

DIREZIONE GENERALE OPERE DON BOSCO
Dicastero per la Comunicazione Sociale
SISTEMA SALESIANO
DI COMUNICAZIONE SOCIALE
Linee Orientative per la Congregazione Salesiana

Seconda Edizione

Roma – 2011

Editrice S.D.B

Edizione extra commerciale

Direzione Generale Opere Don Bosco

Via della Pisana, 1111- 00163 Roma – Bravetta

Casella Postale 18333 - www.sdb.org

SIGLE E ABBREVIAZIONI

ACG – Atti del Consiglio Generale

ANS – Agenzia iNfo Salesiana

ASC – Archivio Salesiano Centrale

BS – Bollettino Salesiano

C. – Costituzioni

CG – Capitolo Generale

DCS – Dicastero della Comunicazione Sociale

F/LOSS – Free/Libre and Open Source Software

MB –

Memorie Biografiche

PAS – Piano di Azione del Settore

PICS – Piano Ispettoriale di Comunicazione Sociale

POI – Progetto Organico Ispettoriale

R. – Regolamenti

SPS –

Scritti Pedagogici e Spirituali

SSCS – Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale

PARTE I SSCS 7

1. PREFAZIONE 9

2. COMUNICAZIONE 12

2.1 Che cos'è comunicazione? 12

2.2 Gesù nostro modello come Perfetto

Comunicatore 12

2.3 Don Bosco nostro ispiratore 13

2.4 S. Francesco di Sales, pastore zelante e

dottore della carità 14

3 UN GLOSSARIO DI TERMINI 15

4 VISIONE E MISSIONE 19

4.1 Introduzione 19

4.2 La visione di Don Bosco 19

4.3 La visione dinamica della Congregazione 20

4.4 La missione 21

4.4.1 Le convinzioni e i valori 21

4.4.2 Criteri importanti della comunicazione salesiana 22

5 OBIETTIVI STRATEGICI 25

5.1 Destinatari, beneficiari, protagonisti e le loro necessità 25

5.1.1 Le necessità dei giovani: 25

5.1.2 Le necessità degli ambienti popolari e delle missioni: 25

5.1.3 Le necessità dei salesiani: 25

5.1.4 Le necessità della Congregazione: 26

5.1.5 Le necessità dei corresponsabili laici: 26

5.1.6 Le necessità della Famiglia Salesiana: 26

5.1.7 Le necessità della Chiesa e della società: 26

5.2 Risultati desiderati 27

5.3 I soggetti 27

5.4 Le aree di azione del Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale 28

5.4.1 Animazione 28

5.4.2 Formazione 28

5.4.3 Informazione 28

5.4.4 Produzione 28

6 POLITICHE 29

6.1 La politica comunicativa della Congregazione 29

6.2 Linee politiche per le aree di azione 30

6.2.1 Animazione 30

6.2.2 Formazione 31

Indice 6.2.3 Informazione 32

6.2.4 Produzione 33

6.2.4.1 Imprese editoriali 33

6.2.4.2 I siti web salesiani 34

6.2.4.3 Radio salesiana 35

6.3 diversi processi e linee politiche 36

6.3.1 Processi fondamentali 36

6.3.2 La progettazione e le sue politiche 38

6.3.3 Lo sviluppo e le sue politiche 38

6.3.4 La promozione e le sue politiche 38

6.3.5 Attività di supporto e le sue politiche 39

7 ORGANIZZAZIONE RUOLI E FUNZIONI 41

7.1 SSCS Organizzazione 41

7.1.1 Diagramma dell'organizzazione 41

7.2 Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale 42

7.2.1 Ruolo: 42

7.2.1.1 Dettaglio del ruolo: 42

7.3 Équipe del Dicastero per la Comunicazione sociale 42	7.14 Il Portale Web 49
7.3.1 Ruolo: 42	7.14.1 Ruolo: 49
7.3.1.1 Dettaglio del ruolo: 42	7.14.1.1 Funzionamento: 49
7.4 Consulta Mondiale 43	7.15 La Documentazione e l'archivio 49
7.4.1 Ruolo: 43	7.15.1 Ruolo: 49
7.4.1.1 Dettaglio del ruolo: 43	7.15.1.1 Funzionamento: 49
7.5 Delegato regionale, nazionale e/o di conferenze 43	7.16 Il Notiziario Ispettoriale 50
7.5.1 Ruolo: 43	7.16.1 Ruolo: 50
7.5.1.1 Dettaglio del ruolo: 43	7.16.1.1 Funzionamento: 50
7.6 L'Ispettore con il suo Consiglio 43	7.17 I Centri di Formazione 50
7.6.1 Ruolo: 43	7.17.1 Ruolo: 50
7.6.1.1 Dettaglio del ruolo: 43	7.17.1.1 Funzionamento: 50
7.7 Il Delegato ispettoriale per la Comunicazione Sociale 44	Parte II Orientamenti per la formazione dei Salesiani in comunicazione sociale: 51
7.7.1 Ruolo: 44	Contenuti e metodologie per le varie fasi formative
7.7.1.1 Dettaglio del ruolo: 44	INTRODUZIONE 53
7.8 Équipe (Commissione ispettoriale o altro) di Comunicazione Sociale 45	Destinatari 53
7.8.1 Ruolo: 45	Obiettivo 53
7.8.1.1 Dettaglio del ruolo: 45	Livelli di formazione 53
7.9 Coordinatore locale di CS 45	Descrizione di ogni fase formativa 54
7.9.1 Ruolo: 45	1. PRENOVIZIATO 56
7.9.1.1 Dettaglio del ruolo: 45	2. NOVIZIATO 57
7.10 Agenzia ANS (Agenzia iNfo Salesiana) 46	3. POSTNOVIZIATO 58
7.10.1 Ruolo: 46	4. TIROCINIO 59
7.10.1.1 Funzionamento: 46	5. FORMAZIONE SPECIFICA 60
7.11 Ufficio Stampa 47	6. FORMAZIONE PERMANENTE 61
7.11.1 Ruolo: 47	Parte III ALLEGATI 63
7.11.1.1 Funzionamento: 47	ALLEGATO 1: Dall'introduzione all'edizione originale del SSCS 65
7.12 Relazioni Pubbliche 48	ALLEGATO 2: La Comunicazione Sociale nei documenti della Congregazione 68
7.12.1 Ruolo: 48	ALLEGATO 3: Messaggio del Santo Padre Benedetto XVI per la XLIII Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali 71
7.12.1.1 Funzionamento: 48	INDICE ALFABETICO 74
7.13 Il Bollettino Salesiano 48	
7.13.1 Ruolo: 48	
7.13.1.1 Funzionamento: 48	

Parte I SSCS “Le nostre pubblicazioni tendono a formare un sistema ordinato, che abbraccia su vasta scala tutte le classi che formano l’umana società” (Don Bosco, Lettera circolare sulla diffusione di buoni libri, 19 marzo, 1885).

Cari confratelli salesiani, amiche e amici della Comunicazione Sociale, Tutto cambia, solo Dio rimane sempre. Attualmente, nella nuova epoca della Comunicazione, questo è più evidente che mai. Le nuove tecnologie non solo si sono evolute, ma hanno influito notevolmente sulla cultura: il modo di mettersi in relazione con Dio, con gli altri e con la natura, il modo di gerarchizzare i valori, di produrre, distribuire e acquistare beni, il modo di dar senso e riempire la vita. Per questo il Papa Benedetto XVI ha intitolato il suo messaggio per la Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali del 2009: “Nuove Tecnologie, nuove relazioni”. Egli, poi, nei suoi messaggi, ha cominciato a parlare di un ‘Nuovo Continente’. Di qui l’urgenza di aggiornare il Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale (SSCS), la cui ultima edizione ha visto la luce sei anni or sono con il mio predecessore, adesso Mons. Tarcisio Scaramussa, e con il personale di Comunicazione di quel tempo, gran parte del quale continua con il proprio impegno in questo settore.

Il lavoro di aggiornamento ci ha richiesto due anni di incontri, riflessione e sintesi con le persone della Congregazione più impegnate nel campo della Comunicazione: i membri del Dicastero, i Delegati Ispettoriali e le loro équipes, i direttori di editrici e tipografie, di radio e TV, di Bollettini salesiani e di presenze multimediali, di webmaster e anche della Consulta Mondiale per la Comunicazione Sociale. La qualità della riflessione, la varietà della partecipazione e la rappresentatività delle Regioni è fuori dubbio. A tutti un grazie per il grande senso di appartenenza alla Congregazione e per la corresponsabilità manifestata a favore di questo settore che, in sinergia con gli altri, porta avanti la missione salesiana. A tutti congratulazioni, perché il documento riflette la loro vita, le loro convinzioni, la loro preparazione, la loro esperienza: è quindi opera di tutti e ci appartiene.

Il nome è stato conservato, come anche i concetti fondamentali, anche se la struttura è cambiata rispetto alla prima edizione. Ecco perché parliamo di aggiornamento, non di rivoluzione! Ciò malgrado ci sono alcune tematiche trasversali a tutto il documento che, oltre ad aggiornarlo, gli immettono novità e cercano di promuovere una nuova mentalità nella Congregazione: una prospettiva che dà impulso alla sinergia dei settori della Congregazione incentrati nella missione comune, la priorità della formazione dei salesiani, dei collaboratori e dei giovani alla comunicazione, una consistente partecipazione di laici e laiche in un campo che è loro naturale, una presentazione di principi e criteri necessari per l’unità che richiedono una adeguata e flessibile applicazione locale e, finalmente, una visione e applicazione del SSCS come ecosistema.

Il primo elemento significativo e trasversale è quello manifestato dalla ricca partecipazione di rappresentanti dei settori della Formazione, della Pastorale Giovanile e delle Missioni nella Consulta Mondiale che hanno elaborato il documento finale. Questo risponde a quanto chiede il CG26 al n° 117:

considerata la complessità della missione salesiana; visto il bisogno di maggiore coordinamento tra i Dicasteri per la Pastorale Giovanile, la Comunicazione Sociale e le Missioni, in particolare nell’animazione dei settori di attività condivisi; chiede che il Rettor Maggiore con il suo Consiglio promuova équipes di animazione interdicasteriale per questi settori e ne affidi il coordinamento ad un Consigliere o l’altro, salvaguardando in ogni caso la unicità e la organicità della pastorale salesiana.

L’unità e il coordinamento dei settori a favore della Missione è un’esigenza carismatica che, lontano dall’impoverire settori, arricchisce e aumenta la loro identità, poiché si parte dalla stessa fonte e si cammina nella medesima direzione. Questo richiede anche una nuova mentalità, un nuovo modo di vivere, di organizzarsi e di formarsi in comunione con altri, in vista dell’adempimento della missione comune.

9 In secondo luogo il SSCS è permeato da una convinzione: la formazione dei salesiani, dei collaboratori e dei giovani alla Comunicazione è prioritaria. Le nuove vocazioni di consacrati e le generazioni di adolescenti e di giovani a cui siamo inviati vivono ed appartengono a una nuova era e a un nuovo continente. Noi stessi e i nostri collaboratori, ci piaccia o no, viviamo al suo interno comprendendone e usandone, bene o male,

tecnologie e linguaggi. Una formazione che non conosca o che non valorizzi a sufficienza qualcosa che è ovvio, corre il pericolo di non avere nuove vocazioni, di non inculturare il vangelo e di non capirsi con i destinatari. Certamente la formazione alla Comunicazione va molto più in là del dettare norme per gli usi della tecnologia e della rete, va molto più in là dell'offrire temi e laboratori casuali per una percezione critica. Si tratta di una dimensione trasversale che include sia formatori che formandi, sia educatori che educandi. Per questi ultimi è indispensabile l'educazione alla libertà responsabile. Per i consacrati, inoltre, la formazione all'autenticità di vita che include l'amore alla propria vocazione, alla missione e ai destinatari ai quali siamo inviati. Per questo posso assicurare che ci troviamo davanti alla più bella e sfidante opportunità di evangelizzazione-educazione, quella del continente più salesiano, perché è il continente che raccoglie più adolescenti e giovani e che ha maggior bisogno di attualizzazione e di messa in pratica del Sistema Preventivo, dove la manifestazione dell'amore di Dio è più indispensabile: il continente digitale, in cui convivono allo stesso modo ricchi e poveri, credenti e agnostici. Ripeto quanto detto prima: c'è bisogno di un salesiano formato integralmente, di una pastorale che parta dalle necessità e dalle situazioni degli ultimi, di un salesiano che, con rinnovato ardore missionario, non confonda opere con missione, di un salesiano comunicatore con profondità spirituale, testimone di Dio tra i giovani dell'era digitale.

D'altra parte una nuova mentalità e un apporto fresco e aperto lo hanno offerto i laici impegnati nella missione salesiana attraverso la Comunicazione. Il CG24 ha messo in chiaro che "i salesiani consacrati e i laici condividiamo lo stesso spirito e la stessa missione". Si tratta di una realtà arricchente nel settore della Comunicazione. Ci sono sempre più Delegati e Delegate ispettoriali per la Comunicazione, sempre più laici e laiche specializzati ed esperti nelle équipes ispettoriali e nella stessa Consulta Mondiale di Comunicazione. Per la revisione del SSCS il loro apporto è stato più che tecnico: si è trattato di un contributo di carattere ecclesiologicalo e carismatico, continuando così la dinamica nata a Valdocco a favore dell'evangelizzazione-educazione dei giovani più bisognosi. Consacrati e laici abbiamo molto da offrirci e tanto da imparare gli uni dagli altri, ma sempre a favore dell'evangelizzazione-educazione dei giovani che vivono all'interno di una nuova realtà e hanno dunque bisogno di nuovi testimoni e nuovi apostoli che li accompagnino nel discernimento della loro vocazione. Molto significativo che nell'anno 2010 l'Episcopato italiano abbia celebrato un incontro dal tema "Testimoni digitali". La realtà digitale e la nuova evangelizzazione sono novità e filo conduttore nel documento. Don Bosco, in ciò, continua ad essere nostro padre e ispiratore.

Questo documento presenta criteri globali unificanti che richiedono riflessione e applicazione locale.

L'unità del carisma rispetta l'applicazione dei principi e la diversità di livelli e ritmi dovuti a storia, cultura e possibilità. Lo studio, l'applicazione del documento, poiché hanno come centro e spinta il carisma, la missione e i destinatari in un'era nuova, spettano in primo luogo all'Ispettore e al suo Consiglio, e senz'altro al loro Delegato di Comunicazione con la sua équipe. Non sarebbero ammissibili, per quanto detto sopra, né l'assenza della dimensione della Comunicazione nell'Ispettorìa, né la mancanza in essa di un animatore o una animatrice, salesiano o laico, che aiuti a disporre ognuno nel nuovo continente dei giovani, assicurando fedeltà a Dio, a Don Bosco e ai destinatari. Non sarebbe ammissibile neppure l'assenza o una considerazione minima della Comunicazione nel POI o nel PEPS.

Per questo è fondamentale che ci sia un delegato o delegata che funga da "anima", che dia vita e dinamicità a un corpo sociale e fraterno di servizio come è l'Ispettorìa. Si tratta di portare avanti, insieme 10 1. Prefazione agli altri settori e opere, la stessa missione dalla necessaria prospettiva della Comunicazione. Ci uniscono grandi e validi principi, così come la loro intelligente e appassionata dedizione in ogni Ispettorìa a favore della missione. Finalmente indico che volutamente abbiamo messo a fuoco e vogliamo applicare il SSCS come "ecosistema", come una realtà dinamica, armoniosa, coinvolgente e flessibile, che facilita uno sviluppo equilibrato e solidale tendente a una finalità. Don Bosco è stato creatore di ambienti evangelizzatori-educativi, perché era capace di inventare spazi armoniosi, relazioni equilibrate e un grande desiderio di trascendenza. Ciò è evidente nella sua idea ed esperienza di oratorio e di cortile. Ogni ambiente invitava, attraverso il tipo di relazioni, di proposta di valori, di sistemazione degli spazi, di protagonismo gioioso dei soggetti, all'espansione e al senso della vita. I soggetti, educatori ed educandi, potevano sentire, ascoltare, esprimersi, gustare, toccare in ogni momento e luogo ciò che ad essi si

proponeva, rimanendo liberi di decidere. La casa dove amare ed essere amati come in famiglia, il cortile dove gioire e diffondere la vita con gli amici, la scuola dove educare la mente per essere produttivi e costruttori di una società giusta, la parrocchia dove celebrare Dio come fine ultimo della vita, sono la miglior espressione di un ecosistema dove le persone comunicano più per quello che sono che per quello che dicono. Con ciò si ribadisce una volta ancora la sinergia di settori a favore della missione salesiana.

Rinnovo il ringraziamento a quanti hanno partecipato all'attualizzazione del SSCS e a quanti, studiandolo, sapranno valorizzarlo e applicarlo nelle loro Ispettorie.

Fraternamente in Don Bosco, D. Filiberto González Plasencia sdb Consigliere Generale per la CS Roma, Italia
31.01.2011 11

Prefazione 2.1 Che cos'è comunicazione?

La comunicazione è diventata un tema di studio e di riflessione di grande interesse e attualità. Non solo perché la tecnologia l'ha potenziata in modo inimmaginabile solo qualche decennio fa, ma anche perché avvertiamo con sempre maggior consapevolezza che la sua qualità è a rischio. Capita per la comunicazione ciò che capita per l'aria che respiriamo: capiamo la sua importanza quando è diventata irrespirabile e siamo costretti ad intervenire. Così è della comunicazione. Se ne interessano ora scienziati e tecnici, filosofi, psicologici, sociologi, educatori: in questo modo la comprensione di che cosa sia la comunicazione è cresciuta. Abbiamo capito almeno queste "verità":

- a) La comunicazione umana non si riduce ad un flusso di informazioni che parte da un'emittente ed arriva ad un ricevente (superamento del modello lineare). Un simile schema vale forse per le macchine, ma non per le persone.

La comunicazione autentica esige reciproca attenzione e dialogo; si realizza quando tra coloro che intervengono c'è collaborazione per definire un contenuto davvero condiviso (modello circolare, dialogico).

- b) Quando comunichiamo non elaboriamo soltanto messaggi, ma gestiamo relazioni.

Lavoriamo contemporaneamente su due piani, quello dei contenuti (le idee, le affermazioni...) e quello della relazione (definiamo il tipo e la qualità del rapporto che ci lega all'interlocutore). Avvertire questo fatto è assai importante, perché spesso ciò che blocca la comunicazione non sono le idee, ma la constatazione che l'interlocutore non è interessato, non mi stima, mi rifiuta.

- c) La comunicazione non può essere identificata con una specifica azione. Certo, con la parola cerco di comunicare con un mio interlocutore, ma il messaggio non si riduce alla parola. Oltre (a volte contro) le parole comunica il gesto, i tratti del volto, il contatto visivo, il vestito, la posizione del corpo, la stessa presenza in un determinato ambiente.

La comunicazione, dunque, è una dimensione presente in tutte le mie azioni. In questo senso tutto è comunicazione.

- d) La qualità della comunicazione non è garantita soltanto dal rispetto della grammatica e della sintassi della lingua che utilizzo.

C'è tutto un contesto ed un insieme di valori che devono muoversi in modo coerente. Per dire questo ieri avremmo utilizzato l'immagine dei "vasi comunicanti": non posso illudermi di alzare il livello del loro contenuto riempiendo solo uno dei vasi. Il liquido che verso si distribuisce in tutti i vasi ed il livello cresce solo in modo uniforme. Non basta agire su un aspetto della mia comunicazione, è l'insieme che va migliorato.

