desiderio di trasmettere il proprio sistema educativo e il proprio metodo.

Quel sogno racchiude anche l'archetipo della comunicazione salesiana, perché ha dato a Don Bosco un'ottica particolare riguardo a tutte le sue attività e realizzazioni. Qui viene messa in luce la genesi del suo modo di pensare e realizzare la comunicazione, partendo dal suo cuore di educatore sull'esempio del Buon Pastore.

Con l'amorevolezza del Buon Pastore e la passione apostolica di Don Bosco, guardiamo alle nuove generazioni con rinnovata simpatia e comunichiamo fedelmente il progetto educativo salesiano, valorizzando il protagonismo dei giovani, che ormai vivono in una cultura fortemente digitalizzata, con le luci e le ombre a essa legate.

- ❖ **Don Bosco sogna un sogno da vivere e da comunicare.** Il Santo dei giovani narra nel suo libro *Memorie dell'Oratorio*: «All'età di nove anni ho fatto un sogno, che mi rimase profondamente impresso nella mente per tutta la vita... A quel punto, sempre nel sonno, mi misi a piangere, e pregai a voler parlare in modo da capire, poiché io non sapevo quale cosa volesse significare. Allora ella mi pose la mano sul capo dicendomi: "A suo tempo tutto comprenderai"»⁴.
- ❖ **Il sogno dei nove anni è l'archetipo della radice e dell'originalità della comunicazione** dell'educatore dei giovani. Nel sogno dei nove anni, la missione gli viene affidata attraverso una parola molto semplice: «Questo è il campo dove devi lavorare», cioè la tua missione sarà tra i più piccoli, tra i più poveri. La parola data a Don Bosco nel sogno è praticamente la consegna di un progetto di vita al servizio degli altri. Sia nella sua missione di prete educatore che nella sua vita di scrittore, Don Bosco è un uomo che sa discernere e interpretare la realtà attraverso la fede. Tutto ciò trapela sia nella sua iniziativa di fondare la Congregazione Salesiana, che di passare all'azione in modo pratico e creativo. Ma più ancora, il sogno dei nove anni è un grande esempio e una scuola di comunicazione: «Poiché io non sapevo quale cosa volesse significare». Don Bosco, durante tutta la sua vita, cerca di trovare il significato del sogno, cosa è, qual è il messaggio, cosa fare... Dalla sua ricerca per vivere e comunicare il sogno, nasce la sua pedagogia educativa. Profondamente fedele a Dio e alla sua vocazione e missione, Don Bosco crea un vero ecosistema comunicativo per collaborare nell'educazione dei giovani.
- ❖ **Dono dello Spirito Santo, il carisma salesiano ispira,** nutre e guida la missione giovanile in ogni tempo e cultura. La comunicazione collabora con la missione salesiana, mettendosi al servizio della comunità educativa e dei giovani, partecipando all'evangelizzazione e all'educazione secondo il progetto di educazione integrale dei giovani.
- ❖ **Don Bosco fu un comunicatore con il cuore e lo sguardo del Buon Pastore.** Mentre Torino attraversava una grande trasformazione sociale, culturale e religiosa, Don Bosco sviluppò una modalità comunicativa molto originale, attraverso la pedagogia del Cristo Buon Pastore: si avvicina, dialoga, accompagna e ama i giovani poveri, lavoratori e migranti che ar-

⁴ Giovanni Bosco, *Memorie dell'Oratorio*, LAS, Roma, 2011, pag. 62.

rivano dalle zone rurali per lavorare nelle nuove fabbriche della città industriale.

Don Bosco, attentissimo alla realtà dei giovani poveri di Torino, cerca uno spazio per accoglierli ed educarli, un ambiente che permetta loro di avere un luogo dove dormire, mangiare, giocare, pregare, cantare e apprendere una professione. Convinto della grande importanza che può essere esercitata da un *habitat* educativo e comunicativo, lotta con grande sacrificio e sofferenza per creare a Valdocco un ambiente dove far vivere, dare fiducia ed educare i suoi giovani.

- ❖ **Fedeli al nostro fondatore, al carisma salesiano e ai giovani, noi salesiani, come Don Bosco,** guardiamo ai giovani d'oggi con uno sguardo evangelico. Insieme alla comunità educante e ai laici, cerchiamo di rispondere in modo salesiano, attraverso la comunicazione educativa, alle grandi sfide che i giovani affrontano oggi nella cultura digitale, in particolare l'individualismo, la violenza, l'ingiustizia e l'indifferenza verso i migranti, i poveri e i sofferenti. Ma anche ad altre problematiche che sfigurano il ruolo della persona umana, come la distruzione della natura, la guerra e il relativismo etico.
- ❖ **Con il cuore del Buon Pastore e la passione apostolica di Don Bosco,** comunichiamo fedelmente il progetto educativo salesiano, valorizzando il protagonismo dei giovani, i loro doni e le loro iniziative, le opportunità che la cultura digitale può offrire a livello personale, sia esso professionale o cristiano, perché camminando insieme nelle diverse realtà culturali, comunichiamo Gesù Cristo e la gioia del Vangelo.

2

LA COMUNICAZIONE COME FENOMENO UMANO E CULTURALE

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«Poiché la vita sociale non è qualcosa di esterno all'uomo, l'uomo cresce in tutte le sue capacità e può rispondere alla sua vocazione attraverso i rapporti con gli altri, la reciprocità dei servizi e il dialogo con i fratelli. Tra i vincoli sociali che sono necessari al perfezionamento dell'uomo, alcuni, come la famiglia e la comunità politica, sono più immediatamente rispondenti alla sua natura intima; altri procedono piuttosto dalla sua libera volontà» (Gaudium et Spes, n. 25).

La comunicazione è un complesso fenomeno umano, componente essenziale e costitutiva della persona e un fattore culturale in continua evoluzione.

Qui viene analizzato il nuovo approccio comunicativo che le persone, e in particolare i giovani, manifestano di fronte all'universo e alla cultura digitale, con le varie implicazioni psicologiche, sociologiche e relazionali.

Nelle interazioni tra l'uomo e la macchina, ci si immerge in un universo reale e globale ampio e articolato, con proprie regole e tempistiche e ricco di nuove sfide.

Per questo, gli esperti di comunicazione parlano di infosfera e di psicosfera: siamo tutti coinvolti fisicamente, psicologicamente e socialmente dentro questo immenso e complesso universo virtuale.

Nella comunicazione digitale, velocità, istantaneità e interattività diventano i principali fattori e determinano anche le nostre dinamiche affettive, pur lasciando spazi essenziali alla responsabilità personale e al lavoro educativo.

- ❖ **La comunicazione è una componente essenziale e costitutiva della persona umana. Comunicare è un dono e una responsabilità personale e sociale.** Etimologicamente, la parola “comunicazione” ha come radice *com* (mettere in comune; dal latino *communis*, comune). Nella sua origine, si traduce in comunione, relazioni umane, capacità di interagire e creare legami con le persone.
Naturalmente, la parola comunicazione richiama la necessità umana di essere *comunitas* e condividere, stabilire processi attraverso i quali le persone condividano idee, sentimenti e informazioni.
- ❖ **La persona umana è la protagonista principale della comunicazione,** che sviluppa le proprie doti e capacità come il linguaggio, le relazioni affettive e sociali, l’interpretazione di codici e simboli, il dialogo con se stessa e con gli altri, la capacità di creare processi e procedure comunicative, l’attitudine a sviluppare mezzi e tecniche per registrare e diffondere le proprie conoscenze ed esperienze⁵.
Attraverso la comunicazione nei suoi vari aspetti, gli esseri umani costruiscono le loro reti di relazioni, sviluppano linguaggi per esprimere la loro visione della vita, le loro credenze e i loro valori, partecipano a iniziative sociali, politiche, culturali e religiose.
- ❖ **Dal punto di vista antropologico, la comunicazione umana si è evoluta nelle diverse culture** mediante espressioni come la lingua, i costumi, le arti, la cucina e i cerimoniali religiosi. Ogni popolo elabora, celebra e condivide la tradizione dei suoi valori, la sua visione del mondo e la sua religiosità. Attraverso vari rituali, la comunicazione favorisce la partecipazione del singolo all’interno della comunità.
- ❖ **La comunicazione umana è complessa ed è caratterizzata dalla dimensione relazionale,** dalla condivisione di contenuti, messaggi, espressioni emozionali e significati, da intenzionalità e simbolismo.
Ogni persona sviluppa attraverso la famiglia e l’educazione i doni e le abilità per comunicare, come il linguaggio e i codici culturali, il dialogo, l’ascolto, il coinvolgimento con le persone e le situazioni di vita.
- ❖ **La comunicazione è multidisciplinare e lavora in modo trasversale con scienze come la psicologia,** la sociologia, l’antropologia, l’economia e le varie scienze tecnologiche e organizzative. In pratica, tutte le società e le

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

culture hanno bisogno della comunicazione, sia a livello interpersonale che organizzativo e funzionale.

- ❖ **I mezzi di comunicazione come la radio, i giornali, la Tv, le riviste e, più recentemente, la comunicazione digitale,** i satelliti, le reti informatiche e l'Intelligenza artificiale, formano una grande e complessa rete di relazioni umane con diversi aspetti sociali, politici ed economici.

La comunicazione nasce, si evolve e si diffonde all'interno delle società, con precise norme giuridiche e differenti organizzazioni politiche che cambiano a seconda degli interessi personali, governativi o di gruppi privati. A causa dei molteplici affari politici ed economici, la comunicazione può diventare un luogo di conflitto e di tensione, spesso terreno di scontro tra ideologie al servizio di gruppi, interessi commerciali, guerre per il controllo delle persone e delle società⁶.

- ❖ **Con lo sviluppo della cultura organizzativa,** costituita da valori, simboli, tradizioni, pratiche e comportamenti, la comunicazione istituzionale si presta a sviluppare processi interni ed esterni attraverso una rete di relazioni umane. La loro applicazione si caratterizza con un insieme di strumenti e procedure per la gestione delle persone, delle organizzazioni e delle aziende. La cultura organizzativa cerca in questo modo di offrire la qualità delle relazioni, il flusso delle azioni, la professionalizzazione e i risultati della comunicazione istituzionale nei suoi diversi ambiti.

A – LA DINAMICA UMANA E TECNOLOGICA NEL DIGITALE

- ❖ **Con la crescita della comunicazione digitale, si è avviato il fenomeno denominato digitalizzazione.** Si tratta del processo di trasformazione di un'immagine o di un segnale analogico in un codice digitale. La digitalizzazione comprende anche la conversione in codice digitale di segnali audio e immagini in movimento (video), originariamente nati in altri formati. Un secondo concetto legato alla digitalizzazione è la trasformazione digitale, che è un processo ampio in cui le risorse tecnologiche assumono un ruolo nuovo e importante. Si genera così un insieme di processi tecnici di gestione che, partendo dalla digitalizzazione, si espande al modo di fare

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

gestione all'interno di un'organizzazione e comprende il contatto con il cliente, il modo di realizzare il *marketing*, l'innovazione tecnologica, il mercato... La finalità è sempre quella di ampliare il mercato, garantire qualità nell'esecuzione di processi e procedure di organizzazione, lo sviluppo e il miglioramento della gestione.

- ❖ **Il digitale porta la persona in un universo ampio e complesso di comunicazione umana, sociale e culturale.** Si tratta di un aspetto nuovo, con grandi possibilità e sfide. In verità, gli esperti di comunicazione parlano di infosfera e di psicosfera: siamo tutti coinvolti fisicamente, psicologicamente e socialmente dentro questo immenso e complesso universo virtuale⁷.
- ❖ **L'infosfera è un universo costituito dalla totalità degli oggetti e delle informazioni, che interagiscono dinamicamente.** In questo ambiente è come essere completamente immersi in un vero e proprio acquario. Se prima si conosceva il proprio paese, la propria città e i vicini, ora con un semplice telefonino collegato a Internet è possibile girare il mondo. Lì si è coinvolti a livello cognitivo ed emotivo in un vastissimo universo di immagini e suoni che permettono l'interattività, la partecipazione e il coinvolgimento con persone e oggetti, svincolati dal tempo e dallo spazio. L'infosfera è un termine complesso. Fondamentalmente è l'ambiente nel quale si integrano il mondo reale e quello virtuale, dove tempo e spazio si intrecciano e si confondono, in modo che sia l'*online* che l'*off line* interagiscano tra di loro. In questo scenario, si espande anche il campo della diffusione dell'automazione e delle Intelligenze artificiali, della realtà virtuale e della realtà aumentata. L'infosfera apre una nuova frontiera di grandi investimenti dopo quella degli *smartphone*, creando la possibilità di immergersi in un mondo con diverse dimensioni – temporale, psicologica, sociale – e ampliando l'esperienza della realtà delle relazioni.
- ❖ **La realtà virtuale (VR), la realtà aumentata (AR), l'infosfera** coinvolgono i cinque sensi, le nostre abilità: visiva, sonora, sensitiva e l'interazione con dei *device* (ad esempio strumenti virtuali come gli occhiali 3D). È attraverso i sensi che entriamo in una realtà presente-assente a noi, che ci permette di immergerci in diverse realtà interattive (fatte di persone e *device*).

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

- ❖ **Quando una persona entra nella Rete e inizia a interagire, sia in una videoconferenza che partecipando a un game, c'è un'interazione umana con la macchina che gli permette di accedere nel virtuale, più comunemente chiamata "mediazione umana virtuale".** Questo comporta l'uso dei nostri sensi e delle nostre percezioni, della nostra immaginazione e delle nostre emozioni.

Attraverso la mediazione (io e la macchina), la persona ha accesso a un universo reale che viene codificato (digitalizzato) e vissuto a distanza. L'immersione nel digitale ha un impatto diretto sulla vita e sui rapporti sociali e culturali. Il termine usato per comprendere questo ecosistema in cui si svolge la comunicazione è "mediatizzazione", che indica gli effetti generali dei *media* sull'organizzazione sociale, economica e politica.

- ❖ **In questo contesto, sta emergendo una nuova realtà: il Metaverso.** Questo è un termine creato dallo scrittore di *fiction* Neal Stephenson, nel 1992, semplicemente per dire che c'è un mondo virtuale che può essere abitato da *avatar* in formato 3D. Possiamo dire che il Metaverso è un universo di varie dimensioni in un universo parallelo.
- ❖ **Nella complessità della comunicazione che ci presentano l'infosfera e il Metaverso,** vediamo progressivamente l'influenza della cibernetica, della biogenetica, della biopolitica e dell'Intelligenza artificiale, che formano così un vero caleidoscopio dell'ambiente comunicativo, con le loro diversità e i loro cambiamenti.
- ❖ **La mediatizzazione coinvolge i microcodici e il linguaggio della comunicazione, i simboli, i vari interessi** che vengono elaborati e comunicati a volte direttamente, a volte indirettamente (in modo subliminale), rendendo la comunicazione un fenomeno complesso, ramificato e amplificato, che tocca l'identità sociale di ogni persona⁸.
In questo universo dell'infosfera la persona vive un'esperienza psicofisica e sociale: la psicosfera.
- ❖ **La psicosfera è lo stato affettivo e cognitivo che la persona sperimenta quando la mente è alterata;** elementi non materiali di informazione influenzano i pensieri e i sentimenti umani senza che la persona sia consapevole della realtà.
In tal modo la persona fa ingresso in quello che è chiamato cervello col-

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

lettivo (*cyberspazio*), che è una forma di elaborazione di segni (simboli, linguaggi, suoni) e stimoli.

- ❖ **Nel digitale si impara a vivere con una nuova logica che si basa molto sugli stimoli, sulle reazioni neurologiche e sulle modalità di risposta del cervello a questi stimoli.** Si può dire al riguardo che tutte le immagini, i suoni, le parole e l'interattività che sperimentiamo in una rete sociale hanno effetti sul nostro cervello, impattando direttamente sulle nostre percezioni, sul nostro immaginario, sui comportamenti e di conseguenza sulle nostre scelte, sia a livello cosciente che inconsapevole.

La logica digitale, che è basata sulla tecnica e sull'automatismo, segue gli stimoli che le neuroscienze hanno sviluppato, dando pochissima importanza alla questione della coscienza.

Un esempio di come funziona questa logica è la velocità che offre il digitale, la grande capacità di generare e condividere informazioni e di facilitare l'istantaneità e l'interattività. Questa logica cambia pertanto il modo di apprendimento, generando una certa superficialità nel pensiero e difficoltà a riflettere in modo sistematico, integrato e coerente.

- ❖ **La comunicazione digitale consente velocità, istantaneità e interattività.** È importante tenere conto che, di per sé, l'universo digitale è basato sulla logica digitale e l'Intelligenza artificiale sugli algoritmi.

Nella comunicazione digitale, le nostre sensazioni e percezioni entrano ovviamente in una nuova dinamica e iniziano a rispondere a questa accelerazione cerebrale con una maggiore attivazione del sistema nervoso, come conseguenza del coinvolgimento dei cinque sensi. Immagini, suoni, parole e l'interattività che sperimentiamo in una rete sociale hanno effetti sulla nostra dinamica cognitiva e affettiva.

L'accelerazione del cervello, l'intensità delle emozioni, l'esposizione della nostra vita emotiva all'interno dei *social network*, ci collocano in un universo in cui questo nuovo meccanismo mentale richiede molti stimoli, molte reazioni e velocità.

Il mondo e la logica digitale sono realtà che fanno parte della vita umana e del suo sviluppo. Siamo parte del mondo digitale e siamo consapevoli dei benefici che questo offre all'umanità e al progresso umano. È necessario capire come funziona l'interazione umana con il digitale. È proprio per questo che è indispensabile un'educazione a un'etica che aiuti a vivere in modo sano e creativo.

- ❖ **Come si può notare, il digitale diventa molto complesso quando lo inseriamo nella comunicazione umana,** interpersonale, comunitaria e isti-

tuzionale. Inoltre, ci sono molti modi di intendere il fenomeno digitale e il contesto socioculturale ed economico dell'umanità.

Il modo di interpretare il digitale ci presenta situazioni pratiche che hanno e che avranno conseguenze sul presente e sul futuro. In questo incontro tra la persona, la tecnologia e l'ambiente immersivo, gli aspetti della vita della persona e della società emergono nella sfera pubblica, rendendo l'infosfera una realtà dove si riflettono le grandi questioni umane, etiche, economiche, ecologiche, politiche, culturali e religiose.

- ❖ **È nella relazione tra le persone, i processi di interazione e l'immersione nell'infosfera che il fenomeno della comunicazione digitale** diventa più complesso, coinvolgendo processi politici, economici e sociali, in cui entrano in gioco la libertà e gli interessi delle persone.

Gli aspetti giuridici che regolano i comportamenti umani, i diritti e i doveri dell'individuo, si intrecciano in questo modo nel grande e complesso fenomeno della comunicazione umana nel mondo digitale⁹. Come afferma il documento ecclesiale "*Verso una piena presenza*": «*Il social media sono solo una componente del fenomeno molto più ampio e complesso della digitalizzazione, che è il processo di trasferimento di molti compiti e dimensioni della vita umana alle piattaforme digitali. Le tecnologie digitali possono aumentare la nostra efficienza, dare slancio alla nostra economia e aiutarci a risolvere problemi finora insormontabili. La rivoluzione digitale ha esteso il nostro accesso alle informazioni e la nostra capacità di connetterci gli uni con gli altri oltre i limiti dello spazio fisico*»¹⁰.

- ❖ **Il modo in cui ciascuno abita nel digitale è anche una questione di responsabilità personale.** È importante notare, tuttavia, che il dialogo tra le dinamiche digitali e la persona umana è più ampio e che bisogna considerare anche gli aspetti cognitivi e affettivi coinvolti nell'esperienza digitale, perché chi entra nell'universo digitale è una persona libera, che può scegliere i propri interessi decidendo consapevolmente. Ciò significa che la persona che vive nel mondo digitale e interagisce nell'infosfera è in grado di elaborare informazioni, dare significato ai vari processi comunitari, esprimere la propria libertà e creare relazioni umane significative.

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

¹⁰ Dicastero per la Comunicazione, "*Verso una piena presenza – Riflessione pastorale sul coinvolgimento con i social media*", Città del Vaticano, 2023, n. 7.

3

COMUNICARE CON DISCERNIMENTO E SINODALITÀ

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«L'esercizio del discernimento è al cuore dei processi e degli eventi sinodali. (...) Si tratta d'individuare e percorrere come Chiesa, mediante l'interpretazione teologale dei segni dei tempi sotto la guida dello Spirito Santo, il cammino da seguire a servizio del disegno di Dio escatologicamente realizzato in Cristo che vuole realizzarsi in ogni kairós della storia. Il discernimento comunitario permette di scoprire una chiamata che Dio fa udire in una situazione storica determinata» (La sinodalità nella vita e nella missione della Chiesa, n. 113).

I temi legati alla sinodalità e al discernimento nel modo di comunicare, la ricerca di una comunicazione e di una comunione fraterna, la partecipazione e la corresponsabilità al servizio della persona e della società sono l'oggetto di questo capitolo.

Il punto di partenza per la nostra comunicazione con il mondo giovanile resta la nostra comunicazione con Dio e il suo amore per noi. La vera comunicazione mette al centro la relazione interpersonale e comunitaria, valorizza il senso dell'altro, della capacità di vivere momenti di gratuità, di condivisione e di celebrazione.

Nel discernimento evangelico, il comunicatore salesiano opera con una mentalità progettuale e un senso comunitario.

La sinodalità apre a una visione della comunicazione come servizio e collaborazione per la missione evangelizzatrice della Chiesa e della Congregazione, che nella diversità culturale si esprime anche con modalità differenti.

- ❖ **La comunicazione è al servizio della realizzazione della persona umana**, della sua felicità, della sua missione di vivere la fraternità e della costruzione dignitosa e responsabile delle istituzioni e della società in tutte le culture e i contesti sociali. La comunicazione crea ponti tra le persone, favorisce l'espressione dei valori e dei desideri degli individui e della comunità, apre canali per la manifestazione delle ricchezze culturali, dei valori e delle azioni compiute dalle persone e dalle comunità. Volendo esemplificare, attraverso la sua base fondamentalmente umanistica e relazionale, la comunicazione costruisce dialogo, ascolto, collabora per il discernimento, l'apertura al nuovo e alla sinodalità.
- ❖ **L'interpretazione evangelica della realtà giovanile, realizzata con discernimento comunitario e un forte senso di sinodalità ecclesiale**, è un punto di partenza fondamentale per rispondere alle esigenze educative e pastorali dei giovani d'oggi.
La realtà dei giovani nella cultura digitale richiede un atteggiamento educativo attento e sapiente, che permetta di portare avanti la missione salesiana partendo dalla consapevolezza che la comunicazione è al servizio della pastorale salesiana, che è insieme evangelizzatrice ed educativa.
- ❖ **Il discernimento evangelico fa sì che il comunicatore salesiano veda l'azione comunicativa come processo**, come dialogo, come ascolto e come realizzazione della missione salesiana con una visione ampia, con una mentalità progettuale e un senso comunitario.
- ❖ **La sinodalità apre la visione della comunicazione come servizio e collaborazione per la missione evangelizzatrice** della Chiesa e della Congregazione, rafforzando il senso ecclesiale, la corresponsabilità nella missione portata avanti con spirito fraterno, la capacità di sperimentare la diversità culturale, di pensare in modo originale e di collaborare con l'intera missione. «La sinodalità indica lo specifico *modus vivendi et operandi* della Chiesa Popolo di Dio, che manifesta e realizza in concreto il suo essere comunione nel camminare insieme, nel radunarsi in assemblea e nel partecipare attivamente di tutti i suoi membri alla sua missione evangelizzatrice»¹¹.
- ❖ **Il discernimento e la sinodalità per noi nascono dalla nostra comunicazione con Dio e dal suo amore per noi**. Comunicare è una realtà sem-

¹¹ Commissione Teologica Internazionale, *La sinodalità nella vita e nella missione della Chiesa*, Città del Vaticano, 2018, n. 6.

plice e fondamentale: è la relazione tra l'uomo e Dio, tra persone o gruppi di persone. La vera comunicazione mette al centro la relazione interpersonale e comunitaria, valorizza il senso dell'altro, la capacità di vivere momenti di gratuità, di condivisione e di celebrazione.

«Nel rinnovamento di questi anni, appare come la comunicazione sia uno dei fattori umani che acquistano crescente rilevanza per la vita della comunità cristiana. La più sentita esigenza di incrementare la vita fraterna di una comunità porta con sé la corrispondente domanda di una più ampia e più intensa comunicazione. Per diventare fratelli e sorelle è necessario conoscersi. Per conoscersi appare assai importante comunicare in forma più ampia e profonda»¹². Allo stesso modo, dal momento che la comunicazione trova la sua fonte in Dio che ama, che avvicina amichevolmente la persona umana, questo porta necessariamente a un'esperienza di comunità e fraternità.

❖ **La comunicazione è fonte di fraternità e sinodalità nella comunità.**

Senza di essa non può esistere l'unità di cuori e di progetti, poiché in questo modo la comunità si ridurrebbe a un gruppo di persone che vivono solo fisicamente in comune e che invece sono spiritualmente lontane. La fraternità, come ha insegnato il Signore ai discepoli, trova il suo *habitat* naturale nella comunità, intesa non come circolo ristretto, ma come *schola amoris* che insegna a vivere tra fratelli e sorelle.

«Quando le reti e gli strumenti della comunicazione umana hanno raggiunto sviluppi inauditi, sentiamo la sfida di scoprire e trasmettere la "mistica" di vivere insieme, di mescolarci, di incontrarci, di prenderci in braccio, di appoggiarci, di partecipare a questa marea un po' caotica che può trasformarsi in una vera esperienza di fraternità, in una carovana solidale, in un santo pellegrinaggio»¹³. La relazione interpersonale in comunità consiste principalmente nella comunione fraterna, nel prendersi cura l'uno dell'altro, nella consapevolezza che la fraternità si realizza comunicando e costruendo in condivisione il progetto di Dio.

¹² Congregazione per gli Istituti di Vita Consacrata e le Società di Vita Apostolica, *La vita fraterna in comunità, "Congregavit nos in unum Christi amor"*, Città del Vaticano, 1994, n. 29.

¹³ Francesco, Esortazione apostolica *Evangelii Gaudium*, Città del Vaticano, 2013, n. 87.

4

LA COMUNICAZIONE AMICHEVOLE CHE NASCE DALL'AMORE DI DIO PER NOI

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«In lui, mediante il suo sangue, abbiamo la redenzione, il perdono delle colpe, secondo la ricchezza della sua grazia. Egli l'ha riversata in abbondanza su di noi con ogni sapienza e intelligenza, facendoci conoscere il mistero della sua volontà, secondo la benevolenza che in lui si era proposto per il governo della pienezza dei tempi: ricondurre al Cristo, unico capo, tutte le cose, quelle nei cieli e quelle sulla terra» (Ef 1,7-10).

Dopo aver fissato le basi umane della comunicazione, in particolare nel mondo giovanile, andiamo alla ricerca dei suoi fondamenti teologici, partendo dal principio che Dio cerca la persona umana spinto dal desiderio di comunicare, si avvicina, si rivela nell'amore e nella verità, crea interazione e mostra all'umanità il suo progetto di amore e di redenzione.

In questo processo comunicativo la Parola di Dio diventa fonte di salvezza, perché per Dio rivelarsi personalmente coincide con il salvare l'uomo.

Inoltre la Parola di Dio, che si rivela in modo umano, che "si fa carne" (Gv 1,14), si manifesta in tutte le cose create, nella bellezza della creazione e in tutte le opere umane che partecipano di questo dono.

Anche l'amore e l'affetto umano nella loro interezza, così come la dimensione vocazionale di ogni persona, la chiamata al donarsi, vengono illuminati dalla Parola di quel Dio che ci ama.

La visione educativa e spirituale di Don Bosco si costruisce interamente su questa prospettiva e prende il nome di carità pastorale.

