

NUOVI SCENARI DI EVANGELIZZAZIONE

Media Digitale e Consacrazione.



Schema dell'Unità 1

Lezione1.

Che cos'è la
comunicazione istituzionale?

Lezione 2.

Sicurezza Internet e
Social Media

Lezione 3.

Rapporto tra
Evangelizzazione e Media

1. Che cos'è la comunicazione istituzionale?

- Che cos'è la comunicazione istituzionale
- All'interno dell'istituzione
- All'esterno dall'organizzazione

Scopri IL NOSTRO SITO

La nostra spiritualità ci apre ai mille volti e ai mille colori della vita.





Che cos'è la comunicazione istituzionale

- Il “processo che tradurre l'identità in immagine” (Dolphin), affermando che la comunicazione istituzionale funziona quando identità ed immagine coincidono.
- La propria immagine pubblica consiste nella coerenza tra la concordanza dell'essere, **pensare, agire e dire**
- Tutti questi elementi formano la verità di una istituzione che si riflette poi nelle su immagine, plasmate sul **discorso, parole, argomenti, e riflessioni.**

Definizione

“Comunicazione realizzata in modo organizzato da un’istituto o dai suoi rappresentanti e **diretta alle persone** e ai gruppi dell’ambient sociale in cui svolge la sua attività. Essa ha come **obiettivo** stabilire **relazioni di qualità** tra l’istituzione e il pubblico con cui si relaziona, acquisendo una adeguata **notorietà** sociale e un’immagine pubblica adeguata ai suoi **fini e attività**.”

(Prof. Jose M. La Porte)