Oggi si usa una metafora più efficace: si parla di "ecosistema". La qualità della comunicazione in un determinato contesto è garantita da una pluralità di fattori che interagiscono tra loro. Ne segue che ogni persona, ma anche ogni organismo, comunica davvero in forma efficace se c'è coerenza tra il suo messaggio intenzionale e i messaggi che invia «con ciò che fa e con ciò che è».

2.2 Gesù nostro modello come Perfetto Comunicatore Se concepiamo a questo modo la "comunicazione" diventa quanto mai interessante riferirci alla figura di Gesù Cristo 1, non solo per ascoltare quanto di esplicito e diretto ha detto sull'argomento, ma assai di più per meditare sul suo modo "comunicativo" di essere e di agire con la gente, 12 1 Di particolare interesse questo contributo: Cesare BISSOLI, 'Cristo comunicatore' in F. LEVER – P. C. RIVOLTELLA – A.ZANACCHI, La Comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche, Rivoli (To)-Roma, ELLEDICI – RaiEri – LAS 2000, 325-328 2 con i discepoli, con i bambini, con i peccatori, con le autorità, con il Padre. La sua stessa essere Dio e Uomo appare importante (il principio dell'Incarnazione. Rileggiamo quanto dice la *Communio et Progressio* al numero 11:

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.

2.3 Don Bosco nostro ispiratore Allo stesso modo diventa fecondo riferirci a Don Bosco. Non solo per soffermarci a verificare la sua azione di scrittore, di editore, di distributore... e meditare l'appassionata raccomandazione perché i figli continuino la sua intensa azione nel campo che poi venne chiamato "comunicazione sociale". Questo è solo una parte degli insegnamenti che Don Bosco ci ha lasciato in ambito comunicativo.

C'è molto di più da scoprire e attualizzare nella nostra esperienza attuale. Don Bosco è grande per la qualità comunicativa che ha saputo infondere nel suo essere in mezzo ai giovani, nell'invenzione di una pratica educativa di eccezionale valore (il "sistema preventivo", come ebbe a chiamarlo), nella realizzazione del suo oratorio, nel disporre sempre ogni risorsa per il loro bene.

A questo proposito vale la pena ascoltare uno degli specialisti nello studio della comunicazione, Umberto Eco. In un articolo ² attribuisce a Don Bosco il merito di una "grande rivoluzione" nel campo della comunicazione, per aver proposto e realizzato nel suo oratorio l'utopia di "un nuovo modo di stare insieme", che sarà capace di proporsi quale efficace strategia nei confronti di una società delle comunicazioni di massa non più caratterizzata dalla presenza di alcuni dinosauri (la radio, la televisione, i giornali, il cinema), ma polverizzata in una serie di comportamenti ("fanno parte, infatti, delle comunicazioni di massa anche i blue-jeans, la droga, il commercio di chitarre usate, il modo di aggregarsi per gruppi e per bande"). In questo contesto "l'urgenza non è produrre altri dinosauri, ma prendere atto della polverizzazione dei canali e costruire nuovi modi di usarli, cambiarli, alternarli, confonderli".

"Don Bosco inventa [questa rivoluzione], poi la esporta verso la rete delle parrocchie e l'Azione Cattolica, ma il nucleo è là, quando questo geniale riformatore intravede che la società industriale richiede nuovi modi di aggregazione, prima giovanile poi adulta, e inventa l'oratorio salesiano: una macchina perfetta in cui ogni

canale di comunicazione, dal gioco alla musica, dal teatro alla stampa, è gestito in proprio su basi minime e riutilizzato e discusso quando la comunicazione viene da fuori. Ricordiamo che negli anni Cinquanta una rete di dodicimila piccole sale parrocchiali era arrivata a influenzare i produttori cinematografici.

La genialità dell'oratorio è che esso prescrive ai suoi frequentatori un codice morale e religioso, ma poi accoglie anche chi non lo segue. In tal senso il progetto di don Bosco investe tutta la società italiana nell'era industriale." Perché il "progetto Don Bosco" continui nella sua efficacia – continua Eco – è necessario "qualcuno o un gruppo con la stessa immaginazione sociologica, lo stesso senso dei tempi, la stessa inventività organizzativa. Al di fuori di questo quadro nessuna forza ideologica può elaborare una politica globale di massa, e 13 2 Eco U., 'A lezione da don Bosco', in "L'Espresso", 15.11.1981, p. 105. L'intero capoverso che segue è ripreso da F. LEVER – P. C. RIVOLTELLA – A. ZANACCHI, *La Comunicazione*, p. 114.

2. Comunicazione dovrà limitarsi all'occupazione (spesso inutile e sovente dannosa) dei vertici dei grandi dinosauri, che contano meno di quanto si creda".

2.4 S. Francesco di Sales, pastore zelante e dottore della carità La "grande rivoluzione" operata da Don Bosco risulterebbe pura utopia senza il riferimento alla persona che sappiamo avere ispirato profondamente Don Bosco: San Francesco di Sales. Guardando al santo vescovo di Ginevra come a un eccellente comunicatore sotto molti aspetti (fu un giornalista creativo, e attivo in molti altri aspetti dell'attività di comunicazione), e semplicemente ripercorrendo gli inizi dell'Oratorio di Valdocco scopriamo come San Francesco di Sales abbia ispirato profondamente Don Bosco. Lasciamo al nostro famoso storico don Pietro Stella il compito di chiarire questo punto:

Nell'oratorio di Don Bosco, fin dai primordi, il centro e il cuore erano costituiti dalla cameretta di Don Bosco e dalla cappella; entrambi gli ambienti potevano considerarsi come depositari di una serie di messaggi che Don Bosco rivolgeva ai suoi interlocutori. Giovani e adulti che entravano nella stanza trovavano affisso sulla parete un cartello

con la scritta: «da mihi animas, coetera (sic) tolle», che era oltre che un motto anche una preghiera giaculatoria rivolta a Dio. La cappella, poi sostituita da una più capiente chiesetta, era significativamente dedicata a S. Francesco di Sales per indicare, nell'esplicita spiegazione che ne forniva Don Bosco, lo stile educativo suo proprio: non l'inquadramento severo, ma la dolcezza dell'educatore; e l'allegria come manifestazione dell'intima adesione alla grazia divina che i giovani dovevano realizzare ed esprimere. 3 Don Bosco, possiamo esserne certi, non ha guardato a San Francesco di Sales come a suo ispiratore di particolari aspetti della attività di comunicazione; quello che ha caratterizzato entrambi 'Francesco e Giovanni', in realtà, è la capacità creativa, l'ottimismo, l'amorevole e allo stesso tempo costante impegno di superare tutti gli ostacoli alla diffusione del Vangelo di salvezza. Essi furono, in tempi e luoghi differenti (benché non troppo differenti, geograficamente e culturalmente parlando; dopo tutto, entrambi condivisero la bellezza delle Alpi e dei laghi che ad esse fanno corona). Tutti e due furono veri comunicatori del vangelo dell'amore di Dio e costruttori del suo Regno.

14 3 P. Stella, 'Don Bosco e la comunicazione' in Salesianum, Annus LXXI-N.4 pp 635-650.

2. Comunicazione e animazione:

Una caratteristica dello stile di leadership salesiana, che deriva da 'animare' nel suo senso pieno di dare la vita e l'anima a qualcuno o qualcosa, nel significato di motivare.

blog:

Un sito web o parte di esso, di solito gestito da un individuo, spesso con entrate in ordine cronologico inverso. Può contenere commenti o riflessioni personali. Il termine nasce dalla contrazione di due parole inglesi: 'web' e 'log'.

Bollettino Salesiano:

Una rivista funzionale alla missione (Salesiana), fondata da Don Bosco, rivolta alla pubblica opinione più che a quella istituzionale. Ciò significa che è irrinunciabile essere immersi nell'esperienza ecclesiale e storica del nostro tempo, e offrire ai Salesiani una lettura dei fatti,

soprattutto quelli che riguardano la gioventù e l'educazione.

chat:

Sistema immediato di comunicazione, che consente agli utenti di comunicare tramite tastiera, principalmente inviando messaggi di testo in tempo reale. All'utente è normalmente richiesto di usare un 'nick' o 'nickname' (soprannome). Le chat sono organizzate in 'stanze' secondo l'argomento.

cyberspazio:

Termine coniato da William Gibson nel suo racconto Neuromancer (1984) per riferirsi a uno spazio immaginario, una specie di allucinazione collettiva generata da potenti computer in interazione con esseri umani. Ora il termine ha allargato il suo spazio semantico e si riferisce a un ambiente virtuale creato con ogni sorta di strumenti connessi al web, che si trasforma in una specie di universo parallelo.

comunicazione:

Il termine 'comunicazione' si riferisce a persone coinvolte in un processo di relazione interpersonale o di gruppo, ma pure a un ambiente culturale e sociale che coinvolge ciascuno in una rete, attraverso innumerevoli mediazioni di strumenti e tecnologie. Intrinseci al senso della parola comunicazione sono i valori della reciprocità, della partecipazione nel dare e avere. Questo è il motivo per cui possiamo dire che chiunque è coinvolto nel processo di comunicazione è un soggetto di comunicazione 'sociale'.

comunicazione sociale:

“Tra le meravigliose invenzioni tecniche che, soprattutto nel nostro tempo, l'ingegno umano è riuscito, con l'aiuto di Dio, a trarre dal creato, la Chiesa accoglie e segue con particolare sollecitudine quelle che più direttamente riguardano le facoltà spirituali dell'uomo e che hanno offerto nuove possibilità di comunicare, con massima facilità, ogni sorta di notizie, idee, insegnamenti. Tra queste invenzioni occupano un posto di rilievo quegli strumenti che, per loro natura, sono in grado di raggiungere e influenzare

non solo i singoli, ma le stesse masse e l'intera umanità. Rientrano in tale categoria la stampa, il cinema, la radio, la televisione e simili. A ragione quindi essi possono essere chiamati: strumenti di comunicazione sociale”.

(InterMirifica , Vaticano II, introduzione).

continente digitale:

Il termine è stato coniato da papa Benedetto XVI nel suo messaggio per la Giornata Mondiale delle Comunicazioni del 2009. Il papa non definisce il termine, ma lo usa come una metafora spaziale diretta alla 'generazione digitale', chiedendole di "assumersi la responsabilità di evangelizzare il 'continente digitale'".

dicasteri della missione:

Una direttiva del GC26 in vista di una migliore coordinazione fra i Dicasteri della Pastorale Gio15 3. Un glossario di terminivabile, Comunicazione Sociale e Missioni, soprattutto per animare settori di attività condivise ... salvaguardando in ogni caso la natura unica e organica della pastorale giovanile salesiana.

digitale: (e per estensione, generazione digitale ,mediadigitali ,spartiacquedigitale ,inclusione digitale ecc).

L'informazione digitale è immagazzinata usando una serie di uno e zero. I computer sono macchine digitali perché sono in grado di leggere solo una informazione come on ooff — 1 o 0.

Questo metodo di numerazione, conosciuto anche come sistema binario, può sembrare piuttosto semplicistico, ma può essere usato per rappresentare un enorme quantità di dati. CD, DVD possono essere usati per immagazzinare e riprodurre suoni e video in alta definizione, anche se essi consistono interamente di uno e zero.

Diversamente dai computer, gli umani percepiscono l'informazione in analogico. Noi catturiamo i segnali come un continuo flusso fra tutti i sensi. Gli esseri umani prelevano informazioni da tutti i sensi. Gli strumenti digitali, invece, valutano le informazioni come uno e zero. Il grado di questa valutazione, chiamato "grado di campionatura," combinato con la quantità di informazione

contenuta in ogni campione (l'intensità del bit), determina il grado di accuratezza della valutazione digitale.

Il cosiddetto 'spartiacque digitale' non compare nel documento. Il significato del termine è ancora molto dibattuto e pure quello che può significare per i Salesiani, al di là di un superficiale consenso sul termine che comunque non è accettato da tutti.

Ma va assunto dall'insieme degli atteggiamenti e delle considerazioni proposte in questo documento e cioè che il SSCS suppone l'inclusione digitale e rifiuta ogni forma di esclusione digitale.

ecosistema comunicativo:

Esprime il coinvolgimento e l'atteggiamento delle persone che, interagendo, creano un ambiente di vera comunità, condivisione di ideali, di valori, di rapporti a livello di convivenza quotidiana all'interno della comunità e con il territorio. (Da una nota a piè di pagina nell'edizione originale del SSCS).

editoria:

La preparazione e la pubblicazione di stampati (inclusa ora la forma digitale), materiali da diffondere e vendere.

educomunicazione:

Il complesso delle politiche e attività attinenti la pianificazione, la messa in atto, la valutazione di processi e prodotti orientati a creare e consolidare ecosistemi di comunicazione in campo educativo, siano essi a tu per tu o virtuali.

evangelizzazione:

La diffusione della Buona Novella in tutti gli ambiti della vita umana, in modo da indurre processi nuovi ad essa ispirati ... la Chiesa evangelizza quando si impegna a convertire, esclusivamente attraverso il potere divino del messaggio che proclama, la coscienza personale e collettiva, le attività, la vita e l'ambiente delle persone (EN 18).

F/LOSS:

Software libero e aperto. Software che garantisce il libero accesso e utilizzo agli utenti, che possono liberamente studiarlo, cambiarlo, e implementarlo, poiché consente il libero accesso ai codici sorgente.

formazione permanente:

Il naturale, essenziale e continuo processo sperimentato nella formazione iniziale. (Ratio no. 520) linguaggio:

La distinzione fra la parole (l'esecuzione personale), e la langue (il sistema), secondo il vocabolario della linguistica teorica di Ferdinand de Saussure Corso in linguistica generale , pubbl16 3. Un glossario di terminato postumo nel 1915 dopo che erano state raccolte le annotazioni degli studenti. Viene poi il langage .

- linguaggio nel senso di parole è l'aspetto individuale e creativo del linguaggio • linguaggio nel senso di langue quello che normalmente noi intendiamo per 'linguaggio', un sistema di segni.
- linguaggio nel senso di langage un particolare modo di esprimersi, o l'astratta nozione di linguaggio che possiamo attribuire agli animali, alle persone, al cinema, al teatro ...

media convergenti:

Una molteplicità di prodotti che assemblati formano un singolo prodotto in grado di fare molteplici attività. (Definizione dell'Unione Europea).

network, networking:

Benché i due termini non siano identici, nel SSCS essi si riferiscono principalmente al concetto di persone che lavorano insieme, stabilendo contatti, sia individualmente che in gruppo. Tuttavia è importante essere consapevoli che lo scambio e lo sviluppo di idee in un network, o attività di networking, inteso in questo senso 'sociale', non si può ridurre all'immagine di nodi interconnessi, come sovente appare attraverso la descrizione dei network. La 'rete sociale' è attualmente oggetto di studi accurati, che evidenziano nuove 'leggi' e dinamiche, con ricadute sulle modalità di coinvolgimento in questo processo.

nuove frontiere:

"Non si tratta solo di frontiere geografiche, sociali, culturali e religiose" (don Chávez alla conclusione del GC26).

nuove tecnologie:

Un insieme di nuove tecnologie che offrono un significativo incremento (sia in termini di maggiori e migliori prestazioni, che di contenimento dei costi) rispetto a tecnologie già consolidate per uno specifico processo in un particolare contesto storico.

Così inteso, è ovvio che quanto viene considerato 'nuovo' è soggetto a continue revisioni e ridefinizioni, man mano che la tecnologia cambia. (Gordon Marshall. "nuove tecnologie." Dizionario di sociologia . 1998).

personal media:

L'emergere di mezzi di comunicazione che includono l'interattività nella loro struttura, e consentono agli utenti non solo di consumare prodotti multimediali, ma anche di crearli. (Shiregu Miyagawa, professore di linguistica e comunicazione al Massachusetts Institute of Technology).

Progetto di Animazione e Governo del Rettor Maggiore e il suo Consiglio:

La pianificazione del programma, iniziata dal Rettor Maggiore, ma sviluppata con l'aiuto del suo Consiglio, che viene elaborata all'inizio del sessennio, cioè subito dopo la conclusione del Capitolo Generale, e che contiene le linee guida per i sei anni a venire. (Cf Vademecum del Consiglio Generale, 2003).

Progetto Organico Ispettorale POI:

Piano strategico per l'animazione e il governo dell'ispettoria, che analizza nella sua totalità la vita, la missione, la situazione attuale, le scelte fondamentali che devono guidare la sua organizzazione.

quadro di riferimento:

Un sistema di principi e modelli che indicano la condotta da tenere e la motivano.

Ratio:

Guida pratica per la formazione dei Salesiani di Don Bosco, la Ratio Fundamentalibus Institutionis et Studiorum come è conosciuta nel suo titolo con 173. Un glossario di termini pleto (anche nota come Formazione dei Salesiani di Don Bosco o FSDB), "costituita da un organico e istruttivo sistema di principi e norme che riguardano la formazione fondata sulle Costituzioni, Regolamenti Generali e altri documenti della Chiesa e della Congregazione". (R. 87).

risorse di comunicazione:

Il termine ritorna sovente in queste pagine e, in senso vasto, si riferisce a quanto è usufruibile e utile per raggiungere un obiettivo finale. Significa che possono essere risorse fisiche (risorse quantificabili) o personali (risorse intellettuali o per affrontare un argomento) o tecniche. In alcune circostanze vengono specificate come risorse educative, finanziarie o altro.

Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale (SSCS):

Il titolo di questo testo, "un progetto integrato e unificato di comunicazione". (don Martinelli agli editori del Bollettino Salesiano, 1998).

translation memory (TM):

Deposito di "testi esplicitamente conservati e allineati con la corrispondente copia originale". Esso può essere considerato una banca dati dalla quale i traduttori possono trarre brani che concordano con testi che devono essere tradotti.

(Bowker, L. (2002).

Computer-Aided Translation Technology: A Practical Introduction. Canada:

University of Ottawa Press).

Web 2.0 e 3.0:

Se noi consideriamo il Web tradizionale come il Web 1.0, noi ci accorgiamo che è prevalentemente statico, nel senso che possiamo leggere una

pagina web, ma ben poco di più che cliccare i suoi link e ottenere che qualcosa accada: sentire musica o vedere un video. Nel Web 2.0 noi passiamo dal 'leggere' al 'leggere-scrivere'; da html soltanto alle tecnologie AJAX; dallo statico all'interattivo, incluso blog, social networking. E mentre non c'è una definizione formale di Web 2.0 (è semplicemente un termine cresciuto lungo la strada), è in realtà il tipo di 'Web' che Tim Berners Lee, il suo 'inventore', per primo aveva intravisto, benché quello che in realtà egli aveva intravisto è quello che noi oggi chiamiamo 3.0, il Web semantico, dove tutto in qualche modo è connesso a qualsiasi cosa d'altro (in un linguaggio chiamato OWL o linguaggio web ontologico) che consente alle macchine di leggere e interpretare la conoscenza a vantaggio dei lettori.

183. Un glossario di termini pleto (anche nota come Formazione dei Salesiani di Don Bosco o FSDB), "costituita da un organico e istruttivo sistema di principi e norme che riguardano la formazione fondata sulle Costituzioni, Regolamenti Generali e altri documenti della Chiesa e della Congregazione". (R. 87).

risorse di comunicazione:

Il termine ritorna sovente in queste pagine e, in senso vasto, si riferisce a quanto è usufruibile e utile per raggiungere un obiettivo finale. Significa che possono essere risorse fisiche (risorse quantificabili) o personali (risorse intellettuali o per affrontare un argomento) o tecniche. In alcune circostanze vengono specificate come risorse educative, finanziarie o altro.

Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale (SSCS):

Il titolo di questo testo, "un progetto integrato e unificato di comunicazione". (don Martinelli agli editori del Bollettino Salesiano, 1998).

translation memory (TM):

Deposito di "testi esplicitamente conservati e allineati con la corrispondente copia originale". Esso può essere considerato una banca dati dalla quale i traduttori possono trarre brani che concordano con testi che devono essere tradotti.

(Bowker, L. (2002).

Computer-Aided Translation Technology: A Practical Introduction . Canada:

University of Ottawa Press).

Web 2.0 e 3.0:

Se noi consideriamo il Web tradizionale come il Web 1.0, noi ci accorgiamo che è prevalentemente statico, nel senso che possiamo leggere una pagina web, ma ben poco di più che cliccare i suoi link e ottenere che qualcosa accada: sentire musica o vedere un video. Nel Web 2.0 noi passiamo dal 'leggere' al 'leggere-scrivere'; da html soltanto alle tecnologie AJAX; dallo statico all'interattivo, incluso blog, social networking. E mentre non c'è una definizione formale di Web 2.0 (è semplicemente un termine cresciuto lungo la strada), è in realtà il tipo di 'Web' che Tim Berners Lee, il suo 'inventore', per primo aveva intravisto, benché quello che in realtà egli aveva intravisto è quello che noi oggi chiamiamo 3.0, il Web semantico, dove tutto in qualche modo è connesso a qualsiasi cosa d'altro (in un linguaggio chiamato OWL o linguaggio web ontologico) che consente alle macchine di leggere e interpretare la conoscenza a vantaggio dei lettori.

4.1 Introduzione 1.

Questo sussidio raccoglie gli elementi fondamentali di un quadro di riferimento per la comunicazione (intesa sempre nel senso di 'comunicazione sociale' come si trova nei documenti della Chiesa), le linee e le politiche per il funzionamento del SSCS, così come appaiono nei documenti della Congregazione dopo il CG20 (1971-2) e nelle progettazioni degli ultimi anni. Come tale, è uno strumento di lavoro per coloro che hanno particolari impegni nella politica di promozione della CS a livello mondiale, regionale e locale. Va letto insieme agli Orientamenti per la formazione dei Salesiani alla Comunicazione Sociale , indirizzati specificamente ai salesiani.

2.

Il sussidio si presenta in tre parti:

(a) SSCS (b) Orientamenti per la formazione dei Salesiani alla Comunicazione Sociale (c) Allegati Una quarta parte, il Manuale, che porta il titolo Il

Salesiano, Un Comunicatore , è attualmente sotto revisione e per adesso non è qui riportato.

La prima parte, SSCS, contiene: una prefazione, affermazioni sulle idee chiave, un glossario, visione e missione, obiettivi strategici, politiche, organizzazione, ruoli, funzioni; allegati.

4.2 La visione di Don Bosco 3.

Don Bosco aveva una comprensione ampia della comunicazione. La lettera che scrisse sulla diffusione dei buoni libri è una specie di magna carta :

esprime il suo cuore apostolico, la sua fede e la sua visione imprenditoriale.

4.

Considerava la comunicazione un campo prioritario della missione 4 : "Questa diffusione dei buoni libri è uno dei fini principali della nostra Congregazione... Vi prego e vi scongiuro dunque di non trascurare questa parte importantissima della nostra missione". Significativo anche, che nella prima udienza con papa Pio IX, come venne raccontata dal chierico Rua che lo accompagnava, alla domanda del Papa su "in quale cosa vi occupate", Don Bosco rispondeva con queste parole:

"Santità, mi occupo con l'istruzione della gioventù e nelle Letture Cattoliche " (MB vol. 5) 5.

Oltre alla stampa e alla "diffusione di buoni libri", Don Bosco utilizzava tutti gli strumenti e linguaggi di comunicazione disponibili al suo tempo per l'educazione: il teatro, le accademie, la musica... 6.

Don Bosco utilizzava una vasta gamma di strategie comunicative per raggiungere i giovani, alcuni dei quali erano senza istruzione ed anche analfabeti. Sapeva narrare, far apprezzare i sacramenti: queste doti lo rendevano un efficace comunicatore. Ma sapeva anche ricorrere ai giochi, alle 'buone notti', alla narrazione vivace di sogni, storie, e alla liturgia..

7.

Don Bosco aveva intravisto anche la forza dell'informazione per l'animazione della sua famiglia spirituale e per la mobilitazione della società nella sua missione. La creazione del "Bollettino Salesiano" rispondeva proprio a queste finalità.

Oggi le possibilità per offrire informazione e creare comunione, seguendo le orme di Don Bosco, sono enormi: fra queste l'ANS, i notiziari ispettoriali compreso quelli digitali, i vari siti web, le reti sociali ecc.

19 4. Visione e missione 4 Don Bosco, Lettera Circolare sulla Diffusione di Buoni Libri, 19 marzo 1885. In Epistolario, vol. 4, pp. 3183218.

La sua visione era orientata all'educazione e all'evangelizzazione della gioventù e delle classi popolari. Ha pensato allora alla comunicazione come a un vero sistema che coinvolgeva tutti: "Le nostre pubblicazioni tendono a formare un sistema ordinato, che abbraccia su vasta scala tutte le classi che formano l'umana società" 5 . Infatti la parola 'sistema' è cara a don Bosco, che la utilizza particolarmente per indicare l'insieme e l'articolazione tra gli elementi che caratterizzano il suo stile di educazione: il sistema preventivo 6 .

4.3 Lavisione dinamica della Congregazione 9.

La visione di Don Bosco è stata portata avanti in forma dinamica per i suoi successori, come si può dimostrare soprattutto dagli scritti di tutti i Rettori Maggiori, dai Capitoli Generali, dalla documentazione storica della Congregazione 7 .

10.

Nel tempo, si è dovuto dare maggiore attenzione alla crescita dell'impegno in questo campo carismatico e, di conseguenza, far evolvere verso un atteggiamento positivo e imprenditoriale posizioni piuttosto difensive di fronte ai mezzi di comunicazione. Quanto dice don Ricaldone è indicativo al riguardo: "Non possiamo accontentarci di questa parte puramente negativa; dobbiamo arginare il male della stampa cattiva, con la diffusione di buoni libri" 8 .

11.

In sintonia con l'evolvere dei tempi, con lo sviluppo delle nuove tecnologie e della sua incidenza nella società e nelle culture, è maturata, particolarmente dopo il Capitolo Generale Speciale (1971-2), una visione ampia e ricca del campo della comunicazione e dei suoi molteplici significati ed è pure maturata una politica organica e coordinata di sviluppo e di organizzazione. Infatti, il Capitolo aveva citato la relazione di don Ricceri, il quale riconosceva che "non è stato promosso un impegno sistematico, coordinato e adeguato all'importanza e attualità degli strumenti di comunicazione sociale" 9 .

12.

I Capitoli e ulteriori documenti rivelano il consolidarsi delle convinzioni e di una nuova pratica più sistemica da parte dei salesiani nel campo della comunicazione:

- la consapevolezza dell'importanza della comunicazione come "presenza educativa di massa, produttrice di cultura, scuola alternativa" 10 ;
- la priorità di questo campo per l'educazione e l'evangelizzazione 11 ;

20 4. Visione e missione 5 Idem 6 ACG 290, p. 10.

7 Cf. Dicastero per la Comunicazione Sociale. I Salesiani e la Comunicazione. Roma, Editrice SDB, 1989, p. 932.

8 ACS 287, n. 143, p.52.

9 CG20, 453.

10 "La Comunicazione Sociale diventa sempre più una presenza educativa di massa, plasmatrice di mentalità e creatrice di cultura. Attraverso di essa vengono elaborate e diffuse le evidenze collettive che stanno alla base dei nuovi modelli di vita e dei nuovi criteri di giudizio. 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" (CG21, 148).

11 La Comunicazione Sociale è un campo di azione significativo che rientra tra le priorità apostoliche

della missione salesiana. Nella scia di Don Bosco, che “intuì il valore di questa scuola di massa, che crea cultura e diffonde modelli di vita, e s’impegnò in imprese apostoliche originali per difendere e sostenere la fede del popolo, valorizziamo come doni di Dio le grandi possibilità che la Comunicazione Sociale ci offre per l’educazione e l’evangelizzazione” (C. 43).• la visione ampia della comunicazione come una dimensione umana che ha come scopo primario la comunione e il progresso della società umana 12 ;

- la “valorizzazione di tutte le forme e espressioni di comunicazione: comunicazione interpersonale e di gruppo, produzione di messaggi, uso critico ed educativo dei mezzi della Comunicazione Sociale” 13 ;
- la valorizzazione della comunicazione sociale come nuovo spazio di aggregazione dei giovani 14 ;
- l’ufficializzazione di servizi, di politiche di animazione e di coordinamento, di strutture:

il Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale 15 ; il Delegato ispettoriale 16 ; il ruolo dell’Ispettore e del suo Consiglio 17 ;

l’impegno di ogni confratello 18 ; i canali d’informazione e i centri di produzione 19 ; i compiti delle Conferenze Ispettoriali 20 ;

- la qualificazione e la formazione del personale 21 .

13.

Il periodo dagli Anni Novanta in poi è stato dominato dalla novità di uno sviluppo digitale prodigioso soprattutto nel mondo dei media. È stato definito una ‘nuova frontiera’ dal CG26 nel 2008, dove “ci sentiamo pure interpellati dalle nuove tecnologie della comunicazione sociale e dalle sfide educative che esse pongono” 22 . Il Capitolo ha riconosciuto che ci sono “molteplici... mondi virtuali abitati dai giovani e che non sempre siamo capaci di dividerli e di animarli per mancanza di formazione di tempo e di sensibilità” (n. 102) e ha proposta, tra altro, “un uso responsabile e un’animazione educativa ed evangelizzatrice più incisiva” (n.

104) e che la comunità “usi le tecnologie della comunicazione sociale per dare maggiore visibilità alla propria presenza e per diffondere il carisma” (n. 109) 4.4 La missione 14.

L’obiettivo del SSCS è promuovere un ambiente comunicativo salesiano come comunione di persone, di opere, di progetti e di attività, e implementare lo sviluppo e l’applicazione di risorse di comunicazione per l’educazione e l’evangelizzazione dei giovani, specialmente dei più poveri, e nei confronti della società. Non fa questo da solo, ma opera assieme agli altri settori che sono corresponsabili per la missione salesiana.

4.4.1 Le convinzioni e i valori 15.

Le convinzioni e i valori sono le idee forza che definiscono, distinguono e orientano l’azione della Congregazione nel settore della comunicazione salesiana.

16.

Il termine comunicazione fa riferimento a persone 21 4. Visione e missione 12 ACG 302, p. 16 13 CG24, 129 14 CG25, n. 47 15 C. 137 16 CG23, 259 17 R. 31 18 R. 32 19 R. 33 20 R. 142 21 R. 31, 82; Ratio 22 CG26 n.99coinvolte in un rapporto interpersonale e di gruppo, ma anche a una realtà sociale e culturale che coinvolge tutti in rete, attraverso la non trascurabile mediazione di strumenti e tecnologie. È intrinseco al senso della parola comunicazione il valore di reciprocità, della partecipazione, del dare e ricevere. Per questo, possiamo dire che tutte le persone coinvolte nel processo comunicativo sono soggetti della comunicazione ‘sociale’.

17.

La persona umana è un essere in comunicazione, in dialogo, un essere per l’altro, condizione e possibilità di tutti e di ogni atto comunicativo. Siamo tutti comunicatori, anche se non siamo professionisti della comunicazione.

18.

La comunicazione umana, vera, efficace, è un processo di rapporti umani che, oltre a

trasmettere con limpidezza i messaggi, è capace di generare tra le persone:

- intesa;
- comunione;
- solidarietà;
- partecipazione;
- rispetto;
- mutuo arricchimento;
- miglioramento dei rapporti umani;
- convivenza nella fraternità.

19.

Il contenuto più alto della comunicazione è il dono che Dio fa di se stesso all'umanità, in Gesù Cristo risorto. La convinzione più importante dei Salesiani al riguardo è che sono testimoni dell'amore di Dio rivelato in Cristo e che comunicano questo attraverso i diversi segni, simboli e linguaggi della comunicazione.

20.

L'evangelizzazione, la catechesi e l'educazione non si effettuano senza un adeguato e umano processo comunicativo.

21.

I mezzi di comunicazione sono un dono di Dio e sono d'importanza fondamentale per educare e evangelizzare nel nostro tempo.

22.

La comunicazione è un ampio campo di azione significativo che rientra fra le priorità apostoliche della missione salesiana.

23.

Il carisma salesiano contiene un potenziale innovativo nell'area della comunicazione.

24.

Il sistema preventivo di Don Bosco sintetizza lo stile della comunicazione salesiana.

25.

Per questo, la politica di comunicazione della Congregazione Salesiana si fonda sui criteri che caratterizzano i differenti tratti della attività salesiana. Questi criteri orientano le grandi scelte e lo stile di azione in quest'ambito:

4.4.2 Criteri importanti della comunicazione salesiana Incarnazione:

26.

Il carisma giovanile e popolare della vita salesiana orienta il lavoro comunicativo della comunità e dei singoli comunicatori. Ne deriva una comunicazione che cerca di stabilire un rapporto positivo, aperto, empatico e di partecipazione solidale alla vita dei giovani e della gente. Pertanto considera le opere e le attività salesiane inserite nei diversi contesti del mondo. Proprio dall'immersione nella vita concreta nasce una lettura aggiornata degli avvenimenti del mondo e delle situazioni che si riscontrano nell'ampio universo giovanile, a partire dalla visione inculturata dell'evangelizzatore e dell'educatore.

22.4. Visione e missione Testimonianza vocazionale:

27.

Il SSCS deve sviluppare sforzi per garantire che l'immagine dell'Istituzione testimoni ai giovani l'impegno sociale e cristiano di trasformare la società. Siamo consapevoli che "il primo servizio educativo che i giovani attendono da noi è la testimonianza di una vita fraterna che diventi risposta al loro profondo bisogno di comunicazione, proposta di umanizzazione, profezia del Regno, invito ad accogliere il dono di Dio" (CG25, 7).

Per allargare il cerchio degli amici e dei corresponsabili nell'azione giovanile e popolare, ci impegniamo a suscitare interesse per la situazione dei giovani e le loro necessità, per la missione di Don Bosco, per le sue opere di promozione e di evangelizzazione, per le attività volte alla liberazione dei giovani e della gente

dalle urgenze più immediate, in vista di una crescita in umanità.

“Vendere” è per noi suscitare nuove vocazioni salesiane: costruire un più vasto movimento nello stile di Don Bosco.

Evangelizzazione-educazione:

28.

Il carisma salesiano è un carisma educativo.

Evangelizzare educando e educare evangelizzando sintetizza l'attività salesiana anche nell'ambito della comunicazione. Figli spirituali di Don Bosco e di San Francesco di Sales, sentiamo questa attività in perfetta sintonia con le scelte operate dal nostro fondatore e dal nostro patrono. La Comunicazione salesiana ha, perciò, questo tratto educativo, e lo esprime nell'impegno per la cultura e l'educazione, nella salvaguardia della tradizione culturale salesiana, nella risposta alla domanda di comunicazione e di qualificazione degli educatori e dei giovani in questo campo, e nel contenuto e nella forma del comunicare. Siamo convinti che l'impegno per l'educazione è “il nostro principale apporto al cambiamento del mondo per l'avvento del Regno” (CG24, 99).

Sistema preventivo:

29.

“Il contributo originale che possiamo offrire alla causa dell'educazione si chiama Sistema Preventivo” (CG24, 99). Esso è il cuore dell'ambiente comunicativo. “Nella mente di Don Bosco e nella tradizione salesiana il Sistema Preventivo tende sempre più a identificarsi con lo spirito salesiano:

è insieme pedagogia, pastorale, spiritualità, che associa in un'unica esperienza dinamica educatori (come singoli e comunità) e destinatari, contenuti e metodi, con atteggiamenti e comportamenti nettamente caratterizzati” (CG21, 96). La comunicazione salesiana caratterizzata dal Sistema Preventivo è disseminatrice dei valori dello spirito salesiano, come l'impulso apostolico, il senso di Dio e della Chiesa, la predilezione per i giovani, lo spirito di famiglia, l'ottimismo e l'allegria, il senso del concreto, la creatività e la

flessibilità, il lavoro e la temperanza, e la pratica stessa del Sistema Preventivo con l'assistenza-presenza fatta di ragione, religione, amorevolezza. Queste caratteristiche tratteggiano nel loro insieme il profilo ideale e invidiabile dell'educatore.

Etica e professionalità:

30.

Come per tutte le attività umane, alla attività salesiana di comunicazione si impongono i criteri etici e professionali, senza tuttavia trascurare il carattere educativo e evangelico di questa attività. L'etica esprime l'onestà professionale del comunicatore, chiamato alla ricerca permanente della verità, alla coerenza con i valori dell'istituzione, senza trionfalismo e autoreferenzialità, ad un atteggiamento democratico di profondo rispetto dei fatti e dei destinatari ai quali è inviato a servire, senza inganno, imbrogli o manipolazioni. Rientra in tutto questo il rispetto dei diritti di autore, di immagine, della privacy, delle leggi. La professionalità richiede un modo di operare rigoroso, adeguato alla natura di ogni realtà. Nella comunicazione significa: verifica sistematica, critica e continua dei dati; individuazione dei destinatari per le differenti interazioni e informazioni;

23 4. Visione e missione qualità della forma e dei contenuti, affinché siano adeguati al destinatario e alle sue capacità, allo strumento e alle sue esigenze.

Interdisciplinarietà:

31.

Per essere efficaci nella missione ci ispiriamo a Don Bosco, che era promotore di innumerevoli iniziative e forme di comunicazione attraverso vari linguaggi: il teatro, la musica, l'arte, la letteratura..., e che cercava ogni mezzo per comunicare, senza perdere mai l'orientamento comunitario della missione educativa. L'interdisciplinarietà nella comunicazione è un'esigenza del carisma salesiano: strumento di comunione nella varietà delle espressioni della missione salesiana; risposta alle esigenze proprie dell'educazione integrale, che suppone

condivisione di saperi e pluralità di linguaggi; valorizzazione del protagonismo e della partecipazione, caratteristiche del processo educativo salesiano.

Diritti umani:

32.

Uno di questi diritti (della terza generazione dei diritti) è il diritto a comunicare. È un diritto molto appropriato per i poveri e per questo si tratta di un diritto che va promosso dalla Famiglia salesiana che può diventare la voce per chi non ha voce, e fare sentire la voce di chi oggi non riesce a farsi ascoltare.

Sistema:

33.

Attuazione sistemica vuol dire operare con visione comune, in sintonia con la Chiesa e la Congregazione. Significa integrare ai vari livelli le politiche e i progetti; coordinare i settori, i metodi, le opere, le persone; collegarsi in rete tra noi e con le istituzioni della società che condividono la stessa missione. Aprirsi a sinergie e collaborazioni è una linea di orientamento insita nel nostro progetto di vita e di organizzazione come Congregazione, come Famiglia e come Movimento Salesiano. Oggi non abbiamo esitato a chiamarlo 'ecosistemico', questo modo di lavorare.

Networking:

34.