- ❖ **Dio comunica con noi amorevolmente: è il principio fondante della comunicazione.** Dio si rivela parlando come un amico. Questa visione implica un cambiamento di mentalità nel concepire il modo in cui Dio si rivela e dunque comunica con noi. In questa rivelazione amichevole di Dio, la comunicazione è illuminata e guidata da una visione ampia, umanistica, spirituale e pastorale, con sentimenti etici che si risvegliano, appunto, con l'amore.
- ❖ **L'iniziativa di comunicare con i suoi figli e le sue figlie ha origine sempre e anzitutto da Dio.** L'uomo non riuscirebbe a comunicare con Dio se non ci fosse una rivelazione da parte sua. È Lui che si avvicina amichevolmente all'umanità per realizzarne la salvezza. La pedagogia dell'iniziativa di Dio di farsi prossimo ai suoi figli per rivelarsi come Dio Creatore manifesta la sua presenza nelle creature. L'essere umano è opera del Creatore ed è quindi amato e cercato.
- ❖ **È attraverso la sua iniziativa di cercare la persona umana che ha origine la comunicazione di Dio.** Dio stabilisce una vera pedagogia della comunicazione: si avvicina come amico, parla, si rivela e cerca di trovare una strada per ascoltare, sentire la reazione della persona, stabilire un dialogo. È da questa iniziativa d'amore che nascono la relazione, il dialogo e l'interazione.
 Nella pedagogia comunicativa di Dio, Lui parla per primo, la persona ascolta, riflette, reagisce in modo che si crei un'interazione¹⁴. In questo processo, la parola divina si esprime in parole umane. Essa si svolge come dialogo e fa scaturire la fede: stabilisce relazioni interpersonali e si realizza progressivamente, in un intreccio di carne e di linguaggio, attraverso fatti e parole, eventi e interpretazioni intimamente legati tra loro, che si verificano insieme e si completano a vicenda. Pertanto, il tratto che meglio definisce il Dio biblico è la sua disponibilità al dialogo, la sua capacità di manifestarsi sempre attraverso la parola (*Eb 1,1-2*).
- ❖ **Dio desidera comunicare con l'umanità nella verità.** L'incontro tra la persona umana e il mistero richiede un percorso. Dio ama nella verità e questa verità deve emergere nella relazione della persona con Dio. Per questo la comunicazione non è al servizio di se stessa. Essa collabora affinché la persona possa incontrare veramente Dio.

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

La Costituzione dogmatica sulla Divina Rivelazione *Dei Verbum* esplicita in modo molto chiaro la natura e l'oggetto della Rivelazione quando afferma che «piacque a Dio nella sua bontà e sapienza rivelarsi in persona e manifestare il mistero della sua volontà (Ef 1,9), mediante il quale gli uomini per mezzo di Cristo, Verbo fatto carne, hanno accesso al Padre nello Spirito Santo e sono resi partecipi della divina natura (cfr. Ef 2,18; 2 Pt 1,4)».¹⁵

- ❖ **Nella comunicazione di Dio con la persona umana, la sua parola crea la realtà.** La potenza del Verbo in principio crea le cose. Il Dio biblico non si esprime solo dichiarandoci la sua esistenza. Si è pronunciato a favore del reale dandogli l'esistenza.

Nella Bibbia la relazione tra Dio creatore e la realtà creata è intesa come un pronunciamento divino: il mondo è la sua parola ripetuta (cfr. Gn 1,3-25); l'uomo è nato da una conversazione divina, pensato nell'intimità di Dio e voluto da Lui, è venuto dal nulla, sapendosi a immagine del Dio che parla; il popolo è il compimento di una parola data, una promessa mantenuta (cfr. Gn 12,2). Il dire di Dio è il suo stesso fare: ciò che Dio nomina, dichiara che esiste; nel nominarlo, lo chiama, salvandolo dal silenzio e dal nulla. Tutto ciò che ha vita è parola del Dio vivente (cfr. Rm 4,17).

- ❖ **L'uomo è il risultato di un colloquio divino.** Il credente sa di essere stato chiamato alla vita da Dio. Nato da un dialogo divino, è destinato al dialogo con Dio: è quindi, in mezzo a tutta la creazione, l'immagine stessa di Dio.

Il credente, semplicemente vivendo, sa di essere chiamato da Dio e di essere responsabile nei suoi confronti: vive perché Dio lo ha voluto e per vivere come Dio vuole; sa di essere vivo perché è stato invocato da Dio; sa che vivrà se rimarrà fedele alla sua origine e manterrà la comunicazione con il suo Dio.

- ❖ **Il credente, nato dalla Parola, è al suo servizio.** Per il fatto stesso di esistere, l'uomo deve assumersi delle responsabilità. Come unico essere vivente che riflette la natura dialogica di Dio (cfr. Gn 1,26), dovrà rispondere di ciò che ha creato, essere responsabile della procreazione o del fratello (cfr. Gn 1,27-30; Sal 8,6-9; Sir 17,1-10).
- ❖ **La salvezza dell'uomo è un cammino dialogico.** «La novità della rivelazione biblica consiste nel fatto che Dio si fa conoscere nel dialogo che

¹⁵ Concilio Ecumenico Vaticano II, Costituzione dogmatica sulla Divina Rivelazione *Dei Verbum*, Città del Vaticano, 1965, n. 2.

desidera avere con noi. (...) Non c'è mai stato in Dio un tempo in cui non sia esistito il *Logos*»¹⁶.

Per Dio, rivelarsi personalmente coincide con il salvare l'uomo. La sua Parola si esprime in tutta la storia della salvezza, è la salvezza compiuta: salvato è colui che vive nel dialogo, aperto all'Altro e responsabile nei suoi confronti per gli altri.

❖ **«Dio ha pronunciato la sua eterna Parola in modo umano; il suo Verbo "si fece carne" (Gv 1,14).** Questa è la buona notizia»¹⁷. Senza lo Spirito non ci sarebbe stata né l'incarnazione del Verbo, né la Parola di Dio registrata nella Sacra Scrittura. Non si può, quindi, «arrivare a comprendere la Scrittura senza l'aiuto dello Spirito Santo che l'ha ispirata»¹⁸. «Per questo motivo è necessario riferirsi alla rivelazione per cercare e per conoscere i fondamenti trinitari della comunicazione. Il Dio della fede cristiana si è rivelato come un Dio trinitario, nel quale coincidono l'unità e la pluralità, un solo Dio e tre persone, il Padre, il Figlio e lo Spirito Santo»¹⁹.

❖ **La bellezza è un aspetto costante nei testi della Sacra Scrittura.** Essa si manifesta in tutte le cose create, raggiungendo il suo apice nella saggezza divina, bellezza suprema e somma sapienza.

Nella Bibbia ebraica e in quella greca ritroviamo un lessico proprio della "bellezza". I termini ebraici *Japheh* e *Tov* sono traducibili con "splendido", "decoroso", "ben riuscito", "piacevole", "in forma". In greco i termini sono *kalòs* e *agathòs*: "bello" e "buono", soprattutto nel senso di "sano", "forte", "eccellente", "ben composto", "adatto".

Il testo biblico ci offre una visione della bellezza che si manifesta nello splendore della creazione. Alcuni Salmi, in particolare, sono opere d'arte letteraria di profonda e ricca espressione comunicativa, inni artistici che possono essere cantati come forma di preghiera, meditazione e liturgia. La bellezza è anche un'esperienza comunitaria e sociale: prendersi cura degli altri e della natura, svolgere attività sociali, religiose e civiche, impegnarsi in azioni che servano la società attraverso il lavoro, dedicarsi allo sviluppo e al progresso umano.

❖ **La Parola di Dio illumina l'amore e l'affetto umano.** La comunicazione è essenzialmente espressione dell'essere umano nella sua interezza. La

¹⁶ Benedetto XVI, Esortazione apostolica postsinodale *Verbum Domini*, Città del Vaticano, 2010, n. 6.

¹⁷ Ibidem, n. 1.

¹⁸ Ibidem, n. 16.

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

persona comunica a partire dalla sua esperienza affettiva, dalla sua sensibilità, dalla sua empatia con gli altri e per gli altri.

Nel Libro sapienziale del Cantico dei Cantici troviamo un testo ricchissimo di espressioni dell'amore e dell'affetto che una persona vive, coltiva e comunica per l'altra persona. Nel simbolismo di questo Libro sull'amore tra due persone, ritroviamo un prototipo di come possiamo vivere il nostro amore per Dio: perché Dio ci ama, noi lo amiamo. E ogni persona costruisce questa storia d'amore con Dio. Questo testo ci illumina anche su come vivere l'esperienza dell'amore in Dio verso l'altro. La grandezza dell'amore di Dio illumina e mostra la dimensione vocazionale di ogni persona, chiamata a donazione, consegna e impegno per costruire l'amore.

5

GESÙ CRISTO COMUNICA AMICHEVOLMENTE IN NOME DEL PADRE

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«Durante l'esistenza terrena Cristo si è rivelato il perfetto Comunicatore. Per mezzo della Sua incarnazione, Egli prese la somiglianza di coloro che avrebbero ricevuto il Suo messaggio, espresso dalle Sue parole e da tutta l'impostazione della Sua vita. Egli parlava pienamente inserito nelle reali condizioni del Suo popolo, proclamando a tutti indistintamente l'annuncio divino di salvezza con forza e con perseveranza e adattandosi al loro modo di parlare e alla loro mentalità» (Communio et Progressio, n. 11).

La visione cristologica che si fonda in Gesù Cristo comunicatore del Padre, come Buon Pastore, dà vita a una pedagogia amichevole di auto-comunicazione: ascolta, accoglie, ama, cura, educa e salva.

Dio, attraverso l'incarnazione di suo Figlio Gesù Cristo, stabilisce una comunicazione decisiva e potente. È la Parola di Dio che compie la promessa del Salvatore e realizza la salvezza dell'umanità, perché Gesù Cristo è l'espressione infinita di un Dio che ama in eterno la persona umana.

Fedele alla parola del Padre, Gesù vive e comunica il suo piano per tutti i suoi figli. Questa verità è trasmessa ai discepoli e ispira e guida la Chiesa e tutti i credenti.

- ❖ **Il Padre si rivela attraverso Gesù in modo amichevole.** Gesù, come Figlio di Dio, comunica partendo dalla sua filiazione divina. La sua comunicazione avviene interamente in nome di Dio. Si può dire che Gesù comunica per necessità, cioè per far conoscere il progetto di salvezza del Padre per l'intera umanità. «Venne una nube che li coprì con la sua ombra e dalla nube uscì una voce: questo è il Figlio mio, l'amato; ascoltatelo!» (Mc 9,6).
- ❖ **La Parola di Dio è suo Figlio, Gesù Cristo.** Gesù Cristo, nato dalla Vergine Maria, è veramente il Verbo di Dio che è diventato consustanziale con noi. Chi incontra la sua persona ascolta Dio e ascoltando Dio incontra suo Figlio (cfr. Mc 1,11. 9,7). E per facilitare l'incontro Dio ha "accorciato" la sua Parola: «Il Verbo eterno si è fatto piccolo, tanto piccolo da stare in una mangiatoia. Si è fatto bambino, perché la Parola fosse alla nostra portata»²⁰. La sua storia unica è la parola definitiva che Dio ha rivolto all'umanità.
- ❖ **In Gesù Cristo il Verbo si fa carne e comunica con noi.** Il Vangelo di Giovanni si apre con la grande affermazione della comunicazione di Dio: «In principio era il Verbo» (Gv 1,1). In Gesù Cristo, il Verbo di Dio si è fatto carne. «E il Verbo si fece carne e venne ad abitare in mezzo a noi» (Gv 1,14). Afferma Papa Giovanni Paolo II che «per mezzo dello Spirito, Dio ha preparato la sua venuta di Salvatore, orientando segretamente i cuori a coltivare l'attesa nella speranza»²¹.
- ❖ **Teologicamente, la Parola di Dio ha il potere di agire, di creare legami, di trasformare e costruire nuove realtà.** Dio, attraverso l'incarnazione di suo Figlio Gesù Cristo, stabilisce una comunicazione decisiva e potente. È la Parola di Dio che realizza la promessa del Salvatore e compie la salvezza dell'umanità. Nella Rivelazione, la Parola è intensamente feconda d'amore perché Gesù Cristo è l'espressione infinita di un Dio che ama in eterno la persona umana. Pertanto, è una parola che genera la vita e costruisce una profonda alleanza tra il Padre e il Figlio e lo Spirito Santo.
- ❖ **Senza lo Spirito non ci sarebbe stata l'incarnazione del Verbo, né ci sarebbe comprensione.** Il Verbo si è fatto carne, essendo stato concepito da Maria «per mezzo dello Spirito Santo» (cfr. Mt 1,18. 20; Lc 1,35). È lo stesso Spirito che ha parlato per mezzo dei profeti, che ricorderà ai disce-

²⁰ Benedetto XVI, Omelia della Messa nella Solennità del Natale del Signore, 24 dicembre 2006.

²¹ Giovanni Paolo II, Udienza Generale, 3 dicembre 1997.

poli ciò che Gesù aveva detto loro (Gv 16,7), che è sceso sugli apostoli e li ha inviati nel mondo a predicare il Vangelo, e sotto la cui ispirazione gli autori sacri hanno scritto il messaggio di salvezza.

«Senza l'azione efficace dello "Spirito della Verità" (Gv 14,16) non è dato di comprendere le parole del Signore. (...) Come la Parola di Dio viene a noi nel corpo di Cristo, nel corpo eucaristico e nel corpo delle Scritture mediante l'azione dello Spirito Santo, così essa può essere accolta e compresa veramente solo grazie al medesimo Spirito»²².

❖ **Gesù impara dal Padre che comunicare è amare e curare.** Afferma l'evangelista Marco: «Gesù a Nazaret venne battezzato... E subito, uscendo dall'acqua, vide squarciarsi i cieli e lo Spirito discendere verso di lui come una colomba e venne una voce dal cielo: "Tu sei il figlio mio, l'amato, in te ho posto il mio compiacimento"» (Mc 1,9-11). Attraverso la sua parola, Dio conferma Gesù come suo vero Figlio e allo stesso tempo esprime il suo incondizionato amore.

❖ **Gesù, nel suo profondo rapporto con il Padre, impara da Lui a comunicare:** «Come il Padre mi ha amato, così anch'io ho amato voi; dimorate nel mio amore. Se osservate i miei comandamenti, dimorerete nel mio amore; come io ho osservato i comandamenti del Padre mio e dimoro nel suo amore. Vi ho detto queste cose, affinché la mia gioia dimori in voi e la vostra gioia sia completa» (Gv 15,9-11).

Durante tutta la sua esistenza, Gesù vive un'intimità comunicativa profonda con il Padre, che si trasmette all'uomo. «Come il Padre mi ha amato, così io vi amo» (Mc 1,9-11). Gesù è la parola fatta carne, in Lui la parola si fa carne, sentimento, emozione, linguaggio, amore e servizio alla missione.

In quanto comunicatore del Padre, la parola di Gesù e ciò che insegna è coerente con la verità e fedele alla missione che riceve dal Padre. Comunica dunque a partire dalla sua esperienza e testimonia la sua intima comunione con il Padre.

❖ **La pedagogia comunicativa di Gesù è quella del Buon Pastore, che avvicina, ama e dà la vita per le sue pecorelle.** Gesù è il modello del comunicatore: ascolta, dialoga, pone domande, interagisce empaticamente e fa un cammino insieme, mettendo al centro la persona e la sua realtà interiore.

²² Benedetto XVI, Esortazione apostolica postsinodale *Verbum Domini*, Città del Vaticano, 2010, n. 15.

Anche la chiamata di Gesù ai suoi discepoli è compiuta attraverso il potere della parola: «Passando lungo il Mare di Galilea, vide Simone e Andrea, fratello di Simone, mentre gettavano le reti in mare. Erano infatti pescatori. Gesù disse loro: “Venite dietro a me, vi farò diventare pescatori di uomini”» (Mc 1,16-17).

Gesù insegna ai suoi discepoli a comunicare come lui e come il Padre. A questo riguardo, la *Dei Verbum* ricorda che Gesù ordina ai suoi discepoli di predicare il Vangelo. Questa missione comunicativa ha la sua radice nel desiderio di Dio di comunicare e nel suo modo di comunicare amichevolmente. «Dio, con somma benignità, dispose che quanto egli aveva rivelato per la salvezza di tutte le genti, rimanesse per sempre integro e venisse trasmesso a tutte le generazioni. Perciò Cristo Signore, nel quale trova compimento tutta intera la Rivelazione di Dio altissimo, ordinò agli apostoli che l’Evangelo, prima promesso per mezzo dei profeti e da lui adempiuto e promulgato di persona, venisse da loro predicato a tutti come la fonte di ogni verità salutare e di ogni regola morale, comunicando così ad essi i doni divini»²³.

Fedele alla parola del Padre, Gesù vive e comunica il suo piano per tutti i suoi figli. Questa verità è trasmessa ai discepoli e ispira e guida la Chiesa e tutti i credenti. «Ciò venne fedelmente eseguito, tanto dagli apostoli, i quali nella predicazione orale, con gli esempi e le istituzioni trasmisero sia ciò che avevano ricevuto dalla bocca del Cristo vivendo con lui e guardandolo agire, sia ciò che avevano imparato dai suggerimenti dello Spirito Santo, quanto da quegli apostoli e da uomini a loro cerchia, i quali, per ispirazione dello Spirito Santo, misero per scritto il messaggio della salvezza»²⁴.

²³ Concilio Ecumenico Vaticano II, Costituzione dogmatica sulla Divina Rivelazione *Dei Verbum*, Città del Vaticano, 1965, n. 7.

²⁴ *Ibidem*.

6

DIO CONTINUA A COMUNICARE CON L'UMANITÀ ATTRAVERSO LA CHIESA

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«Dio continua a comunicare con l'umanità attraverso la Chiesa, portatrice e custode della Sua Rivelazione, al cui Magistero soltanto Egli ha affidato il compito di interpretare in maniera autentica la Sua parola. Inoltre, la Chiesa stessa è communio, una comunione di persone e di comunità eucaristiche che derivano dalla comunione trinitaria e la riflettono. Quindi, la comunicazione è essenziale per la Chiesa» (La Chiesa e Internet, n. 3).

Dopo l'approfondimento teologico e cristologico, con un approfondimento ecclesiologico la Chiesa è presentata come segno di Dio nel mondo, maestra di umanità ed educatrice del popolo di Dio in cammino verso la redenzione.

La Chiesa, infatti, nasce dall'ascolto della Parola ed esiste per evangelizzare, cioè per predicare e insegnare in tutto il mondo il Vangelo, ossia la narrazione dell'esperienza pasquale.

La Chiesa, messaggera del Vangelo e maestra di umanità, colloca la persona umana e la sua comunità al centro della sua missione. Nella sua opera è illuminata dallo Spirito Santo, che ha guidato gli apostoli e Maria nel cammino di annuncio del Vangelo.

Essa, inoltre, utilizza i media per evangelizzare e accompagna l'umanità nella sua vocazione e missione nella storia della comunicazione umana.

- ❖ **La Chiesa nasce dall'ascolto di Dio.** Ascolta la Parola per poterla annunciare: solo chi prima ascolta la Parola può poi diventarne l'annunciatore. Infatti, il cristiano non deve insegnare la propria sapienza, ma la sapienza di Dio, che spesso appare come uno scandalo agli occhi del mondo (cfr. 1 Cor 1,23).
- ❖ **La Chiesa esiste per evangelizzare, cioè per predicare e insegnare.** Secondo la testimonianza di Luca, la comunità cristiana è nata per predicare l'esperienza pasquale in tutto il mondo (At 1,6-8; cfr. Mt 28,16-20) e si è presentata al mondo predicando la risurrezione (At 2,14-36): il nuovo popolo di Dio è dedicato alla comunicazione del Vangelo. Non è un caso, dunque, che la predicazione della fede comune sia stata anche all'origine del processo di generazione della Scrittura. La tradizione ecclesiale ha dato vita alla parola scritta: l'esistenza stessa della Scrittura è la prova documentale della preesistenza della predicazione. Dio ha parlato allora e parla ancora oggi attraverso l'esperienza dei suoi testimoni, che celebrano la loro fede nel culto e che hanno il compito di renderla pubblica.
- ❖ **La Chiesa, creata dalla Parola, vive per ascoltarla.** Il Dio biblico, il Dio che parla come un amico, salva riunendo: fa dei suoi ascoltatori il suo popolo. Dio non ha altro modo di salvare che riunire coloro che lo ascoltano. Il valore della vita comune, come modo di vivere la salvezza di Dio, dipende dalla capacità di ascolto del credente e non tanto dalla volontà di Dio di comunicare.
- ❖ **La Chiesa, messaggera del Vangelo e maestra di umanità, colloca la persona umana e la sua comunità al centro della sua missione.** Per questo, è comunicatrice autorevole del progetto di Dio. La Chiesa comunica perché essere segno del mistero di Dio nella vita e nella storia umana è la sua missione e la sua vocazione nel mondo. Il che, a sua volta, ci permette di affermare ciò che la *Lumen Gentium* insegna: «È venuto quindi il Figlio, mandato dal Padre, il quale ci ha scelti in lui prima della fondazione del mondo e ci ha predestinati ad essere adottati in figli, perché in lui volle accentrare tutte le cose (cfr. Ef 1,4-5. 10). Perciò Cristo, per adempiere la volontà del Padre, ha inaugurato in terra il Regno dei Cieli e ci ha rivelato il mistero di lui, e con la sua obbedienza ha operato la redenzione. La Chiesa, ossia il Regno di Cristo già presente in mistero, per la potenza di Dio cresce visibilmente nel mondo»²⁵.

²⁵ Concilio Ecumenico Vaticano II, Costituzione dogmatica sulla Chiesa *Lumen Gentium*, Città del Vaticano, 1964, n. 3.

- ❖ **La Chiesa comunica illuminata dallo Spirito Santo**, che ha guidato gli apostoli e Maria nel cammino di annuncio del Vangelo. Lo stesso Spirito guida la Chiesa in tutti i tempi e luoghi a essere la comunità nata dalla Pentecoste, dove la comunicazione trinitaria è l'esempio per ogni tipo di comunicazione. Compiuta l'opera che il Padre aveva affidato al Figlio sulla terra (Gv 17,4), il giorno di Pentecoste fu inviato lo Spirito Santo per santificare continuamente la Chiesa, affinché i credenti avessero così, attraverso Cristo, accesso al Padre in un solo Spirito (Ef 2,18). Questo è lo Spirito che dà la vita, sorgente di acqua zampillante fino alla vita eterna (Gv 4,14. 7,38-39); per mezzo suo il Padre ridà la vita agli uomini, morti per il peccato, finché un giorno risusciterà in Cristo i loro corpi mortali (Rm 8,10-11).
- ❖ **Il Vangelo viene comunicato da coloro che lo hanno accettato**. Il contenuto del Vangelo cristiano è quindi l'esperienza che l'apostolo stesso fa di Cristo: «Ciò che vi servo non è mio. Quello che voi mangiate, io lo mangio; quello che voi vivete, io lo vivo. In cielo abbiamo la nostra dispensa comune: da lì viene la Parola di Dio»²⁶. Evangelizza chi è evangelizzato. Questa legge della predicazione apostolica si vede eminentemente nell'apostolo Paolo.
- ❖ **«Secondo la Chiesa la storia delle comunicazioni umane somiglia a un lungo viaggio che conduce l'umanità "dall'orgoglioso progetto di Babele, con la sua carica di confusione e di mutua incomprensione (cfr. Gn 11,1-9), fino alla Pentecoste e al dono delle lingue: la restaurazione della comunicazione si incentra su Gesù per l'azione dello Spirito Santo"». Nella vita, nella morte e nella risurrezione di Cristo, la comunicazione fra gli uomini ha trovato il suo più alto ideale e supremo modello in Dio, il quale è diventato uomo e fratello»²⁷.**

²⁶ Agostino, Discorso 95, n. 1.

²⁷ Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, *La Chiesa e Internet*, Città del Vaticano, 2002, n. 2.

7

MARIA, ESEMPIO DI COMUNICATRICE

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«La beata Vergine, predestinata fino dall'eternità, all'interno del disegno d'incarnazione del Verbo, per essere la madre di Dio, per disposizione della divina Provvidenza fu su questa terra l'alma madre del divino Redentore, generosamente associata alla sua opera a un titolo assolutamente unico, e umile ancella del Signore, concependo Cristo, generandolo, nutrendolo, presentandolo al Padre nel tempio, soffrendo col Figlio suo morente in croce, ella cooperò in modo tutto speciale all'opera del Salvatore, coll'obbedienza, la fede, la speranza e l'ardente carità, per restaurare la vita soprannaturale delle anime. Per questo ella è diventata per noi madre nell'ordine della grazia» (Lumen Gentium, n. 61).

La vergine Maria, la Madre di Gesù e della Chiesa, è modello di comunicazione. Si mette al servizio di suo Figlio, lo accompagna durante tutto il percorso della sua vita, fino alla morte e alla risurrezione.

A Cana, in Galilea, Maria è la comunicatrice delle relazioni umane.

Ai piedi della croce è la comunicatrice della fede nel progetto di Dio per ciascuno di noi.

Nel Cenacolo, dopo la risurrezione, la vediamo silenziosamente presente tra i discepoli di Gesù.

- ❖ **La Vergine Maria, Madre di Gesù e della Chiesa, è modello di comunicazione.** Maria è la comunicatrice della grazia di Dio, fin dal suo incondizionato e amorevole “sì” rivolto a Colui che l’ha scelta come sua eletta. Maria annuncia a Elisabetta che è stata prescelta per essere la madre di Gesù, del Salvatore (Lc 1,39-56). La relazione interpersonale tra loro è un incontro tra due donne profondamente coinvolte nell’amore di Dio. Uno scambio tra sorelle, una comunicazione di attenzione e di cura che l’una ha per l’altra.
- ❖ **A Cana, in Galilea, Maria è la comunicatrice delle relazioni umane,** dell’empatia, della sensibilità e dell’apertura. Interpreta la situazione con fede, uscendo da se stessa e proiettandosi verso gli altri: «Nel frattempo, venuto a mancare il vino, la madre di Gesù gli disse: “Non hanno più vino”» (Gv 2,3). Valorizza il gruppo, sapendo vivere in comunità, partecipando ai suoi riti e unendosi alla gioia degli invitati. La sua comunicazione con Gesù e con gli ospiti della festa è caratterizzata da un’autorità amorevole, attiva, ferma e creativa: «La madre dice ai servi: “Fate quello che vi dirà”» (Gv 2,5).
Maria prende l’iniziativa, fa il primo passo, dialoga, interroga, ascolta e agisce per trovare una soluzione alla mancanza di vino. Maria, comunicatrice esemplare, mostra una sensibilità specifica per gli altri e un atteggiamento attivo immediato radicato nell’ordine razionale delle cose.
- ❖ **Ai piedi della croce (Gv 19,25-27), è la comunicatrice della fede nel progetto di Dio per ciascuno di noi.** Fedele all’amore che si dona al di là di ogni logica umana, ci insegna a comunicare la redenzione di Dio nella storia e a condividere la speranza che non finirà mai, perché attinge la sua fonte di luce nel Cristo risorto.
- ❖ **Nel Cenacolo Maria è silenziosamente presente tra i discepoli di Gesù.** Negli Atti degli Apostoli (1,14), Luca menziona l’umile presenza di Maria durante l’effusione dello Spirito Santo. È una donna di comunione, di integrazione nella comunità; si inserisce tra i discepoli come donna e come Madre di Gesù. Maria interagisce, ascolta, prega, accompagna, partecipa alla comunità che sta nascendo. Pur essendo la Madre di Gesù, non si pone al di sopra dei discepoli. Comunica con la sua presenza amichevole e umile, con il suo profondo senso della comunità.