Distinzione

Comunicazione
dell'organizzazione (funzione) –
Cultura, atteggiamento

Organizzazione della
comunicazione – Struttura
(Come?) **Azione**

All'interno dell'istituzione

VITA NOSTRA
INTERACTIVA
NEWS FROM THE MISSION
Suore Missionarie Comboniane



CCM
Centro Comunicazione Missione



Conoscere la propria identità



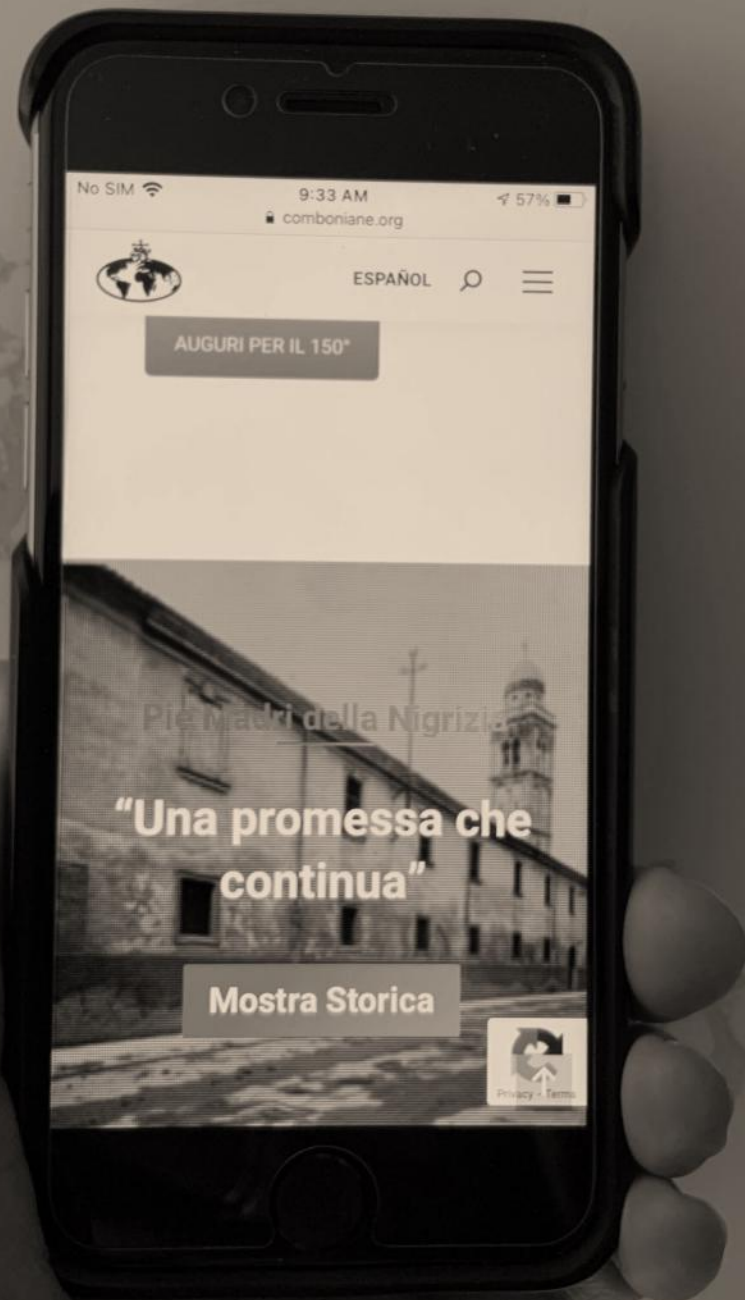
Incarnare l'identità nella cultura



Elaborare un discorso

Conoscere la propria identità

- Affinché un'organizzazione possa comunicare, deve essere chiaro quello che essa pensa di sé stessa.
- Questa auto-conoscenza viene plasmata attraverso dei testi, statuti, atti capitolari, dottrina che manifesta questa visione intellettualmente condivisa, per esempio, riflessione sul carisma, ministerialità, ecc.
- Quindi, conoscere la propria identità ci porta a fare memoria viva che nutre l'autoconoscenza e se manifesta attraverso una visione intellettuale condivisa.



Incarnare la propria identità nella cultura

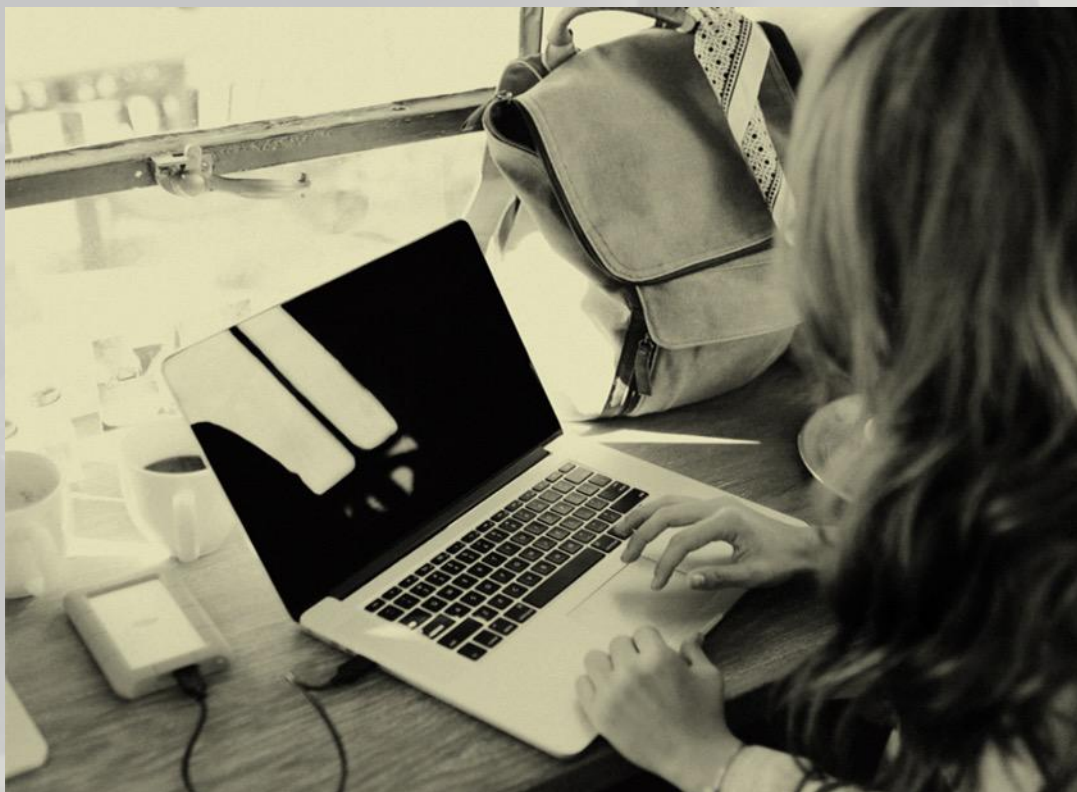
- Questa visione condivisa non rimane sulla carta, o sul sito web ma si plasma nella vita, nell'insieme delle azioni, che costruiscono la cultura dell'istituzione
- Significa riflettere sul modo di lavorare, di organizzarsi, nelle sue attività.
- Per comunicare, per tanto, è necessario conoscersi, poi, agire secondo la propria identità, e dopo manifestarla nelle azioni che esprime l'identità e la cultura in un discorso.

Elaborare un discorso

- Per fare il percorso tra identità-azione, tra azione-parola.
- Significa riflettere sul modo di lavorare, di organizzarsi, nelle sue attività.
- Esprime l'identità e la cultura in un discorso, in parole, riflessioni compressibili agli altri con la finalità di comunicare.
- Per tanto, per comunicare, l'istituzione deve pubblicare ragione sul proprio essere e sul proprio agire; attraverso un discorso comprensibile che situa nel suo contesto l'esperienza religiosa che viene, a sua volta, espressa nel significato delle azioni, i motivi e finalità.