Il collegamento in rete fra individui e gruppi richiede le virtù dell'autenticità e della genuinità, la capacità di costruire e mantenere relazioni basate sulla fiducia. Significa anche essere consapevoli che gli individui cercano guide capaci di prendere decisioni e di provocare dinamiche operative in questa rete di rapporti fra persone.

24 4. Visione e missione 5.1 Destinatari, beneficiari, protagonisti e le loro necessità 35.

I destinatari prioritari della azione della Congregazione salesiana nel settore della Comunicazione sociale, come per ogni opera

salesiana, sono i giovani, specialmente i più poveri; gli ambienti popolari e le missioni. Essendo destinatari della missione, tutta la comunicazione è orientata a rispondere alle loro necessità di educazione e evangelizzazione. In conformità alla esperienza di Don Bosco e alla nostra comprensione contemporanea di 'ecosistema', i singoli e i gruppi non sono solo 'destinatari' ma anche protagonisti.

5.1.1 Le necessità dei giovani:

36.

- Poter essere creativi e protagonisti, per assumere il loro posto nella società;
- Comprensione, dimestichezza e utilizzazione dei processi e delle risorse di Comunicazione Sociale per la loro educazione e il loro rapporto con Dio, con le persone, con la natura, e con la società;
- Coscienza critica per interagire con i mezzi di comunicazione e per vivere in un mondo interconnesso del quale fanno parte;
- Informazioni che aiutino la loro crescita per la vita sociale, per il loro progetto di vita, e per il loro rapporto con il mondo;
- Informazioni sulla Congregazione, sulla Chiesa, sulla Vita Religiosa;
- Formazione delle generazioni digitali all'uso critico e responsabile dei vari tipi di media (mass, folk, personal, convergenti ecc.), ad un coinvolgimento competente e attivo come creatori nelle opportunità dei social media (reti sociali, siti web) e nelle forme di espressione giovanili e popolare.

5.1.2 Le necessità degli ambienti popolari e delle missioni 37.

- Risorse di comunicazione adeguate al lavoro di formazione e allo sviluppo socio-politico-culturale-religioso dei ceti popolari;
- Fonti di dati e di ricerche sulla gioventù;
- Articolazione in rete per lo scambio e la consolidazione di progetti;

- Promozione di diritti umani tra cui il diritto a comunicare;
- Coscienza critica per poter interagire con i mezzi di comunicazione e per vivere in un mondo interconnesso del quale fanno parte.

38.

Gli altri destinatari sono i salesiani, i corresponsabili laici, la Famiglia Salesiana, i simpatizzanti di Don Bosco, la società (mezzi di comunicazione, enti e organizzazioni ecclesiali, civili, governative e non governative, settori specifici). L'azione, nell'ottica della comunicazione, tende a fare in modo che questi servizi risultino a beneficio dei destinatari prioritari.

5.1.3 Le necessità dei salesiani:

39.

- Consapevolezza che devono “scoprire [nei giovani] la presenza di Dio e invitarli ad aprirsi al suo mistero di amore” (CG26, 2);
- Conoscenza dell'attuale linguaggio giovanile;
- Conoscenza delle forme di logica adeguata ad un modo non-lineare di rappresentare la verità (il linguaggio delle immagini, del disegno multimediale, della presentazione narrativa...);
- Abilitazione all'atteggiamento positivo e critico di accoglienza e alla padronanza dell'uso degli strumenti e dei loro linguaggi;
- Qualificazione come animatori culturali;

25 5• Formazione continua per poter lavorare professionalmente nell'ambito della comunicazione;

- Sussidi per la realizzazione della loro missione educativo-pastorale;
- Informazioni sulla vita della Congregazione, della Famiglia Salesiana, sui giovani e l'educazione;
- Mentalizzazione per far crescere il senso di comunione e di appartenenza (sinergia cooperativa);

- Competenza nell'integrare il messaggio educativo-evangelizzatrice nella cultura mediatica di oggi;

- Diffusione dei principi e dei valori salesiani;

- Capacità di utilizzare correttamente gli strumenti nel contesto della missione in coerenza con i principi della vita religiosa;

- Qualificazione per lavorare in rete.

5.1.4 Le necessità della Congregazione:

40.

- Salesiani formati come evangelizzatori, educatori, comunicatori;

- Disporre di un sistema di comunicazione a carattere professionale, stabile e flessibile (piano strategico integrato, articolazione in rete, strutture e strumenti adeguati, comunicazione con la società, ecosistema comunicativo);

- Personale qualificato;

- Informazione e mentalizzazione nella linea del Progetto di Animazione;

- Una mentalità che comprende l'importanza del coinvolgimento di laici corresponsabili in questo campo (cfr. CG24);

- Centri di formazione e di produzione (strutture e mezzi – imprese);

- Formazione e consolidamento di fronte alla società dell'immagine della Congregazione come istituzione educativa e evangelizzatrice che lavora al servizio dei giovani poveri e dei ceti popolari;

- Diffusione della informazione tra la Direzione Generale e le Ispettorie.

5.1.5 Le necessità dei corresponsabili laici:

41.

- Una visione da veri corresponsabili nella missione salesiana;

- Comprensione dell'attuale linguaggio giovanile;

- Conoscenza del sistema preventivo;
- Formazione come animatori culturali;
- Formazione all'uso delle risorse di comunicazione nell'educazione;
- Documenti e sussidi per il lavoro educativo-pastorale;
- Risorse innovatrici di comunicazione;
- Qualificazione per lavorare in rete.

5.1.6 Le necessità della Famiglia Salesiana:

42.

- Documenti e sussidi per il lavoro educativo-pastorale;
- Risorse di comunicazione per la missione;
- Articolazione in rete nella FS e con altri organismi ecclesiali e civili.
- Preservazione del proprio patrimonio storico;
- Accesso alle fonti della storia della Famiglia Salesiana;
- Informazione aggiornata degli avvenimenti del mondo salesiano;

5.1.7 Le necessità della Chiesa e della società:

43.

- Informazioni che risvegliano il mondo della 26 5. Obiettivi strategici comunicazione, e tengano altresì desta la formazione della coscienza critica;
- Informazioni corrette e propositive sulla gioventù, sull'educazione, sulla Chiesa, sulla religione, sulla società...;
- Diffusione di valori per una cultura della giustizia, della pace, della solidarietà e della comunione;
- Nuove offerte spirituali presentate attraverso i nuovi media;

- Appello a persone di buona volontà perché ci aiutino a favore della nostra missione fra i giovani.

5.2 Risultati desiderati 44.

Il ggiioovvaannii, specialmente i più poveri, comprendano, dominino e utilizzino criticamente i processi, i linguaggi e le risorse della comunicazione nel loro rapporto con Dio, con le persone, con la natura, con la società, e informati sullo sviluppo dell'evangelizzazione, della Chiesa, della Vita Religiosa, della Congregazione, dell'Ispeetoria.

45. GGllii aammbbieennnttii ppooppoollaarii ee llee mmiissiiioonnii siano dotati di risorse di comunicazione adeguate al lavoro di formazione e sviluppo socio-politico-culturale-religioso, e di informazione e ricerche sulla gioventù.

46. Il SSaalleessiaannii siano qualificati come animatori culturali, in grado di conoscere e dominare i nuovi linguaggi della comunicazione e siano sostenuti dalle risorse di comunicazione per la loro missione educativa e di informazione sulla vita della Congregazione, sulla Famiglia Salesiana, sui giovani e sull'educazione, in modo che possano diffondere le convinzioni e i valori salesiani.

47. LLaa CCoonnggrrreeggaazziioonnee disponga di un sistema di comunicazione professionale a servizio della comunione e della missione, con personale motivato, stabile, e qualificato con visione e progetto comune, con centri di formazione e di produzione salesiana, con strumenti adeguati per l'informazione, con una immagine consolidata di istituzione educativa e evangelizzatrice che lavora al servizio dei giovani poveri e dei ceti popolari, che lavora in rete con altre istituzioni e gruppi che condividono le stesse preoccupazioni per i giovani.

48. Il ccoorrrreesspooonnssaabbiillii llaaiicci comprendano il linguaggio giovanile, conoscano il sistema preventivo, siano formati come animatori culturali, forniti di risorse di comunicazione per il loro lavoro educativo-pastorale, informati sulla realtà dei giovani e dell'educazione.

49. LLaa FFaammiigglliaa SSaalleessiaanna sia informata sulla storia e sugli avvenimenti della

vita salesiana, sostenuta da risorse di comunicazione per l'azione educativa pastorale, con memoria storica conservata.

50. L'azione comunicativa deve produrre informazioni che attivino il mondo della comunicazione a favore della formazione di una coscienza critica, di una cultura di pace; e siano correttamente informate sulla gioventù e sull'educazione, sulla Chiesa e sulla religione.

5.3 I soggetti 51. Per promuovere l'ecosistema salesiano di comunicazione sociale, vanno considerati alcuni soggetti con attribuzioni particolari:

Come educatori siamo interessati innanzitutto ai soggetti della comunicazione interpersonale:

adulti e giovani, laici e religiosi. Nello spirito del sistema preventivo, auspichiamo che tutti si impegnino a sviluppare le competenze comunicative, 27 5. Obiettivi strategici una convivenza fiduciosa e amichevole, rapporti e forme di collaborazione.

La comunità salesiana e le comunità educative :

pur nella diversità dei ruoli e delle competenze, l'intera comunità è responsabile dello sviluppo della comunicazione.

Gli operatori professionali con specifici ruoli e responsabilità di comunicazione definite dall'organizzazione, sia all'interno sia all'esterno della comunità.

I dirigenti e animatori nei loro rispettivi livelli e attribuzioni:

- A livello generale di Congregazione, il Rettore Maggiore con il suo Consiglio, il Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale e l'équipe del Dicastero ;
- A livello nazionale e/o regionale, il Delegato o Coordinatore regionale o nazionale;
- A livello ispettoriale l'Ispettore con il suo Consiglio, il Delegato e la Commissione di CS;
- A livello locale il Direttore con il suo Consiglio e l'incaricato e l'équipe locale di CS.

Noi crediamo che il sistema debba essere un vero ecosistema di comunicazione, e pertanto le imprese come le radio, la televisione, e semplici siti web debbano essere per loro natura aperti.

Noi includiamo l'intera società come un tutto in questa lista, ma ancor di più la società arricchita dall'apporto (inteso anche in senso virtuale oltre che fisico e geografico) della comunità salesiana locale e del suo lavoro.

5.4 Le aree di azione del Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale 5.4.1 Animazione 52. L'animazione è parte fondamentale della mentalità salesiana e un modo di operare, che implica un agire in conformità agli "Orientamenti per la formazione dei Salesiani alla Comunicazione Sociale" e per la gestione della Comunicazione Sociale nei processi educativi e nei rapporti interni e esterni.

5.4.2 Formazione 53. Potenziare la formazione delle competenze comunicative delle persone, e la gestione della comunicazione nei processi educativi e nei rapporti interni e esterni della Congregazione.

5.4.3 Informazione 54. Produrre informazione salesiana che favorisca la comunione e il senso di appartenenza, l'educazione e l'evangelizzazione dei giovani, la mentalizzazione e la mobilitazione per la missione di Don Bosco, e la presentazione di un'immagine adeguata della Congregazione.

5.4.4 Produzione 55. Produrre e sostenere programmi, risorse, imprese [opere] di comunicazione, siti web, a servizio della missione educativo-pastorale dei giovani.

Significa che dobbiamo saper distinguere fra la generale attività di produzione e i molteplici livelli di comunicazione e individuare le possibilità di rispondere a richieste più specifiche.

28 5. Obiettivi strategici 6.1 La politica comunicativa della Congregazione 56. La comunicazione si sviluppa all'interno del quadro di riferimento della missione salesiana verso i giovani, come una dimensione che attraversa tutta la attività dell'azione educativa-pastorale, allo stesso livello delle altre opere salesiane. Si tratta di una attività che appartiene alla missione e, attraverso la

- gestione di processi e prodotti, mira a creare e rafforzare gli ambienti salesiani 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.
57. Le azioni del SSCS sono orientate a generare risultati coerenti con le convinzioni e i valori salesiani, a generare solidarietà e pace nella società tutta, a promuovere la comunione carismatica interna alla Congregazione e alla Famiglia Salesiana.
58. L'attività di comunicazione della Congregazione è interamente al servizio della missione della Chiesa, centrata sull'educazione e evangelizzazione dei giovani, specialmente i più poveri, e a far crescere fede negli ambienti popolari. (Cfr. C. 6) 59. La promozione della comunicazione è responsabilità di tutti, con l'animazione ed il coordinamento del Consigliere per la Comunicazione Sociale a livello mondiale, e degli Ispettori e delegati a livello ispettoriale, attraverso una attività di sistema, con politiche e piani comuni, il tutto integrato nel Progetto di Animazione del Rettor Maggiore e del suo Consiglio e nel Progetto Organico Ispettorale.
60. "La Comunicazione Sociale varca i confini ristretti di una Ispettoria. Va quindi pensata in rete. Ciò che non può essere fatto con le forze di una sola Ispettoria può realizzarsi con la partecipazione di varie"(ACG 370,41).
61. "Questi servizi (di comunicazione) trovino forme di collegamento e cooperazione con centri di altre Ispettorie e col Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale" (R. 31). "I centri editoriali che operano in una stessa nazione o regione cerchino forme convenienti di collaborazione in vista di un progetto unitario" (R. 33).
62. In questa linea, dove ci sono opportunità e convenienza, i paesi, le conferenze o le regioni organizzino équipe, strutture o servizi di condivisione, consulenza e collegamento per la comunicazione, a servizio delle ispettorie. Queste strutture e servizi siano regolati da convenzioni o statuti specifici accordati tra le ispettorie, con la partecipazione del Consigliere Regionale, sentito il parere del Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale.
63. La comunicazione è promossa quando le competenze comunicative dei singoli e dell'istituzione sono migliorate. Le competenze (un termine molto in uso tra gli educatori di oggi) possono essere valutate obiettivamente. Questa valutazione sia orientata da parametri o indicatori obiettivi, in grado di misurare l'indice del raggiungimento dei risultati desiderati e il suo attuarsi in conformità ai criteri elencati. Tutto avvenga 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..
64. Il carattere unico e organico della missione salesiana indica la possibilità e la necessità di équipe interdicasteriali (p.e. PG, CS, Missioni), soprattutto per facilitare azioni condivise.
- 29 66.2 Linee politiche per le aree di azione 6.2.1 Animazione 65. L'animazione e la gestione della comunicazione nei processi educativi prende in considerazione :
- la comunicazione di massa, dei media personali e convergenti, soprattutto in funzione dei media sociali, e lo sviluppo dell'informatica come veicolo di modelli innovativi e di nuova mentalità, che esigono una accurata attenzione nel campo educativo.
 - la valorizzazione della comunicazione nella comunità educativa, nel rispetto del protagonismo e della partecipazione;
 - la produzione di messaggi;
 - la educazione ai media , considerati come strumenti da utilizzare nei processi educativi generali, la educazione ai media, intesa come comprensione critica dei media, visti non solo come strumenti ma come linguaggio e cultura, e la educazione all 'utilizzo dei media rivolta alla formazione di professionisti;
 - le 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".

66. L'animazione e la gestione della comunicazione nei rraapppoorrttii iinntteerrnnii prende in considerazione :

- l'impegno costante per costruire una comunità di persone con visione comune e condivisa di missione, di spirito salesiano e di progetto, in un clima di famiglia e di vicinanza e compartecipazione fra salesiani e laici (cfr. in particolare CG24), educatori e educandi;
- la visibilità della comunità salesiana come nucleo animatore di una presenza accogliente;
- il modo di promuovere iniziative che favoriscano l'interscambio delle esperienze;
- il modo per superare la parcellizzazione delle attività e opere, e delle aree funzionali (pastorale giovanile, comunicazione sociale, missioni...) in ambito locale, ispettoriale e mondiale;
- la promozione dell'unità nella crescente diversità delle culture e situazioni in continua trasformazione, 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;
- la vicinanza da parte 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;

67. L'animazione e la gestione della comunicazione nei rraapppoorrttii eesstteerrnnii prende in considerazione :

- 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 con i mezzi di comunicazione per il loro utilizzo a favore dell'educazione della gioventù e la divulgazione della buona notizia;
- 30 6. Politiche
- l'opportunità di usare gli 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 ad 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 rapporto con l'educazione e la pastorale.

6.2.2 Formazione 68. La ffoormmaazziioonnee ddeei ssaalleessiiannii prende in considerazione :

- quanto scrivono 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 armonizzi 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".

- gli orientamenti della 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;
- gli Orientamenti per la formazione dei salesiani in comunicazione sociale , contenuti e metodologie

per le varie fasi formative, documento congiunto del Dicastero per la Formazione e del Dicastero per la Comunicazione Sociale (2006).

69. La conduzione dei pprrooggeetttii ddii ffoormmaazzioonnee ddeei ssaa-lleessiaannii ee ddeeggllii eedduccaattoorii prende in considerazione questi tre livelli (Cf. ACG 370, p. 22-25):

Livello generale di base:

- l'approfondimento delle ragioni teologiche e pastorali della comunicazione;
- lo studio e l'attuazione del sistema preventivo di Don Bosco come una delle migliori espressioni di comunicazione e come riferimento di base di tutta la formazione;
- la formazione delle competenze comunicative dell'educatore a partire dalle sue necessità;
- l'abilitazione a lavorare in équipe e a forme di apprendimento cooperativo;
- l'abilitazione alla lettura, alla valutazione critica, all'interazione con i media, superando la condizione di semplice consumatore, utente;
- la conoscenza critica e la sintonia con i linguaggi che veicolano la cultura dei giovani, come la letteratura, il teatro, la musica, il cinema;
- una preparazione per sapersi muovere con una conoscenza critica nel 'continente digitale' di oggi rappresentato in modo particolare da blog, chat, texting...

Livello degli animatori e degli operatori educativi e pastorali:

- la necessità di capire la cultura del mondo globalizzato, ma anche a essere in grado di contribuire alla creazione di modelli alternativi di cultura solidale;
- l'interazione con il sistema dei mezzi di comunicazione di massa, così da assicurare la formazione di persone creative e attente a una utilizzazione... dei media a beneficio di tutta la collettività;

• la competenza nell'utilizzo del linguaggio³¹ 6. Politichegno, delle risorse e degli strumenti di comunicazione nelle attività educativo-pastorali;

• la formazione del media educator , dell'educatore, dell'animatore culturale. Livello di preparazione specialistica:

• la formazione tecnologica e professionale specifica;

• la partecipazione ai programmi dei centri di formazione alla comunicazione.

70. La conduzione dei pprrooggeetttii ddii ffoormmaazzioonnee ddeei ggiiioovvaannii prende in considerazione :

• la formazione delle competenze comunicative interpersonali e di gruppo, a partire dalle loro necessità;

• la formazione di animatori culturali;

• la formazione per la comprensione critica dei media;

• la comunicazione e espressione nei vari linguaggi del teatro, della musica, della danza, delle forme folcloristiche, della stampa, dell'arte, del cinema, della TV, dell'Internet...;

• la competenza nell'utilizzo del linguaggio, delle risorse e degli strumenti di comunicazione.

6.2.3 Informazione 71. L'informazione va curata come fattore fondamentale per creare ambienti comunicativi salesiani e per mobilitare la società in vista delle necessità dei giovani.

72. L'informazione va differenziata e adeguata per rispondere alle necessità di un destinatario concreto – individuo o gruppo - in un linguaggio e mezzo adatto e opportuno.