8

SAN FRANCESCO DI SALES: TUTTO PER AMORE

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«Del resto, una delle sue affermazioni più celebri, “il cuore parla al cuore”, ha ispirato generazioni di fedeli (...). Esso dimostra come per lui [San Francesco di Sales] la comunicazione non dovesse mai ridursi a un artificio, a – diremmo oggi – una strategia di marketing, ma fosse il riflesso dell’animo, la superficie visibile di un nucleo d’amore invisibile agli occhi» (Messaggio del Santo Padre Francesco per la 57ma Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali).

La figura di San Francesco di Sales, scelto da Don Bosco come esempio di comunicatore, insegna che comunicare è cosa del cuore.

Nella sua espressione «Tutto nella Chiesa è amore: tutto vive nell’amore, per l’amore e dell’amore», si comprende la sua rivoluzione nel modo di comunicare, e come la comunicazione diventi feconda quando permette la comunione e lo scambio dei propri vissuti in un cammino di accompagnamento e di collaborazione al progetto di Dio.

Con questa visione radicata nell’esperienza del dono e della gratuità dell’amore di Dio, Francesco di Sales ha aperto un cammino originale di spiritualità, di arte comunicativa e di azione pastorale.

- ❖ **«Tutto nella Chiesa è amore: tutto vive nell'amore, per l'amore e dell'amore»²⁸.** È con questa espressione che San Francesco di Sales, unico nel suo tempo, ha dato inizio a una vera rivoluzione nel modo di comunicare. La parola *comunicazione* è la chiave della teologia e della spiritualità del santo, che ha compiuto un pellegrinaggio interiore nella ricerca saggia e amorosa di Dio²⁹.
- ❖ **La comunicazione, come chiave interpretativa della vita e della dottrina di San Francesco di Sales**, rimanda a una ricchezza e molteplicità di aspetti che trovano il loro fondamento nella teologia del mistero trinitario, a cui l'uomo per grazia e per vocazione è chiamato a partecipare. Francesco di Sales incarna un modello di comunicazione che, sia nei contenuti che nelle sue dinamiche, si ispira al Vangelo. Per lui comunicare vuol dire fare dono di sé all'altro, farlo partecipe del proprio vissuto e stabilire autentici rapporti di amicizia. La comunicazione è efficace, infatti, solo quando si è capaci di creare legami, occasioni di incontro, prossimità.
La comunicazione è feconda quando permette la comunione, lo scambio dei propri vissuti. Francesco parte da un principio fondamentale: Dio comunica per amore. Questo amore è dono di Dio per le sue creature, che liberamente rispondono con spirito filiale, consegna amorosa e impegno gioioso, che si traduce in un cammino di santità nel collaborare al progetto di Dio nel mondo.
- ❖ **Con questa visione radicata nell'esperienza del dono e della gratuità dell'amore di Dio**, Francesco di Sales ha aperto un cammino originale di spiritualità, di arte comunicativa e di azione pastorale.
San Francesco è un comunicatore che ha vissuto la sua vita e ha realizzato le sue opere con creatività e intensità. Questo dimostra la sua importante e decisiva maniera di comunicare, che continua a essere attuale ancora oggi: vivere una vita spirituale aperta al dinamismo interiore del cuore e dell'anima in unione con Dio nel servizio agli altri³⁰.

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

²⁹ La storia degli uomini è contrassegnata dalla loro incessante attività di ricerca. Diceva un saggio d'Israele: «Io, Qohelet, fui re d'Israele a Gerusalemme. Mi sono proposto di ricercare ed esplorare con saggezza tutto ciò che si fa sotto il cielo. Questa è un'occupazione gravosa che Dio ha dato agli uomini, perché vi si affatichino» (Qo 1,12-13).

«Il desiderio di conoscere costituisce senza dubbio una delle caratteristiche dell'essere umano, riconosciuta già dagli antichi filosofi e da loro apprezzata, perché rende creativa, utile e migliore l'esistenza stessa» (Pontificia Commissione Biblica, *"Che cosa è l'uomo?"* (Sal 8,5). *Un itinerario di antropologia biblica*, Libreria Editrice Vaticana, Città 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

ABITARE AMICHEVOLMENTE LA CULTURA DIGITALE OGGI

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«Mentre il mondo diventa sempre più digitale e virtuale, tutti noi abbiamo la responsabilità di approfondire, con i nostri educatori, le linee guida per stabilire un rapporto sano tra le persone e la tecnologia, con una particolare attenzione alla cura per il creato, alla dignità e ai diritti, all'etica dell'economia e della politica. L'obiettivo è custodire la Casa Comune attraverso la fraternità, come ha proposto Papa Francesco a partire dall'Enciclica Laudato Si' e dal Patto Educativo Globale» (Lettera Camminare con i giovani nella cultura digitale, n. 13).

Abitare nella cultura digitale con stile salesiano è l'impegno primario e il cuore di ogni attività comunicativa. Essa si svolge anzitutto seguendo il modello della pedagogia propria di Dio: amichevolmente, con vicinanza, accoglienza, ascolto, comunione fraterna e corresponsabilità.

L'esempio di Don Bosco, a suo agio nel cambiamento, chiede ai salesiani di sapersi muovere al passo con i tempi, attenti ai mutamenti sociali e culturali, seguendo da vicino lo sviluppo dei giovani, aperti alle scienze e alla tecnologia in continuo progresso.

Sono per lo più gli adolescenti a vivere la realtà digitale con le sue grandi sfide e opportunità, crescendo da protagonisti con una mentalità e comportamenti tipicamente nuovi. Sono proprio loro a risentire per primi del complesso scenario economico, politico e sociale che minaccia il presente e il futuro, a vivere una spiritualità e un rapporto con Dio senza essere necessariamente vincolati ai rituali o all'appartenenza a una religione specifica. Per questo motivo, sta a noi andare a cercarli nei diversi ambienti dove vivono.

- ❖ **I giovani sono il cuore della missione comunicativa salesiana.** Don Bosco ha sviluppato il Sistema Preventivo, sottolineando fortemente questo valore. «Lui orienta la sua opera decisamente verso la gioventù; sceglie consapevolmente di rendersi disponibile ad accogliere i ragazzi e i giovani “a rischio”: una scelta che diventa criterio di impostazione dell’evangelizzazione per il loro totale reintegro. La priorità verso “i giovani, specialmente i più poveri” – le parole sono di Don Bosco – è anche la nostra scelta determinante»³¹.
- ❖ **Don Bosco, profondamente consapevole della realtà dinamica della gioventù, chiese ai salesiani di sapersi muovere al passo con i tempi.** La Congregazione Salesiana, attenta ai cambiamenti sociali e culturali delle diverse società, segue da vicino lo sviluppo dei giovani attraverso una visione organizzativa della pastorale, con la capacità di interpretare le realtà giovanili, cambiare i paradigmi e intraprendere il cammino della conversione pastorale e della sinodalità. La comunicazione si colloca in questa dinamica di ascolto dei segni dei tempi, approfondendo i linguaggi giovanili, i codici comunicativi, la formazione dei gruppi, l’uso moderno della comunicazione.
- ❖ **Le scienze sociali, i documenti della Chiesa e della Congregazione Salesiana attestano** che stiamo vivendo in una realtà vasta e complessa nel mondo della comunicazione, nell’odierna era dell’informazione, di Internet, delle reti sociali e dell’Intelligenza artificiale³². La Chiesa riconosce che queste realtà, tuttavia, non riguardano tutte le persone in tutte le parti del mondo. In molti luoghi poveri l’accesso a Internet e alle reti sociali è assai precario o addirittura inesistente. Il divario digitale è ancora presente in tanti Paesi del mondo. Bisogna considerare il contesto generale e globale dello sviluppo della comunicazione digitale. Occorre anche tener presente che la comunicazione non si limita alla sola tecnologia, ma si manifesta attraverso i rituali umani, la cultura, l’arte e le espressioni quotidiane che le persone usano per comunicare con gli altri nella comunità. Si deve inoltre valutare l’uso dei mezzi tradizionali di comunicazione (radio, Tv, giornali, multimedia), che operano digitalmente o che stanno compiendo la transizione al digitale. Ci sono regioni nel mondo che, nonostante la presenza dei telefonini

³¹ Dicastero per la Pastorale Giovanile Salesiana, *La Pastorale Giovanile Salesiana. Quadro di Riferimento*, Direzione Generale Opere Don Bosco, Roma, 2014, pag. 64.

³² Sinodo dei Vescovi, XV Assemblea Generale, Documento finale “*I giovani, la fede e il discernimento vocazionale*”, Città del Vaticano, 2021.

e di Internet, non hanno ancora una struttura di tecnologie dell'informazione e connessioni di qualità.

Infine, in alcuni Paesi c'è un controllo della comunicazione, dei siti e delle reti sociali da parte di governi opprimenti e illiberali. In altre parole, la giustizia e la libertà nel mondo passano anche attraverso l'accesso alla tecnologia della comunicazione.

- ❖ **La tecnologia va di pari passo con il progresso dell'umanità, gioca un ruolo fondamentale nello sviluppo della scienza, della conoscenza,** delle grandi scoperte, porta un immenso contributo all'istruzione, alla salute, alla democrazia, alla giustizia e alla pace. Per questo, il mondo digitale è destinato a crescere, a diventare più sofisticato e più veloce, soprattutto con l'Intelligenza artificiale. Ma è responsabilità di ogni cittadino e di ogni cristiano educarsi eticamente a essere protagonista nell'uso della tecnologia per il benessere e la sicurezza dei propri figli, della famiglia, della comunità e della società in generale.

Per tutti questi motivi, considerando il contesto comunicativo in cui vivono i nostri giovani, sottolineiamo l'importanza di comprendere le dinamiche della cultura digitale per educare ed evangelizzare con efficacia e profondità.

- ❖ **Gli adolescenti e i giovani vivono la realtà digitale con le sue grandi sfide e opportunità,** crescono con una mentalità e comportamenti tipicamente nuovi, usano un linguaggio e una logica digitali, fanno più cose contemporaneamente, rispondono emotivamente e socialmente alla velocità e all'istantaneità di Internet e risentono del complesso scenario economico, politico e sociale che minaccia il presente e il futuro.

Tutti, comunque, siamo immersi in questa realtà a livello fisico, emotivo e sociale. Viviamo in questo *habitat* digitale giorno e notte. Parliamo con le persone al telefono, registriamo e inviamo video, facciamo acquisti, gestiamo i nostri conti bancari, i documenti, viaggiamo, organizziamo i progetti di lavoro, le agende aziendali, l'istruzione e l'intrattenimento.

Praticamente viviamo in una vera e propria realtà digitale. E non si può assolutamente separare il mondo reale da quello virtuale.

- ❖ **I giovani nella cultura digitale formano una rete di immagini, suoni e interattività.** Sono nativi di una realtà dove "reale" e "virtuale" sono una cosa sola e dove l'immaginazione parla un linguaggio multidimensionale. Per loro, Internet e le reti sociali sono luoghi di studio, di ricerca, di promozione personale e professionale, di amicizie e di intrattenimento.

Le nuove generazioni, all'interno di questo ecosistema, stanno costruendo la cultura digitale, con tutte le sue possibilità e le sue sfide, a livello per-

sonale e comunitario³³. Vivono di fronte a minacce come l'individualismo e il relativismo; manifestano malesseri che assumono i tratti dell'autoreferenzialità, dell'indifferenza, della mancanza di rispetto verso la natura, fino ad arrivare alle varie forme di dipendenza dagli algoritmi che gestiscono il funzionamento di Internet; soffrono il problema della *privacy*, della sicurezza e della violenza.

Il digitale rispecchia il complesso scenario economico, politico e sociale, dove povertà, violenza, guerra, indifferenza verso gli altri, individualismo, ingiustizie, mancanza di lavoro e crisi climatica costituiscono una minaccia per il presente e per il futuro.

In questo contesto di grandi cambiamenti sociali e culturali a causa delle tecnologie dell'informazione, il Vangelo continua a essere la fonte dei valori per lo sviluppo di una comunicazione umana, fraterna e salutare. Per questo è importante porre la comunione e la fraternità al centro di qualsiasi forma di comunicazione, mantenendo un'etica che assicuri il rispetto della persona umana e di tutta la comunità. Ciò è fondamentale per far sì che la comunicazione sia sempre un mezzo e mai un fine.

- ❖ **I giovani nella cultura digitale sono protagonisti.** Loro sono nativi digitali, portano sensibilità e percezione delle relazioni umane come interazione; possiedono i codici culturali per entrare nell'universo dell'immagine e del suono in modo istantaneo e veloce; conoscono la grammatica delle parole e dei simboli per creare i loro messaggi e condividerli; hanno un linguaggio di grande espressività emotiva, visiva e simbolica, e comunicano attraverso una vera e propria enciclopedia di parole che permettono loro di dialogare con la realtà e di dare significato alle loro sensazioni e percezioni. Sono inoltre capaci di padroneggiare le strumentazioni tecnologiche di base, integrando fotografia, video, suoni e parole, pubblicando i loro messaggi nei contesti ampi e complessi dei *social network*. Utilizzano l'universo virtuale per navigare nei canali in cui si trovano contenuti educativi, informazioni su arte, salute, politica, moda, cibo e affetti; usano le tecnologie informatiche per studiare, lavorare, fare ricerca, creare le loro politiche relazionali e lavorative; navigano e creano un universo per condividere i loro sogni, le loro paure, le loro speranze e la loro visione del futuro.

I giovani nei nostri ambienti educativi e pastorali sono dei veri e propri

³³ Sinodo dei Vescovi, Documento finale della Riunione presinodale in preparazione alla XV Assemblea Generale Ordinaria, "I giovani, la fede e il discernimento vocazionale", Città del Vaticano, 2018, n. 4.

comunicatori, sia attraverso le relazioni umane e le amicizie, sia utilizzando in modo creativo la tecnologia e le reti per studiare, ricercare, condividere legami affettivi o la loro visione del mondo.

Molti giovani usano le tecnologie digitali per creare la propria impresa professionale, formando reti per la promozione, il *marketing*, organizzando gruppi per condividere idee e progetti su musica, cinema, danza, sport, per creare reti di solidarietà e incoraggiare azioni sociali al servizio dei più bisognosi, per promuovere l'ecologia e la pace, per impegnarsi in cause sociali, politiche e culturali.

Molti giovani usano il digitale per diffondere la Parola di Dio, la liturgia, la devozione ai santi, la conoscenza dei documenti della Chiesa e la divulgazione delle notizie della comunità e dei gruppi.

❖ **La grammatica comunicativa dei giovani nel digitale non segue una linearità**, o una gerarchia di concetti, anzi, è un linguaggio frammentato, dove hanno valore anche i simboli e i riti.

L'intelligenza multipla ed emozionale dei giovani rivela uno stile di comunicazione, il desiderio di stare sempre connessi, il senso di appartenenza a un gruppo, la necessità di creare codici per esprimere sentimenti, emozioni e modi di percepire il mondo. I linguaggi dell'arte, della musica, dei video, dei film, ecc. parlano di interattività, immersione e istantaneità e si sviluppano sempre, pertanto, in un ambiente, in un ecosistema di rapporti.

La corporeità, manifestata attraverso i cinque sensi, costituisce per i giovani un canale privilegiato per comunicare e creare i propri messaggi. In questo senso, il corpo diventa il luogo del messaggio, per cui è molto comune l'uso dei tatuaggi, l'attenzione alla moda, all'estetica, alle manifestazioni visive esteriori. La corporeità diventa così l'espressione della politica comunicativa di ogni giovane.

I giovani vivono una spiritualità, un rapporto con Dio, senza essere necessariamente vincolati ai rituali o all'appartenenza a una religione specifica. Proprio per questo, la comunicazione deve favorire un processo in cui i giovani possano verbalizzare le loro esperienze del soprannaturale e diventare così più coscienti del loro cammino di fede.

I giovani manifestano anche una grande sensibilità verso la cucina, la moda e l'intrattenimento. Hanno una notevole immaginazione e una forte espressione dei loro desideri, che si materializzano attraverso dei simboli e diventano importanti per loro. Bisogna quindi andarli a cercare nei di-

versi ambienti dove vivono, nel modo di mangiare il cibo che preferiscono, nella musica che ascoltano, ecc.

Il linguaggio dei giovani segue una logica digitale, perché il mondo digitale è costituito a partire da un'enciclopedia di simboli che loro utilizzano per comunicare (ad esempio le App).

- ❖ **Questo linguaggio dà accesso a un universo di informazioni e contenuti cui loro si accostano sempre in modo integrato, istantaneo e interattivo** (vedere un film, ascoltare musica, comprare cibo *online*, ecc.). I giovani accedono a un universo di informazioni (scientifiche, educative, di ricerca... ad esempio attraverso Google). Inoltre, utilizzano il digitale per condividere informazioni con gli amici, con i professori, creando così una rete di condivisione e di conoscenza, ricevendo aggiornamenti su cosa accade nella società a livello politico, sociale, economico, religioso e nel mondo dell'intrattenimento.

10

IL RAPPORTO TRA LA COMUNICAZIONE E L'AZIONE EDUCATIVA ED EVANGELIZZATRICE

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«La nostra missione partecipa a quella della Chiesa che realizza il disegno salvifico di Dio, l'avvento del suo Regno, portando agli uomini il messaggio del Vangelo intimamente unito allo sviluppo dell'ordine temporale. Educiamo ed evangelizziamo secondo un progetto di promozione integrale dell'uomo, orientato a Cristo, uomo perfetto. Fedeli alle intenzioni del nostro Fondatore, miriamo a formare "onesti cittadini e buoni cristiani"» (Costituzioni, art. 31).

Siamo di fronte a un capitolo chiave e corposo, dove si presentano le basi della comunicazione in sintonia con la visione evangelizzatrice ed educativa salesiana.

Dal momento che l'essere umano vive immerso tra la ricerca del significato della vita e del suo posto in un mondo ormai mediatico e in rete, la comunicazione svolge un ruolo fondamentale a partire dall'evangelizzazione e dall'educazione. Essa coinvolge diversi aspetti coerentemente interconnessi, e pur fondandosi sui valori del Vangelo, dialoga con la cultura e le culture, con un atteggiamento educativo, offrendo principi per una comunicazione integrale. È aperta al lavoro in rete e alla collaborazione con i laici e la Famiglia Salesiana.

Il capitolo analizza, inoltre, la metodologia della comunicazione salesiana, l'importanza della Comunità Educativa Pastorale, del progetto pastorale e del lavoro svolto con mentalità educativa e pastorale in accordo con gli orientamenti del Quadro di Riferimento della Pastorale Giovanile.

- ❖ **L'essere umano si pone alla ricerca del significato della vita e del suo posto in un mondo mediatico e in rete.** La vocazione della persona umana è la sua realizzazione e la sua felicità. A tal fine, tutti sono chiamati a rispondere responsabilmente alla propria vocazione alla vita, all'amore e al servizio agli altri per contribuire allo sviluppo delle persone. La costruzione della persona richiede un impegno basato sui valori umani e cristiani come la verità, la fraternità, la collaborazione e la responsabilità verso la vita, gli altri e l'ambiente. Purtroppo, la realtà in cui molte persone vivono non favorisce il progresso della dignità umana, la crescita personale e istituzionale della società. A volte, l'ambiente digitale e i mezzi di comunicazione tradizionale e le ideologie che si celano in essi creano disinformazione, *fake news*, manipolazione e strumentalizzazione delle persone. All'interno dell'universo comunicativo aumentano la povertà, l'individualismo, il relativismo etico, l'indifferenza verso gli altri e l'ambiente, creando una sorta di discesa agli inferi: violenza, corruzione politica, avidità dei gruppi economici, e così via.
- ❖ **In questo contesto di indebolimento di istituzioni come la famiglia e di disgregazione sociale e culturale,** i giovani sono i primi ad affrontare crisi esistenziali, economiche ed etiche, perdendo spesso il senso della vita e diventando semplici consumatori delle ideologie commerciali che dominano i *media* e i *social network* in particolare. La frammentazione esistenziale ed etica e la secolarizzazione distruggono valori come la famiglia, le relazioni interpersonali, le tradizioni culturali e la pratica religiosa, aumentando la distanza tra fede e cultura, rafforzando in tal modo il cosiddetto mondo senza Dio, o post-cristianesimo.
- ❖ **Gli esseri umani, tuttavia, portano nel cuore il desiderio di essere felici, di dare un senso alla propria vita** e di trovare ragioni per vivere, amare, lavorare e avere un futuro. Pienamente coinvolti nel mondo della comunicazione, i giovani sono alla ricerca di linguaggi, simboli, modi di esprimere se stessi, le loro gioie e speranze, le loro paure e incertezze. Nel loro viaggio attraverso l'immenso universo delle reti sociali e di Internet, cercano l'amicizia, l'incontro fraterno, l'accompagnamento nella scoperta e nella vita della fede, la vocazione ad amare e a dedicarsi a un progetto esistenziale che dia gioia e senso alla vita.
- ❖ **L'evangelizzazione è la fonte e l'origine della comunicazione salesiana.** Attraverso la fede, le persone si aprono a una nuova realtà e intraprendono un cammino di scoperta di significati che danno loro ragioni per vi-

vere e amare. Storicamente, il cammino di fede richiede un'apertura a Dio, a una Persona, al Mistero.

Gesù Cristo e il suo messaggio sono il centro della proposta e della comunicazione per i giovani di tutti i tempi: il fascino della sua persona, la profondità del suo messaggio, l'autenticità della sua vita, la sua fedeltà al disegno del Padre. Il suo amore per i poveri e per i peccatori non conosce confini, la sua morte e risurrezione sono sempre il fondamento e la novità che alimentano l'evangelizzazione e illuminano la comunicazione salesiana. Attraverso l'esperienza di Cristo, i giovani trovano la loro profondità umana, sviluppano i loro doni al servizio degli altri, maturano nella comunione fraterna, nell'incontro, nell'ascolto e nel senso del servizio in famiglia e nella comunità. Nella sua esperienza del dolore, della sofferenza e dell'angoscia, il giovane, credendo in Cristo, trova un orizzonte di speranza e di redenzione per l'umanità.

- ❖ **Don Bosco realizza un'evangelizzazione profondamente cristologica:** nell'incontro con Cristo, il giovane costruisce il suo cammino di impegno umano e spirituale.

Il Vangelo ispira e guida l'esperienza pratica della spiritualità che si esprime in una vita gioiosa, impegnata, creativa e al servizio degli altri. Con il trionfo ragione-religione-amore, Don Bosco realizza a Valdocco un'esperienza di evangelizzazione educativa, basata sul carisma salesiano, che è un criterio per comunicare a tutti i popoli e a tutte le culture. Partendo da questa antropologia cristiana che vede il giovane come un dono di Dio, artefice del suo cammino spirituale e formativo, Don Bosco crea un sistema originale di evangelizzazione e di educazione, instaurando un dialogo con la cultura, coinvolgendo nel suo progetto i laici e le diverse componenti della società, promuovendo il messaggio del Vangelo attraverso i suoi scritti, il Bollettino Salesiano e le arti. Questa sintesi definisce lo stile di Don Bosco comunicatore.

- ❖ **La centralità del carisma salesiano è l'opzione per i giovani, soprattutto i più poveri.** Questo è il dono carismatico dato a Don Bosco attraverso lo Spirito Santo. Questa è l'opzione principale della nostra missione sia come educatori, sia come comunicatori.

Papa Francesco, nel suo messaggio al Capitolo Generale del 2020, ci ha parlato dell'"opzione Valdocco" e del "carisma della presenza", che ha qualificato come "sacramento salesiano della presenza". Questo significa, prima di tutto, essere per i giovani, vivere per loro ed educarli con una pedagogia di ascolto, di dialogo, di processi in evoluzione.

Il Papa scrive che «prima delle cose da fare, il salesiano è il ricordo vivente di una presenza dove disponibilità, ascolto, gioia e dedizione sono le note essenziali per risvegliare i processi. La prima chiamata è quella di essere una presenza gioiosa e libera in mezzo ai giovani. Il nostro essere discepoli del Signore, il nostro modo autentico e profondo di essere apostoli dei giovani passa anzitutto attraverso il nostro “stare in mezzo alla gente”, in modo speciale, in mezzo ai ragazzi e ai giovani. Nel termine sacramento viene a parola l’essere della Chiesa, e dei doni di Grazia a lei affidati, per una perpetuazione storica del Mistero Pasquale, così che la destinazione universale dell’oblazione del Signore possa essere piena ed effettiva»³⁴.

A – LA COMUNICAZIONE SI ATTUA A PARTIRE DAL DIALOGO TRA EVANGELIZZAZIONE ED EDUCAZIONE

- ❖ **L’evangelizzazione coinvolge diversi aspetti coerentemente interconnessi**, necessari affinché la comunicazione possa svolgere la sua missione in modo completo e collaborativo. L’evangelizzazione è essenzialmente l’annuncio esplicito della persona del Signore Gesù Cristo. L’evangelizzazione si compone di tre aspetti fondamentali: l’esperienza di Cristo, la testimonianza e l’annuncio. Il credente vive la vita nuova nella grazia, si nutre della Parola, dell’Eucarestia, della preghiera personale e comunitaria; testimonia la vocazione e la missione di servire gli altri nella carità fraterna e nel servizio; annuncia la Persona di Cristo, il Regno; partecipa alla missione evangelizzatrice e missionaria della Chiesa. Vivendo, testimoniando e annunciando il Vangelo della gioia, il comunicatore trasmette il messaggio di Cristo e della Chiesa nel mondo, denunciando tutte le ingiustizie e tutto ciò che va contro la vita e la dignità della persona e del suo ambiente, e proclama il primato della vita e della fede cristiana: «Io sono venuto perché tutti abbiano la vita e l’abbiano in abbondanza» (cfr. Gv 10,10).
- ❖ **La comunicazione salesiana si ispira ai valori del Vangelo e si fonda sulla persona di Gesù Cristo**; la sua pedagogia si basa sul modo in cui Gesù comunica con le persone, si organizza utilizzando come esempio il

³⁴ Francesco, Messaggio ai partecipanti al Capitolo Generale dei Salesiani, 4 marzo 2020. Don Pascual Chávez Villanueva, in un articolo per la rivista Rassegna CNOS, riprende il messaggio di Papa Francesco sull’“opzione Valdocco” e il “carisma della presenza” e lo collega con la terza proposta del Rettor Maggiore sul “sacramento salesiano della presenza”. Egli sottolinea la dimensione cristologica ed ecclesiale del termine Sacramento.

modello comunitario e collaborativo e costruisce la sua metodologia comunicativa attraverso il linguaggio, i simboli, le relazioni umane e culturali. Inoltre, utilizza le tecnologie dell'informazione, la Rete, i *social media* e le nuove tecnologie e metodologie di comunicazione sempre in dialogo con il Vangelo e il Sistema Educativo di Don Bosco.

In questo compito, la persona di Gesù Cristo e il suo messaggio sono i principi che guidano e illuminano l'educazione. Il Quadro di Riferimento della Pastorale Giovanile (QRPG) afferma a questo riguardo: «Il Vangelo è una guida nella ricerca dell'identità e del senso, un'illuminazione per la formazione della coscienza; si presenta come un modello eccellente per l'autenticità dell'amore e offre l'orizzonte più chiaro e impegnato per la direzione sociale della persona»³⁵.

Il Vangelo ispira e guida i criteri di giudizio, orienta le scelte fondamentali della vita, illumina la coscienza etica privata e pubblica, regola i rapporti interpersonali e fornisce indicazioni per vivere e realizzare i progetti. La dignità della persona si eleva nell'interazione con la fede.

❖ **In questo modo la comunicazione, in dialogo con l'educazione e l'evangelizzazione,** diventa profondamente ricca dal punto di vista antropologico, offrendo principi per una visione completa della persona umana, tracciando un percorso verso l'esperienza del divino basato sui valori del Vangelo e sulla persona di Gesù Cristo.