All'esterno dell'organizzazione



Merita credibilità



Dimostrare rilevanza



Trasmettere empatia

Merita credibilità

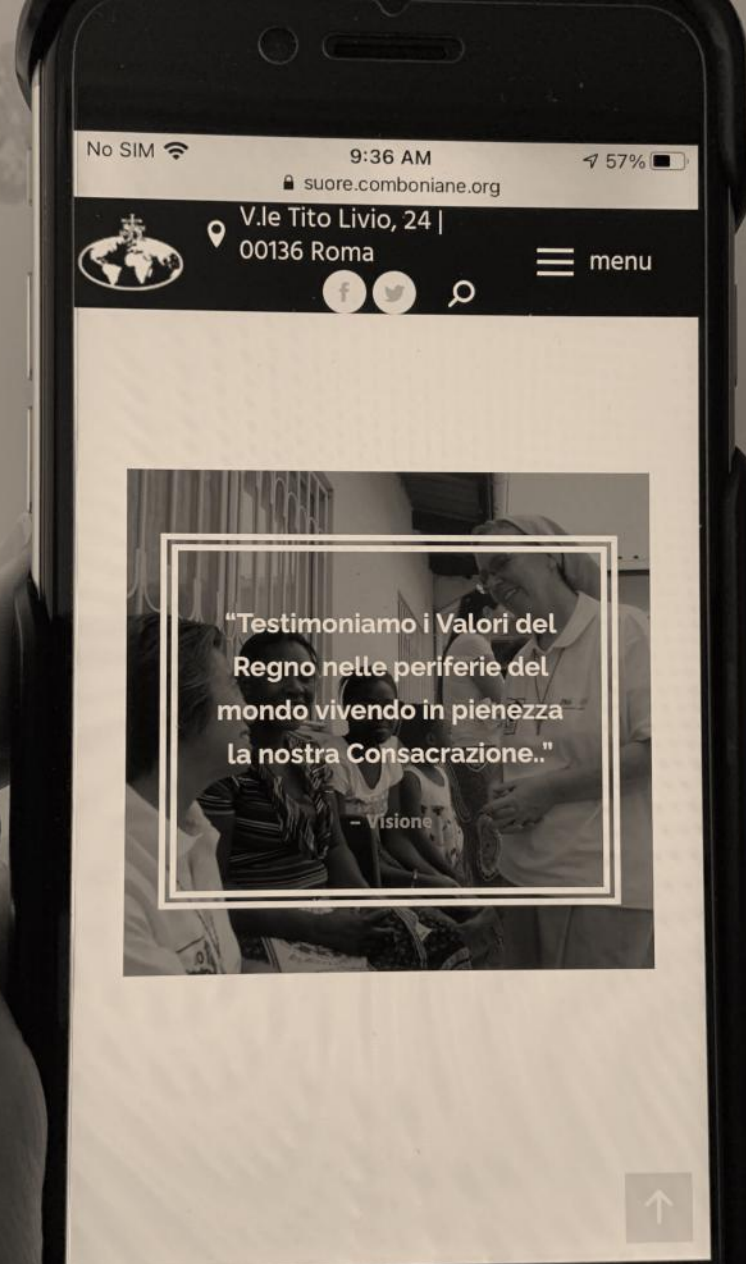
- Un destinatario accetta un messaggio soltanto quando l'organizzazione che lo propone è credibile, messaggio basato sulla veridicità e sull'integrità morale come base del processo di comunicazione.
- Tutti sappiamo che un'istituzione non può imporre il proprio prestigio: deve guadagnarselo con le azioni socialmente responsabili.
- Nessuno avalla sé stesso (autoreferenzialissimo).





Dimostrare rilevanza

- Non basta un discorso chiaro e credibile deve essere anche significativo, deve portare qualcosa di nuovo, di interessante a chi ascolta.
- In base a questa distinzione le istituzioni limitano le loro possibilità di comunicare quando si trasformano in auto-referenziali, quando parlano solo di sè stesse, e ignorano i problemi della società in cui vivono.



Trasmettere empatia

- Un'istituzione deve contribuire con le sue azioni al bene comune, non può cercare unicamente il bene particolare.
- L'interlocutore deve notare che l'istituzione si fa carico della situazione delle persone del suo ambiente, ascolta le loro ragioni, comprende i loro problemi e cerca di fare qualcosa per risolverli.



Riassunto della prima lezione

- Il “processo che tradurre l’identità in immagine”
- Questo movimento che va dall’identità alla cultura e dalla cultura al discorso, richiede una armonia e consistenza nell’ambito “interno”. Armonia tra ciò che l’istituzione è, ciò che pensa di sé stessa e, ciò che fa e dice.
- Per raggiungere questo obiettivo la consistenza diventa il principale criterio di valutazione della comunicazione interna.



Riassunto della prima lezione

- Credibilità, rilevanza ed empatia configurano l'ambito "esterno" della comunicazione dell'organizzazione.
- Il criterio per valutare l'efficacia di questi ambiti parte dalla parola fiducia. Quando un'istituzione merita la fiducia dei suoi interlocutori, la comunicazione si sviluppa senza ostacoli e l'immagine riflette l'identità, senza deformazioni.