73. L'informazione deve essere coerente con le linee politiche e con i criteri della comunicazione della Congregazione.

74. Lo scambio di notizie e di esperienze va potenziato in modo da fare crescere il senso di unità e di appartenenza alla Congregazione e alla Famiglia Salesiana.

75. L'informazione contribuisce al sostegno e allo sviluppo del progetto di animazione del Rettor Maggiore e del suo Consiglio e del Progetto di animazione dell'Ispettorato e delle comunità.

76. 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 accumulata una ricca informazione su di esso per una migliore conoscenza, per un aumento di apprezzamento e per una migliore qualificazione del servizio. Allo stesso tempo riversiamo questa stessa informazione nella società allo scopo di creare opinione e presa di coscienza che diano origine a politiche e azioni a favore della gioventù.

77. Per sostenere l'animazione e il buon funzionamento della congregazione in quanto organizzazione, si provvede a una banca dati permanentemente aggiornata che permetta di conoscere in ogni istante e rapidamente, con precisione e sicurezza, la situazione del personale, delle opere e delle attività.

78. L'informazione ha anche il compito della conservazione digitale. Essa implica l'elaborazione di politiche a diversi livelli, che assicurino materiale digitale di valore è elaborato in modo da facilitare la sua conservazione. Vanno curati anche i diversi processi digitali relativi alla conservazione dei documenti storici e culturali della Congrega³² 6. Politichezione: scritti, immagini (fisse o in movimento), testimonianze sonore, oggetti. Va impostata una adeguata gestione degli archivi, delle biblioteche, dei musei, dei monumenti.

79. 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.

Partecipiamo in qualità di religiosi alla testimonianza e all'impegno della Chiesa per la giustizia e la pace. Rimanendo indipendenti da ogni ideologia 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" (C. 33).

80. Siano costantemente potenziati e qualificati professionalmente strutture, strumenti e prodotti informativi, in modo speciale:

- L'Agenzia iNfo Salesiana (ANS) con la rete di corrispondenti nelle regioni e 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 archivi;
- I notiziari ispettorali 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 alla informazione.

6.2.4 Produzione 6.2.4.1 Imprese editoriali 81. L'opera educativa di Don Bosco porta l'impronta della sua attività di scrittore e editore. Come autore ha redatto testi devozionali, 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.

Visione 82. • 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 con ruolo attivo nel processo di evangelizzazione e catechesi, nella società, nella scuola e nella cultura; regolano la propria politica

editoriale sul rapporto 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 integrismo.

- Esse sono presenze educative e creatrici di cultura, con particolare attenzione alla loro dimensione popolare e umanistica, nella linea di Don Bosco e della tradizione educativa e pedagogica salesiana.
- Le Editrici salesiane operano nel campo della educazione, della evangelizzazione, della catechesi, della formazione e istruzione. Esse sono impegnate a favorire l'annuncio del vangelo; ad accompagnare la scoperta e il maturare della fede; a facilitare la sintesi fra fede e cultura; a educare al senso critico, estetico, morale e a promuovere l'apertura al religioso. (Cfr. Costituzioni Art. 31 e 34; Regolamenti generali Art. 32).

33 6. PoliticheStruttura imprenditoriale 83.

- Sull'esempio di Don Bosco, che ha dato stabilità imprenditoriale alla sua attività editoriale, e come richiedono i Regolamenti generali (n. 31), le Editrici salesiane siano impostate su sicure basi giuridiche e economiche.
- Come accade per qualsiasi altra opera dell'Ispettorato, l'Ispettore con il suo Consiglio definisca con chiarezza 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. Eserciti il suo costante dovere di controllo e indirizzo.
- L'Ente proprietario dell'Editrice definisca con documento ufficiale i valori portanti, le linee guida per le decisioni, le politiche, le azioni; lo scopo: la ragione fondamentale dell'esistenza della editrice; la missione: gli obiettivi da perseguire.
- L'Impresa elabori una strategia per realizzare la missione che le è stata affidata attraverso una valutazione dei suoi punti di forza e di debolezza, le sue risorse finanziarie e umane, la sua capacità innovativa; identifichi il suo target e 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.

6.2.4.2 I siti web salesiani 84. Possiamo individuare tre nuclei di un sito web salesiano: identità, scopo, la natura dello stesso web.

Visione - Identità 85. L'identità di un sito web salesiano è carismatica e istituzionale :

- l'identità carismatica 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.
- l'identità istituzionale . Esistono diversi livelli di appartenenza all'identità istituzionale a secondo del carattere del sito: può essere un sito 'ufficiale' (della Congregazione, della Regione o di una Ispettorato) o di una opera, di un settore, di un'attività tipicamente salesiana.

Elementi concreti come il logo e i diversi 'link' aiutano ad esprimere questa 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 e evangelizzatrice.

Scopo 86. Un sito web salesiano ha lo scopo di animare, formare, educare, informare (notizie, video...), conservare (documenti, immagini, suoni...), pubblicizzare (senza eccessiva autoreferenzialità).

Uno di questi scopi sarà di norma lo scopo principale del sito.

La natura dello stesso web 87. Oggi si parla di Web 2.0 e domani probabilmente di Web 3.0. Un sito web vecchio di dieci anni non risponde alle aspettative di oggi. È essenziale che un sito web salesiano continui a svilupparsi.

88. Senza dubbio lo sviluppo continuo implica vari aspetti: disegno, icone, navigabilità, interattività,

accessibilità, la capacità di gestire siti sempre più complessi in modo semplice, utilizzando gli strumenti oggi disponibili.

34 6. Politiche⁸⁹. Il webmaster salesiano opera nel vasto movimento salesiano con il suo personale contribuito.

In questo senso possiamo parlare di una 'comunità operativa' che va sviluppata e rafforzata:

- Vogliamo una comunità aperta, capace di dialogo, in grado di coinvolgere tutte le persone interessate;
- Nei nostri siti web è importante saper equilibrare privato e pubblico;
- Siamo convinti che un sito web salesiano aggiunga valore alla identità e alla missione della vasta comunità salesiana;
- La comunità operativa dei webmaster salesiani costituisce uno spazio accogliente, come accade in una sala comunitaria o in un altro spazio simile;
- Ogni comunità ha i suoi ritmi e alla misura in cui la comunità di pratica dei webmaster salesiani ha i suoi ritmi, può dimostrare la sua vitalità. Questa comunità di pratica cercherà strategie concrete a questo riguardo (informazione condivisa, scambio di e-mail, forum o altro).

6.2.4.3 Radio salesiana Missione 90. Sono strutture radiofoniche che con il stile salesiano, evangelizzano la cultura giovanile e popolare, educando, orientando, informando e coinvolgendo.

Visione 91. Vogliamo 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.

Linee pratiche 92.

- Implementare programmi educativi culturali e pastorali;
- Diffondere programmi specializzati con un'identità salesiana fondata nel sistema preventivo;

- Produrre programmi giovanili in stile educativo salesiano, stimolando e coinvolgendo gli stessi giovani;

- Diffondere una informazione corretta che offra elementi per una critica costruttiva della società;

- Collaborare alle campagne di protezione e promozione dei diritti umani;

- Tendere verso la autosostenibilità delle radio e delle TV, attraverso un sostegno locale e progetti in rete;

- Promuovere la vocazione salesiana nelle sue varie espressioni.

Linee orientative 93.

- Informare, educare, evangelizzare i giovani e le classi popolari utilizzando il linguaggio della radio;

- Promuovere la cultura, l'educazione e la religione mediante una programmazione etica e di qualità;

- Produrre e sostenere programmi, risorse e imprese radiofoniche al servizio della missione educativo-pastorale della gioventù;

- Preparare professionalmente e formare nel carisma salesiano il personale della radio, in modo da garantire la qualità evangelizzatrice del messaggio. Allo scopo programmare periodici incontri di formazione.

- Dare spazio nei nostri messaggi radiofonici ai temi della giustizia sociale e dei diritti umani allo scopo di accrescere la presa di coscienza su questi importanti temi.

- Diffondere i valori religiosi e della pedagogia salesiana con creatività, utilizzando apposite risorse.

- Promuovere in tutti gli ambiti locali e dell'ispettorato il lavorare in rete con la Congregazione salesiana e la Chiesa.

6.3 I diversi processi e linee politiche 6.3.1 Processi fondamentali 94. Affinché il sistema istituzionale

funzioni è necessario definire i vari processi che lo compongono.

Questi processi costituiscono un insieme di azioni correlate, necessarie per concretizzare la Missione di un'Istituzione intesa come un organismo.

95. La definizione dei processi indica quanto deve essere fatto e come lo si debba realizzare nelle più svariate attività. Spetta invece all'architettura organizzativa definire le aree funzionali con le rispettive competenze e ruoli.

96. Nel SSCS sono identificate i seguenti processi:

- Progettazione;
- Sviluppo;
- Promozione;
- Supporto: gestione e servizi.

36 6. Politiche 97.

Presentiamo di seguito il diagramma del funzionamento del SSCS e la descrizione dei relativi processi.

37 6. Politiche 6.3.2 La progettazione e le sue politiche 98. Assicurare l'aggiornamento costante del SSCS davanti alle necessità dei destinatari, possano efficacemente raggiungere i traguardi desiderati.

99. La progettazione è una condizione strategica per promuovere il SSCS, orientare il suo sviluppo e fare convergere le azioni in vista dei risultati desiderati.

100. Lo sviluppo del SSCS è orientato da un Piano di Azione di Settore (PAS) a livello generale, 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.

101. A livello ispettoriale il SSCS è orientato da un Piano Ispettoriale di Comunicazione Sociale (PICS) integrato nel Progetto Organico Ispettoriale (POI), che guarda le situazioni specifiche di ogni ispettoria e cerca di applicare

all'ispettoria la politica di CS della Congregazione e la programmazione generale fatta dal Rettor Maggiore e dal suo Consiglio per il sessennio.

6.3.3 Lo sviluppo e le sue politiche 102. 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.

103. Lo sviluppo della comunicazione e la costruzione del SSCS vanno sostenuti con azioni di analisi, di ricerca, di studio, di riflessione, e monitorati con azioni di valutazioni, consulenze, attività di formazione e di incremento.

104. È compito di questa funzione approfondire la metodologia pastorale salesiana di comunicazione a servizio della Congregazione, della Chiesa, della società.

105. Per favorire questa funzione sono state costituite consulte permanenti a livello mondiale e ispettoriale per la Comunicazione Sociale, composte da équipes di esperti salesiani e laici per i diversi ambiti o aree, coordinate rispettivamente dal Consigliere Generale e dai Delegati ispettoriali per la Comunicazione Sociale.

106. Va curata la formazione di specialisti salesiani e laici nella comunicazione, consapevoli della priorità che ad essa è attribuita nella missione salesiana.

6.3.4 La promozione e le sue politiche 107. Avviare, sostenere e potenziare le aree della azione, dell'animazione, della formazione, dell'informazione e della produzione per una efficace comunicazione a servizio della missione salesiana.

108. La promozione della comunicazione avviene entro le seguenti scelte :

- orientare gli sforzi alla formazione di persone, équipes e centri, dediti all'elaborazione di messaggi, piuttosto che proporsi di possedere gli strumenti o lasciarsi assorbire della gestione delle strutture;

- operare con progetti orientati a creare processi comunicativi, al servizio del progetto educativo-pastorale salesiano (PEPS), della comunione carismatica e della mobilitazione per la missione, piuttosto che orientati su attività e opere isolate.

38 639 109. Siano create strutture con personale e risorse adeguate per gestire l'animazione, la formazione, l'informazione e la produzione, a livello generale e ispettoriale.

110. Il coordinamento della promozione della comunicazione è compito del Consigliere per la Comunicazione Sociale a livello generale e del Delegato per la Comunicazione Sociale a livello ispettoriale.

111. 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, 259).

6.3.5 Attività di supporto e le sue politiche 112. Assicurare la disponibilità e l'adeguata amministrazione del personale, delle risorse e dei servizi necessari per il funzionamento del SSCS.

113. Le attività di supporto vanno fatte d'intesa fra l'economato generale e/o ispettoriale.

114. La gestione del personale deve prendere in considerazione :

- la condivisione delle convinzioni e dei valori della Congregazione e l'impegno nell'esercizio della missione salesiana;
- il sostegno e lo sviluppo di una politica di risorse umane che permetta al SSCS 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;
- l'attuazione in conformità alle esigenze legali e normative vigenti.

115. La gestione delle risorse economico-finanziarie e del patrimonio deve prendere in considerazione :

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

116. La gestione dei servizi deve prendere in considerazione :

- 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 e in modo da rendere possibile 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 nel prendere decisioni gestionali necessarie al conseguimento dei risultati desiderati dal SSCS;
- la disponibilità di un supporto giuridico per assicurare il rispetto della legalità dal SSCS e per garantire la difesa degli interessi della Congregazione in questa area.

117. La gestione delle risorse linguistiche e della traduzione deve prendere in considerazione :

6. Politiche La salvaguardia della terminologia salesiana sia all'interno che all'esterno; la cura di una traduzione fedele e comprensiva 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 ai lettori nel loro contesto culturale; la promozione di utili standard per i testi editi dalla Direzione Generale.

118. Il DCS 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 DCS offre le sue competenze e i suoi consigli all'Archivio Salesiano Centrale e ad altri responsabili per la gestione del patrimonio documentale della Congregazione.
119. Il DCS anche in collaborazione con il Segretario Generale e/o il Vicario del Rettor Maggiore cura il coordinamento del 'pool' dei traduttori e offre servizi in appoggio al loro compito.
120. Il DCS promuove linee guida di stile per le varie situazioni, per esempio per la Direzione Generale, per i traduttori nelle varie lingue.
6. Politiche 41 7.1 SCS Organizzazione 121. 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.
- 7.1.1 Diagramma dell'organizzazione 122. 7. Organizzazione, ruoli e funzioni 7.2 Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale 7.2.1 Ruolo: 123. Animare la Congregazione nel settore della Comunicazione sociale: promuove l'azione nel settore della Comunicazione sociale e coordina in particolare, a livello mondiale, i centri e le strutture gestite dalla Congregazione in questo campo.
- 7.2.1.1 Dettaglio del ruolo: 124. Far prendere coscienza del significato della comunicazione e della sua efficacia educativa e apostolica per la Congregazione.
125. Accompagnare e sostenere gli Ispettori nel compito loro affidato dai Regolamenti Generali all'articolo 31 di promuovere la Comunicazione sociale.
126. Curare la qualità dell'intervento salesiano nel campo della comunicazione.
127. Coordinare i vari ambiti di cui si compone il Dicastero per la Comunicazione sociale.
128. Coordinare a livello mondiale, i centri e le strutture gestite dalla Congregazione nel campo della comunicazione.
129. Curare l'implementazione della programmazione generale, l'integrazione dell'équipe con tutte le sue funzioni, con il Rettor Maggiore e il suo Consiglio e con gli altri dicasteri.
- 7.3 Équipe del Dicastero per la Comunicazione sociale 7.3.1 Ruolo: 130. Contribuire con il Consigliere Generale a promuovere la comunicazione.
- 7.3.1.1 Dettaglio del ruolo: 131. Collaborare costantemente con tutto ciò che riguarda gli obiettivi del Dicastero per la Comunicazione sociale.
132. Svolgere gli incarichi attribuiti dal Consigliere a servizio del Dicastero,, come:
- 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.
133. Svolgere gli incarichi attribuiti dal Consigliere e finalizzati alla attuazione della programmazione del sessennio. Come:
- partecipare a eventi e organismi di comunicazione interni o esterni alla Congregazione • coordinare e collaborare con i processi agli eventi organizzati dal Dicastero. Il sito web della Congregazione, che ha sede alla Direzione Generale, si caratterizza come un portale nel senso di un fornitore di nicchia di informazione e di servizi nel ambito salesiano. Quanto è stato detto 42 7. Organizzazione, ruoli e funzioninella sezione 'Produzione' su un sito web salesiano si applica a fornitori al sito della Congregazione.

7.4 Consulta Mondiale 7.4.1 Ruolo: 134. Accompagnare lo sviluppo della comunicazione della Congregazione, fare valutazioni, ricerche, studi; offrire orientamenti e sussidi per un costante aggiornamento.

7.4.1.1 Dettaglio del ruolo:

135. Offrire consulenza permanente alla comunicazione della Congregazione, particolarmente al Dicastero per la Comunicazione Sociale.

136. 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 dicastero attraverso i loro studi e suggerimenti, rispondendo alle sollecitazioni, ma anche offrendo suggerimenti spontanei in atteggiamento propositivo.

137. La condivisione e la comunicazione dei contributi personali sono fatti di preferenza via Internet. A seconda delle necessità, la consulta è convocata per incontri regionali o mondiali, con la partecipazione di esperti di aree specifiche o con la partecipazione di tutta l'équipe.

7.5 Delegato regionale, nazionale e/o di conferenze 7.5.1 Ruolo: 138. Promuovere la sinergia e 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.

7.5.1.1 Dettaglio del ruolo:

139. Realizzare il compito affidatogli dagli statuti o dalle convenzioni della delegazione regionale o della conferenza.

140. Mantenere uno stretto collegamento di cooperazione con il Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale e con il Dicastero.

141. Promuovere l'elaborazione e la attuazione di un piano comune di azione e di collaborazione nel settore della Comunicazione Sociale, in conformità alla programmazione generale della regione o conferenza.

7.6 L'Ispettore con il suo Consiglio 7.6.1 Ruolo: 142. Promuovere la comunicazione nell'Ispettorìa.

7.6.1.1 Dettaglio del ruolo:

143. 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 Ispettorìa e con il Consiglio Generale.

144. Nominare il Delegato ispettoriale per la Comuni⁴³ 7. Organizzazione, ruoli e funzionazione Sociale, e l'équipe o commissione di Comunicazione.

145. Preparare i confratelli a inserirsi nei circuiti della stampa, del cinema, della radio e della televisione.

146. 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.

147. Stabilire i revisori delle pubblicazioni che richiedono la revisione ecclesiastica.

7.7 Il Delegato ispettoriale per la Comunicazione Sociale 7.7.1 Ruolo:

148. 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.

7.7.1.1 Dettaglio del ruolo:

149. Lavorare in collaborazione con le diverse équipe che costituiscono la struttura, a favore della missione salesiana giovanile, per la sua attuazione nell'Ispettorìa. Il delegato si coordina in modo particolare con i delegati degli altri settori. Il delegato, d'intesa con l'economista ispettoriale, trovi una sua adeguata funzione di rappresentanza nella gestione delle imprese di comunicazione dell'ispettorìa.

150. Collaborare alla elaborazione e applicazione del Piano Ispettoriale di Comunicazione Sociale.

151. Secondo le possibilità, animare e accompagnare coloro che sono coinvolti nella comunicazione dell'ispettoria:

- il consiglio ispettoriale;
- le comunità salesiane;
- i referenti locali per la comunicazione;
- le diverse aree di azione di comunicazione;
- la formazione permanente dei confratelli nel campo della comunicazione.

152. Lavorare in rete con i diversi responsabili ad ogni livello nell'ispettoria per coordinare le azioni del SSCS, sottolineando i criteri salesiani elaborati 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 attività di formazione, di informazione e produzione;
- integrando l'équipe o Commissione Ispettoriale di Pastorale Giovanile;
- una presenza negli organismi di animazione delle opere di produzione della CS.