❖ **Nel suo dialogo con l'educazione e l'evangelizzazione,** la comunicazione sociale fonda la sua proposta educativa sulla realtà esistenziale e attuale dei giovani di tutte le società e culture.

In questo dialogo, la comunicazione trova la base per la sua psicodinamica: chi comunica, come, perché, quali mezzi di comunicazione e mediazione utilizza, quale messaggio cerca di trasmettere. Ciò significa che, a partire dai principi e dalla metodologia dell'educazione, con tutti i suoi strumenti ermeneutici, la comunicazione ha la missione di attingere i valori del Vangelo e di tradurli nelle realtà socio-psicologiche dei giovani, rispettando la psicodinamica della crescita umana e la gradualità dei processi formativi.

❖ **L'educazione è quindi un modo per sviluppare tutti i doni e le capacità dei giovani,** permettendo loro di essere soggetti della propria formazione e di maturare nella psicodinamica cognitiva e affettiva. L'educazione diventa una vera unione, un percorso di dialogo, di confronto amichevole che facilita la crescita integrale dei giovani.

³⁵ Dicastero per la Pastorale Giovanile Salesiana, *La Pastorale Giovanile Salesiana. Quadro di Riferimento*, Direzione Generale Opere Don Bosco, Roma, 2014, pag. 43.

Dal punto di vista salesiano, la mediazione culturale e pedagogica deve essere al servizio della persona: «Se l'educazione mette al centro la persona curandone l'armonia delle diverse dimensioni, le strutture, o le istituzioni, ne sono mediazioni, in risposta ai bisogni dei giovani ai quali siamo inviati (Costituzioni, art. 26). Si riconosce pertanto la funzione preziosa di tutti gli interventi educativi nell'educazione della fede: essi hanno il compito di attivare, sostenere e mediare il processo di salvezza»³⁶.

Con un consistente fondamento antropologico cristiano, «l'educazione alla maturità umana e cristiana evoca più immediatamente la prospettiva pedagogica: è un aiuto per proporre il Vangelo con realismo educativo e pedagogico»³⁷.

- ❖ **Nel dialogo tra evangelizzazione ed educazione, i processi e le attività svolti vanno di pari passo con i giovani.** Ciò significa che il processo educativo «si esprime nello sforzo di offrire la proposta evangelica in modo esistenzialmente significativo, cioè di calibrarla e farla interagire con le problematiche di vita del giovane e, più in generale, della ricerca di senso. Poiché l'educazione è un processo ed è chiamata ad adeguarsi continuamente al divenire sia del soggetto sia della cultura, essa deve far percepire il senso della gradualità del cammino ed aiutare a programmarne gli itinerari; deve saper svolgere anche una funzione critica positiva riguardo a certe modalità di evangelizzazione che possono peccare di ingenuità e di astrazione; saper stimolare, nella progettazione pastorale, una indispensabile coscienza pedagogica»³⁸. In questo modo, «l'evangelizzazione sembra attraversata dalle istanze dell'educazione, ove può risuonare il Vangelo di Gesù Cristo, come condizione perché esso sia accolto nella sua verità»³⁹.

- ❖ **Il fondamento teologico pastorale del dialogo tra evangelizzazione ed educazione salesiana** è un aspetto fondamentale dell'identità e della metodologia della comunicazione sociale salesiana.

La pastorale giovanile salesiana costituisce la base di questo dialogo e guida il rapporto tra azione educativa e azione evangelizzatrice. Questo fondamento si basa sulla «centralità della persona nell'antropologia cristiana con implicazioni educative». «L'educazione viene assunta nella sua accezione ampia e comprensiva: come crescita della persona e come in-

³⁶ Ibidem, pag. 60.

³⁷ Ibidem, pag. 61.

³⁸ Ibidem, pag. 62.

³⁹ Ibidem.

sieme di mediazioni che si mettono al suo servizio per renderla consapevole della sua identità, aiutarla ad abbracciare quanto di buono ha posto il Creatore in essa, e aprirla al senso e al mistero». Pertanto, si afferma chiaramente la «centralità dell'educazione come mediazione privilegiata a servizio delle persone»⁴⁰.

B – LA COMUNICAZIONE IN DIALOGO CON LA CULTURA

- ❖ **La comunicazione al servizio dell'evangelizzazione si colloca in un movimento di continua inculturazione** del messaggio cristiano nelle varie realtà della vita comunitaria. Ciò significa che la comunicazione dialoga con principi biblici ed educativi come la pedagogia dell'ascolto, del dialogo, dell'accoglienza, del discernimento e della sinodalità.
- ❖ **La Chiesa, nel documento conciliare *Gaudium et Spes*, esprime chiaramente come essa**, attraverso il tempo e la storia, abbia utilizzato le categorie filosofiche e antropologiche dei grandi pensatori per costruire un dialogo tra il Vangelo e le realtà umana e culturale, dimostrando il dinamismo e la propria apertura al dialogo tra fede e ragione, religione e cultura, Chiesa e società. Afferma il documento che la Chiesa «fin dagli inizi della sua storia, imparò ad esprimere il messaggio di Cristo ricorrendo ai concetti e alle lingue dei diversi popoli; inoltre si sforzò di illustrarlo con la sapienza dei filosofi: e ciò allo scopo di adattare il Vangelo, nei limiti convenienti, sia alla comprensione di tutti, sia alle esigenze dei sapienti»⁴¹.
- ❖ **La Chiesa, considerando le diversità culturali nelle quali è chiamata a evangelizzare**, sa valorizzare la cultura e la storia delle persone di ogni luogo, stabilendo una metodologia evangelizzatrice fondata sul concetto di inculturazione del Vangelo: «Così, infatti, viene sollecitata in ogni popolo la capacità di esprimere secondo il modo proprio il messaggio di Cristo, e al tempo stesso viene promosso uno scambio vitale tra la Chiesa e le diverse culture dei popoli»⁴².

⁴⁰ Ibidem, pag. 60.

⁴¹ Concilio Ecumenico Vaticano II, Costituzione pastorale sulla Chiesa nel mondo contemporaneo, *Gaudium et Spes*, 1965, Città del Vaticano, n. 44.

⁴² Ibidem.

C – UN APPROCCIO INTERDISCIPLINARE PER DIALOGARE CON IL DIGITALE

❖ **Negli ultimi trent'anni sono stati pubblicati molti studi sugli aspetti psicologici, filosofici, sociali ed educativi del digitale e del virtuale.** Assistiamo a un costante dibattito che mette in dubbio se veramente stiamo vivendo il primato delle tecnologie, se il mondo virtuale stia diventando una nuova religione, se possiamo continuare a vivere immersi nell'*habitat* digitale senza un'etica che ci offra sicurezza, libertà, responsabilità e giustizia⁴³.

È importante rilevare che una delle grandi sfide evidenziate dagli studiosi del digitale e del virtuale è come stabilire un solido dialogo a livello epistemologico con le varie scienze. Ci sono tentativi di dialogo, per esempio, tra filosofia e virtualità, psicologia e Intelligenza artificiale, teologia e neuroscienza. È esattamente a questo punto che troviamo grandi *impasse* e grandi sfide. Ad esempio, l'Intelligenza artificiale dialoga molto bene con la neuroscienza, perché favorisce la relazione del cervello umano con la logica digitale e virtuale. Questo rapporto incoraggia la logica dell'automatizzazione, ma trova un ostacolo molto serio riguardante il libero arbitrio della persona, della coscienza, della libertà.

È importante scoprire come stabilire un dialogo tra l'antropologia, la filosofia, la psicologia umanistica, cognitiva, la libertà, la coscienza, il libero arbitrio, soprattutto nel caso della psicoanalisi (il ruolo dell'inconscio), con le neuroscienze e l'Intelligenza artificiale. Sarà una grande sfida per il futuro⁴⁴.

❖ **Nel contesto della trasformazione digitale e dell'uso dell'Intelligenza artificiale, la tecnologia non è mai neutrale.** Il virtuale emerge all'interno del complesso universo dello sviluppo del capitale, della politica, delle diverse ideologie dei gruppi, del dominio di aziende che attraverso le loro ricerche hanno il controllo della struttura, dell'organizzazione e dei contenuti di Internet e delle reti sociali.

In conclusione, tutto è connesso: il sistema tecnologico, quello economico, la salute, l'educazione, la sicurezza, il conflitto di interessi tra lo Stato e le aziende⁴⁵. In questo contesto, la questione dell'etica è fondamentale.

⁴³ Carlo Bordini (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.

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

La tecnologia nasce e si sviluppa all'interno del capitale e della finanza. Lo smisurato divario tra nazioni economicamente avanzate e quelle in estrema povertà porta necessariamente a questioni che riguardano i diritti umani, il grande conflitto tra l'individuo e il sistema.

- ❖ **Più recentemente, l'Intelligenza artificiale ha aperto nuovi orizzonti mettendo in relazione la persona con la tecnologia.** Alcuni autori riflettono sulla necessità urgente di un'etica per l'Intelligenza artificiale⁴⁶. Inoltre, in un contesto planetario, ci sono discussioni di base che coinvolgono l'ecosistema umano e naturale e il suo rapporto con la persona umana e la tecnologia. Ciò vuol dire che la questione digitale non può essere pensata al di fuori dello sviluppo umano e della sua relazione con l'ecologia.

Ma la questione fondamentale – anziché determinare semplicemente che l'umanesimo è stato superato e che stiamo entrando in una nuova era, il post-umanesimo, dove la tecnologia ci aiuterà a risolvere i grandi problemi dell'umanità – è umanizzare e trovare un'etica per il rapporto tra persona umana e tecnologia, la cura per il creato, la dignità e i diritti umani, rinnovare l'economia e la politica, custodire la Casa Comune, la fraternità e la cooperazione, la tecnologia e l'ecologia integrale, come ha proposto Papa Francesco a partire dalla *Laudato Si'*⁴⁷ e dal *Patto Educativo Globale*⁴⁸.

- ❖ **Considerato il continuo sviluppo della comunicazione, emerge un compito fondamentale per i ricercatori** e gli studiosi delle varie scienze: quello di trovare un centro comune per dialogare e stabilire un'etica per la tecnologia, l'informazione e il digitale, affinché questa realtà sia inserita all'interno di una visione di sviluppo completo, e non soltanto in una visione di capitale e di lucro. In questo senso, afferma con chiarezza padre Paolo Benanti: «Nella relazione tra essere umano e macchina, il vero conoscitore e portatore di valore è la parte umana. La dignità umana e i diritti umani ci dicono che è l'essere umano che deve essere protetto nel rapporto tra essere umano e macchina». Pertanto, ripensare l'umano richiede uno studio interdisciplinare più ampio, in modo che si possa trovare un cammino per integrare la tecnologia e il digitale nell'educazione delle future generazioni.

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

⁴⁷ Francesco, Lettera Enciclica *Laudato Si'* sulla cura della casa comune, Città del Vaticano, 2015.

⁴⁸ Francesco, Messaggio per il lancio del Patto Educativo Globale, Città del Vaticano, 12 settembre 2019.

- ❖ **Attualmente ci sono alcuni ricercatori che studiano il rapporto tra antropologia e digitale.** Essi propongono un'interpretazione del digitale partendo dai fenomeni antropologici e culturali, ad esempio il linguaggio e i suoi codici, come elementi fondamentali per la comunicazione virtuale. Altri studi approfondiscono i simboli come metafora del linguaggio digitale, i riti sociali della vita quotidiana (dialogo, incontri, riunioni) come un modo per stabilire un'interattività. Nel grande mosaico del mondo *online*, troviamo una vera rete di elementi socio-culturali che sono caratteristiche proprie delle persone. Quando parliamo di moda, cibo, musica, giochi, stiamo parlando di aspetti antropologici, cioè di come comprendere la persona all'interno della sua cultura. Uno dei segmenti di ricerca che cresce molto in questa area è la *digital ethnography* e la *netnography*.
- ❖ **La base del dialogo interdisciplinare oggi dipende da un'epistemologia che coinvolga la filosofia, l'antropologia, l'etica, la psicologia e gli studiosi del mondo digitale e dell'Intelligenza artificiale.** Il futuro della comunicazione digitale, di Internet e dell'Intelligenza artificiale dipenderà molto dalla presenza di un'etica che garantisca alla persona umana un'integrazione con la tecnologia in maniera responsabile a livello personale, sociale e mondiale.

D – LA COMUNICAZIONE COME FAMIGLIA SALESIANA E IN RETE CON I LAICI

- ❖ **Comunichiamo come una grande Famiglia Salesiana.** Don Bosco, nostro padre, aveva un'abilità comunicativa innata e ha posto la comunicazione al servizio dell'educazione e dell'evangelizzazione. Seguendo questa strada, oggi noi procediamo come Famiglia Salesiana in un vasto movimento di persone orientate dallo stesso dinamismo pastorale e apostolico. Nelle nostre case, nelle scuole, nelle opere sociali, nelle università e nelle parrocchie, possiamo contare su un materiale mediatico ampio e molto variegato, che esprime la nostra creatività e la nostra cultura in tutte le Regioni della Congregazione. La Famiglia Salesiana applica la comunicazione sociale nel contesto del mondo contemporaneo, dove essa permea tutti gli aspetti della vita umana, sociale e culturale; riaffermando la fedeltà alla ricchezza profetica di Don Bosco come risposta di fedeltà al piano di Dio a partire dai tre am-

biti nei quali è intervenuto: la promozione umana, l'educazione, l'evangelizzazione.

I membri della Famiglia Salesiana, in relazione alla loro vocazione e alla loro missione nelle diverse realtà, formano una rete di comunicazione a servizio del carisma. L'unità carismatica della Famiglia Salesiana, nella variegata composizione di doni e servizi, è testimone che la comunicazione è frutto di un'esperienza di comunione, fraternità e preparazione umana, pastorale e professionale da attuare nelle diverse aree della comunicazione sociale e nelle diverse culture.

❖ **La comunicazione salesiana ha luogo attraverso una rete di persone che comunicano** a partire dalla spiritualità e dalla pedagogia salesiana, con la loro propria metodologia. La rete si costituisce partendo da valori condivisi, dalla visione di insieme, dalla collaborazione e dall'impegno comune a favore della missione. Considerando che la comunicazione in rete è un'espressione di lavoro collaborativo, è fondamentale che nella comunità educativa e pastorale i salesiani e i laici possano lavorare insieme per comunicare in modo sinergico e collaborativo.

❖ **La missione salesiana condivisa attraverso la comunicazione tra salesiani e laici appare oggi una necessità vitale.** Questo significa stabilire con i laici, prima di tutto, un approfondimento della base scientifica tra le dimensioni carismatica ed educativo-pastorale, con la conoscenza e l'esperienza educativa dei laici nelle diverse aree di loro competenza. In altre parole, per favorire una corresponsabilità nella missione educativa nel campo della comunicazione, i laici devono approfondire la dimensione antropologica, psicologica ed educativa della nostra pedagogia, in modo che siano capaci di integrarne i valori.

Nel mondo digitale, la costruzione e il complesso aspetto dei fenomeni educativi dell'età presente richiede un lavoro collaborativo con i laici e con i giovani. È fondamentale che in quest'esperienza vengano valorizzate la vocazione e la missione dei laici, sia nella Chiesa, sia nella comunità educativo-pastorale.

La gestione condivisa con i laici deve essere motivata dalla vocazione e dalla loro missione nel mondo della cultura e della società. Soprattutto oggi, nell'era dell'informazione e della comunicazione digitale, ci sono tanti laici che hanno una conoscenza tecnica e professionale della comunicazione molto elevata. È nostra missione animare e coinvolgere i laici per collaborare nell'implementazione di una comunicazione di grande qualità e professionalità.

E – LA METODOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE SALESIANA

- ❖ **La metodologia della comunicazione salesiana** si alimenta del Vangelo. È essenzialmente il modo in cui il comunicatore si relaziona con le persone, con la loro cultura e il loro mondo.

Quando ci proponiamo di comunicare partendo dalla chiamata della Chiesa e della Congregazione, che è quella di evangelizzare ed educare i giovani, la metodologia deve necessariamente seguire il modo in cui la Chiesa, attraverso i suoi insegnamenti e le sue esperienze, ci guida. Questo significa che, per collaborare con la missione salesiana, la comunicazione, in tutte le sue espressioni e modalità di creare, condividere e divulgare l'informazione, deve porre le proprie fondamenta nel modello educativo salesiano, che ha una visione antropologica ampia della persona umana, valorizza la personalizzazione dei contenuti, la costruzione come persona, il protagonismo, la psicodinamica della crescita integrale, dove i valori evangelici e cristiani sono i fondamenti. L'educazione richiede la mediazione umana, che si attua con il linguaggio, l'uso dei *media*, la comunicazione, la quale costruisce la sua metodologia a partire dall'educazione salesiana.

- ❖ **La pastorale salesiana è espressione del carisma e della metodologia del Sistema Preventivo di Don Bosco.** Dal momento che si situa all'interno della pastorale salesiana, la comunicazione è essenzialmente educativa. Per questa ragione, la comunicazione è al servizio della missione salesiana, come afferma il Quadro di Riferimento della Pastorale Giovanile: «Si riconosce pertanto la funzione preziosa di tutti gli interventi educativi nell'educazione della fede: essi hanno il compito di attivare, sostenere e mediare il processo di salvezza»⁴⁹.

Sulla base di questa visione teologica, cristologica e salesiana della comunicazione, comunichiamo attraverso una pedagogia educativa costruita a partire da vari processi, per collaborare con le persone, per dare vita a un ambiente, per sistematizzare gli itinerari formativi, per organizzare e creare strutture per l'educazione.

- ❖ **La comunicazione salesiana porta con sé una grande ricchezza umana e un approccio a tutto campo nella dimensione della psicodinamica,** perché la comunicazione coinvolge aspetti cognitivi e affettivi sia nel pro-

⁴⁹ Dicastero per la Pastorale Giovanile Salesiana, *La Pastorale Giovanile Salesiana. Quadro di Riferimento*, Direzione Generale Opere Don Bosco, Roma, 2014, pag. 60.

cesso di relazione che in quello di apprendimento. Essa implica le questioni del linguaggio, della metodologia di apprendimento, della psicomotricità del rapporto umano, del modo in cui i giovani esprimono la loro immaginazione creativa attraverso simboli culturali e artistici sempre nuovi. Pertanto, le mediazioni pedagogiche e culturali sono fondamentali per la realizzazione della comunicazione sociale.

- ❖ **Ispirata al trinomio del Sistema Preventivo – ragione, religione e amore – la comunicazione salesiana è profondamente giovanile:** il giovane è la priorità della missione educativa; l'ambiente è un elemento chiave del modo di comunicare; la presenza degli educatori come amici dei giovani costruisce un rapporto di fiducia e di amicizia; il protagonismo dei giovani si manifesta come responsabilità e impegno creativo; le arti – come la musica, il teatro, la danza, la letteratura, la pittura, la produzione musicale, i video, la fotografia – e lo sport favoriscono una metodologia pratica, semplice e interattiva, dove la comunicazione è integrata nel processo educativo.

Le esperienze vissute dai giovani, come lo studio, le celebrazioni, le feste, lo sport, le arti e le attività di servizio agli altri e alla comunità, diventano momenti significativi che, condivisi su Internet e sui *social network*, rappresentano messaggi di apostolato giovanile.

- ❖ **Integrata nel corpo della pastorale salesiana,** la comunicazione opera in modo interdisciplinare, collocandosi al servizio della missione. Questa visione si concretizza attraverso la mentalità progettuale, il lavoro in sinergia e nell'elaborazione e realizzazione del progetto ispettoriale di comunicazione. In questo modo, è strutturata e organizzata all'interno del progetto educativo pastorale dell'Ispettorato. «Nella pastorale giovanile le diverse attività e i diversi interventi sono attuati con un'unica e identica finalità: la promozione integrale dei giovani e del loro mondo, superando una pastorale settoriale e frammentata. Questo obiettivo si raggiunge con la comunione operativa attorno alle grandi finalità, ai criteri di azione e alle scelte preferenziali dei fattori che intervengono nell'azione pastorale, per creare tra loro collegamento e interrelazione»⁵⁰.
- ❖ **La comunicazione si sviluppa all'interno del Quadro di Riferimento della Pastorale Giovanile** come una dimensione che attraversa tutta l'azione educativo-pastorale, allo stesso livello delle altre opere salesiane. Possiamo

⁵⁰ Ibidem, pag. 176.

parlare pertanto di “educare comunicando” e “comunicare educando”. Un binomio che caratterizza lo stile salesiano di evangelizzare ed educare.

- ❖ **Il piano di comunicazione elaborato d'accordo con gli orientamenti del Quadro di Riferimento della Pastorale Giovanile esprime una visione integrata di pastorale**, una metodologia con mentalità progettuale, un modo sicuro di realizzare la missione in maniera sinergica, collaborando così con la pedagogia e la metodologia della comunicazione e con la pastorale salesiana. In questo senso, affinché un piano di comunicazione sia efficace, deve essere sviluppato e concordato con l'Ispettore e il suo Consiglio, perché un'organizzazione non può comportarsi in un modo e parlare in un altro. La comunicazione esprime la cultura dell'Ispezzoria e quindi non può essere un “cane sciolto” non collegato al POI e al PEPS Ispezzoriale. Si tratta di un'attività che appartiene alla missione e, attraverso la gestione di processi e prodotti, mira a creare e a rafforzare gli ambienti salesiani di comunicazione. Tocca a ogni Ispezzoria, a partire della sua cultura, realtà e tradizione, pianificare ed elaborare il suo PEPS e i documenti di comunicazione. All'interno dell'unica missione, la comunicazione salesiana si propone sempre un lavoro di coordinamento, in sintonia con gli altri settori della missione salesiana, e la realizzazione della comunicazione con una mentalità progettuale.

La comunicazione nelle nostre Ispezzorie deve mirare a trasmettere la “personalità” della nostra istituzione e i valori che la sottendono: è un passaggio indispensabile per raggiungere tutti. Preferire una comunicazione trasparente, manifestare sempre con chiarezza la propria identità, le opinioni, le iniziative, è una scelta saggia, anzi, di più, è un atto di grande coraggio.

L'identità è (ri)costruita attraverso processi comunicativi. Ciò che chiamiamo identità è tessuta attraverso il dialogo con gli altri sul nostro modo di fare per capire la realtà, su cosa facciamo e sul perché lo facciamo. E questo non vuol dire circondarsi di pregiudizi, stereotipi e comode idealizzazioni, ma considerare la realtà per quello che è.

- ❖ **Per realizzare la missione salesiana oggi**, è fondamentale che la riflessione, la programmazione e l'azione educativo-pastorale siano portate avanti a partire da una visione trasversale, aperta e sinodale. Dal momento che il nostro modo di comunicare è sinergico, è fondamentale che i diversi settori (il settore della Comunicazione, insieme a quelli della Pastorale Giovanile, della Formazione, della Missione e dell'Amministrazione) condividano la missione salesiana, creando un percorso creativo e professio-

nale di riflessione, invitando laici esperti in comunicazione e in pastorale, per mantenere un dialogo con i fenomeni della cultura digitale⁵¹.

- ❖ **Nell'elaborazione del progetto di comunicazione, a partire dal QRPQ, è fondamentale che la comunicazione sociale possa offrire una base teologica**, antropologica, psicologica, biblica, salesiana e pastorale per illuminare, guidare e implementare il modo, lo stile e l'organizzazione del progetto di comunicazione nelle varie Ispettorie e presenze salesiane a livello mondiale.

⁵¹ Settore per la Comunicazione Sociale, Lettera "Camminare con i giovani nella cultura digitale", n. 10, ACG, Valdocco, 2023.

11

IL SISTEMA PREVENTIVO COME SPINTA PASTORALE E COMUNICATIVA

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«La pratica del Sistema Preventivo esige da noi un atteggiamento di fondo: la simpatia e la volontà di contatto con i giovani» (Costituzioni, art. 39).

Il Sistema Preventivo è nato dall'esperienza diretta di Don Bosco e dei primi salesiani: uno stile e una spinta comunicativa che si esprimono attraverso un ambiente educativo, la presenza amichevole, il protagonismo dei giovani e un progetto di vita cristiana che unisce la spiritualità alla pedagogia e alla pastorale.

Questo metodo, che ha come indirizzo la prevenzione di fronte alle debolezze giovanili, si fonda su alcuni principi alla base dell'esperienza spirituale del comunicatore.

Si analizza come il Sistema Preventivo dialoghi con la dinamica comunicativa del digitale, con gli aspetti che sono a esso direttamente collegati, cioè l'interattività, l'istantaneità e l'immersione e con le nuove problematiche legate allo sviluppo dell'Intelligenza artificiale.

Viene infine sottolineata l'importanza dell'arte e di tutti i linguaggi artistici e delle modalità espressive dei giovani.

- ❖ **Il Sistema Preventivo è nato dall'esperienza diretta di Don Bosco e dei primi salesiani con i giovani a Valdocco**, in una sintesi profondamente umana, fondata sui valori del Vangelo e degli insegnamenti della Chiesa. In quel luogo Don Bosco, sia come educatore che come comunicatore, ha dato inizio a uno stile comunicativo capace di esprimere i valori del Sistema Preventivo: un ambiente educativo, la presenza amichevole, il protagonismo dei giovani e un progetto di vita cristiana.
- ❖ **La comunicazione salesiana si sviluppa dal principio cardine della missione carismatica al servizio dei giovani** e trae ispirazione dall'originalità educativa di Don Bosco, che consisteva nella sua carità pastorale, concretizzandosi nell'amore e nella predilezione per i giovani più poveri. Don Bosco ha un obiettivo molto chiaro, che è quello di far sì che ogni giovane si senta amato da Dio, risponda alla chiamata a vivere nella sua grazia e misericordia, faccia il bene, compia i propri doveri e viva nella gioia. A tal fine, ha creato un vero e proprio ecosistema salesiano incentrato sulla carità pastorale (che è spiritualità, pastorale e pedagogia). La spiritualità si manifesta nella proposta di vita cristiana (si tratta di cercare la salvezza dei giovani, vivendo il "*Da mihi animas*"), nella pedagogia (che si traduce in un metodo di insegnamento pratico) e nella pastorale (che si attua nel progetto educativo di promozione totale dell'individuo).
- ❖ **La comunicazione salesiana si ispira al Sistema Preventivo**, incarnazione dello spirito salesiano per partecipare e collaborare con il progetto educativo di promozione integrale presente nella proposta di evangelizzazione per i giovani nei diversi contesti sociali e culturali.
- ❖ **La carità pastorale di Don Bosco nel vivere la sua missione per i giovani poveri nasce dal cuore e dall'esempio di Cristo Buon Pastore**, ed è riferimento attuale per tutti i comunicatori, sia a livello di atteggiamento che a livello di prassi comunicativa. La sua carità educativa si manifesta nella sua profonda sensibilità e nella sua capacità di sostegno umano. Don Bosco ha capito che l'educazione è una questione di cuore, e per questo ha creato uno stile educativo che nasce dall'amore, che crea relazioni interpersonali e comunitarie, che favorisce l'apertura dei giovani a se stessi e agli altri. Un caposaldo che permette di conoscere i propri doni e le proprie capacità al fine di avviare i giovani al servizio degli altri, di sperimentare l'arte, l'apprendimento professionale e la liturgia come modi per esprimere la propria vita interiore e di collaborare affinché l'ambiente sia caratterizzato da fiducia, amicizia e vera condivisione fraterna, come frutto di una vita vissuta nella grazia di Dio.

Questo stile assicura originalità e identità al comunicatore salesiano. Questo modo autentico e creativo di vivere la spiritualità e lo stile educativo definiscono l'identità carismatica salesiana e il nostro modo di comunicare. «Lo spirito salesiano, ispirato dallo stile del Buon Pastore, qualifica la nostra spiritualità e la nostra azione educativo-pastorale. Questo spirito si trova incarnato, in primo luogo, in Don Bosco. Egli e la missione che da lui è derivata sono il nostro punto di riferimento storico-carismatico»⁵².

❖ **Don Bosco come comunicatore-educatore è pienamente consapevole della realtà della persona umana, delle esigenze del cuore del giovane e della sua sensibilità nella formazione umana e cristiana.** La carità pastorale di Don Bosco è pedagogica: rispetta la dinamica della crescita umana, il modo di essere di ogni giovane, la sua storia, i suoi talenti e le sue possibilità, l'importanza di stabilire norme educative che favoriscano il bene di ciascuno.

❖ **La visione comunicativa ecosistemica di Don Bosco, che cerca sempre di collegare le dimensioni spirituale, pedagogica e pastorale,** si apre a una realtà familiare tipica, dove la presenza del padre (educatore), dei figli (educandi), della madre (Maria Santissima), degli educatori (laici), forma un mosaico salesiano molto originale.

Il Sistema Preventivo coinvolge l'educatore e la comunità nella realizzazione simultanea dei processi e delle azioni che permettono la pratica pedagogica e spirituale integrata del Sistema stesso.

❖ **La coerenza teologico-spirituale e pedagogica dell'ecosistema salesiano del Sistema Preventivo** è costantemente alimentata dall'esperienza di vita, dai processi educativi condivisi, dalle azioni concrete, dalla programmazione e dall'organizzazione. Da qui la necessità di un progetto educativo pastorale per la comunicazione, fondato in questo primato del Sistema Preventivo che «ispira un progetto educativo di promozione integrale presente nella proposta di evangelizzazione per i giovani nei diversi contesti. Mette in luce, allo stesso tempo, la ricchezza umanistica e il cuore essenzialmente religioso del Sistema, nel dinamismo di ragione, religione, amorevolezza. Il Sistema Preventivo diventa metodo per l'azione, caratterizzata dalla centralità della ragione, ragionevolezza delle richieste e delle norme, flessibilità e persuasione delle proposte; della centralità della religione, intesa come sviluppo del senso di Dio insito in

⁵² Dicastero per la Pastorale Giovanile Salesiana, *La Pastorale Giovanile Salesiana. Quadro di Riferimento*, Direzione Generale Opere Don Bosco, Roma, 2014, pag. 78.

ogni persona e sforzo di portarvi la bellezza della buona notizia; della centralità dell'amorevolezza, amore educativo che fa crescere e crea corrispondenza»⁵³.

- ❖ **Consapevole della realtà umana dei giovani, delle loro virtù e fragilità, dei valori culturali**, ma anche di ciò che può strumentalizzarli e allontanarli dal loro cammino formativo, Don Bosco ha definito la prevenzione come un aspetto fondamentale nel modo di educarli.

La prevenzione è direttamente legata alla ragione, all'importanza di riconoscere i sentimenti, le intenzioni e i loro desideri e di saper interpretare questa realtà umana e sociale con il dialogo, l'accoglienza, la pazienza, trovando la strada della fiducia, della ricostruzione della persona, dello sguardo positivo e ottimista verso ogni giovane. Questo sguardo preventivo dell'educatore salesiano è proattivo, propositivo: offre ai giovani la possibilità di crescere, di impegnarsi, fornisce strumenti e mezzi per la loro formazione umana, artistica e professionale. L'educazione salesiana crede nel potenziale interiore dei giovani.

A – IL SISTEMA PREVENTIVO COME SPIRITUALITÀ SALESIANA E SORGENTE PER LA COMUNICAZIONE

- ❖ **Il Sistema Preventivo è una proposta originale della spiritualità salesiana**, che a sua volta è una vera e propria rilettura del Vangelo, capace di unificare i gesti e i comportamenti che caratterizzano l'esistenza cristiana. È sorgente e ispirazione per la comunicazione: il trinomio ragione, religione, amorevolezza, articolazione della carità pastorale e anima del Sistema Preventivo, non solo dice il progetto educativo di formazione integrale e nemmeno è soltanto il metodo pratico che l'educatore deve utilizzare, ma rivela anche i tratti fondamentali di una spiritualità da scoprire, vivere e rinnovare continuamente.
- ❖ **La spiritualità salesiana si fonda su alcuni principi che sono la base per l'esperienza spirituale del comunicatore**. Spicca il primato della gratuità di Dio: è nel mistero dell'amore di Dio che troviamo la fonte, il centro e la meta della vita cristiana. Segue l'incontro con Cristo, il Vangelo di Dio, l'amico e il Redentore dell'umanità. Infine, si realizza nella vita nello Spi-

⁵³ Ibidem, pagg. 82-83.

rito, al quale il giovane, consapevole di questo dono, risponde con libertà interiore e impegno a vivere da buon cristiano.

- ❖ **La comunicazione ha nella spiritualità salesiana un riferimento fondamentale a Dio che orienta la sua azione, iniziando dalla vocazione cristiana di ogni giovane.** Nell'esperienza del Battesimo, della Cresima e del sentirsi membro della Chiesa particolare e universale, i giovani sperimentano il dono di sé e l'appartenenza alla famiglia dei battezzati che vivono come sale della terra e luce del mondo in tutte le nazioni.

Con l'intervento materno di Maria, lo Spirito Santo ha dato origine all'Opera salesiana. Come Madre del Figlio di Dio e Ausiliatrice dei cristiani, Maria guida ed educa a una vita piena nella redenzione di suo Figlio.

La vita è un dono e un servizio, per questo la spiritualità salesiana è al servizio degli altri, specialmente i più bisognosi, dell'impegno per la giustizia e la pace, dell'ecologia integrale, della dedizione nel lavoro, della comprensione del multiculturalismo e del modo cristiano di vivere in una cultura digitale⁵⁴.

- ❖ **Il Sistema Preventivo è nato e maturato da un'esperienza evangelica concreta e incarnata nella realtà dei giovani poveri⁵⁵.** Il punto è che, da questa visione, il Sistema Preventivo offre una profonda base di spiritualità e di pedagogia, permettendo all'educatore di sviluppare un dialogo con le diverse scienze della comunicazione. Inoltre, attraverso la sua profonda base antropologica cristiana, il Sistema Preventivo è una vera grammatica di psicodinamica cognitiva e affettiva per entrare nel mondo dei giovani: linguaggio, sentimenti, rapporto umano.

- ❖ **Sono vari gli aspetti del Sistema Preventivo che offrono un'antropologia educativa salesiana per la comunicazione:** l'accoglienza incondizionata dell'altro come dono di Dio; la presenza effettiva dell'educatore tra i giovani; la condivisione della loro vita quotidiana e dei loro interessi; la certezza di Don Bosco che «in ogni giovane c'è un punto accessibile al bene»; l'uso costante della ragione, che significa ragionevolezza delle richieste e delle norme e personalizzazione del rapporto educativo; il riferimento alla religione, condividendo con i giovani l'annuncio di Gesù e del suo messaggio di salvezza, attraverso azioni, parole e proposte concrete; il tratto dell'amorevolezza, che si esprime nell'attenzione ai bisogni reali delle persone e nella cura di un ambiente accogliente; il coinvolgi-

⁵⁴ Ibidem, pagg. 92-99.

⁵⁵ Ibidem, pag. 79.

mento del giovane come primo responsabile e protagonista della propria formazione.

- ❖ **Considerando i vari contesti di diversità religiosa e culturale, il comunicatore salesiano, guidato dal Sistema Preventivo**, si impegna nel dialogo ecumenico con i giovani di altre religioni e credenze e anche con quelli che non professano esplicitamente la fede. Sulla base dei valori del Sistema Preventivo, come la gentilezza, l'accoglienza, la gioia, l'ambiente, le arti, la solidarietà e la professionalità, il comunicatore salesiano sa rispondere alle diverse realtà interculturali con una visione aperta, dinamica e accogliente.

B – COMUNICARE NELL'ECOSISTEMA DIGITALE A PARTIRE DAL SISTEMA PREVENTIVO

- ❖ **La comunicazione, partendo dalla proposta spirituale, educativa e pastorale del Sistema Preventivo**, cerca di realizzare il dialogo continuo tra quest'ultimo e il mondo digitale. È importante sottolineare che nell'interazione che si sviluppa partendo dai valori del Sistema Preventivo di Don Bosco, si instaura un dialogo fondamentale con la dinamica del digitale, per stabilire criteri di accompagnamento e di formazione dei giovani.

La comunicazione salesiana non mette in opposizione la presenza fisica e l'esperienza della presenza nell'ambiente virtuale. Educare in un ambiente multidimensionale significa pertanto entrare in questa nuova logica che richiede, da parte dell'educatore salesiano, una capacità di creare relazioni di fiducia e di amicizia, senso di appartenenza e accompagnamento educativo.

Se l'immersione è la modalità di ingresso nell'ambiente comunicativo attraverso i cinque sensi, la comunicazione digitale favorirà un ampliamento della comunicazione sia a livello di tempo che di spazio, permettendo alla persona di comunicare con altre centinaia di persone, ad esempio attraverso le reti sociali.

- ❖ **Nella dinamica della comunicazione digitale ci sono tre aspetti che sono direttamente collegati:** l'interattività, l'istantaneità e l'immersione. Essi non sono in opposizione alla comunicazione "in presenza", sono al contrario elementi che arricchiscono la comunicazione, estendendola nell'universo digitale, nella compenetrazione tra il reale e il virtuale. Proprio per questo, si parla di un'antropologia della comunicazione nell'universo digitale.

- ❖ **La comunicazione interattiva è caratterizzata da un rapporto a livello orizzontale**, dove tutti sono soggetti e protagonisti. Essa richiede apertura, dialogo, empatia, ascolto e una grande capacità di comprendere la diversità della comunicazione. L'istantaneità ci introduce in una dimensione dove la comunicazione è caratterizzata dal "qui e adesso", tutto allo stesso tempo. L'immersione è un modo di comunicare nel quale la persona si sente dentro un universo di immagini, suoni, spazi interattivi.
- ❖ **Comunicare restando in contatto con i giovani e al passo coi tempi richiede un continuo aggiornamento pedagogico**, al fine di educare ed evangelizzare con un linguaggio e un metodo comprensibili e coinvolgenti. È inoltre necessario un vigile sostegno, capace di saper accompagnare i giovani sia nel metodo che nel contenuto, affinché essi possano comprendere e vivere il messaggio del Vangelo.
- ❖ **L'approccio educativo del salesiano assume un atteggiamento di accompagnamento dinamico**, che si traduce in un "camminare a fianco" dei giovani, che vivono gran parte della loro vita con gli occhi concentrati sullo schermo dei loro telefoni cellulari. Come direbbe Don Bosco, ciò che è assolutamente necessario è che sappiano di essere amati! La sfida è quindi lasciare ai giovani il protagonismo nel digitale, far sì che possano far parte di questo universo in modo critico e responsabile. Saranno i giovani stessi a diventare più liberi di imparare, riflettere, pensare, facendo scelte migliori per la vita, sviluppando la loro spiritualità. Utilizzare il digitale diventa un modo creativo, sano, per entrare con efficacia nel mondo del lavoro. Abitare il digitale condiziona il modo di esprimere le idee, di dare vita a una propria modalità comunicativa, di condividere le informazioni, di esprimere se stessi, di vedere il mondo e le realtà in cui si vive. La visione salesiana della comunicazione è sempre integrata con l'arte di educare. «Il fine proprio dell'educazione e di una vera attività culturale è quello di liberare il giovane, di renderlo cosciente dei propri diritti e doveri, partecipe consapevolmente delle vicende della propria epoca, capace di autodeterminazione e collaborazione per una società più umana. Educare, in questo modo, produce cultura, la apre e la arricchisce. Questo processo diventa realtà, non solo immettendo nella società idee, nuovi impulsi e nuova linfa, ma soprattutto preparando persone coraggiose, portatrici di riflessione critica e di una sana condotta di vita»⁵⁶.

⁵⁶ Ibidem, pag. 67.

- ❖ **Educare al rapporto umano e fraterno è un compito centrale per il comunicatore e per l'educatore.** Si tratta ad esempio di approfondire nel dialogo come comunicare su Internet e nei *social media*, con uno sguardo e un atteggiamento umano e fraterno con gli altri, affinché si possa sempre comunicare senza dominare, relazionarsi senza controllare le persone, esprimersi senza la tentazione del potere mondano, interagire digitalmente senza manipolare o lasciarsi manipolare.
- ❖ **Educare i giovani a comunicare nel digitale richiede di capirne la logica,** approfondire i valori e l'importanza della coscienza nelle scelte e nelle decisioni. È attraverso la consapevolezza che si educano la libertà, il rispetto per gli altri, il senso della sacralità del corpo e il valore della sessualità.
- ❖ **Attualmente, l'Intelligenza artificiale (AI) sta acquisendo sempre più importanza.** Siamo di fronte a un cambiamento epocale che richiede il nostro discernimento, per educare a un suo uso intelligente e consapevole. Intervenendo al G7 in Puglia, nel giugno 2024, Papa Francesco ha affermato che essa «è uno strumento estremamente potente, impiegato in tantissime aree dell'agire umano: dalla medicina al mondo del lavoro, dalla cultura all'ambito della comunicazione, dall'educazione alla politica. Ed è ora lecito ipotizzare che il suo uso influenzerà sempre di più il nostro modo di vivere, le nostre relazioni sociali e nel futuro persino la maniera in cui concepiamo la nostra identità di esseri umani». Il Papa ne riconosce l'importanza e l'utilità nei diversi settori dello sviluppo della vita umana e della società, ma ribadisce la necessità di «garantire e tutelare uno spazio di controllo significativo dell'essere umano sul processo di scelta dei programmi di Intelligenza artificiale: ne va della stessa dignità umana». Tali programmi devono costituire «strumenti per la costruzione del bene e di un domani migliore, debbono essere sempre ordinati al bene di ogni essere umano. Devono avere un'ispirazione etica»⁵⁷.
- ❖ **Il nostro approccio nei confronti della AI è quello di instaurare un dialogo educativo.** È indispensabile costruire una visione umanistica dello sviluppo della persona e della comunità nel suo utilizzo. Così come è necessario approfondire e implementare nelle comunità e nelle opere salesiane incontri e seminari per conoscere i diversi aspetti psicologici, sociali, morali e culturali che coinvolgono la AI. Occorre anche conoscere le leggi e seguire gli sviluppi della regolamentazione dell'AI e il loro impatto sull'economia, la politica, la cultura, l'edu-

⁵⁷ Francesco, Discorso al G7 a Borgo Egnazia, 14 giugno 2024.

cazione, sia a livello personale che comunitario. È inoltre necessario prendere coscienza delle regole vincolanti circa trasparenza e sicurezza, soprattutto per quanto riguarda il riconoscimento biometrico, la *privacy* e la sicurezza, assicurando che l'uso dell'AI garantisca la protezione e la difesa di tutti i cittadini.

Nel Messaggio per la 57ma Giornata Mondiale della Pace del 2024, sul tema "*Intelligenza artificiale e Pace*", Papa Francesco mette chiaramente in allerta sull'importanza della AI e sui rischi che questa può comportare per l'umanità: «Da una parte, "entusiasmati opportunità" come il miglioramento del lavoro, delle condizioni di vita dei popoli, degli strumenti medici e delle interazioni personali; dall'altra, "gravi rischi", come l'uso sregolato delle cosiddette armi "intelligenti", il conseguente pericolo di attacchi terroristici, andando così a promuovere "la follia della guerra" o interventi volti a destabilizzare istituzioni di governo legittime, arrivando, ad esempio, a condizionare elezioni politiche»⁵⁸.

Per questo è importante conoscere come funzionano gli algoritmi e come sono applicati nei diversi ambiti della vita umana e sociale (educazione, salute, sicurezza, economia, politica). È bene conoscere come la AI sia adoperata nella produzione di contenuti, con tutte le implicazioni riguardanti diritti d'autore, *fake news*, manipolazione dell'informazione, ideologie di stato e aziende commerciali. Diventerà sempre più necessario accompagnare con *équipe* di esperti lo sviluppo e le disposizioni legali, con informazioni tecniche sull'utilizzo consapevole nei diversi settori della società.

❖ **L'arte è una base importante per il dialogo tra Sistema Preventivo e metodologia digitale.** La promozione e l'apprezzamento di tutte le forme ed espressioni di comunicazione come l'arte, la musica, il teatro, il cinema, la fotografia, la letteratura sono indispensabili per edificare in modo sano la nostra società.

Nel Sistema Preventivo di Don Bosco, tradizionalmente, le espressioni artistiche sono mezzi utilizzati per creare un ambiente a misura dei giovani e in vista del loro coinvolgimento. Lo sono ancor di più nel mondo digitale, per comunicare tenendo conto dell'interattività, dell'istantaneità e dell'immersione.

Tutti i tipi di arte sono utili per creare una cultura comunicativa. Fondamentalmente, il linguaggio e la struttura tecnica delle arti favoriscono un'intera-

⁵⁸ Francesco, Messaggio per la LVII Giornata Mondiale della Pace, *Intelligenza artificiale e pace*, Città del Vaticano, 2024.

zione con le tecnologie di informazione virtuale. Inoltre, considerando che l'arte è un linguaggio che tocca le dimensioni cognitive e affettive, che riguarda i sentimenti, le emozioni e l'immaginazione, attraverso di essa i giovani esprimono il loro modo di pensare, di sentire, di agire.

Possiamo dire pertanto che l'arte è una grammatica dei sentimenti e delle percezioni giovanili. In questo senso, è fondamentale che la comunicazione promuova una educazione-evangelizzazione che metta in relazione interattività, istantaneità e immersione, in modo che i giovani possano partecipare attivamente, come protagonisti, a tutte le forme di comunicazione. In particolare, rientrano in questo ambito anche la cura della persona e l'aspetto fisico, la cucina sana ed etica, l'agricoltura biologica e l'ecologia integrale.

- ❖ **I laici, con la loro formazione umana, scientifica, tecnico-culturale, collaborano in modo significativo per l'educazione dei giovani nel mondo digitale.** A causa della complessità culturale in cui si sviluppa il digitale e al fine di mantenere un dialogo educativo in questo ambiente, si richiede un atteggiamento educativo profondo che tenga conto degli aspetti antropologici, metodologici e tecnici che riguardano la persona e il digitale.

12

L'ANTROPOLOGIA CRISTIANA, FONTE PER UN'ETICA DELLA COMUNICAZIONE

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«La qualità etica della comunicazione è frutto di coscienze attente, non superficiali, sempre rispettose delle persone, sia di quelle che sono oggetto di informazione, sia dei destinatari del messaggio» (Discorso del Santo Padre Francesco in occasione dell'Udienza ai Dirigenti e al personale della Rai – Radiotelevisione Italiana, 18 gennaio 2014).

L'antropologia cristiana è la fonte che irrorà e umanizza la comunicazione virtuale e la cultura digitale. Partendo dal principio che il Vangelo è l'ispirazione radicale e completa dell'azione educativa ed evangelizzatrice, le due azioni si completano a vicenda nella cura dei giovani, convergendo così nell'obiettivo di "generare l'uomo nuovo". In questo modo, la pastorale abita il terreno dell'umano e, allo stesso tempo, il terreno della fede, costituendo un ecosistema digitale integrato in cui il rispetto per gli altri e l'interculturalità forniscono le basi per una comunicazione efficace e costruttiva.

Inoltre, in questo capitolo, viene presentata una proposta educativa originale partendo dalle immagini bibliche di quattro Giardini, che offrono una visione integrale e olistica per descrivere l'esperienza dell'abitare nel mondo digitale.

- ❖ **L'antropologia cristiana è fonte dell'etica della comunicazione.** La visione umanizzante ed evangelica della Chiesa è stata ripetutamente descritta da Papa Francesco: «La comunicazione ha il potere di creare ponti, di favorire l'incontro e l'inclusione, arricchendo così la società. Com'è bello vedere persone impegnate a scegliere con cura parole e gesti per superare le incomprensioni, guarire la memoria ferita e costruire pace e armonia»⁵⁹.

Secondo Giovanni Paolo II, «nel continuo espandersi e progredire dei *mass media* si può scorgere un segno dei tempi, che costituisce un immenso potenziale di universale comprensione ed un rafforzamento di premesse per la pace e la fraternità tra i popoli»⁶⁰.

Partendo dal principio che il Vangelo è l'ispirazione basilare su cui si fonda l'azione educativa ed evangelizzatrice, le due azioni si completano a vicenda nella cura dei giovani, convergendo così nell'obiettivo di "generare l'uomo nuovo". In questo modo, «la pastorale abita il terreno dell'umano e, allo stesso tempo, il terreno della fede»⁶¹.

- ❖ **L'etica per la comunicazione deve promuovere la vita e la dignità di ogni persona.** La Chiesa riconosce la persona umana come il centro dell'etica della comunicazione. A questo proposito, la Chiesa afferma il principio etico fondamentale che regola l'uso dei *mass media*: «La persona umana e la comunità umana sono il fine e la misura dei mezzi di comunicazione sociale». E riafferma che «la comunicazione dovrebbe essere fatta da persone a beneficio dello sviluppo integrale di altre persone. Essa ha il compito di unire le persone e di arricchire la loro vita»⁶².

Attraverso l'uso etico e professionale dei *media*, la Chiesa stessa riconosce non solo l'uso degli strumenti e delle reti di comunicazione per informare, ma anche per promuovere la pace, la giustizia e la solidarietà. In altre parole, la comunicazione deve essere sinodale, al servizio degli altri e creatrice di una cultura dell'umanesimo.

«I principii morali che regolano gli strumenti della comunicazione devono fondarsi su una giusta considerazione della dignità dell'uomo, poiché chi

⁵⁹ Francesco, Messaggio per la L Giornata mondiale delle Comunicazioni sociali, *Comunicazione e misericordia: un incontro fecondo*, Città del Vaticano, 2016.

⁶⁰ Giovanni Paolo II, Messaggio per la XV Giornata mondiale delle Comunicazioni sociali, *Le comunicazioni sociali al servizio della responsabile libertà dell'uomo*, Città del Vaticano, 1981.

⁶¹ Dicastero per la Pastorale Giovanile Salesiana, *La Pastorale Giovanile Salesiana. Quadro di Riferimento*, Direzione Generale Opere Don Bosco, Roma, 2014, pag. 61.

⁶² Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, *Etica nelle comunicazioni sociali*, Città del Vaticano, 2020, n. 21.

sceglie il modo di utilizzarli è l'uomo stesso, il quale è chiamato a diventare corresponsabile della comunità dei figli adottivi di Dio. Per altro verso, questi principii derivano dalla natura specifica della comunicazione sociale e dalle caratteristiche proprie dei singoli mezzi»⁶³.

A – L'UMANIZZAZIONE DELLA COMUNICAZIONE

❖ **Per costruire un'etica della comunicazione, è fondamentale partire dalla premessa della comunicazione come ecosistema.** Teoricamente, il punto di avvio è che ogni persona nel mondo digitale è chiamata a essere collaboratrice di Dio nel processo di dare continuità alla creazione del mondo. Questo significa che ogni persona è corresponsabile della natura, della cultura, dello sviluppo umano e della comunicazione in senso ampio.

A partire da questa visione estesa e sistemica, è importante sottolineare, prima di tutto, che nella comunicazione c'è la responsabilità verso gli altri, verso ogni persona, a qualsiasi cultura appartenga e da ogni parte del mondo provenga. Ciò comporta il fatto che la comunicazione ha un ruolo fondamentale nella promozione della giustizia sociale e nella costruzione di una società sostenibile, fraterna e solidale.

Nell'ottica dell'interconnessione, la comunicazione deve pure dialogare con le diverse culture e le diverse religioni, in modo da favorire l'espressione culturale, la ricchezza di ogni religione, la storia e l'originalità di ogni gruppo e comunità.

In questa linea, possiamo dire che la persona umana, come continuatrice della creazione di Dio nella storia, è responsabile di curare il creato, di usare con coscienza le risorse naturali, così come di tutelare i valori culturali della dignità della persona e dello sviluppo sostenibile di tutte le espressioni del progresso sociale, economico e politico di una società.

❖ **Nella cultura digitale tutte le persone e tutte le cose sono profondamente connesse l'una con l'altra.** In questo senso la comunicazione, a partire da una visione etica, deve essere sempre al servizio dello sviluppo integrale della persona e della società.

⁶³ Pontificia Commissione per le Comunicazioni Sociali, Istruzione Pastorale *Communio et progressio*, Città del Vaticano, 1971, n. 14.

Di conseguenza, ogni comunicatore diventa un missionario con questa impostazione olistica, per una comunicazione al servizio della persona e dell'umanità⁶⁴.

- ❖ **Nel digitale la comunicazione è come un'estensione dei sensi e delle percezioni umane.** Questa ci coinvolge in modo cognitivo e affettivo, perché il digitale è capace di interessare sia i nostri sensi, che la nostra attenzione e i nostri sentimenti. Inoltre, abitare nel mondo digitale è come far parte di una dimensione in cui il tempo e lo spazio vengono caratterizzati da una grande velocità.

Viviamo una realtà nuova e gestiamo tutte le informazioni in poco tempo, in modo rapido e interattivo. Durante questo processo, si registrano delle conseguenze psicologiche per la persona umana, come è ben noto da evidenze scientifiche: si può manifestare stanchezza mentale, emotiva, perdita di attenzione, mancanza di concentrazione, difficoltà a leggere e ad affrontare questioni esistenziali; viene a mancare quindi il nesso con uno stile di vita sano ed equilibrato. Pertanto, nel mondo digitale la salute fisica, quella emozionale e quella spirituale sono fondamentali.

- ❖ **Nel digitale, dove il grano e la zizzania crescono insieme, la prudenza e la comprensione dei livelli di rapporto sono essenziali.** Di fronte all'ampia gamma di livelli di comunicazione presenti oggi nel mondo digitale, dobbiamo discernere ed essere chiari su chi sono i destinatari della nostra comunicazione e su che cosa vogliamo trasmettere.

La comunicazione informativa, caratterizzata dalla diffusione di messaggi a un pubblico generico e talvolta anonimo, è indefinita, arriva a molti, ma non è detto che venga recepita e accettata. Certo, ha il suo valore e la sua necessità, ma rimane a livello di informazione, di invio di messaggi e di trasmissione di contenuti.

La comunicazione interpersonale, che prevede la conoscenza e la partecipazione della persona al processo comunicativo, ha il potere di generare fiducia, dialogo, coinvolgimento e partecipazione.

La comunicazione di gruppo, dove le persone si conoscono, condividono valori comuni, hanno un senso di appartenenza e di comunione fraterna, ha il potenziale per generare una comunicazione affettiva, efficace e fruttuosa.

⁶⁴ Cfr. Francesco, Lettera Enciclica *Fratelli tutti* sulla fraternità e l'amicizia sociale, Città del Vaticano, 2020.

Questi livelli di comunicazione, naturalmente, possono avere le loro eccezioni, ma il comunicatore deve tenerli presenti per capire chi è il suo pubblico, che cosa vuole trasmettere, per conto di chi sta comunicando e i passaggi che definiscono la gradualità del processo comunicativo.

Nel dialogo tra comunicazione ed evangelizzazione, è essenziale comprendere il linguaggio e i codici comunicativi utilizzati dalle persone, soprattutto dai bambini, dagli adolescenti e dai giovani. Di conseguenza, è indispensabile andare a fondo nell'uso del linguaggio artistico, metaforico, narrativo e simbolico per conoscere i contenuti della fede cristiana. La comunicazione non avviene infatti solo nella linearità e nella razionalità delle verità di fede.