153. Avere un visione d'insieme che permetta al Delegato di fare interventi ben mirati per assicurare che vi sia equilibrio e sintonia tra l'informazione salesiana locale e l'informazione a livello mondiale nelle aree seguenti:

- ANS (Agenzia Info Salesiana): l'informazione locale (corrispondenti);
- la produzione e la diffusione dell'informazione all'interno dell'ispettoria e della Famiglia Salesiana; gli strumenti come il Notiziario Ispettoriale, il Bollettino Salesiano, altri prodotti tipici;
- il funzionamento del sito web;

44 7. Organizzazione, ruoli e funzioni45 • il funzionamento dell'ufficio stampa;

- un contatto attivo e positivo con strutture, persone, e mezzi di comunicazione presenti sul territorio;

- l'immagine salesiana, sul piano della qualità e della quantità;

- la significatività della presenza nei mass media e nello spazio della stampa.

154. Partecipare agli incontri del Sistema ai diversi livelli regionale o di conferenza e mondiale, contribuendo sempre più all'instaurarsi di sinergie dentro la Congregazione.

155. Coordinarsi con gli organismi ecclesiastici, religiosi, governativi e civili che si occupano di comunicazione.

7.8 Equipe (Commissione ispettoriale o altro) di Comunicazione Sociale 7.8.1 Ruolo:

156. Contribuire con il Delegato e l'ispettoria al compito di promuovere la comunicazione.

7.8.1.1 Dettaglio del ruolo:

157. Lavorare come équipe nel Sistema, e collaborare costantemente con tutto quanto riguarda la missione nel settore della Comunicazione Sociale.

158. Contribuire alla redazione e applicazione del piano ispettoriale di animazione-formazione-consulenza nel settore della Comunicazione Sociale.

159. Contribuire al lavoro del Delegato con l'informazione, lo studio, la condivisione, la progettazione e la sperimentazione.

160. Assumere gli incarichi affidati dall'ispettore o dal Delegato per la gestione delle varie attività, o la partecipazione a eventi e organismi di comunicazione.

161. Valorizzare la comunicazione a favore dell'educazione ed evangelizzazione dei giovani e del ceto popolare.

7.9 Coordinatore locale di CS 7.9.1 Ruolo: 162. Promuovere la comunicazione nell'opera locale.

7.9.1.1 Dettaglio del ruolo:

163. Partecipare operativamente all'interno dell'equipe di Pastorale Giovanile in tutta l'attività che riguarda l'educazione dei giovani; interagire con gli incaricati degli altri settori per una attività ben coordinata dell'opera locale.

164. Collaborare alla elaborazione e attuazione del Piano Locale di Comunicazione Sociale.

165. 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.

166. Coordinare le azioni del SSCS, attraverso l'effettiva organizzazione, ruoli e funzioni partecipativa dei corresponsabili, assicurando che la gestione del Sistema risponda alle necessità dei destinatari con i criteri salesiani:

- nell'elaborazione e nell'applicazione dei piani;
- nella promozione dei processi e nella realizzazione dei programmi e attività di formazione, di informazione e produzione.

167. Fare funzionare il polo locale dell'informazione salesiana:

- promuovere la produzione e la diffusione dell'informazione all'interno dell'opera e della Famiglia Salesiana, e curare gli strumenti come i Notiziari Locali e altri prodotti tipici;
- accompagnare l'azione dei corresponsabili locali;
- orientare la gestione del sito web;
- orientare 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.

168. Partecipare agli incontri ispettoriali del Sistema, contribuendo sempre più a una azione sinergica.

169. Coordinarsi con gli organismi ecclesiastici, religiosi, governativi e civili che si occupano di comunicazione.

7.10 Agenzia ANS (Agenzia Info Salesiana) 7.10.1

Ruolo: 170. 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.

7.10.1.1 Funzionamento: 171. Essere a disposizione dei differenti organi della Congregazione (Rettor Maggiore, Consiglio Generale, Dicasteri, Ispettorie, ecc.) per aiutarli a utilizzare efficacemente l'informazione e la comunicazione come mezzo per conseguire i propri obiettivi di animazione e di governo.

172. Mettere a contatto, mediante l'informazione sulle sue distinte realtà, i membri della Congregazione sparsi per il mondo e i diversi gruppi della Famiglia Salesiana.

173. Raccogliere le provocazioni della realtà e aiutare la Congregazione, la Famiglia Salesiana e la società a leggerle e interpretarle secondo la missione salesiana.

174. Contribuire alla qualità dei mezzi informativi della Congregazione e dei gruppi della Famiglia Salesiana. A questi mezzi l'Agenzia intende offrire un servizio finalizzato a valorizzare i loro contenuti e la loro presentazione.

175. Far conoscere le realtà della Congregazione e della Famiglia Salesiana nel mondo, offrendo informazioni su fatti rilevanti ai mezzi vicini alla

Chiesa e, in generale, ai mezzi di informazione sociale.

176. Far emergere nel mondo i problemi della gioventù e dell'educazione, elaborando e distri7. Organizzazione, ruoli e funzioni47 buendo ai mezzi di informazione sociale prodotti attinenti la situazione dei giovani e l'educazione, realizzati nell'ottica salesiana.

177. Organizzare e coordinare la rete di corrispondenti in tutte le aree geografiche salesiane.

178. Qualificare i corrispondenti a una attività professionale nel campo dell'informazione.

179. Realizzare in accordo alla linea politica e ai criteri che orientano la comunicazione salesiana.

180. La Agenzia agisce su due livelli:

MMoonnddiiaallee: 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 suoi delegati ispettoriali perché essi li "collochino" presso i mezzi informativi nazionali.

Ilssppeeettttoorriiaallee: 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 ispettoria. Il Delegato (personalmente o tramite altro corrispondente) trasmette al centro dell'Agenzia tutte quelle informazioni dell'ispettoria 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 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 quella informazione salesiana che è di interesse

locale. Collaborano con il Delegato gli informatori, salesiani o membri della Famiglia Salesiana, delle diverse presenze (corrispondenti locali).

181. Curare la produzione e spedizione dei prodotti di ANS, come:

- ANSfoto: mensile stampato
 - Sito ANS
 - Altri prodotti a seconda delle necessità
- 7.11 Ufficio Stampa 7.11.1 Ruolo: 182. 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.

7.11.1.1 Funzionamento: 183. L'ufficio stampa si caratterizza come un servizio all'interno di ANS.

184. Organizzare e aggiornare una banca dati sulla realtà salesiana, sulla situazione giovanile e sull'educazione.

185. 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.

186. Stabilire contatti con le agenzie e in particolare con i giornalisti per informare sulla missione salesiana e mobilitarli a favore dell'educazione della gioventù.

7. Organizzazione, ruoli e funzioni48 187. Gestire il piano di comunicazione e di marketing dell'immagine della Congregazione o dell'Ispettoria.

188. Organizzare i rapporti dei dirigenti della Congregazione ai diversi livelli con i media e viceversa.

7.12 Relazioni Pubbliche 7.12.1 Ruolo: 189. 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.

7.12.1.1 Funzionamento:

190. 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.

191. L'ispettore con il suo consiglio definisca il funzionamento di quest'istanza a livello ispettoriale, in consonanza con l'ufficio stampa.

7.13 Il Bollettino Salesiano 7.13.1 Ruolo: 192. 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, e incoraggiare la collaborazione nella missione.

7.13.1.1 Funzionamento: 193. Il BS 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.

194. Le numerose edizioni hanno lo scopo di incarnare nelle diverse aree culturali i valori dell'unica vocazione salesiana.

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

196. Il Dicastero per la Comunicazione Sociale attiva un servizio di coordinamento centrale, per:

- Coordinare il processo di rinnovamento (accompagnamento, animazione e articolazione);
- Orientare la "politica dell'informazione" e della programmazione del sessennio;

- Avviare dei piani di accompagnamento, formazione e supporto per la gestione e per l'ampliamento della diffusione;

- Collegare i siti BS nel portale web.

197. Questo servizio conta su una consulta formata da specialisti dell'area.

7. Organizzazione, ruoli e funzioni 7.14 Il Portale Web 7.14.1 Ruolo: 198. 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.

7.14.1.1 Funzionamento: 199. Il Portale web della Direzione Generale si caratterizza come una "piattaforma" per la navigazione in Internet, con offerte di vari siti con scopi precisi, di strumenti e di servizi, ad esempio: la scelta di varie lingue, il motore di ricerca, l'area riservata/Intranet, links, chat... e informazione specializzata per l'educazione e l'evangelizzazione giovanile.

200. Il DCS 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.

201. Il Delegato, a livello ispettoriale, cura l'orientamento salesiano e la qualificazione professionale dei siti web nell'ispettoria, in conformità con la politica generale di comunicazione della Congregazione.

7.15 La Documentazione e l'archivio 7.15.1 Ruolo: 202. Raccogliere, conservare e rendere disponibile la documentazione sul carisma, sull'esperienza e sull'opera salesiana.

7.15.1.1 Funzionamento: 203. A livello generale la responsabilità dell'Archivio Salesiano Centrale (ASC) è assegnata al Segretario Generale; funziona in accordo con il "Regolamento dell'Archivio Centrale".

204. Nell'Archivio si raccoglie la documentazione "storica", cioè il materiale non più in uso o direttamente consultabile, ma disponibile su richiesta.

205. L'altra sezione è l'Archivio Fotografico, dove si conservano le fotografie e la documentazione filmica, storica e corrente. L'incaricato di questo archivio mette a disposizione il materiale per le pubblicazioni di comunicazione e per varia documentazione.

206. Il Dicastero per la Comunicazione Sociale gestisce anche l'archivio del Dicastero e dei suoi vari servizi (ANS, BS, Portale), come banca dati e come documentazione di consultazione corrente attuale.

207. Il Dicastero per la Comunicazione Sociale può offrire le sue competenze specifiche sia al Segretario Generale sia ai responsabili delle diverse sezioni dell'ASC per quanto riguarda le politiche e le strategie di conservazione soprattutto quelle che coinvolgono aspetti tecniche e digitali.

7. Organizzazione, ruoli e funzioni
7.16 Il Notiziario Ispettoriale
7.16.1 Ruolo: 208. Fare circolare tra le comunità salesiane e le comunità educative e nella Famiglia Salesiana l'informazione salesiana attuale utile alla comunione, alla condivisione di esperienze, alla crescita del senso di appartenenza e al rinnovamento.

7.16.1.1 Funzionamento: 209. Il Notiziario Ispettoriale produce informazione al servizio del piano di animazione dell'Ispettorato dei differenti settori dell'organizzazione educativo-pastorale.

210. All'interno delle coordinate essenziali del piano ispettorale, il notiziario informerà su:

- la storia dell'Ispettorato;
- la storia del carisma salesiano: per offrire una rilettura del carisma salesiano nel territorio

dell'Ispettorato, senza ridursi alla semplice cronaca di celebrazioni vissute o da realizzare;

- la proposta ai laici che condividono lo stile di Don Bosco di collaborare e di aderire (in senso vasto) alla vocazione salesiana.

211. Presenta l'informazione sulla vitalità delle comunità e delle opere di una ispettoria. Non deve essere un fascicolo di storie, una specie di rassegna stampa, né soprattutto una raccolta di documenti ecclesiali e salesiani.

212. Presenta anche le informazioni più rilevanti del mondo salesiano.

7.17 I Centri di Formazione
7.17.1 Ruolo: 213. Contribuire alla missione salesiana formando docenti, ricercatori, esperti e operatori nel campo della CS, integrando armonicamente le conoscenze teoriche con le competenze operative.

7.17.1.1 Funzionamento: 214. I centri di formazione alla comunicazione gestite dalla Congregazione hanno profili diversi: universitari (accademici) o informali (con programmi di formazione vari nella forma e nei tempi).

215. Il funzionamento del centro sia orientato da uno specifico progetto educativo-pastorale salesiano e da piani di azione che rispondano alle necessità concrete di tutti gli utenti, e sia integrato nel Progetto Organico Ispettoriale (POI).

216. Il DCS promuove la collaborazione vicendevole dei centri di formazione alla comunicazione con le seguenti linee di azioni o strategie:

- lavorare in armonia con i dicasteri per la Formazione e per la Pastorale Giovanile;
- ricercare elementi di conoscenza e rapporti di collaborazione tra le facoltà di comunicazione delle IUS e i diversi centri di formazione;
- dare una risposta formativa alla domanda di educomunicazione e alla formazione di professionisti.

50 7. Organizzazione, ruoli e funzioni

Parte II Orientamenti per la formazione dei Salesiani in comunicazione sociale Contenuti e metodologie per le varie fasi formative Il Consigliere generale per la formazione Il Consigliere generale per la comunicazione sociale Roma, 24 maggio 2006 Nella Congregazione la comunicazione sociale è sempre stata vista come un campo necessario e urgente di formazione. Data la sua grande importanza per la vita e la missione salesiana, fin dagli anni novanta ci sono stati vari tentativi di offrire un programma formativo per le varie fasi, particolarmente per coloro che sono in formazione iniziale. L'impulso per la stesura di questi "Orientamenti" è venuto da una serie di fatti concomitanti: la promulgazione della nuova Ratio nell'anno 2000, la scelta operata dal CG25 nel 2002 di avere un Consigliere generale esclusivamente per il Dicastero della comunicazione sociale, l'indicazione del Progetto del Rettor Maggiore e del suo Consiglio di elaborare un itinerario di formazione alla comunicazione sociale, la richiesta della Consulta Mondiale della Comunicazione Sociale nel 2004, la pubblicazione delle linee operative del "Sistema salesiano di comunicazione sociale" all'inizio del 2005 e ultimamente la Lettera del Rettor Maggiore pubblicata in ACG 390. Questi "Orientamenti" nascono dalla collaborazione tra i Dicasteri di comunicazione sociale e formazione e sono il frutto di una consultazione della Congregazione, specialmente tra i competenti di comunicazione sociale e tra i formatori. La loro ispirazione è fondata sui documenti ecclesiali relativi alla comunicazione sociale, sulle nostre Costituzioni e Regolamenti Generali, sulle Lettere dei Rettori Maggiori Don Viganò (ACG 289), Don Vecchi (ACG 370 e 366), Don Chávez (ACG 387 e 390). Essi assumono le esperienze maturate in questi anni in varie Ispettorie ed aree della Congregazione.

Destinatari Gli "Orientamenti per la formazione dei salesiani in comunicazione sociale" sono indirizzati alle stesse persone e organismi a cui venne consegnata la Ratio, cioè a tutti i salesiani e in modo particolare agli Ispettori e ai loro Consigli, ai Delegati e alle Commissioni ispettoriali di formazione e di comunicazione sociale, ai formatori e formandi, a tutti coloro che hanno incarichi nella formazione iniziale e permanente dei salesiani.

Obiettivo Oggetto di questi "Orientamenti" è la formazione del salesiano affinché diventi un "buon comunicatore" (FSDB 252), avendo speciale attenzione all'ambito della comunicazione sociale. Essere un buon comunicatore richiede la capacità di ricezione critica e di produzione creativa di informazioni e di messaggi; nello stesso tempo domanda la capacità di animazione e gestione della comunicazione sociale nei processi educativi pastorali; esige infine la capacità di relazioni nell'ambito della comunicazione sociale sia all'interno che all'esterno della Congregazione. Tale ambito riguarda i diversi mass media e personal media, quali la stampa, il cinema, la radio, la televisione, l'internet, il DVD, il cellulare; esso si estende a tutte le interazioni all'interno di una società o gruppo culturale, quali sono la pubblicità, il teatro, la musica, le relazioni pubbliche; esso giunge fino a considerare la cultura e soprattutto il modello antropologico che i media creano e diffondono.

Livelli di formazione E' da notare che questi "Orientamenti" puntano sulla formazione integrale alla comunicazione sociale e non esclusivamente sul "training", perché intendono arrivare, oltre che all'assunzione di alcune capacità e tecniche, anche alla trasformazione di tutta la sua persona, inclusi i suoi atteggiamenti e il suo senso critico. Conviene qui ricordare due aspetti, presenti nelle linee operative del "Sistema salesiano di comunicazione sociale" ai numeri 56 e 68, che orientano la formazione in questo ambito. In essi si afferma che la comunicazione sociale si sviluppa all'interno del quadro di riferimento della missione salesiana verso i giovani, come una dimensione che attraversa tutta la attività dell'azione educativa-pastorale (n. 56) e si propone quali debbano essere i riferimenti della formazione alla comunicazione sociale (n. 68). Seguendo ciò che il magistero della Chiesa e i documenti della Congregazione dicono, le linee operative circa il "Sistema salesiano di comunicazione sociale" al numero 69 propongono e specificano quali debbano essere i tre livelli di formazione. Il primo livello di base punta sulla formazione dei recettori. Si tratta di:

- educare il salesiano al senso critico e formare la sua coscienza in modo da affrancarlo dalle sottili suggestioni e manipolazioni dei media;

- addestrarlo a fare scelte libere e responsabili, usando i mass media non esclusivamente in funzione di divertimento, ma soprattutto d'informazione e di formazione, per un'armonica crescita culturale e sociale;
- insegnare l'aspetto tecnico dei singoli strumenti, indispensabile per una "lettura" corretta e comprensione oggettiva delle loro comunicazioni;
- creare una consapevolezza delle implicazioni sociali, culturali, politiche ed economiche che stanno alla base dei messaggi e dei valori proposti dai media, con attenzione particolare al rapporto tra media e pubblicità, ideologia e potere politico;
- curare l'estetica della comunicazione mediante l'assunzione di arte, letteratura e musica in un'ottica comunicativa; ciò significa promuovere interesse per le manifestazioni culturali in genere; competenza e apprezzamento delle belle arti; studio della musica dei giovani per capirne i problemi, i linguaggi, i sogni e per poter così dialogare e cercare con loro; lettura di qualche pagina di letteratura moderna. Il secondo livello punta sulla preparazione di operatori educativi e pastorali. Si tratta di :
 - abilitare il salesiano all'uso corretto dei vari strumenti di comunicazione sociale nelle attività educative e pastorali; formare salesiani e laici all'uso della comunicazione sociale nell'insegnamento e nell'educazione, nella catechesi e nella predicazione, nella promozione della pace e dello sviluppo e nel dare voce ai bisogni dei poveri;
 - sensibilizzare e preparare il salesiano ad integrare il Vangelo nella "nuova cultura" creata dalla comunicazione sociale moderna. Il terzo livello riguarda la preparazione di specialisti di comunicazione sociale, che si rivolgono a tutta la comunità ispettoriale che ha bisogno di :
 - qualificare alcuni confratelli che mostrano speciali inclinazioni, affinché siano esperti nell'insegnare comunicazione sociale;
 - preparare alcune persone per lavorare nella produzione in campo mediatico e per mettere la loro competenza nella gestione e animazione di imprese ispettoriali in questo campo. Nella formazione iniziale si punta sul primo e secondo livello di formazione; nella formazione permanente si realizza il loro aggiornamento e per alcuni si raggiunge anche il terzo livello.