- ❖ **Comunicare è esercitare il dono e la responsabilità verso gli altri.** Per il vero protagonismo delle persone in una comunicazione interattiva e interculturale, è molto importante che il processo comunicativo favorisca il coinvolgimento dell'individuo. Tutto deve essere incentrato sulla sua libertà, le sue esperienze e la sua visione del mondo, in modo che la comunicazione diventi un'occasione di dialogo, di apertura e scambio di visioni, intesi come un percorso comune fondato sull'ascolto reciproco.
- ❖ **In un mondo globalizzato la comunicazione diventa interculturale.** Come fenomeno sociale, culturale e comunicativo, l'interculturalità permette che due o più culture dialoghino, interagiscano e si relazionino tra loro, senza che una cultura domini sull'altra. L'interculturalità richiede impegno per dialogare, valorizzare l'altro con le sue fatiche, favorire lo scambio, l'accoglienza, la collaborazione e l'apertura.
- ❖ **Nella comunicazione fare inculturazione significa imparare dall'ambiente, con tutte le sue espressioni,** integrando poi questi elementi nella propria vita, in maniera creativa.

L'inculturazione è il modo in cui ogni persona, in qualsiasi cultura o società, apprende e dialoga con ciò che è nuovo e sconosciuto. Un esempio di inculturazione, nelle Scritture, lo troviamo nel discorso di San Paolo ad Atene. «Allora Paolo, in piedi in mezzo all'Areopago, disse: "Atenesi, vedo che, in tutto, siete molto religiosi. Passando infatti e osservando i vostri monumenti sacri, ho trovato anche un altare con l'iscrizione: 'A un dio ignoto'. Ebbene, colui che, senza conoscerlo, voi adorare, io ve lo annuncio"» (At 17,16-34). Con queste parole di profonda sensibilità ed empatia, Paolo conquista gli uditori e ottiene che alcuni siano più aperti e lo ascoltino.

Dopo questa introduzione e la risposta positiva da parte del pubblico, Paolo lancia il suo messaggio: «Il Dio che ha fatto il mondo e tutto ciò

che contiene, che è Signore del cielo e della terra, non abita in templi costruiti da mani d'uomo né dalle mani dell'uomo si lascia servire come se avesse bisogno di qualche cosa: è lui che dà a tutti la vita e il respiro e ogni cosa. [...] In lui infatti viviamo, ci muoviamo ed esistiamo, come hanno detto anche alcuni dei vostri poeti: "Perché di lui anche noi siamo stirpe"» (At 17,24-28).

In quel momento, Paolo si trova con un gruppo di persone greche di origine pagana. Sceglie un argomento già conosciuto dai suoi ascoltatori e lo presenta, rispettando l'immaginario culturale e i valori del popolo greco. Attraverso questo atteggiamento iniziale rispettoso, San Paolo costruisce uno spazio per parlare di Dio, senza ferire la sensibilità dei suoi ascoltatori.

B – CURA DELL'UMANO COMUNICATIVO

❖ **A livello antropologico e teologico, c'è nella Bibbia un'immagine molto interessante e ricca**, che offre una base e un orizzonte per descrivere l'esperienza di abitare il digitale: è l'immagine del Giardino. Il Giardino è, biblicamente, il luogo della creazione, del rapporto di Dio con l'uomo, l'ecosistema dove la persona e l'ambiente si integrano, dove il mistero di Dio si manifesta nelle sue creature e nella creazione⁶⁵, è anche il luogo dell'esercizio della libertà umana. È quindi possibile delineare una psicodinamica umana e spirituale nel mondo digitale, facendo riferimento ai quattro Giardini biblici.

❖ **Il primo Giardino si incontra nel Libro della Genesi (2,21-24; 3,1-24)**, dove Dio crea l'uomo e la donna, l'ambiente e le cose, dà loro un nome, un ecosistema umano e naturale che oggi chiamiamo con il termine di ecologia integrale⁶⁶.

Nel mondo digitale c'è il rischio di allontanarci da una visione globale che unisca natura, ambiente, persona e cultura, e di vivere invece in modo frammentato, con il pericolo di perdere il gusto dell'esistenza e la responsabilità per le cose che danno senso alla vita (si pensi ad esempio alla crisi ecologica, con le sue conseguenze economiche, sociali, ecc.).

⁶⁵ Cfr. Francesco, Lettera Enciclica *Laudato Si'* sulla cura della casa comune, Città del Vaticano, 2015, nn. 76-83.

⁶⁶ *Ibidem*, nn. 84-88.

Il mondo digitale sta diventando progressivamente causa della crisi ambientale. Pertanto, il Giardino della Genesi offre il paradigma dell'importanza di guardare il mondo digitale in modo integrale, essendo corresponsabili della creazione e della vita umana.

- ❖ **Seguendo questa psicodinamica del Giardino come riferimento dell'universo digitale, il secondo Giardino è quello del Getsemani** (Mt 26,36-39), che mette al centro una visione antropologica del dolore, della sofferenza, dell'abbandono, della solitudine, dove la persona fa esperienza dello stare profondamente da sola, nel mistero del limite della vita, come è stato per Gesù, che visse lì l'esperienza del totale abbandono.

In una visione cristiana, il Giardino del Getsemani è collegato al primo Giardino, e ricorda che la comunicazione è sempre un'interlocuzione diretta con Dio. Gesù Cristo ci insegna che anche nel dolore e nella sofferenza c'è un interlocutore importante, suo Padre. Gesù parla, piange, manifesta una comunicazione profondamente umana, in un rapporto interpersonale fortissimo con Dio che lo ascolta. La comunicazione umana non elimina la sofferenza dell'uomo; l'Intelligenza artificiale o qualsiasi tipo di tecnologia non potrà mai cancellare il mistero della persona e i suoi limiti.

Il mondo digitale, dove incontriamo tante persone, è un grande *network* mondiale. Accade spesso di vivere in questa rete popolata da persone che fanno esperienza della malattia, del dolore, della paura, dell'ansietà. In questo senso, il Giardino del Getsemani, luogo in cui Gesù attraversa il momento più drammatico della sua vita, ci ricorda che dobbiamo vivere questo ambiente dentro di noi come un luogo di spiritualità, e pensare che la nostra sofferenza è unita a quella di tutta l'umanità.

- ❖ **Il terzo Giardino è quello della Risurrezione** (Gv, 20,11-18): l'apparizione di Gesù Cristo a Maria Maddalena nel Giardino ha un significato molto importante per la comunicazione umana. Vediamo in questo incontro una donna che cerca la persona amata, Cristo, con dolore e sofferenza.

Dall'altra parte, Gesù che appare a Maria Maddalena è espressione dell'amore e della vita che vince la morte. Perché in un Giardino? Perché è sempre un luogo aperto e di relazione tra le cose, la natura, la creazione di Dio.

Nel Giardino della Risurrezione ritroviamo un dialogo bellissimo tra Gesù e la Maddalena, che manifesta l'espressione umana e divina della comunicazione in cui tutti sono coinvolti. In quel luogo siamo in grado di comprendere che la comunicazione ha una dimensione che va al di là dell'esperienza dei sensi (vedere, sentire, toccare), con le caratteristiche

vissute da Maria Maddalena, arricchite da una dimensione trascendentale.

Il grande pericolo del mondo digitale è proprio quello di un empirismo, di un tecnicismo in cui le persone spesso perdono la dimensione trascendente, smarrendo la capacità di vedere e sperimentare una comunicazione capace di andare al di là dell'umano, per accogliere il mistero di Dio.

L'egocentrismo e l'autoreferenzialità sono spesso le grandi tentazioni del virtuale, perché la persona rischia di essere troppo concentrata su se stessa e talvolta può smarrire sia la dimensione dell'alterità, cioè la relazione con gli altri, che il contatto con il proprio Dio.

L'esperienza di comunicazione del Cristo Risorto è invece una prospettiva di apertura, di apostolato, come Maria Maddalena che è uscita per annunciare agli altri la Risurrezione di Gesù. Bisogna pertanto vivere nel mondo digitale seguendo la logica di Gesù. La Risurrezione è al contempo un dono e una responsabilità, perché dobbiamo condividere con gli altri il messaggio di Dio, della vita, della speranza.

- ❖ **Il quarto Giardino è quello dell'Apocalisse** (22,1-2). Nel testo biblico si parla di una piazza con una fonte che zampilla e diviene un fiume d'acqua viva che scaturisce dal trono di Dio e dell'Agnello, e le persone si ritrovano attorno a questa fonte che rappresenta l'Agnello di Dio. Questo è il Giardino della Redenzione, che ci permette di avere un orizzonte di vita, di camminare in una realtà nuova in Gesù Cristo, non soltanto individualmente, ma come famiglia e come comunità.

Nel mondo digitale non c'è una filosofia che offra alla persona umana una visione di redenzione, né questo è il compito della tecnologia. È dunque fondamentale abitare il digitale tenendo di fronte a sé il Giardino della Redenzione come orizzonte imprescindibile, per vivere la comunicazione in modo creativo, gioioso e di speranza. L'umano illuminato dalla redenzione: ecco la missione della comunicazione!

13

IL CUORE E L'IDENTITÀ DEL COMUNICATORE SALESIANO

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«Come Don Bosco, siamo chiamati tutti e in ogni occasione a essere educatori alla fede. La nostra scienza più eminente è quindi conoscere Gesù Cristo e la gioia più profonda è rivelare a tutti le insondabili ricchezze del suo mistero» (Costituzioni, art. 34).

Sono qui elencati e descritti gli aspetti identificativi del comunicatore salesiano, insieme alla spiritualità e alla pedagogia di Don Bosco.

Egli svolge la sua opera in comunità, a servizio della missione salesiana, e in linea con gli orientamenti della Congregazione e del Settore Comunicazione.

Attento al percorso di gestione collaborativa, lavora insieme ad altri settori come la Pastorale Giovanile, la Formazione, la Missione, l'Economia, le Vocazioni e la Famiglia Salesiana.

Cammina al passo con i tempi, formandosi e aggiornandosi per educare a un uso critico e creativo del digitale.

Valorizza tutti gli aspetti e i mezzi della comunicazione sociale come nuovo spazio di aggregazione per i giovani, dove essi possano essere protagonisti.

- ❖ **Il comunicatore salesiano svolge la sua missione in comunità, a servizio della Congregazione**, vivendo e testimoniando il suo amore per Cristo all'interno della missione evangelizzatrice della Chiesa.

Traendo esempio da Don Bosco, ama i giovani e li accompagna con il cuore del Buon Pastore. Conoscitore della pedagogia salesiana, condivide il progetto educativo con educatori e comunicatori, lavorando con una visione sinergica, collaborativa e sinodale, realizzando la missione salesiana in modo organico e dinamico.

Sulla base della sua mentalità progettuale, coopera affinché il piano di comunicazione integri le varie dimensioni del progetto educativo e assuma un metodo comunicativo tipicamente salesiano, ponendo i giovani come protagonisti della comunicazione.

- ❖ **In linea con gli orientamenti della Congregazione e del Settore Comunicazione, partecipa ai processi** e alle linee operative del progetto della Congregazione e delle Ispettorie. La sua formazione educativa, pastorale e tecnica gli permette di sviluppare una mentalità e un'azione comunicativa basate su una visione evangelica, sinodale, salesiana, artistica e di rete.

- ❖ **Attento al percorso di gestione collaborativa, lavora insieme ad altri settori come la Pastorale Giovanile**, la Formazione, la Missione, l'Economia, le Vocazioni e la Famiglia Salesiana, impegnandosi a realizzare il Progetto educativo pastorale dell'Ispettorato e il POI (Progetto Organico Ispettorale). A sua volta, in linea con i responsabili della gestione e del governo dell'Ispettorato, assiste il Consiglio provinciale, i direttori e i responsabili delle opere salesiane a livello ispettorale e regionale. In sinergia con il centro della Congregazione, partecipa e attua i principi e le linee di comunicazione. Accompagna infine l'evoluzione delle tecnologie informatiche e delle reti, aggiornandosi sui vari aspetti della comunicazione digitale e dell'Intelligenza artificiale, dialogando con i vari ambiti della cultura digitale e approfondendo gli elementi antropologici, etici, culturali, sociali e religiosi dei giovani.

- ❖ **Educare i giovani richiede oggi uno sforzo comune per camminare al passo con i tempi: sono indispensabili formazione e aggiornamento.** Educarli all'uso critico e creativo del digitale esige da parte nostra un cambiamento di mentalità, perché essi sono nativi digitali e conoscono bene la dinamica tecnica, il linguaggio e l'interattività di quel mondo⁶⁷. In tal senso

⁶⁷ Dicastero per la Comunicazione Sociale, *Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale. Linee orientative per la Congregazione Salesiana*, Editrice S.D.B., Roma, 2011, n. 28.

appare imprescindibile la metodologia dell'ascolto, del dialogo, dell'affettività, dell'accompagnamento. Bisogna pertanto approfondire e gestire la comunicazione in modo educativo e professionale. Questo implica:

- *Assumere il compito di comprendere il tema del digitale non solo nel suo aspetto funzionale e tecnico.* È necessaria una riflessione per capire, in un contesto ad alto tasso di tecnologia, come continuare a porre sempre al centro la persona umana, favorendo la comunione fraterna.
- *Esercitare la responsabilità di approfondire, con i nostri educatori, le linee guida per stabilire un rapporto sano tra le persone e la tecnologia,* con una particolare attenzione alla cura per il creato, alla dignità e ai diritti, all'etica dell'economia e della politica. L'obiettivo è custodire la Casa Comune attraverso la fraternità, come ha proposto Papa Francesco a partire dall'Enciclica *Laudato Si'* e dal *Patto Educativo Globale*. Per affrontare il presente e il futuro, è fondamentale elaborare un dialogo interdisciplinare tra il digitale e l'antropologia cristiana; un'epistemologia che coinvolga la filosofia, l'antropologia, l'etica, la psicologia e gli studi sul mondo digitale e l'Intelligenza artificiale.
- *Comprendere bene la dinamica e l'uso dell'Intelligenza artificiale.* Salesiani, laici e giovani sono chiamati a comprendere e comunicare attraverso l'Intelligenza artificiale (AI).

Nella certezza che ogni realizzazione umana non è mai definitiva, è importante capire cos'è, come funziona e la sua finalità, per conoscere il potenziale che questa porta nel modo di insegnare e di apprendere. Al di là del rilievo che possono avere queste osservazioni, il nostro compito è saper utilizzare la AI con una visione etica e una finalità educativo-pastorale. La AI riguarda la creazione di macchine, *software*, sistemi che possono eseguire compiti normalmente realizzati dall'intelligenza umana. Riguarda i processi cognitivi, affettivi e neurologici, cioè come la persona umana apprende, ragiona, elabora e processa informazioni. Altrettanto importante è conoscere come è creato il linguaggio della AI, basato sugli algoritmi e su modelli tecnici che permettono alle macchine di elaborare e rielaborare dati e di prendere decisioni autonome. Occorre approfondire con gli educatori le varie forme di AI, come l'apprendimento automatico, la visione artificiale, il processamento del linguaggio naturale, la pianificazione e l'ottimizzazione. Bisogna capire com'è utilizzata in molti settori (medicina, finanza, automazione industriale, *e-commerce*, ecc.), e conoscere la dinamica e lo sviluppo di Chat GPT e di altri sistemi che vengono immessi nel mercato.

Si deve essere consapevoli che ci sono vari aspetti di natura economica, politica e aziendale che attualmente generano tensioni e conflitti di interesse, soprattutto nella competizione per conquistare l'egemonia socio-economico-politica attraverso l'impiego di questa tecnologia.

- *La formazione all'uso critico ed educativo delle nuove tecnologie per abitare nel digitale.* Educatori e giovani sono chiamati a comprendere i cambiamenti in atto, il funzionamento dei mezzi di comunicazione e dell'industria culturale. Senso critico, spirito strategico, *self control*, uso sicuro ed efficace, senso del rispetto, senso civico, autonomia e capacità di *problem solving*, sono tutti elementi che non necessariamente fanno parte della dotazione di un adolescente o di un giovane solo per il fatto di essere nato e cresciuto tra *monitor* e tastiere, o per averne fatto uso.

Allo stesso modo, è necessaria una seria competenza per l'utilizzo dei mezzi di comunicazione nel "continente digitale": chiarezza degli obiettivi da proporsi, per una valorizzazione della creatività, acquisizione di un'attitudine emancipata e critica verso i loro messaggi, per una presa di coscienza della loro influenza, per potersi esprimere con essi dominandone i linguaggi e le tecnologie.

Il significato della comunicazione mediatica rimanda direttamente a ciò che i mezzi esprimono attraverso parole e immagini, al "perché" li utilizziamo e agli scopi di emittenti e riceventi coinvolti nel processo comunicativo. Esiste la necessità, quindi, di un'elaborazione critica *multitasking* degli elementi concettuali, dei segni che i mezzi stessi utilizzano.

- *Il coinvolgimento nella produzione di messaggi e contenuti destinati specificamente ai giovani, utilizzando tutti i mezzi a nostra disposizione.* Fare comunicazione sociale è sempre più una presenza educativa, plasmatrice di mentalità e creatrice di cultura. «La sfida per il futuro sarà quella di educare ai nuovi *media*, ma anche di svolgere un'azione educativo-pastorale attraverso i nuovi *media*, soprattutto nei confronti delle nuove generazioni. La sua efficacia incisiva e la sua presenza sempre più massiccia fanno della comunicazione sociale una vera e autentica scuola alternativa per larghissimi strati della popolazione mondiale, specialmente giovanili e popolari»⁶⁸.

⁶⁸ Dicastero per la Pastorale Giovanile Salesiana, *La Pastorale Giovanile Salesiana. Quadro di Riferimento*, Direzione Generale Opere Don Bosco, Roma, 2014, pagg. 163-164.

- *Il rapporto tra comunicazione sociale ed evangelizzazione* o, se si vuole più in concreto, tra l'utilizzazione dei linguaggi e dei *media* della comunicazione sociale per il Vangelo e il nostro stile apostolico di "evangelizzare educando", incide profondamente sull'attività salesiana. Si tratta non solo di educare ai *media*, cioè alla lettura critica dei loro messaggi, ma anche di evangelizzare con i *media*. In questo settore, si apre un vasto campo di iniziative per le nostre attività didattiche, educative e culturali, per l'animazione cristiana dei gruppi giovanili, per la catechesi, per la preghiera.
- *La valorizzazione della comunicazione sociale come nuovo spazio di aggregazione dei giovani*. Le tecnologie della comunicazione cambiano il senso di appartenenza e il modo di aggregazione, in quanto creano più comunità, nelle quali sono inseriti gli utenti, con dispositivi sempre più collegati alla vita dei giovani. «Le azioni offerte e richieste sono ascoltare, riconoscere, rispondere, stare con e fare con, in una realtà che punta alla possibilità di esperienze (magari nuove o diverse) che offrono la fiducia reciproca come antidoto all'estemporaneità del consumo. Questi nuovi spazi, come i *social network*, favoriscono l'attenzione alle storie di vita dei ragazzi, presentandole nei racconti di sé e nelle rielaborazioni dei vissuti, con la possibilità di aiutarli a orientarsi e a scegliere»⁶⁹.

«La promozione e l'apprezzamento di tutte le forme ed espressioni di comunicazione (cfr. CG24, n.129), quali la musica, il teatro, il cinema, la televisione, la fotografia, il fumetto, i multimedia e altre forme d'arte, dovranno essere determinati da un chiaro scopo educativo e di evangelizzazione. Occorre animare queste realtà comunicative in modo che non solo offrano spazi sempre più ampi alla libera espressione e alla creatività, ma anche stimolino il gusto del bello in tutte le sue espressioni. Educare alla bellezza significa coinvolgere tutta la sfera della sensibilità e dell'emotività, l'immaginazione e la creatività, la capacità di esprimere sensazioni e sentimenti propri e di comprendere l'espressione degli altri»⁷⁰.

⁶⁹ Ibidem, pag. 164.

⁷⁰ Ibidem.

14

LINEE GUIDA PER LA COMUNICAZIONE SALESIANA

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

«Siamo chiamati a crescere insieme, in umanità e come umanità. La sfida che ci è posta dinanzi è di fare un salto di qualità per essere all'altezza di una società complessa, multietnica, pluralista, multireligiosa e multiculturale. Sta a noi interrogarci sullo sviluppo teorico e sull'uso pratico di questi nuovi strumenti di comunicazione e di conoscenza» (Messaggio di Papa Francesco per la LVIII Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali).

Le linee guida per la comunicazione sociale sono il canovaccio su cui le singole Ispettorie e Regioni possono programmare le proprie attività e i propri progetti. In questo capitolo, tenendo presente il contesto digitale, l'Intelligenza artificiale e i diversi aspetti umani, culturali e tecnici della comunicazione digitale e la visione della Chiesa e della Congregazione nel campo dell'evangelizzazione e dell'educazione, vengono elencate alcune aree di riflessione e tematiche imprescindibili. Vengono anche delineate l'organizzazione, la gestione e il governo della Congregazione Salesiana riguardo alla comunicazione sociale.

Il Documento considera le nuove esigenze e le sfide che si pongono nel campo della comunicazione oggi, quali la professionalità degli operatori della comunicazione, la modernizzazione della comunicazione istituzionale, le modalità collaborative del lavoro in rete, l'organizzazione strutturale nelle sue varie tipologie nelle Ispettorie, le tematiche legate alla privacy e alla sicurezza.

Questa parte finale presenta, inoltre, linee guida pratiche per la comunicazione considerando la realtà di ogni Ispettoria, con attenzione alla multiculturalità. Tutte queste sono le nuove esigenze, gli stili e le modalità di realizzazione della missione salesiana oggi nel mondo.

- ❖ **Considerando la diversità culturale delle Regioni**, i cambiamenti che si verificano nel campo della comunicazione, la dinamicità dei processi in cui essa avviene nelle singole Ispettorie, è importante definire, aggiornare e attuare la comunicazione sia a livello centrale, sia a livello ispettoriale. Questo nuovo e profondo orizzonte deve partire da una visione che comprenda le dimensioni biblica, teologica, ecclesiale, salesiana e pastorale. Con questo fondamento e seguendo l'orientamento educativo pastorale e metodologico, ogni Ispettoria e ogni Regione elabora e organizza la comunicazione, in linea con l'Ispettore, il suo Consiglio e l'*équipe* pastorale dell'Ispettoria.
- ❖ **Lo scopo di queste linee guida** è quello di aggiornare, illuminare, ampliare la comunicazione nell'Ispettoria.
- ❖ **Tenendo presente il contesto digitale**, l'Intelligenza artificiale e i diversi aspetti umani, culturali e tecnici della comunicazione digitale, riteniamo importante che nei progetti di comunicazione siano incluse, attraverso la visione della Chiesa e della Congregazione nel campo dell'evangelizzazione e dell'educazione, le seguenti aree:

– Area dell'Evangelizzazione

Osservando gli intenti nell'ambito della Congregazione Salesiana, l'evangelizzazione rappresenta un impegno centrale e trasversale. Si tratta di un processo dinamico e multiforme, che mira a diffondere il messaggio evangelico attraverso i mezzi di comunicazione moderni, rispondendo alle sfide e alle opportunità del contesto contemporaneo.

Per questo, ha come compiti specifici:

- accompagnare la produzione di contenuti per evangelizzare in linea con gli altri Settori, con gli Ispettori e i Delegati per la Comunicazione e le loro *Équipe*;
- promuovere i fondamenti e la metodologia per l'evangelizzazione nella cultura digitale.

– Area dell'Animazione

Questo processo sinergico si fonda sullo stile operativo salesiano, basato sulla collaborazione con i laici e sull'uso di strumenti di obiettivo appropriati, sia tecnici che umani. Il fine di questo approccio non è solo un'efficace comunicazione interna o esterna, ma anche la promozione dei valori evangelici e della missione salesiana attraverso i *social media*, l'Intelligenza artificiale e generativa e, non ultimo, i media tradizionali.

I suoi compiti specifici, in collaborazione e in stretto rapporto con gli Ispettori, sono:

- coordinare gli aspetti legati ai media, per quanto riguarda le visite del Rettor Maggiore e il Consiglio Generale;
- accompagnare e coordinare i Delegati per la Comunicazione Sociale;
- promuovere e verificare l'attuazione dei Piani ispettoriali per la Comunicazione Sociale;
- curare le visite del Consigliere, o del personale del Settore, presso le Ispettorie;
- promuovere e coordinare incontri regionali e mondiali per i Delegati per la Comunicazione Sociale;
- animare e coordinare incontri regionali o mondiali degli organi e delle imprese di comunicazione salesiana: editrici, radio, tipografie, Bollettino Salesiano, riviste, siti *web*, *content creators*, missionari digitali, produttori di video, vari artisti, musica e teatro, incontri relativi alla comunicazione con e per migranti e rifugiati (*Voices*), diversi *workshops* (*Mobile Journalism*).

– Area della Gestione

La gestione salesiana della comunicazione comprende l'intero insieme di processi, relazioni umane, metodologie di lavoro e passaggi operativi necessari per realizzare progetti e operazioni all'interno dell'organizzazione stessa. Essa mira a perseguire gli obiettivi delineati dal soggetto comunicativo-amministrativo. Si tratta di una sinergia di ricerca, sviluppo, logistica, finanza e patrimonio.

La gestione integrata è, precisamente, un obiettivo prioritario per la Congregazione Salesiana nel campo della comunicazione sociale. Ciò implica non solo l'armonizzazione delle attività comunicative tra le varie realtà dell'organizzazione, ma anche lo sviluppo di una strategia chiara e coerente, che tenga conto delle sfide e delle opportunità presentate dalla convergenza dei media.

I suoi compiti specifici si orientano in modo particolare a:

- coordinare la comunicazione istituzionale esterna e interna;
- promuovere la cooperazione con le istituzioni legate al mondo della comunicazione;
- realizzare il complesso di tutte le attività di comunicazione su scala globale.

– Area della Comunicazione istituzionale

In primo luogo, la comunicazione istituzionale nella Congregazione Salesiana ha come compito specifico quello di seguire le attività svolte per generare e trasmettere informazioni a individui, gruppi e comunità. La Congregazione Salesiana gestisce sia la comunicazione esterna che quella interna. Mediante queste attività si diffondono la missione, la visione, i valori, gli obiettivi, le informazioni e i progetti dell'organizzazione. I canali di comunicazione possono variare, così come il pubblico stesso.

La comunicazione interna riguarda la trasmissione di messaggi dentro l'organizzazione ed è rivolta a coloro che ne fanno parte. Per comunicazione esterna si intende, in particolare, la trasmissione di informazioni al di fuori dell'organizzazione, ci si rivolge dunque a un pubblico più ampio.

Perseguendo tali fini, più dettagliatamente, i compiti specifici diventano:

- sviluppare un'adeguata strategia di comunicazione esterna e interna per la Congregazione Salesiana a livello globale;
- coordinare e promuovere i servizi di relazioni pubbliche della Congregazione;
- gestire l'Agenzia info Salesiana (ANS) in sinergia con i Delegati per la Comunicazione Sociale e i corrispondenti nelle Ispettorie;
- promuovere il Bollettino Salesiano (cartaceo e digitale);
- coordinare i siti *web* sdb.org e sdl.sdb.org;
- organizzare la diffusione dei notiziari ispettoriali e la molteplice produzione informativa salesiana;
- coordinare i *social media* istituzionali della Congregazione, del Settore e dell'ANS a livello mondiale;
- gestire le emergenze e organizzare la comunicazione delle crisi istituzionali;
- accompagnare la Commissione Internazionale di Intelligenza Artificiale.

– Area del Lavoro in rete

Lo stile salesiano include il lavoro in rete, la promozione dell'identità carismatica, la valorizzazione delle persone e delle relazioni umane, la condivisione di visione e missione, l'adozione di una mentalità progettuale e il coinvolgimento della comunità educativa.

Inoltre, promuove la sinergia con altri settori come la Pastorale Giovanile, la Missione, la Formazione, l'Economia e la Famiglia Salesiana.

Si fa uso delle tecnologie, di Internet e dei *social media* per condividere progetti e favorire una gestione professionale e sinergica. Tutte le attività mediatiche a livello internazionale presuppongono un'ampia collaborazione con i centri situati in tutto il mondo.

I compiti specifici sono:

- organizzare a livello di Regione la Rete dei Delegati per la Comunicazione;
- disegnare il progetto di comunicazione della Regione in linea con le proposte di animazione e gestione del Settore;
- elaborare linee di formazione per i delegati e le *Équipe* delle Regioni attraverso la Scuola di Comunicazione;
- creare sinergia e collaborazione con altre reti salesiane;
- implementare e accompagnare la creazione di un lavoro in rete in tutti i Settori di Comunicazione della Congregazione nel mondo;
- assicurare che i contenuti relativi alla comunicazione sociale a livello mondiale siano archiviati correttamente a beneficio di tutta la Congregazione.

– **Area della Formazione**

Garantisce il potenziamento della formazione dei nuovi salesiani e laici, con chiara identità carismatica, etica, tecnica e pastorale, comprendendo le dinamiche dell'ambiente digitale e della visione di gestione convergente, collaborativa e di rete.

Occorre sottolineare che è molto rilevante lo sviluppo di competenze digitali tra i salesiani e i collaboratori. Oltre a ciò, l'area di competenza, sia a livello interno che esterno della Congregazione, viene estesa ai laici nella gestione collaborativa e nei diversi processi relativi ai progetti di comunicazione.

Come compiti specifici si sottolineano:

- sostenere l'integrazione del programma formativo iniziale e continuo per la comunicazione sociale nelle diverse fasi, in sintonia con le Costituzioni, la nuova *Ratio* e il Documento sulla Comunicazione Sociale;
- promuovere incontri annuali internazionali o ispettoriali sulla comunicazione sociale per allievi e formatori, coinvolgendo anche diversi gruppi della Famiglia Salesiana e i giovani;
- favorire la creazione e la raccolta di materiali adatti per la formazione nella comunicazione sociale;
- organizzare *workshops* sul progetto di *Mobile Journalism* nelle Ispettorie.

– **Area della Produzione**

La produzione di materiali nell'ambito delle attività legate alla comunicazione sociale nella Congregazione Salesiana comprende la creazione di una vasta gamma di contenuti e strumenti comunicativi, come: articoli, video, film, *podcast*, fotografie, libri, musica, riviste, grafiche, infografiche,

corsi, workshops, social media, siti web, applicazioni, piattaforme di comunicazione, live streaming, materiali educativi e tanto altro.

Una notevole importanza verrà rivolta alla realizzazione di una rete di promozione e visibilità delle diverse iniziative, degli eventi, dei contenuti e dei prodotti.

I compiti specifici di quest'area sono:

- coordinare insieme con l'Economo Generale le Editrici o le Tipografie, come centri produttori di cultura cristiana e salesiana;
- accompagnare i Centri di produzione multimediali;
- animare le sale multimediali: cinema, teatro e centri di cultura in generale;
- incentivare la partecipazione attiva dei salesiani come evangelizzatori, educatori e comunicatori nei vari mezzi di comunicazione: Internet, *social media*, televisione, radio, stampa e altri;
- stimolare la creazione di una varietà di contenuti dedicati principalmente a Internet e ai *social media*;
- promuovere la redazione e la traduzione di testi professionali, tenendo conto degli ultimi sviluppi dell'Intelligenza artificiale.

– **Area della Professionalizzazione**

Comprende l'impiego delle conoscenze e dell'esperienza specializzata nel campo della comunicazione sociale per pianificare, implementare e valutare le strategie comunicative.

Si ritiene opportuno selezionare i canali di comunicazione appropriati, alzare la qualità dei contenuti, identificare i *target groups* (destinatari), impiegare dei professionisti formati e assicurare tecnologie e strumenti adeguati.

L'obiettivo della professionalizzazione è quello di aumentare l'impatto, la portata e l'efficacia della comunicazione nella Congregazione Salesiana a livello internazionale, sostenendo così la realizzazione della missione e dei valori salesiani in tutto il mondo.

I suoi principali compiti sono:

- promuovere la preparazione specifica, accademica e tecnica dei Delegati per la Comunicazione Sociale e di alcuni confratelli, affinché possano diventare formatori nella comunicazione sociale;

- sostenere la specializzazione di alcuni confratelli delle Ispettorie nella comunicazione sociale;
- attuare la formazione continua dei laici nel campo della comunicazione sociale;
- accompagnare e sostenere nell'organizzazione gli aspetti digitali per l'evangelizzazione nelle diverse Ispettorie;
- sviluppare strategie di comunicazione che sostengano la missione della Congregazione Salesiana.

15

GESTIONE E GOVERNO

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

- ❖ **L'aspetto fondamentale nella collaborazione per la realizzazione della missione salesiana** è che la comunicazione sociale si realizzi attraverso processi, passi e progetti all'interno della programmazione della comunicazione istituzionale e del Settore di Comunicazione. Per quanto riguarda la comunicazione interna, il Direttorio di animazione e governo della Congregazione e il Piano di comunicazione del Settore orientano i diversi processi e le procedure in accordo con la competenza dei responsabili diretti. A livello di comunicazione esterna, la Congregazione provvede a varie attività, come le relazioni pubbliche e la cura dell'immagine e della pubblicità istituzionale. A queste si aggiunge l'assistenza al Rettor Maggiore e al suo Consiglio, in ambito generale, e agli Ispettori e al loro Consiglio, in ambito ispettoriale. Siamo inoltre impegnati nella promozione della conoscenza della Congregazione presso gli organismi ecclesastici, governativi e civili, in modo da coadiuvare la realizzazione della missione salesiana.
- ❖ **Criteri e orientamenti per la gestione della comunicazione salesiana.** Non vi sono dubbi, la promozione della comunicazione è responsabilità di tutti, con l'animazione e il coordinamento del Consigliere per la Comunicazione Sociale a livello mondiale e degli Ispettori e Delegati a livello ispettoriale. Attraverso un'attività di sistema, con politiche e piani comuni, il tutto dovrà integrarsi all'interno del Progetto di Animazione del Rettor Maggiore e del suo Consiglio e nel Progetto Organico Ispettoriale. «La comunicazione sociale varca i confini ristretti di una Ispet-

toria. Va quindi pensata in rete. Ciò che non può essere fatto con le forze di una sola Ispettorìa può realizzarsi con la partecipazione di varie» (ACG 370, 41). «Questi servizi (...) trovino forme di collegamento e cooperazione con centri di altre Ispettorie e col Consigliere Generale (...) per la Comunicazione Sociale» (Regolamenti, art. 31).

In questa linea, dove ci sono opportunità e convenienza, i Paesi, le Conferenze o le Regioni dovranno organizzare *équipe*, strutture o servizi di condivisione, consulenza e collegamento per la comunicazione, al servizio delle Ispettorie. Queste strutture e servizi saranno regolati da convenzioni o statuti specifici concordati tra le Ispettorie, con la partecipazione del Consigliere Regionale, sentito il parere del Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale.

La comunicazione è promossa quando le competenze comunicative dei singoli e dell'istituzione sono migliorate. Questa valutazione dovrà essere orientata da parametri o indicatori obiettivi, in grado di misurare l'indice del raggiungimento dei risultati desiderati e il suo attuarsi dovrà delinearli in conformità ai criteri elencati.

Tali processi si realizzeranno con la partecipazione delle persone coinvolte, allo scopo di valutare l'efficacia dei piani e dei processi avviati, in modo da orientare i passi successivi.

Il carattere unico della missione salesiana indica la possibilità e la necessità di *équipe* inter-settoriali (ad esempio Pastorale Giovanile, Comunicazione Sociale, Missioni), soprattutto per facilitare azioni condivise.

- ❖ **Come Congregazione possiamo contare su strumenti e prodotti informativi**, come l'Agenzia info Salesiana (ANS) con la rete di corrispondenti nelle Regioni e nelle Ispettorie, i Servizi di relazioni pubbliche, gli uffici stampa, i portavoce, il Bollettino Salesiano, i portali e i siti *web*, i servizi di documentazione e gli archivi, i notiziari ispettoriali e la molteplice produzione informativa.
- ❖ **Necessità di un Piano di Azione del Settore Comunicazione (PASC)**. A livello generale, è necessario elaborare e avere un Piano, radicato nel Progetto di Animazione del Rettor Maggiore e del suo Consiglio, volto a creare sinergia tra le Ispettorie e a sviluppare la collaborazione tra specifiche attività di formazione e di produzione.

A. Livello ispettoriale

- La comunicazione sociale è orientata da un Piano Ispettoriale di Comunicazione Sociale (PICS), integrato nel Progetto Organico Ispettoriale

(POI), che tiene conto della situazione specifica di ogni Ispettorìa e cerca di applicarvi le direttive di Comunicazione Sociale della Congregazione e la programmazione generale fatta dal Rettor Maggiore e dal suo Consiglio per il sessennio.

B. Lavoro trasversale

- Sarà necessario favorire la vitalità, la dinamica e lo stile salesiano di comunicazione, nella sua espressione di dimensione trasversale dell'azione educativo-pastorale, di campo della missione, di opera con caratteristiche proprie e di sistema specifico e integrato di comunicazione.

C. Studio e ricerca

- Lo sviluppo e la concretizzazione della comunicazione sono sostenuti con azioni di analisi, di ricerca, di studio, di riflessione e monitorati con azioni di valutazione, consulenze, attività di formazione e sviluppo.

D. Consulte permanenti

- Sono state costituite Consulte permanenti a livello mondiale e ispettoriale per la comunicazione sociale, composte da *équipe* di esperti salesiani e laici per i diversi ambiti o aree, coordinate rispettivamente dal Consigliere Generale e dai Delegati ispettoriali per la comunicazione sociale. È loro compito approfondire la metodologia pastorale salesiana di comunicazione a servizio della Congregazione, della Chiesa, della società.
- ❖ **Alcune indicazioni per la comunicazione salesiana.** Nella gestione, organizzazione e operatività della comunicazione nelle nostre Ispettorie e nelle relative opere, è importante avviare: l'educazione ai *media*, considerati come strumenti da utilizzare nei processi educativi generali; la comprensione critica dei *media*, visti non solo come strumenti, ma come linguaggio e cultura; l'utilizzo dei *media* in vista della formazione di professionisti; espressioni artistiche, attività culturali, musicali, sportive e di tempo libero proprie dello stile salesiano; la cura dell'ambiente nei vari aspetti; l'apertura a forme di educazione e di evangelizzazione, che valorizzino la comunicazione come nuovo spazio vitale di aggregazione dei giovani; l'impegno costante per costruire una comunità di persone con una visione comune e condivisa di missione, di spirito salesiano e di progetto, in un clima familiare, di vicinanza e compartecipazione fra salesiani e laici (cfr. in particolare CG24), educatori ed educandi.

La promozione dell'unità, nella crescente diversità delle culture e di situazioni in continua trasformazione, deve essere curata attraverso un costante dialogo tra Centro e Ispettorie, affinché si conoscano e si tenga conto delle situazioni e dei problemi locali e, allo stesso tempo, si allarghi lo sguardo all'universo della Congregazione. Sarà inoltre necessaria la vicinanza della Direzione Generale alle Conferenze e ai gruppi di Ispettorie, per progettare interventi locali in rete piuttosto che imposti dall'alto, coinvolgendo centri e Delegati regionali o ispettoriali.

❖ **Per quanto riguarda il tema dell'animazione e la gestione della comunicazione nei rapporti esterni**, si devono prendere in considerazione alcuni fattori importanti, se non essenziali:

- la cura delle relazioni pubbliche della Congregazione;
- la cura dell'immagine e della pubblicità istituzionale della Congregazione;
- l'assistenza al Rettor Maggiore e al suo Consiglio in ambito generale, agli Ispettori e al loro Consiglio in ambito ispettoriale, negli impegni di relazione con persone, comunità, istituzioni, mezzi di comunicazione, attività pubbliche;
- la promozione della conoscenza della Congregazione davanti agli organismi ecclesiastici, governativi e civili, in modo da aiutare la realizzazione della missione salesiana;
- il coordinamento dei mezzi di comunicazione per il loro utilizzo a favore dell'educazione della gioventù e della divulgazione della Buona Notizia;
- l'opportunità di usare spazi possibili per entrare nel mondo dei *media*, per conoscere i mezzi di comunicazione, utilizzarli e influenzarne positivamente i contenuti;
- i collegamenti e la partecipazione a organismi ecclesiastici e civili che operano e coordinano il settore della comunicazione sociale;
- la partecipazione agli eventi e ai movimenti ecclesiali e sociali nel campo della comunicazione, che hanno rapporti con l'educazione e la pastorale.

❖ **La formazione dei salesiani.** La formazione dei salesiani prende in considerazione quanto scrivono alcuni documenti fondamentali, tra cui i Regolamenti all'articolo 82: «La missione salesiana orienta e caratterizza in modo proprio e originale la formazione intellettuale dei soci a tutti i livelli. Quindi l'ordinamento degli studi armonizza le esigenze della serietà scientifica con quelle della dimensione religiosa apostolica del nostro progetto di vita. Siano coltivati con particolare impegno gli studi e le discipline che

trattano dell'educazione, della pastorale della gioventù, della catechesi e della comunicazione sociale». Poi gli orientamenti della nuova *Ratio* ("La formazione dei salesiani di Don Bosco. Principi e norme"); la sensibilizzazione e la preparazione dei confratelli, perché possano inserirsi, in maniera professionale, nel campo della comunicazione; il Documento congiunto del Dicastero per la Formazione e del Dicastero per la Comunicazione Sociale (2006) con gli Orientamenti per la formazione dei salesiani in comunicazione sociale, i contenuti e le metodologie per le varie fasi formative.

- ❖ **Acquisizione dei dati sulla realtà giovanile.** Al di là del contatto e della conoscenza personale dei giovani nella propria opera o zona di lavoro, puntiamo su una buona e documentata conoscenza del mondo giovanile sempre in evoluzione. Va aggiunta una ricca informazione su di esso per una maggiore conoscenza, per un aumento del coinvolgimento e per una migliore qualificazione del servizio.

Allo stesso tempo, ci impegniamo a divulgare questa stessa informazione nella società, allo scopo di creare opinione pubblica e presa di coscienza che diano origine a politiche e azioni a favore della gioventù.

Per sostenere l'animazione e il buon funzionamento della Congregazione in quanto organizzazione, si deve provvedere a una banca dati permanentemente aggiornata, che permetta di conoscere in ogni istante e rapidamente, in modo pratico e sicuro, la situazione del personale, delle opere e delle attività.

- ❖ **Procedure di sistematizzazione e conservazione digitale.** L'informazione ha anche il compito della conservazione digitale. Essa implica l'elaborazione di procedure a diversi livelli, che assicurino materiale digitale di valore, elaborato in modo da facilitare la sua conservazione. Vanno curati anche i diversi processi digitali relativi alla sistematizzazione e alla conservazione dei documenti storici e culturali della Congregazione: scritti, immagini (fisse o in movimento), testimonianze sonore, oggetti. Va impostata un'adeguata gestione degli archivi, delle biblioteche, dei musei, dei monumenti.

- ❖ **L'immagine istituzionale.** L'immagine istituzionale va curata attraverso un'informazione corretta e completa, che esprima chiaramente la portata sociale dell'opera di Don Bosco. «Lavoriamo in ambienti popolari e per i giovani poveri. Li educiamo alle responsabilità morali, professionali e sociali, collaborando con loro, e contribuiamo alla promozione del gruppo e dell'ambiente» (Costituzioni, art. 33).

Partecipiamo in qualità di religiosi alla testimonianza e all'impegno della Chiesa per la giustizia e la pace. Rimanendo indipendenti da ogni ideo-

logia e politica di partito, rifiutiamo tutto ciò che favorisce la miseria, l'ingiustizia e la violenza, e cooperiamo con quanti costruiscono una società più degna dell'uomo. «La promozione, a cui ci dedichiamo in spirito evangelico, realizza l'amore liberatore di Cristo e costituisce un segno della presenza del Regno di Dio» (Costituzioni, art. 33).

- ❖ **La gestione della comunicazione di crisi richiede professionalità e strategia di azione.** Questa non si limita a reagire agli eventi avversi, ma si concentra piuttosto sull'anticipazione degli scenari, sulla definizione di protocolli chiari e sull'analisi dei rischi. È infatti necessario anticipare gli scenari, stabilire protocolli chiari e mantenere una comunicazione trasparente e coerente in ogni momento.

Una delle chiavi della gestione della comunicazione di crisi è la velocità e l'efficacia della risposta. Un'azione tempestiva e la trasparenza delle informazioni sono essenziali per gestire efficacemente una crisi. Ciò significa essere pronti ad agire immediatamente di fronte a situazioni critiche, fornendo informazioni accurate e aggiornate. Una comunicazione che fluisca armoniosamente aiuta a mantenere la fiducia e la credibilità dell'organizzazione anche in caso di crisi.

La gestione della comunicazione di crisi richiede una comprensione approfondita dei valori e della cultura organizzativa. Pertanto, in questo contesto, la comunicazione dev'essere empatica e immediata. Ciò include l'allineamento dei messaggi e delle azioni dell'organizzazione ai suoi principi fondamentali e ai suoi valori di base.

- ❖ **Qualificazione e professionalità.** È indispensabile potenziare e qualificare professionalmente strutture, strumenti e prodotti informativi. In modo speciale, vanno segnalati:
 - l'Agenzia info Salesiana (ANS) con la rete di corrispondenti nelle Regioni e nelle Ispettorie;
 - i Servizi di relazioni pubbliche, gli uffici stampa, i portavoce;
 - i Bollettini Salesiani;
 - i portali e i siti web;
 - i servizi di documentazione e gli archivi;
 - i notiziari ispettoriali e la molteplice produzione informativa salesiana;
 - le piattaforme e i mezzi tecnologici di comunicazione che permettono maggior rapidità, risparmio economico e di energie, accesso permanente e personale all'informazione.
- ❖ **La politica editoriale.** L'opera educativa di Don Bosco porta l'impronta della sua attività di scrittore ed editore. Come autore ha redatto testi de-

vozionali, formativi, educativi e scolastici. A supporto della sua attività editoriale ha costituito la Società per la diffusione della buona stampa e fondato la Tipografia dell'Oratorio di Valdocco.

Le Editrici salesiane sono imprese inserite nella vita culturale, sociale e politica della gente, in particolare dei giovani degli ambienti popolari. Sono aperte alle culture dei Paesi in cui operano, per comprenderle e incarnare in esse il messaggio evangelico (cfr. Costituzioni, art. 7).

Con la loro attività rendono la Congregazione presente nella società, nella scuola e nella cultura, con un ruolo attivo nel processo di evangelizzazione e catechesi; regolano la propria politica editoriale sul rapporto tra fede e cultura come interpretato dal Magistero; riconoscono l'autenticità dei valori umani, la loro autonomia e rilevanza per la fede; rifiutano ogni forma di integralismo.

Esse sono presenze educative e creatrici di cultura, con particolare attenzione alla dimensione popolare e umanistica, nella linea di Don Bosco e della tradizione educativa e pedagogica salesiana.

Le Editrici salesiane operano nel campo dell'educazione, dell'evangelizzazione, della catechesi, della formazione e dell'istruzione. Esse sono impegnate a favorire l'annuncio del Vangelo, ad accompagnare la scoperta e la maturazione della fede, a facilitare la sintesi fra fede e cultura, a educare al senso critico, estetico, morale, a promuovere l'apertura al religioso.

❖ **Strutture imprenditoriali di comunicazione.** Sull'esempio di Don Bosco, che ha dato stabilità imprenditoriale alla sua attività editoriale, e come richiedono i Regolamenti generali (art. 31), le Editrici salesiane sono impostate su sicure basi giuridiche ed economiche.

Come accade per qualsiasi altra opera dell'Ispettorato, l'Ispettore con il suo Consiglio definisce: la struttura giuridica dell'Editrice, in conformità alle leggi vigenti nel Paese; l'Ente proprietario della medesima; l'oggetto della sua attività; la sua struttura organizzativa, precisando ruoli, competenze, funzioni.

L'Ispettorato esercita altresì il suo costante dovere di controllo e indirizzo. L'Ente proprietario dell'Editrice definisce con documento ufficiale: i valori portanti, le linee guida per le decisioni; le politiche, le azioni, lo scopo, e cioè la ragione fondamentale dell'esistenza dell'Editrice; la missione e gli obiettivi da perseguire.

L'Impresa elabora una strategia significativa e attenta, che permetta di realizzare la missione che le è stata affidata. Attraverso una valutazione dei suoi punti di forza e di debolezza, delle sue risorse finanziarie e umane,

della sua capacità innovativa, identifichi il suo *target* e lo spazio di mercato, il *core business*; elabori il piano strategico, finanziario e di *marketing*; definisca il suo organigramma e mansionario: chi fa che cosa, quando e come.

❖ **I siti web salesiani.** Possiamo individuare tre nuclei di un sito *web salesiano*: l'identità, lo scopo, la natura dello stesso *Web*. L'identità di un sito *web salesiano* è carismatica e istituzionale e può essere così espressa:

- la missione (la salvezza della gioventù); un riferimento a Don Bosco e alla sua figura; il termine "salesiano"; un certo stile ispirato al Sistema Preventivo; il senso di una comunità e il modo in cui si crea una comunità.

Esistono diversi livelli di appartenenza all'identità istituzionale, a seconda del carattere del sito: può essere un sito "ufficiale" della Congregazione, della Regione o di una Ispettorìa, oppure di un'opera, di un settore, di un'attività tipicamente salesiana.

- Elementi concreti come il logo e i diversi *link* aiutano a esprimere quest'appartenenza. Un sito ufficiale dovrebbe includere un *link* al portale della Congregazione.

Un sito *web salesiano* ha sempre come obiettivo quello di dare testimonianza della sua identità cristiana ed evangelizzatrice. Il suo scopo è di animare, formare, educare, informare (notizie, video...), conservare (documenti, immagini, suoni...), pubblicizzare (senza eccessiva autoreferenzialità).

Senza dubbio, lo sviluppo continuo implica vari aspetti: disegno, icone, abilità, interattività, accessibilità, la capacità di gestire siti sempre più complessi in modo semplice, utilizzando gli strumenti oggi disponibili.

❖ **Le radio salesiane e le televisioni.** Sono strutture radiofoniche o televisive che, con stile salesiano, evangelizzano la cultura giovanile e popolare, educando, orientando, informando e coinvolgendo. Tra i loro molteplici scopi, sottolineiamo l'importanza di: promuovere l'associazionismo, la partecipazione dei giovani e delle classi popolari; destare in loro la capacità critica per interpretare e valutare la realtà; diffondere nella società i valori umani e cristiani; implementare programmi educativi, culturali e pastorali, promuovendo la cultura, l'educazione e la religione mediante una programmazione etica e di qualità; diffondere programmi specializzati con un'identità salesiana fondata nel Sistema Preventivo, con creatività, utilizzando apposite risorse; promuovere la vocazione salesiana nelle sue varie espressioni.

Appare pertanto necessario:

- informare, educare, evangelizzare i giovani e le classi popolari utilizzando il linguaggio della radio; produrre e sostenere programmi giovanili, imprese radiofoniche e televisive con stile educativo salesiano, stimolando e coinvolgendo gli stessi giovani; diffondere un'informazione corretta, che offra elementi per una critica costruttiva della società; dare spazio nei nostri messaggi ai temi della giustizia sociale e alle campagne di protezione e promozione dei diritti umani.

È fondamentale per questo: tendere verso la sostenibilità economica delle radio e delle Tv, attraverso un'attenta gestione, il sostegno locale e progetti in rete; preparare professionalmente e formare nel carisma salesiano il personale della radio e della televisione, in modo da garantire la qualità evangelizzatrice del messaggio. A questo scopo occorre programmare periodici incontri di formazione e promuovere in tutti gli ambiti locali e dell'Ispettorato il lavoro condiviso in rete con la Congregazione salesiana e la Chiesa.

- ❖ **I social networks.** Sono una nuova forma di comunicazione. Sono usati prioritariamente per lo scambio di esperienze e opinioni, per comunicare con gli amici e stare in contatto con i conoscenti in una società sempre più Internet-connessa.

Essi esercitano un ruolo fondamentale nella realtà di numerose persone, in quanto rendono possibile conoscere nuove persone e nuovi luoghi, venire a conoscenza degli eventi in modo immediato, entrare in dialogo e creare gruppi con differenti intenzioni e funzioni.

Tramite Facebook, X, Youtube, Whatsapp e molti altri *social media*, vengono creati collegamenti tra persone in tante diverse parti del mondo, cosa che era impossibile immaginare fino a qualche anno fa. Con un solo *click* si può scoprire immediatamente cosa accade a migliaia di chilometri di distanza.

Inoltre, le piattaforme *online* portano grandi vantaggi agli utenti, che diventano consumatori e produttori di informazioni, perché sono virtualmente a disposizione di tutti. Nei *social networks* tutti gli utenti sono creatori, attori, simultaneamente e permanentemente visibili.

- ❖ **La formazione di specialisti salesiani e laici.** È necessario essere consapevoli della priorità della formazione di salesiani e laici specialisti nella comunicazione. Occorre avviare, sostenere e potenziare le aree dell'azione, dell'animazione, della formazione, dell'informazione e della produzione per un'efficace comunicazione a servizio della missione salesiana.

- ❖ **La realizzazione della comunicazione salesiana a livello di Congregazione e di Ispettorie.** A tal fine bisogna considerare le aree di attenzione e di impegno, in modo che l'animazione e la gestione della comunicazione sociale possano compiere la loro missione in modo integrato, convergente e professionale.

16

ORGANIZZAZIONE DELLA COMUNICAZIONE SALESIANA

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

- ❖ **Il Coordinamento generale.** Il coordinamento, l'organizzazione e la promozione della comunicazione sono affidati al Consigliere per la Comunicazione Sociale a livello generale, e al Delegato per la Comunicazione Sociale a livello ispettoriale.

Organizzare significa identificare e strutturare il lavoro da svolgere; definire e attribuire gli incarichi e le deleghe relative; instaurare fra le persone adeguati rapporti per il lavoro in *équipe*, allo scopo di raggiungere i risultati attesi.

L'Ispettore, secondo le indicazioni del Capitolo Generale 23, è tenuto a nominare il Delegato per la Comunicazione Sociale che «assisterà le singole comunità nella promozione delle varie realtà comunicative, presterà il suo servizio ai vari settori di attività, e terrà i rapporti con gli organismi locali, ecclesiastici e civili» (CG23, n. 259).

- ❖ **L'attività di supporto e le sue politiche.** Occorre assicurare la disponibilità e l'adeguata amministrazione del personale, delle risorse e dei servizi necessari per il funzionamento della comunicazione nell'Ispettorìa. Le attività di supporto vanno realizzate d'intesa fra l'economato generale e/o ispettoriale.

La gestione del personale deve prendere in considerazione:

- il sostegno e lo sviluppo delle risorse umane, che permetta di poter contare su personale qualificato, stabile e motivato;

- la formazione costante delle persone per lo sviluppo delle loro potenzialità e per il loro adeguato posizionamento nella struttura di lavoro.

La gestione delle risorse economico-finanziarie e del patrimonio attiene a:

- la disponibilità, l'adeguato impiego e il controllo delle risorse necessarie;
- l'impiego in conformità alle esigenze legali e alle normative giuridiche vigenti della società civile e della Congregazione;
- la professionalità nelle procedure;
- il preventivo economico corrispondente a ciascuno dei piani.

La gestione dei servizi riguarda:

- l'organizzazione e i metodi di lavoro, affinché le strutture organizzative siano costantemente aggiornate e adeguate ai risultati attesi, entro il quadro di riferimento delineato dalle Costituzioni e dai Regolamenti della Congregazione;
- la socializzazione delle esperienze e dei risultati fra i settori e le aree della Congregazione;
- il funzionamento adeguato di sistemi informatizzati, che garantiscono basi sicure e veloci per prendere le decisioni gestionali necessarie al conseguimento dei risultati desiderati dalla comunicazione;
- la disponibilità di un supporto giuridico per assicurare il rispetto della legalità e per garantire la difesa degli interessi della Congregazione in quest'area.