Descrizione di ogni fase formativa Per ogni fase della formazione, sia iniziale che permanente, questo strumento presenta anzitutto una breve

sintesi di ciò che la Ratio dice a riguardo della natura e scopo della fase stessa. Esso poi sottolinea alcuni aspetti formativi della fase che in modo particolare hanno attinenza alla comunicazione sociale. Si tratta degli obiettivi della formazione alla comunicazione sociale, presentati non in astratto ma in forma di lineamenti da assumere. Segue la proposta di alcuni temi di studio, che possono promuovere una riflessione teorica sul significato dei media, sul loro ruolo sociale, sui loro linguaggi e sul loro uso critico. I contenuti di studio potranno essere sistematizzati meglio quando si prenderà in considerazione la Ratio studiorum delle varie fasi. Infine vengono indicate le esperienze da realizzare e le competenze da acquisire, al fine di conseguire gli obiettivi. E' ovvio che le esperienze non sono da limitare alla fase in cui vengono segnalate, ma vanno continuate nelle fasi seguenti;

54 Introduzione come pure le competenze richiedono di essere acquisite in progressione. Questa parte ha bisogno di essere sperimentata; al riguardo si richiederà l'offerta di sussidi da parte dei Dicasteri di formazione e di comunicazione sociale. Per ogni fase di formazione si presenta quindi:

una sintesi della natura e scopo della fase stessa, gli obiettivi riguardanti la comunicazione sociale, gli argomenti di studio e riflessione, le esperienze e le competenze.

Ringraziamo tutti coloro che hanno collaborato alla formulazione di questi "Orientamenti". Ci auguriamo che essi possano essere un valido aiuto alla formazione dei salesiani, costituiscano un riferimento condiviso da cui partire per fare una fruttuosa sperimentazione, contribuiscano alla collaborazione tra i Delegati e le Commissioni ispettoriali di formazione e di comunicazione.

Don Francesco Cereda - Consigliere generale per la formazione (2006) Don Tarcísio Scaramussa - Consigliere generale per la comunicazione sociale (2006) 55 Introduzione 1.1. Il prenoviziato è la fase di formazione in cui il candidato alla vita salesiana approfondisce la sua opzione vocazionale, maturando specialmente negli aspetti umani e cristiani, così da poter essere idoneo per iniziare il noviziato. 1.2. Come parte di questa crescita umana e cristiana, è necessario

che il candidato: • si apra alla realtà sociale e culturale dell'ambiente e del mondo della comunicazione sociale; • sia sensibile ai problemi dei giovani bisognosi ed emarginati e alle situazioni di povertà, ingiustizia ed esclusione; • maturi nel realismo della vita e cresca nel senso di compassione e di solidarietà, che manifesta poi in uno stile di vita semplice (cf.

FSDB 338); • cominci a sviluppare un serio senso critico che lo renda capace di giudizi rispettosi e obiettivi su persone ed eventi e lo porti a prendere posizione circa i modelli culturali proposti dai media; • sappia dunque leggere criticamente e usare responsabilmente i mezzi di comunicazione sociale (cf. FSDB 69); • maturi una serena affettività ed eserciti la vigilanza nella propria vita, praticando la custodia dei sensi e facendo un uso consapevole e mirato dei mezzi di comunicazione sociale (cf. FSDB 65).

1.3. Vengono poi proposti al candidato alcuni temi di studio come introduzione alla comunicazione sociale: cos'è la comunicazione; forme di comunicazione; modelli di comunicazione; linguaggio dei segni e dei simboli; comunicazione sociale; cultura audio-visuale; storia della comunicazione sociale.

1.4. Si suggeriscono infine al candidato le seguenti le esperienze da realizzare e competenze da acquisire: • sviluppare le proprie attitudini e capacità nella comunicazione: ascoltare, parlare, scrivere, leggere in pubblico, ricevere feedback; • acquisire, secondo le proprie possibilità, la capacità artistica, drammatica, musicale; • imparare a fare buon uso del computer e dell'Internet; interessarsi dei mezzi come la stampa, le riviste, i giornali; • educarsi all'uso adeguato del tempo libero e alla scelta responsabile dei programmi televisivi e dell'Internet; • saper apprezzare e valutare criticamente i mezzi e i prodotti di comunicazione sociale; • abituarsi a far uso attento dei giornali, della radio, della TV, dei notiziari, dei bollettini; • impegnarsi nell'analisi e nella discussione delle notizie, particolarmente quelle riguardanti le questioni giovanili e popolari e le sfide culturali e multiculturali del tempo presente per la Chiesa, specialmente nel campo della pace, la giustizia, la solidarietà, il lavoro, la famiglia.

56 12.1. Il noviziato è l'inizio dell'esperienza religiosa salesiana come sequela di Cristo. Il novizio comincia a vivere la vita consacrata apostolica, interiorizzando i valori salesiani.

2.2. Come parte di questo esercizio pratico della vita salesiana, il novizio: • continua a coltivare il dominio di sé e la temperanza ed a consolidare le motivazioni delle sue scelte (cf. FSDB 359); • assume questo atteggiamento anche in relazione ai mezzi di comunicazione sociale; • sviluppa un forte attaccamento a Don Bosco, alla Congregazione, alla Famiglia salesiana e al Movimento salesiano (cf. FSDB 362); • coglie nella comunicazione sociale un campo di azione significativo che rientra tra le priorità apostoliche della missione salesiana; • cresce con una forte sensibilità verso la missione salesiana tra i giovani poveri, sulla cui condizione si tiene informato; • coltiva l'attenzione per i bisogni del mondo e un vivo senso di Chiesa; perciò nutre in se stesso un vero slancio missionario (cf. FSDB 366).

2.3. Fa parte della sua formazione alla comunicazione sociale lo sviluppo di alcuni temi di studio:

Don Bosco maestro di comunicazione; i riferimenti delle Costituzioni e dei Regolamenti sulla comunicazione sociale; il cammino della Congregazione nel campo della comunicazione sociale dal CGS fino ai nostri giorni.

2.4. Si suggeriscono al novizio le seguenti esperienze da realizzare e competenze da acquisire: • usare gli "spazi" di libertà e di responsabilità, dati nel noviziato, in riferimento all'uso dei mezzi di comunicazione sociale per misurare se stesso, esercitando la propria autonomia personale, facendo un uso consapevole e mirato dei media con atteggiamento critico, riflettendo sulle scelte fatte; • sviluppare le proprie attitudini per la comunicazione: foto, video, teatro, musica, giornalino, Internet, disegno; • usare i media nell'ascolto e nella meditazione delle Parole di Dio, nella condivisione della fede e della preghiera nel gruppo, nella liturgia, nelle esperienze apostoliche del noviziato; • esercitarsi mediante i forum ed altre attività analoghe ad analizzare, discutere e giudicare criticamente spettacoli e messaggi, specialmente quelli di spiccato o controverso rilievo nei confronti della missione della Chiesa e

della Congregazione verso i giovani; • prendere contatto con la comunicazione sociale nella Congregazione e nella Famiglia Salesiana: Bollettino Salesiano, ANS, sito della Direzione Generale Opere Don Bosco www.sdb.org, notiziari, ecc.; • sviluppare il senso di appartenenza alla Congregazione attraverso la lettura di notizie salesiane.

57 2. Noviziato3.1. Il postnoviziato è la fase in cui il neoprofesso salesiano consolida la propria crescita vocazionale e si prepara per il tirocinio, integrando progressivamente fede, cultura e vita attraverso l'approfondimento dell'esperienza della vita religiosa e dello spirito di Don Bosco e un'adeguata preparazione filosofica, pedagogica e catechistica in dialogo con la cultura (cf. C 114).

3.2. Fa parte dunque della formazione di un post novizio il fatto che egli:

- si abiliti a un serio rapporto con la cultura, con il mondo giovanile, coi problemi educativi, con la visione cristiana (cf. FSDB 401);
 - acquisti una comprensione ampia e allo stesso tempo critica della comunicazione sociale, sapendo leggere, valutare criticamente e interagire con i media, l'informazione e la pubblicità moderna, ed essendo in grado di capire i loro effetti psicologici e sociologici negli ambienti popolari e in quelli giovanili;
 - raggiunga una certa competenza nelle tecniche delle varie forme di comunicazione sociale, al fine di saperle usare nell'educazione ed evangelizzazione dei giovani e degli ambienti popolari (cf. FSDB 410).
- 3.3. Essendo la formazione intellettuale l'aspetto caratterizzante di questa fase, il postnovizio si impegna anche in studi nel campo della comunicazione sociale:
- teoria della comunicazione e problemi psicologici e sociologici della comunicazione sociale;
 - forme di comunicazione, in particolare le nuove tecnologie di stampa, radio, TV, Internet;
 - la cultura prodotta dalla comunicazione sociale;
 - media education;
 - applicazione della comunicazione sociale nei diversi ambiti della catechesi, liturgia, azione pastorale in generale, didattica e animazione culturale.

3.4. Questi studi vengono accompagnati da diverse esperienze da realizzare e competenze da acquisire:

- sviluppare le proprie attitudini per la comunicazione sociale riguardo a fotografie, video, teatro, giornalismo, programmi di computer, disegno, poster, bacheche, musica, audiovisivi;
- prendere parte in gruppi di analisi e discussione, che valutino con senso critico cristiano i prodotti offerti dai mass-media, in particolare il contenuto e il linguaggio delle notizie, delle pubblicità, dei giornali, dei film, del video, dell'internet e dei videogiochi, e che riflettano sulla globalizzazione dell'informazione;
- conoscere il linguaggio e il gergo dei giovani;
- realizzare con loro le forme salesiane del teatro, delle feste, delle accademie, dei concorsi...;
- coinvolgersi nella produzione di servizi informativi sia locali che ispettoriali.

58 3. Postnoviziato4.1. Il tirocinio è la fase di confronto vitale e intenso con l'azione salesiana, realizzata in un'esperienza educativa pastorale, che aiuti il confratello a maturare nella sua vocazione salesiana e a verificare la sua idoneità vocazionale per la professione perpetua. (cf. FSDB 428-429).

4.2. A causa della sua natura, il tirocinio non ha un vero curriculum di studi. E' un'esperienza, o meglio un insieme di esperienze diverse della vita e attività salesiana, tra cui c'è anche l'uso responsabile della comunicazione sociale e il suo impiego per la propria formazione e per il lavoro di educazione ed evangelizzazione dei giovani. In particolare il tirocinante può applicare e verificare ciò che dicono le linee operative del "Sistema salesiano di comunicazione sociale" ai numeri 51 ss., che fanno riferimento ai soggetti responsabili della comunicazione sociale e all'animazione della comunicazione sociale nei processi educativi.

4.3. Giova invece una riflessione e un confronto tra tirocinanti sulle esperienze fatte e forse, quando sia possibile, qualche breve programma che tratta della comunicazione sociale dentro il quadro della formazione pedagogica, metodologica, educativa e catechetica (cf. FSDB 433).

Per esempio potrebbe essere utile una riflessione su alcuni aspetti, quali la presenza tra i giovani dal punto di vista che Mc Luhan affronta nel suo libro "Il medio è il messaggio"; l'educomunicazione nell'azione educativa pastorale; la globalizzazione

dei media e il suo influsso sulle scelte e sullo stile della vita religiosa.

59 4. Tirocinio 5.1. La formazione specifica è la fase che completa la formazione di base dell'educatore pastore salesiano nelle linee della sua vocazione specifica di coadiutore o presbitero. 5.2. Fa parte dunque di questa fase il fatto che il salesiano:

- abbia una base solida di convinzioni nel campo della comunicazione sociale; • sia preparato per essere un educatore, maestro e guida degli altri, insegnando ad usare strumenti critici per leggere, intendere e valutare i testi e i messaggi proposti e spesso imposti dai mass media; • sia capace di essere un pastore nel campo della comunicazione sociale, utilizzando nelle attività pastorali con sapienza e capacità professionale le tecniche e i processi della comunicazione moderna a livello di gruppo e di massa, ed integrando il Vangelo nella cultura dei media. 5.3. Da una parte, dunque, si richiedono degli studi che offrano un quadro di riferimento teorico: • teologia della comunicazione; documenti ecclesiali sulla comunicazione sociale; • pastorale della comunicazione sociale con attenzione all'etica nella comunicazione e alle problematiche pastorali connesse con le culture giovanili (cf. FSDB 468).

5.4. Dall'altra parte, si invita il formando ad avvalersi di certe esperienze da realizzare e competenze da acquisire: • esercitarsi nell'uso della tecnologia dell'informazione e dell'internet; • usare le tecniche della comunicazione sociale nell'omiletica, nella prassi liturgica, nella pastorale, nella catechesi, e in genere nel mondo del lavoro e nel servizio ministeriale, e impegnarsi a fare dei programmi di "media education" per i giovani; • imparare a parlare alla radio e alla TV locali, a preparare comunicati stampa, a dare e fare interviste, a preparare una homepage o un sito web, a scrivere articoli e pubblicazioni varie; non è necessario che il formando possieda tutte queste capacità; è sufficiente che domini in modo serio una o due di queste tecniche; • fare uso degli strumenti e dei linguaggi dei mezzi moderni di comunicazione sociale per annunciare il Vangelo, ma anche per trasmettere il messaggio evangelico nella cultura stessa dei media moderni; questo approccio fa sì che il Vangelo diventi più comprensibile ai giovani

d'oggi e sia inserito nella loro cultura (cf. FSDB 466); • favorire il dialogo con qualche professionista dei media, per esempio in occasione della Giornata Mondiale delle comunicazioni sociali; • si ha così l'opportunità di conoscere direttamente le difficoltà da loro incontrate, i loro ideali e i loro limiti, i problemi etici, le domande che essi pongono agli uomini di Chiesa. 60 5. Formazione specifica 6.1. La formazione permanente è la continuazione, il completamento e l'aggiornamento della formazione iniziale; essa ha per scopo l'impegno di vivere il progetto apostolico salesiano in un dinamismo di fedeltà creativa e gioiosa. 6.2. Tale impegno richiede, tra le altre cose, che il confratello: • viva con apertura e intelligenza il confronto con la realtà della comunicazione sociale, • si abiliti ai nuovi linguaggi e all'ascolto attento del mondo e della cultura giovanile, • possieda solidi criteri di discernimento coerenti con la visione cristiana, con gli orientamenti ecclesiali e il carisma salesiano (cf.

FSDB 528-529); • anche in età avanzata, cerca di mantenersi aggiornato nel campo della comunicazione sociale e nelle nuove tecnologie; • sia qualificato e aggiornato nel campo della comunicazione sociale fino al livello necessario per poter affrontare in modo adeguato il suo servizio educativo pastorale con capacità di animazione e di orientamento di persone, progetti e opere (cf. FSDB 523, 528); • sia capace di formare i laici e anche di formarsi insieme a loro (cf. FSDB 529, 542); • accolga, nel caso che avesse le doti necessarie e ciò corrisponda ai bisogni dell'Ispezione, la richiesta a specializzarsi nelle comunicazioni sociali per un servizio qualificato all'Ispezione e alla Congregazione (cf.

FSDB 542, 556). 6.3. In questo periodo non ci sono corsi formali, eccetto nel caso di coloro a cui viene richiesto di qualificarsi in comunicazione sociale. I salesiani partecipino insieme alla Famiglia salesiana ed ai laici collaboratori a giornate di studio e riflessione sugli orientamenti della Chiesa universale e locale e della Congregazione sulla comunicazione sociale e su temi emergenti in questo campo. Tra questi vanno segnalati argomenti riguardanti le nuove tecnologie educative; la formazione della opinione pubblica; la catechesi, l'evangelizzazione ed i nuovi linguaggi; la psicologia e la sociologia

della comunicazione sociale; la comunicazione istituzionale e le relazioni pubbliche.

6.4. Le iniziative apostoliche nel campo della comunicazione sociale sono esse stesse esperienze formative per il confratello salesiano, specialmente quando includono la riflessione sull'attività compiuta. Si segnala in particolare la necessità di:

- partecipare insieme ai laici della CEP o della Famiglia salesiana ad iniziative dirette alla riflessione e all'approfondimento di alcuni aspetti della comunicazione sociale e al confronto delle esperienze;
- impegnarsi nella formazione specifica di animatori, soprattutto tra i laici della Famiglia salesiana, nel campo della comunicazione sociale per la scuola, il tempo libero e le associazioni, organizzando gruppi di riflessione, giornate di studio e attività specifiche per aiutarli ad apprendere la lettura e la valutazione critica dei mezzi di comunicazione sociale;
- inserirsi con professionalità, secondo la propria competenza e le richieste dell'Ispettorato, nel mondo dei mass media, creando, potenziando e animando i nostri centri editoriali di produzione e diffusione di libri e riviste, o gestendo i mezzi di comunicazione sociale di proprietà della Congregazione:

stazioni radio, canali televisivi, "videoclubs" con speciale attenzione alle famiglie e alla pastorale.

61 6. Formazione permanente

63 Parte III Allegati Dall'introduzione all'edizione originale del SSCS Nota: questa sezione faceva parte dell'introduzione originale nella prima edizione del SSCS, preparata dall'allora Consigliere per la Comunicazione Sociale, d. Tarcisio Scaramusa. I contenuti sono di un valore storico particolare. La numerazione dell'originale è stato cambiato (effettivamente la sezione cominciava dal n. 13 dell'introduzione) anche perché alcuni elementi della sezione sono stati ricollocati nella nuova edizione del SSCS.

1. Questa visione complessiva dimostra che la Congregazione ha costruito un vero Sistema di Comunicazione Sociale.
2. Il termine Sistema di Comunicazione riceve un primo slancio con don Antonio Martinelli nella preparazione del Convegno Mondiale dei direttori del Bollettino Salesiano (1998).²³ Lo definisce come "progetto organico ed unitario di comunicazione".
3. L'espressione "Sistema" è utilizzata da Don Vecchi (2000) per chiamare l'attenzione all'aspetto pervasivo della Comunicazione Sociale che investe tutta la presenza salesiana: "Le nostre comunità, le opere e attività cui diamo origine, come ogni istituzione, entrano in un sistema più vasto di comunicazione, con il quale si confrontano e dentro del quale interagiscono. Sembrano realtà fisiche e mute; invece emettono messaggi anche prima che noi prendiamo la penna o il microfono per spiegarci o raccontarci. È indispensabile, quindi, badare non soltanto a quanto si realizza all'interno dell'opera. Va considerata l'immagine che si dà, il riflesso che la nostra azione produce fuori dell'opera. Parla l'edificio materiale con la sua sobrietà e buon gusto; parla il tipo di giovane che prevale nell'opera; comunica il programma e lo stile educativo; parla l'ambiente sperimentato direttamente o conosciuto per altre vie. A seconda poi della nostra comunicazione, con e nel contesto, quello che compiamo può espandersi o essere negativamente condizionato"²⁴. E poi aggiunge: "È indispensabile pensare la presenza, la comunità e l'opera salesiana 'in rete', come un'emittente intercomunicata"²⁵.
4. Questo "progetto unificato e integrato, veramente al servizio di una visione condivisa e di valori del carisma salesiano" viene realizzato

"nelle diverse attività dei vari settori nelle comunità e nell'ispettoria", come indicato nel Manuale "Il Salesiano un Comunicatore"²⁶.

5. Infine, il "Progetto di Animazione e governo del Rettor Maggiore e del suo Consiglio per il sessennio 2002-2008" tracciava l'obiettivo generale di "costruire e disporre progressivamente di un sistema di comunicazione"²⁷. Faceva riferimento allora a due documenti del Dicastero per la Comunicazione Sociale. POLITICA INFORMATIVA PER LA CONGREGAZIONE SALESIANA, Roma 1992, e PROGETTO ANS, Agenzia internazionale salesiana di informazione 1993.