La gestione delle risorse linguistiche e della traduzione deve considerare:

- la salvaguardia della terminologia salesiana sia all'interno che all'esterno;
- la cura di una traduzione fedele e comprensibile dei messaggi del Rettor Maggiore e del suo Consiglio, degli altri organismi di animazione-formazione e di informazione. Per "fedele" si intende fedeltà al linguaggio e al contesto originale, tale tuttavia da favorire la comprensione dei lettori nel loro contesto culturale;
- la promozione di standard utili per i testi editi dalla Direzione Generale.

❖ **Cura della gestione del patrimonio documentale.** Il Settore di Comunicazione Sociale (SCS) cura la gestione del patrimonio documentale della Congregazione, in collaborazione con l'Archivio Salesiano Centrale, attraverso la digitalizzazione di testi, la memorizzazione dei testi (TM), ecc.

Il Delegato di Comunicazione Sociale offre le sue competenze e i suoi consigli all'Archivio Salesiano Centrale e ad altri responsabili, per la gestione del patrimonio documentale della Congregazione.

Il Settore di Comunicazione Sociale, anche in collaborazione con il Segretario Generale e/o il Vicario del Rettor Maggiore, cura il coordinamento del gruppo dei traduttori e offre servizi a sostegno del loro compito.

Il Settore di Comunicazione Sociale promuove linee guida di stile per le varie situazioni, per esempio per la Direzione Generale, o per i traduttori nelle varie lingue.

17

RUOLI E RESPONSABILITÀ PER LA COMUNICAZIONE SALESIANA

LINEE GUIDA PER APPROFONDIMENTI E AZIONI

❖ Il Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale

Compito fondamentale

«Il Consigliere per la Comunicazione Sociale ha il compito di animare la Congregazione in tale ambito. Promuove l'azione nel settore della Comunicazione Sociale e coordina in particolare, a livello mondiale, i centri e le strutture che la Congregazione gestisce in questo campo» (Costituzioni, art. 137).

Come pietra miliare, il Settore per la Comunicazione Sociale fonda i suoi valori nel Vangelo, nella persona di San Giovanni Bosco e nelle fonti di ispirazione del suo Sistema Preventivo, unendosi al Magistero della Congregazione Salesiana.

Per rispondere adeguatamente alla crescente pressione mediatica, diventa rilevante porre l'accento sul cambiamento in atto. Queste nuove esigenze socioculturali, dettate da reali ed evidenti segni dei nostri tempi, devono promuovere un tipo di trasmissione ricca di insegnamenti e principi morali, mettendo in evidenza:

- la fedeltà al carisma salesiano a servizio dei giovani;
- la persona umana, sempre al centro della comunicazione;
- l'invito della Chiesa e della Congregazione ad abitare, evangelizzare ed educare all'interno della cultura digitale con identità salesiana;
- la rilevanza della convergenza nella gestione e nel governo condiviso, della professionalità gestionale e della cultura organizzativa;

- la partecipazione attiva dei laici nella gestione collaborativa a livello educativo, pastorale e amministrativo della comunicazione;
- la mentalità di lavoro in rete, l'utilizzo etico ed educativo dell'Intelligenza artificiale con una visione sinergica e una mentalità *multitasking*, progettuale e convergente.

Compiti specifici

- **Animare e gestire in modo sinodale, organico e inclusivo** la comunicazione istituzionale- informativa, educativa e pastorale, attraverso politiche chiare, processi efficaci, programmazione, realizzazione e verifica dei progetti.
- **Diffondere i valori e la visione della comunicazione salesiana:** porre al centro la priorità della persona e la relativa formazione rispetto ai mezzi, promuovere una visione positiva dell'uomo, valorizzare la comunione fraterna tra gli individui come vocazione, stabilire l'autenticità nella vita personale e comunitaria come fondamento credibile del comunicare.
- **Accompagnare e sostenere la Congregazione Salesiana nel campo della Comunicazione Sociale**, tenendo conto della trasformazione digitale, a servizio della missione, come indicato dai Regolamenti Generali (artt. 31-34).
- **Stimolare la consapevolezza** di essere comunicatore di un'identità salesiana e della fedeltà carismatica. Di norma, questa competenza deve realizzarsi nelle comunità religiose, nei luoghi di missione, attraverso i mezzi di comunicazione tradizionali e digitali (Costituzioni, art. 43).
- **Animare i Direttori e i responsabili** dei centri e delle strutture di comunicazione, al fine di lavorare con una visione educativa, professionale e in rete, mediante l'impiego dei *social network* e dei media.
- **Coordinare le aree di cui si compone il Settore della Comunicazione Sociale:** evangelizzazione, animazione, gestione, comunicazione istituzionale, formazione, produzione, professionalizzazione, lavoro in rete.
- **Promuovere attività di comunicazione e marketing**, al fine di garantire visibilità e coesione che, di fatto, si indirizzano a tutta la comunicazione istituzionale e alla produzione di contenuti nella Congregazione Salesiana.
- **Accompagnare la formazione e l'animazione** dei Delegati di comunicazione, dei Direttori di Centri Comunicazione, di Case Editrici, Bollettino Salesiano, Radio e altre istituzioni.

❖ **Équipe del Settore per la Comunicazione Sociale**

L'*équipe* che compone questo Settore ha ruoli specifici di collaborazione con il Consigliere Generale. In particolare deve:

- contribuire con il Consigliere Generale a promuovere la comunicazione;
- collaborare costantemente con tutto ciò che riguarda gli obiettivi del Settore per la Comunicazione Sociale;
- svolgere gli incarichi attribuiti dal Consigliere a servizio del Settore, quali: l'Agenzia ANS, l'ufficio stampa, il Bollettino Salesiano italiano, i Bollettini Salesiani, il Portale *web*, la documentazione e l'archivio, i servizi di fotografia.

❖ **Consulta Mondiale per la Comunicazione Sociale**

I diversi membri salesiani e laici dell'*équipe*, esperti nelle diverse aree dell'animazione e della formazione, dell'informazione e delle imprese, collaborano permanentemente con il Settore attraverso i loro studi e consigli, rispondendo alle sollecitazioni, ma anche offrendo suggerimenti spontanei con un atteggiamento propositivo.

Il loro contributo si propone in particolare di:

- accompagnare lo sviluppo della comunicazione della Congregazione;
- fare valutazioni, ricerche, studi;
- offrire orientamenti e sussidi per un costante aggiornamento;
- offrire consulenza permanente alla comunicazione della Congregazione, particolarmente al Settore per la Comunicazione Sociale.

❖ **Delegato regionale, nazionale e/o di conferenze**

In stretta collaborazione con la sede centrale e secondo il principio della sussidiarietà, i vari Delegati regionali, nazionali e/o di conferenze si impegnano a:

- promuovere la sinergia e la collaborazione tra le Ispettorie nel campo della comunicazione e delle sue varie attività, con una visione strategica aperta su tutta la missione e la Congregazione;
- realizzare il compito affidatogli dagli statuti, o dalle convenzioni della delegazione regionale o della conferenza;
- mantenere uno stretto collegamento di cooperazione con il Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale e con il Settore;
- promuovere l'elaborazione e l'attuazione di un piano comune di azione e di collaborazione nel Settore della Comunicazione Sociale, in conformità alla programmazione generale della Regione o conferenza.

❖ **L'Ispettore con il suo Consiglio**

All'interno delle singole Ispettorie, l'Ispettore con il suo Consiglio si impegna a:

- promuovere la comunicazione nell'Ispettorìa;
- curare e verificare la qualità della comunicazione all'interno e all'esterno dell'Ispettorìa, tra i confratelli, con i gruppi della Famiglia Salesiana, con le comunità ecclesiali e le istituzioni civili e sociali, tra i gruppi di Ispettorie e con il Consiglio Generale;
- nominare il Delegato ispettoriale per la Comunicazione;
- curare organizzazione, ruoli e funzioni della comunicazione sociale e dell'*équipe* o commissione di comunicazione;
- preparare i confratelli a inserirsi nei circuiti della stampa, del cinema, della radio e della televisione;
- istituire e potenziare i centri editoriali per la produzione e la diffusione di libri, sussidi e periodici, e i centri di emittenza e produzione di programmi audiovisivi, radiofonici, televisivi;
- stabilire i revisori delle pubblicazioni che richiedono la revisione ecclesiastica.

❖ **Il Delegato ispettoriale per la Comunicazione Sociale**

Il Delegato (la Delegata) può essere salesiano o laico/a e ha il compito di promuovere, a nome dell'Ispettore, la comunicazione nell'Ispettorìa:

- l'incarico dovrebbe essere a tempo pieno;
- egli deve lavorare in collaborazione con le diverse *équipe* che costituiscono la struttura, a favore della missione salesiana giovanile, per la sua attuazione nell'Ispettorìa;
- si coordina in modo particolare con i Delegati degli altri Settori;
- d'intesa con l'economista ispettoriale, trovi una sua adeguata funzione di rappresentanza nella gestione delle imprese di comunicazione dell'Ispettorìa;
- collabora all'elaborazione e all'applicazione del Piano Ispettoriale di Comunicazione Sociale;
- secondo le possibilità, anima e accompagna coloro che sono coinvolti nella comunicazione dell'Ispettorìa: il Consiglio ispettoriale, le comunità salesiane, i referenti locali per la comunicazione, le diverse aree di azione della comunicazione;
- coadiuva nella formazione permanente dei confratelli nel campo della comunicazione;

- lavora in rete con i diversi responsabili a ogni livello nell'Ispettorìa per coordinare le azioni, sottolineando i criteri salesiani elencati nella prima parte di questo sussidio: nell'elaborazione e nell'applicazione dei piani ai diversi livelli ispettoriali e locali, nella promozione dei processi e nell'esecuzione dei programmi e delle attività di formazione, di informazione e produzione, collaborando con l'*équipe* o la Commissione ispettoriale della Pastorale Giovanile;
- ha una presenza negli organismi di animazione delle opere di produzione della comunicazione sociale;
- è indispensabile che il Delegato abbia una visione d'insieme che permetta di fare interventi ben mirati per assicurare equilibrio e sintonia tra l'informazione salesiana locale e l'informazione a livello mondiale nelle aree seguenti: ANS (Agenzia info Salesiana), informazione locale (corrispondenti), produzione e diffusione dell'informazione all'interno dell'Ispettorìa e della Famiglia Salesiana.

❖ **Équipe (Commissione ispettoriale o altro) di Comunicazione Sociale**

Per sostenere e contribuire allo sviluppo e al funzionamento della comunicazione all'interno di ogni Ispettorìa, è bene formare una *équipe* che si occupi di:

- contribuire con il Delegato e l'Ispettorìa al compito di promuovere la comunicazione;
- lavorare come *équipe* nel Sistema, e collaborare costantemente con tutto quanto riguarda la missione nel Settore della Comunicazione Sociale;
- contribuire alla redazione e all'applicazione del Piano ispettoriale di animazione-formazione-consulenza nel Settore della Comunicazione Sociale;
- contribuire al lavoro del Delegato con l'informazione, lo studio, la condivisione, la progettazione e la sperimentazione;
- assumere gli incarichi affidati dall'Ispettore o dal Delegato per la gestione delle varie attività, o la partecipazione a eventi e organismi di comunicazione;
- valorizzare la comunicazione a favore dell'educazione ed evangelizzazione dei giovani e del ceto popolare.

❖ **Ufficio stampa, Équipe e produzione**

È importante organizzare un ufficio stampa che si preoccupi di:

- sviluppare un contatto attivo e positivo con strutture, persone e mezzi di comunicazione presenti sul territorio;
- curare l'immagine salesiana, sul piano della qualità e della quantità, la significatività della presenza nei *mass media* e nello spazio della stampa;
- partecipare agli incontri del Sistema ai diversi livelli, regionale o di conferenza e mondiale, contribuendo sempre più all'instaurarsi di sinergie dentro la Congregazione;
- coordinarsi con gli organismi ecclesiastici, religiosi, governativi e civili che si occupano di comunicazione.

❖ **Coordinatore locale di Comunicazione Sociale**

Ogni realtà e opera locale deve curare, organizzare e coordinare attentamente i propri interventi nel settore della comunicazione. Si metterà particolare attenzione per:

- promuovere la comunicazione nell'opera locale;
- partecipare operativamente all'interno dell'*équipe* di Pastorale Giovanile in tutta l'attività che riguarda l'educazione dei giovani;
- interagire con gli incaricati degli altri Settori per un'attività ben coordinata dell'opera locale;
- collaborare all'elaborazione e all'attuazione del Piano locale di Comunicazione Sociale;
- animare quanti cooperano alla comunicazione nell'opera: il consiglio della comunità educativa, la comunità salesiana, la commissione locale per la comunicazione, le diverse aree di attività di comunicazione;
- accompagnare l'elaborazione e l'applicazione dei piani nella promozione dei processi e nella realizzazione di programmi e attività di formazione, di informazione e di produzione;
- far funzionare il polo locale dell'informazione salesiana: promuovere la produzione e la diffusione dell'informazione all'interno dell'opera e della Famiglia Salesiana, curare gli strumenti come i Notiziari locali e altri prodotti specifici;
- accompagnare l'azione dei corrispondenti locali;
- orientare la gestione del sito *web*, l'attività dell'ufficio stampa;
- mantenere un contatto attivo e positivo con strutture, persone e mezzi di comunicazione presenti sul territorio;
- promuovere l'immagine salesiana con massima attenzione alla qualità e alla quantità, la significatività della presenza nei *mass media* e nello spazio della stampa;

- fornire all'ANS (Agenzia info Salesiana), in ambito ispettoriale e mondiale, le informazioni locali e collocare intelligentemente nel territorio l'informazione prodotta.

❖ **Agenzia ANS (Agenzia info Salesiana)**

Gli scopi principali dell'Agenzia preposta all'informazione e alla comunicazione da parte dei Salesiani sono:

- produrre informazione salesiana per alimentare i mezzi salesiani di informazione e collocare i suoi prodotti presso i mezzi di informazione sociale, al servizio della missione salesiana;
- essere a disposizione dei differenti organi della Congregazione (Rettor Maggiore, Consiglio Generale, Settori, Ispettorie, ecc.) per aiutarli a utilizzare efficacemente l'informazione e la comunicazione come mezzo per conseguire i propri obiettivi di animazione e di governo;
- mettere in contatto, mediante l'informazione sulle sue distinte realtà, i membri della Congregazione sparsi per il mondo e i diversi gruppi della Famiglia Salesiana;
- raccogliere le provocazioni della realtà e aiutare la Congregazione, la Famiglia Salesiana e la società a leggerle e a interpretarle secondo la missione salesiana;
- contribuire alla qualità dei mezzi informativi della Congregazione e dei gruppi della Famiglia Salesiana. L'Agenzia intende svolgere un servizio finalizzato a valorizzare i loro contenuti e la loro presentazione;
- far conoscere le realtà della Congregazione e della Famiglia Salesiana nel mondo, offrendo informazioni su fatti rilevanti ai *media* vicini alla Chiesa e, in generale, ai mezzi di informazione sociale;
- far emergere nel mondo i problemi della gioventù e dell'educazione, elaborando e distribuendo informazioni;
- comunicare in linea con le nuove scienze e metodologie della cultura digitale e delle tecnologie di informazione.

L'Agenzia ANS agisce su due livelli:

Mondiale: a Roma, e in intima collaborazione con gli organi direttivi della Congregazione e della Famiglia Salesiana, il centro dell'Agenzia stabilisce i contatti necessari con le Agenzie internazionali, le basi di dati mondiali, il Vaticano e tutto l'insieme delle comunità salesiane. Tutti i prodotti di carattere mondiale, sia interni che esterni, sono realizzati dal centro, che li distribuirà direttamente ai clienti o li invierà ai Delegati ispettoriali, perché essi li "collochino" presso i mezzi informativi nazionali.

Ispettoriale: il Delegato ispettoriale (corrispondente ispettoriale) per la comunicazione sociale, in piena collaborazione con gli organi dirigenti ispettoriali, stabilisce contatti con le agenzie e i mezzi di informazione nazionali, con l'ufficio stampa della Conferenza Episcopale e con le comunità salesiane della sua Ispettorìa.

Il Delegato (personalmente o tramite altro corrispondente) trasmette al centro dell'Agenzia tutte quelle informazioni dell'Ispettorìa che siano di interesse della stessa e, secondo un proprio criterio e d'accordo con la politica informativa, "colloca" presso le Agenzie e i mezzi nazionali le informazioni o i prodotti informativi che siano pervenuti dall'Agenzia.

Inoltre il Delegato, come responsabile nei confronti dell'Agenzia, elabora e distribuisce ai mezzi di informazione esistenti nella sua zona quell'informazione salesiana che è di interesse locale. Collaborano con il Delegato gli informatori, salesiani o membri della Famiglia Salesiana, delle diverse presenze (corrispondenti locali).

Cura, inoltre, la produzione e la spedizione dei prodotti di ANS, come: ANSfoto, il mensile stampato, il Sito ANS e altri prodotti a seconda delle necessità.

❖ **Ufficio Stampa ANS**

L'ufficio stampa ANS deve in particolare:

- mantenere i contatti con le agenzie di informazione, i mezzi di comunicazione e il grande pubblico; farsi portavoce dell'attenzione ai problemi giovanili ed educativi;
- curare e difendere l'immagine della Congregazione e dell'attività salesiana. L'ufficio stampa si caratterizza come un servizio all'interno di ANS;
- organizzare e aggiornare una banca dati sulla realtà salesiana, sulla situazione giovanile e sull'educazione;
- accompagnare l'informazione corrente sui mezzi di comunicazione in tutto ciò che riguarda la missione salesiana, trasmettere l'informazione agli immediati interessati a livello interno e interagire su questi aspetti con gli stessi mezzi;
- stabilire contatti con le agenzie e in particolare con i giornalisti per informare sulla missione salesiana e mobilitarli a favore dell'educazione della gioventù;
- curare l'organizzazione di ruoli e funzioni;
- gestire il piano di comunicazione e di *marketing* dell'immagine della Congregazione o dell'Ispettorìa;

- organizzare i rapporti dei dirigenti della Congregazione ai diversi livelli con i *media* e viceversa.

Una particolare attenzione va posta nei confronti delle relazioni pubbliche.

Per questo è necessario:

- gestire le relazioni ufficiali del Rettor Maggiore e del suo Consiglio con la Congregazione e di questa con l'esterno, a livello generale, e dell'Ispettore e del suo Consiglio a livello ispettoriale.

Il Rettor Maggiore mantiene la responsabilità – che in casi particolari potrà delegare al suo Vicario, al Segretario Generale, al Portavoce ufficiale o ad altri – delle relazioni ufficiali del Consiglio con la Congregazione e di questa con l'esterno, in particolare le relazioni con la Sede Apostolica, con l'Unione Superiore Generali (USG), con altri Istituti e Congregazioni, con altre istituzioni e organismi sia in campo ecclesiale che civile, soprattutto per dichiarazioni o prese di posizione da parte della Congregazione;

- l'Ispettore con il suo Consiglio definisca il funzionamento di quest'istanza a livello ispettoriale, in collaborazione con l'Ufficio Stampa.

❖ **Il Bollettino Salesiano**

Il Bollettino Salesiano (BS) è una rivista in funzione della missione, rivolta all'opinione pubblica più che all'istituzione. Questo implica la capacità di collocarsi nella realtà che gli uomini e la Chiesa vivono oggi e di offrire una lettura salesiana dei fatti, soprattutto di quelli che riguardano la gioventù e l'educazione.

Il Bollettino Salesiano viene redatto secondo le direttive del Rettor Maggiore e del suo Consiglio in varie edizioni e lingue come organo di tutta la Congregazione Salesiana, e non come organo particolare per ciascuna regione. Le numerose edizioni nazionali o regionali hanno lo scopo di incarnare nelle diverse aree culturali i valori dell'unica vocazione salesiana.

I principali obiettivi del Bollettino Salesiano sono:

- diffondere lo spirito di Don Bosco;
- far conoscere l'opera salesiana e le sue necessità;
- collegare e animare i diversi gruppi della nostra Famiglia;
- promuovere le vocazioni;
- far crescere il movimento salesiano, incoraggiando la collaborazione nella missione.

❖ **Il Portale web**

Il Portale web della Direzione Generale si caratterizza come una "piattaforma" per la navigazione in Internet, con offerte di vari siti con scopi pre-

cisi, di strumenti e di servizi quali: la scelta di varie lingue, il motore di ricerca, l'area riservata/Intranet, *links*, *chat*... e un'informazione specializzata per l'educazione e l'evangelizzazione giovanile. Appare evidente la necessità di gestire le risorse Internet come spazio di informazione, formazione, condivisione, a servizio del progetto di animazione e di governo della Congregazione, come fonte di informazione sul carisma salesiano e come strumento per la mobilitazione della società a favore della gioventù. Per quanto riguarda la gestione e lo sviluppo del Portale web, il Settore per la Comunicazione Sociale si occupa della gestione del Portale della Direzione Generale:

- facilitando l'interazione tra il centro e le Ispettorie, e l'aggiornamento dei diversi siti salesiani;
- mantenendo una struttura adeguata di persone e mezzi tecnologici per un funzionamento interattivo;
- formando le persone per l'interazione;
- giocando un ruolo di animazione con gli altri *webmaster* salesiani nel mondo;
- collegandolo con le reti sociali e l'Intelligenza artificiale.

❖ **La Documentazione e l'Archivio**

Nell'Archivio si raccoglie la documentazione "storica", cioè il materiale non più in uso o direttamente consultabile, ma disponibile su richiesta. Al riguardo occorre notare che:

- lo scopo di questo Archivio è di raccogliere, conservare e rendere disponibile la documentazione sul carisma, sull'esperienza e sull'opera salesiana;
- a livello generale, la responsabilità dell'Archivio Salesiano Centrale (ASC) è assegnata al Segretario Generale;
- funziona in accordo con il Regolamento dell'Archivio Centrale.

❖ **L'Archivio fotografico**

Con particolare attenzione all'Archivio fotografico, si ricorda che:

- è lo spazio (fisico e immateriale) dove si conservano le fotografie e la documentazione filmica, storica e corrente;
- l'incarico di questo Archivio mette a disposizione il materiale per le pubblicazioni di comunicazione e per varia documentazione;
- il Settore per la Comunicazione Sociale gestisce anche l'Archivio del Settore e dei suoi vari servizi (ANS, BS, Portale), come banca dati e come documentazione di consultazione corrente attuale;
- il Settore per la Comunicazione Sociale può offrire le sue competenze specifiche sia al Segretario Generale, sia ai responsabili delle diverse

sezioni dell'Archivio Salesiano Centrale, per quanto riguarda le politiche e le strategie di conservazione, soprattutto quelle che coinvolgono aspetti tecnici e digitali.

❖ **Il Notiziario ispettoriale**

È bene che si continuino a produrre in modi diversi e adatti alle singole situazioni i Notiziari ispettoriali con lo scopo di:

- far circolare tra le comunità salesiane e le comunità educative e nella Famiglia Salesiana l'informazione salesiana utile alla comunione, alla condivisione di esperienze, alla crescita del senso di appartenenza e al rinnovamento;
- produrre informazione al servizio del piano di animazione dell'Ispettorìa, riguardo ai differenti settori dell'organizzazione educativo-pastorale.

❖ **I Centri di Formazione**

I Centri di Formazione alla comunicazione, presenti e gestiti nelle realtà della Congregazione, hanno profili diversi: universitari (accademici) o informali (con programmi di formazione vari nella forma e nei tempi). Essi devono:

- contribuire alla missione salesiana formando docenti, ricercatori, esperti e operatori nel campo della Comunicazione Sociale, integrando armonicamente le conoscenze teoriche con le competenze operative;
- essere orientati da uno specifico progetto educativo-pastorale salesiano e da piani di azione che rispondano alle necessità concrete di tutti gli utenti, integrandosi nel Progetto Organico Ispettoriale (POI).

❖ **Il Settore per la Comunicazione promuove la formazione alla comunicazione**

Il Settore per la Comunicazione promuove la collaborazione vicendevole dei Centri di Formazione alla comunicazione con le seguenti linee di azioni o strategie:

- lavorare in armonia con i Settori per la Formazione e per la Pastorale Giovanile;
- ricercare elementi di conoscenza e rapporti di collaborazione tra le Facoltà di Comunicazione delle Istituzioni Universitarie Salesiane e i diversi Centri di Formazione;
- dare una risposta formativa alla domanda di educazione alla comunicazione e alla formazione dei salesiani e dei professionisti laici.

REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

- 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.

INDICE

Presentazione	3
Premessa al nuovo documento	7
Fonti salesiane	10
Documenti della Chiesa	10
Sigle e abbreviazioni.....	12
❖ CAPITOLO I	
La genesi della comunicazione di Don Bosco	13
❖ CAPITOLO II	
La comunicazione come fenomeno umano e culturale	16
A – La dinamica umana e tecnologica nel digitale	18
❖ CAPITOLO III	
Comunicare con discernimento e sinodalità.....	23
❖ CAPITOLO IV	
La comunicazione amichevole che nasce dall’amore di Dio per noi	26
❖ CAPITOLO V	
Gesù Cristo comunica amichevolmente in nome del Padre	31
❖ CAPITOLO VI	
Dio continua a comunicare con l’umanità attraverso la Chiesa	35
❖ CAPITOLO VII	
Maria, esempio di comunicatrice	38
❖ CAPITOLO VIII	
San Francesco di Sales: tutto per amore	40
❖ CAPITOLO IX	
Abitare amichevolmente la cultura digitale oggi.....	42
❖ CAPITOLO X	
Il rapporto tra la comunicazione e l’azione educativa ed evangelizzatrice	48

A – La comunicazione si attua a partire dal dialogo tra evangelizzazione ed educazione	51
B – La comunicazione in dialogo con la cultura	54
C – Un approccio interdisciplinare per dialogare con il digitale	55
D – La comunicazione come Famiglia Salesiana e in rete con i laici ...	57
E – La metodologia della comunicazione salesiana	59
❖ CAPITOLO XI	
Il Sistema Preventivo come spinta pastorale e comunicativa	63
A – Il Sistema Preventivo come spiritualità salesiana e sorgente per la comunicazione	66
B – Comunicare nell’ecosistema digitale a partire dal Sistema Preventivo	68
❖ CAPITOLO XII	
L’antropologia cristiana, fonte per un’etica della comunicazione	73
A – L’umanizzazione della comunicazione	75
B – Cura dell’umano comunicativo	78
❖ CAPITOLO XIII	
Il cuore e l’identità del comunicatore salesiano	81
❖ CAPITOLO XIV	
Linee Guida per la comunicazione salesiana	86
❖ CAPITOLO XV	
Gestione e governo	93
❖ CAPITOLO XVI	
Organizzazione della comunicazione salesiana	103
❖ CAPITOLO XVII	
Ruoli e responsabilità per la comunicazione salesiana	106
Referenze bibliografiche	117



La Congregazione Salesiana, nelle sue diverse aree di intervento, si pone l'obiettivo di rimanere sempre al passo con i tempi. Un atteggiamento che negli anni ci ha portato alla continua ricerca di un dialogo tra fede e scienza, tra Vangelo e cultura giovanile, tra Sistema Preventivo e mondo digitale.

Come educatori dei giovani, stiamo rispondendo alle sfide e alle opportunità della cultura digitale attraverso una profonda riflessione sulla comunicazione e l'impiego delle svariate tecnologie dell'informazione, di Internet, delle reti sociali e da ultimo dell'attualissima Intelligenza artificiale.

Partendo dai valori del Vangelo e del Sistema Preventivo, insieme ai laici e agli educatori, vogliamo parlare di questa realtà ascoltando le nuove generazioni, accompagnando gli adolescenti e i giovani nei loro mondi *social*, alla ricerca di nuovi linguaggi e di nuove vie per educarli all'amore, al senso della vita e della responsabilità, alla costruzione del loro progetto di vita.