²⁴ ACG 370, pp.12-13 ²⁵ Idem, p. 17 ²⁶ Dicastero per la Comunicazione Sociale. Libro del Delegato Ispettorale per la Comunicazione Sociale, Roma, 2001, p. 27. Il libro raccoglie le riflessioni e sussidi del Convegno Mondiale dei Delegati Ispettoriali per la Comunicazione Sociale (Roma, Pisana, 10-20 dicembre 2000). Il documento fa riferimento all'attuazione del Delegato nello "sviluppo e consolidamento del sistema informativo e comunicativo salesiano", e al collegamento a rete dei corrispondenti. "Prendendo in esame un progetto completo di presenza nel settore di Comunicazione Sociale, il Delegato Ispettorale aiuterà l'Ispettore e il suo Consiglio nell'elaborazione di un sistema di comunicazione, che costruendo unità all'interno del settore, costruisce rapporti con tutti gli altri settori pastorali dell'ispettoria" sistema di comunicazione della Congregazione Salesiana a carattere professionale stabile, ma flessibile ²⁷ :

- per stimolare la creazione di un "ecosistema comunicativo"²⁸ che coinvolga tutti (salesiani SDB, Famiglia Salesiana, educatori, educandi, territorio dove si trova la opera salesiana nello spirito e nella missione salesiana, a livello di Congregazione, Ispettorie e comunità;
- per orientare e qualificare i rapporti di comunicazione e condivisione nell'organico della Direzione Generale e tra essa e le Ispettorie;
- per stimolare la comunione carismatica interna - con senso di appartenenza primaria alla Congregazione, al di là della rispettiva ispettoria - e con la Famiglia Salesiana mediante un'informazione accurata;

- per abilitare salesiani e corresponsabili laici come operatori culturali, all'atteggiamento positivo di accoglienza e alla dimestichezza di uso degli strumenti e delle tecniche di comunicazione in ordine allo svolgimento della missione educativo-pastorale;
- per dare una risposta alla domanda di comunicazione e di qualificazione dei giovani in questo campo;
- per sviluppare in Congregazione il senso della Comunicazione Sociale come campo di missione e come spazio di aggregazione dei giovani (CG25, 47), per sostenere la convinzione che la comunicazione di massa e lo sviluppo dell'informatica sono veicoli di modelli innovativi e di nuove mentalità (CG25, 3) – modelli culturali;
- per rendere dei servizi specializzati di comunicazione e informazione legati alla missione salesiana, che spingono a una forte mobilitazione della società;
- per presentare più efficacemente la Congregazione all'opinione pubblica.

6. Il Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale della Congregazione Salesiana vuole rispondere alla complessità e al dinamismo della Comunicazione Sociale, nelle sue molteplici espressioni e significati. Non serve a una visione di sistema la semplice creazione di un settore di comunicazione. Il sistema di comunicazione si colloca a servizio del progetto organico dell'istituzione, con l'obiettivo di coinvolgere tutti in una visione condivisa di valori e di missione. 7.

Il Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale è concepito come un progetto organico ed unitario, con una visione condivisa di valori e di missione nitidamente salesiana, con politiche e azioni pianificate nelle aree dell'animazione e di formazione, dell'informazione, e della produzione, e con la gestione delle strutture organizzative e dei processi di comunicazione e di articolazione in rete con i vari settori all'interno della Congregazione e della Famiglia Salesiana, e all'esterno, con gli organismi della Chiesa, con il territorio e con la società in senso più ampio.

8. (Le aree) di animazione e formazione del Sistema sono mirate al potenziamento e alla formazione delle competenze comunicative delle persone, e alla gestione della Comunicazione Sociale nei processi educativi e nei rapporti interni e esterni della Congregazione, con i criteri del Sistema 66 ALLEGATO 1 27 Cfr. ACG 380, p. 46-47 28 "Ecosistema comunicativo" vuol tradurre proprio l'insieme di coinvolgimento e atteggiamento delle persone che consentono di creare un ambiente di vera comunità di condivisione di ideale, di valori, di rapporti a livello di convivenza quotidiana all'interno della comunità e con il territorio, nel senso presenziale e virtuale. Preventivo di Don Bosco. La consapevolezza del valore della Comunicazione Sociale come generatrice di cultura, ci porta alla scelta prioritaria della formazione continua del personale. La politica del personale considera la necessità di formare educatori-comunicatori culturali, e si preoccupa anche di qualificare professionalmente persone, salesiani e laici, all'impegno per la Comunicazione Sociale. Sul versante degli educandi il progetto prevede lo sviluppo delle competenze comunicative interpersonali e di gruppo, a partire dalle loro necessità, la formazione per la comprensione critica dei media, la comunicazione e l'espressione nei vari linguaggi del teatro, della musica, della danza, della stampa, dell'arte, del cinema e della TV, dell'Internet, la competenza per l'utilizzo del linguaggio, delle risorse e degli strumenti di Comunicazione Sociale. La Congregazione sviluppa programmi di formazione, ma dispone anche di strutture "ad hoc", come i corsi specifici nelle 'Salesian Institutes for Higher Education'(IUS), nelle Scuole Tecniche e nei Centri di Comunicazione Sociale e aprovecha otros ya existentes por fuera de la Congregación.

9.

(La area) di Informazione del Sistema si rivolge alla produzione e diffusione di un'informazione salesiana che favorisca la comunione e il senso di appartenenza, l'educazione e l'evangelizzazione dei giovani, la mentalizzazione e la mobilitazione per la missione di Don Bosco e per la formazione di un'opinione salesiana sulle questioni giovanili e educative, e la presentazione di un'immagine adeguata della Congregazione. A questo fine si

sono sviluppati alcuni canali operazionali costanti, tra cui:

- l'Agenzia iNfo Salesiana (ANS), con una rete di corrispondenti e di innumerevoli prodotti informativi a raggio locale delle comunità, ispettoriale e mondiale;
- gli uffici stampa;
- Il Bollettino Salesiano, una rivista che mantiene intatta la sua vitalità originaria. • I Notiziari Ispettoriali, i portali e i siti web che ormai sono presenti dappertutto, consolidando l'articolazione in rete e agevolando l'informazione salesiana.

10. (La area) di Produzione del Sistema mette in atto la produzione, il sostenimento di programmi, le risorse, e le imprese di Comunicazione Sociale, i siti web a servizio della missione educativo-pastorale dei giovani. Fa parte di questa funzione la promozione della collaborazione vicendevole e dell'articolazione in rete tra le imprese, e ancora centri di produzione di programmi per i media locali.

11. Dal Rettor Maggiore don Pascual Chávez ci veniva una nuova convocazione: "Cari confratelli, dobbiamo attuare una 'conversione pastorale'. In questi ultimi decenni abbiamo lavorato molto, ma ora la Chiesa e la storia ci chiedono un più grande impulso circa la comprensione del nostro tempo e una visione più sapiente e coraggiosa del nostro apostolato. Don Bosco ci illumini e ci dia il coraggio per essere competenti e credibili educatori, evangelizzatori e comunicatori, quali richiesti dalla missione oggi" 29 .

P. Tarcísio Scaramussa Consigliere Generale per la CS 2002-2008 67 ALLEGATO 1 29 Messaggio alla Consulta Mondiale per al Comunicazione Sociale a Roma, nel luglio di 2004, ACG 382 pp. 63-70. La Comunicazione Sociale nei documenti della Congregazione Costituzioni 0066 – "Siamo educatori della fede negli ambienti popolari, in particolare con la Comunicazione Sociale". 43 - Operiamo nel settore della Comunicazione Sociale. È un campo di azione significativo che rientra tra le priorità apostoliche della missione salesiana. Il nostro Fondatore intuì il valore di questa scuola di massa, che crea cultura e

diffonde modelli di vita, e s'impegnò in imprese apostoliche originali per difendere e sostenere la fede del popolo. Sul suo esempio valorizziamo come doni di Dio le grandi possibilità che la Comunicazione Sociale ci offre per l'educazione e l'evangelizzazione".

8844 – (Castità) uso discreto e prudente degli strumenti di Comunicazione Sociale.

5599 - ... la comunicazione e informazione sul lavoro dei confratelli, incrementando la comunione approfondiscono il senso di appartenenza e aprono al servizio della comunità mondiale.

113377 - Il Consigliere per la Comunicazione Sociale ha il compito di animare la congregazione in tale ambito. Promuove l'azione salesiana nel settore della Comunicazione Sociale e coordina in particolare, a livello mondiale, i centri e le strutture che la Congregazione gestisce in questo campo".

Regolamenti 0066 – La comunicazione nel nostro servizio pastorale. 3311 – Ruolo e impegno dell'ispettore con il suo Consiglio. 3322 – Educazione dei giovani alla Comunicazione Sociale.

3333 – Potenziamento dei canali di informazione in Congregazione e nella Famiglia Salesiana. 3344 – Revisione ecclesiastica delle pubblicazioni. 4444 – Nelle comunità, vigilanza sui mezzi di Comunicazione Sociale. 6666 – Prudenza nell'uso dei mezzi per quanto riguarda la castità. 8822 – La Comunicazione Sociale nella formazione integrale del salesiano. 114422 – Compiti della Conferenza ispettoriale nel settore della qualificazione dei salesiani e in quello della Comunicazione Sociale.

Capitoli Generali Oss . Oltre ai numeri indicati se ne possono vedere altri negli indici analitici dei documenti.

CCGG 2200 – 1971/72 (Doc. 6: nn. 442 a 462) Realtà culturale ed educativa di primaria importanza: Si pongono così le basi per l'articolo 43 delle Costituzioni.

CCGG2211 – 1978 (nn. 148-153) Un segnale di allerta: necessità di un salto di qualità! La

Comunicazione Sociale: via per l'evangelizzazione.

CCGG 2222 – 1984 (nn. 73-75) Consolidamento dell'identità e dello orientamento operativo: le Costituzioni rinnovate nel CGS ricevono la definitiva stesura e l'approvazione della Sede Apostolica.

Nasce il dicastero per la Comunicazione Sociale con un Consigliere Generale. CCGG 2233 - 1990 (nn. 254-260) Il cammino di fede dei giovani richiede dalla comunità una nuova forma di comunicazione. L'ispettore nomina l'incaricato (Delegato) ispettoriale per la comunicazione.

CCGG 2244 – 1996 (nn. 128-137) Una delle aree di impegno salesiano verso il futuro: rilettura dell'impegno salesiano alla luce della comunicazione;

la maturazione di adeguati atteggiamenti culturali e spirituali in quanti desiderano comunicare;

a livello ispettoriale e a livello locale c'è da rafforzare l'animazione attraverso il servizio del Delegato; la verifica attorno alla qualità delle comunicazioni.

CCGG 2255 – 2002 Nuovo spazio vitale di aggregazione dei giovani (n. 47). Costituzione del Consigliere per la Comunicazione Sociale (n. 133).

Una lettura del Capitolo sotto il profilo della comunicazione ci fa intravedere molteplici aspetti:

68 ALLEGATO 2 l'immagine autentica della comunità: testimonianza di vita fraterna che diventa risposta al profondo bisogno di comunicazione dei giovani (7) la relazione interpersonale nella comunità (nn.

13-15) la presenza comunicativa con i giovani e il territorio (nn. 37-48) la comunicazione nella società – nuove esigenze della missione: agire a difesa e promozione della gioventù (nn. 103, 140) la Comunicazione nei rapporti istituzionali ispettoriale e mondiale (nn. 111, 159) CCGG 2266 - 2008 Ci sentiamo pure interpellati dalle nuove tecnologie della comunicazione sociale e dalle sfide educative che esse pongono. Le opportunità comunicative di oggi diventano per i giovani un

modo abituale per incontrarsi, scambiare messaggi, partecipare con rapidità e mobilità, ma anche in modo impersonale e virtuale.

La cultura dei personal media può compromettere la maturazione della capacità di relazione ed espone soprattutto i giovani al pericolo di incontri e dipendenze fortemente negative; è in questo "cortile" che dobbiamo farci presenti per ascoltare, illuminare, orientare. (n. 99); Sono cresciuti la sensibilità e l'impegno della Congregazione sul fronte della comunicazione sociale. Ne sono segno, per esempio, l'istituzione della Facoltà di Scienze della comunicazione sociale all'UPS, l'attivazione di diversi progetti per l'educazione all'uso critico dei media, la crescente presenza di siti istituzionali in internet, la maggiore familiarità con la rete informatica sia per gli scambi personali che per la formazione a distanza, la nuova impostazione del Dicastero per la comunicazione sociale. Abbiamo tuttavia consapevolezza che molteplici sono i mondi virtuali abitati dai giovani e che non sempre siamo capaci di dividerli e di animarli per mancanza di formazione, di tempo e di sensibilità. (n. 102);

passando: da un atteggiamento timido e da una presenza sporadica nei media ad un uso responsabile e a un'animazione educativa ed evangelizzatrice più incisiva; (n. 104);

La comunità:

preveda progetti educativi per aiutare i giovani ad un uso critico e responsabile dei vari tipi di media (mass, folk, personal, convergenti ecc.) e incoraggi il loro protagonismo nell'ambito della comunicazione sociale e dell'espressione giovanile e popolare; usi le tecnologie della comunicazione sociale per dare maggiore visibilità alla propria presenza e per diffondere il carisma. (n.

109); L'ispettoria: definisca una strategia realistica per favorire una presenza educativa più incisiva nel mondo dei media e delle espressioni artistiche giovanili e popolari, e prepari personale qualificato in questo ambito; il Rettor Maggiore con il Consiglio: rifletta, attraverso i Dicasteri per la comunicazione sociale, la formazione e la pastorale giovanile, sulle nuove sfide della cultura dei personal media per la formazione dei

- salesiani, per la preparazione dei laici, per l'aiuto ai giovani;
- ATTI DEL CONSIGLIO GENERALE - 1977-2005 Lettere del Rettor Maggiore:
- 11997777 – ACG 287 (p. 3-33): Don Luigi Ricceri:
- “Le notizie di Famiglia” - Sull'informazione salesiana, nella commemorazione del centenario del Bollettino Salesiano.
- 11998811 – ACG 302 (p. 3-30): Don Egidio Vigano:
- “La Comunicazione Sociale ci interpella”. La CS nella missione, come novità di presenza. Formazione alla CS. Promozione dell'informazione.
- 22000000 - ACG 370 (p. 3-44): Don Juan Vecchi: “La Comunicazione nella missione salesiana”.
22000055 – ACG 390 (p. 3-46): Don Pascual Chávez: “Con il coraggio di Don Bosco nelle nuove frontiere della Comunicazione Sociale”
OOriieennttaammeennttii ee DDiiirreetttiivvee::
- 11998811 – ACG 302 (p. 31-50): Don Giovanni Raineri: “Il Pensiero di Don Bosco come programma dell'editoria salesiana”.
- 11998855 – AACCGG 331155 (47-55): Don Sergio Cuevas:
- “Il Bollettino Salesiano”.
- 11998899 – AACCGG 332299 (p. 28-38): Don Sergio Cuevas: “Salesiani: comunicazione e educazione.
- 11998899 – AACCGG 332299 Dicastero per la Comunicazione Sociale Don Sergio Cuevas: “I Salesiani e la comunicazione”: politiche, metodologie, settori di intervento, priorità operative.
- 69 ALLEGATO 21199911 – AACCGG 333388 (p. 55-64): Don Antonio Martinelli: “Comunicazione Sociale: deliberazione n.
- 6 del CG23”. “Il cammino di fede dei giovani richiede dalla comunità una nuova forma di comunicazione” (254). “L'Ispezzione nomini l'incaricato ispezzionale della Comunicazione Sociale” (259).
- 11999933 – AACCGG 334466 (p. 38-48) Don Antonio Martinelli: “L'impegno dell'ispezzione per organizzare il settore della Comunicazione Sociale”.
- 11999966 – AACCGG 335588 numero speciale (p. 29-32):
- Programmazione del sessennio.
- 11999977 – AACCGG 336611 (p. 48-57): Don Antonio Martinelli: “Un'espressiva presenza salesiana: il Bollettino Salesiano (BS) 1999 – ACG 366, (p. 100-118): Don Juan Vecchi: Intervento programmatico ai direttori del Bollettino Salesiano (Roma).
- 22000000 – AACCGG 337700 Don Antonio Martinelli: “Scoprire l'urgenza della Comunicazione” (la CS nei Capitoli Generali – dal CG 19 al CG 24).
- 22000022 – AACCGG 338800 numero speciale (p. 46-51) – Programmazione del sessennio.
- 22000055 – AACCGG 339900 (47-56): Don Tarcisio Scaramussa: “Linee Orientative per l'editoria salesiana.”
DDoocuummeennttii ee nnoottizziiiee::
- 22000044 – AACCGG 338877 (p. 63-70) – Don Pascual Chávez V., Messaggio del Rettor Maggiore alla Consulta Mondiale di Comunicazione Sociale.
- 22000055 - AACCGG 339900 (p. 3-56) - Don Pascual Chávez V., “Con il coraggio di Don Bosco nelle nuove frontiere della comunicazione sociale”.
- 22000088 -- AAGGCC 440022 (p. 35-38): Programmazione per il sessennio (2008 - 2014).
RRAATTIIIOO -- 22000000 Il Libro del Delegato, ormai conosciuto sotto il titolo Il Salesiano, un Comunicatore .
- 70 ALLEGATO 2

Messaggio del Santo Padre Benedetto XVI per la XLIII Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali "Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura di rispetto, di dialogo, di amicizia".

Domenica, 24 Maggio 2009 Cari fratelli e sorelle, in prossimità ormai della Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, mi è caro rivolgermi a voi per esporvi alcune mie riflessioni sul tema scelto per quest'anno: Nuove tecnologie, nuove relazioni.

Promuovere una cultura di rispetto, di dialogo, di amicizia. In effetti, le nuove tecnologie digitali stanno determinando cambiamenti fondamentali nei modelli di comunicazione e nei rapporti umani. Questi cambiamenti sono particolarmente evidenti tra i giovani che sono cresciuti in stretto contatto con queste nuove tecniche di comunicazione e si sentono quindi a loro agio in un mondo digitale che spesso sembra invece estraneo a quanti di noi, adulti, hanno dovuto imparare a capire ed apprezzare le opportunità che esso offre per la comunicazione. Nel messaggio di quest'anno, il mio pensiero va quindi in modo particolare a chi fa parte della cosiddetta generazione digitale: con loro vorrei condividere alcune idee sullo straordinario potenziale delle nuove tecnologie, se usate per favorire la comprensione e la solidarietà umana. Tali tecnologie sono un vero dono per l'umanità: dobbiamo perciò far sì che i vantaggi che esse offrono siano messi al servizio di tutti gli esseri umani e di tutte le comunità, soprattutto di chi è bisognoso e vulnerabile.

L'accessibilità di cellulari e computer, unita alla portata globale e alla capillarità di internet, ha creato una molteplicità di vie attraverso le quali è possibile inviare, in modo istantaneo, parole ed immagini ai più lontani ed isolati angoli del mondo: è, questa, chiaramente una possibilità impensabile per le precedenti generazioni. I giovani, in particolare, hanno colto l'enorme potenziale dei nuovi media nel favorire la connessione, la comunicazione e la comprensione tra individui e comunità e li utilizzano per comunicare con i propri amici, per incontrarne di nuovi, per creare comunità e reti, per cercare informazioni e notizie, per condividere le proprie idee e opinioni. Molti benefici derivano da questa nuova cultura della comunicazione: le famiglie possono restare in contatto anche se divise da enormi distanze, gli studenti e i ricercatori hanno un accesso più facile e immediato ai documenti, alle fonti e alle scoperte scientifiche e possono, pertanto, lavorare in équipe da luoghi diversi; inoltre la natura interattiva dei nuovi media facilita forme più dinamiche di apprendimento e di comunicazione, che contribuiscono al progresso sociale.

Sebbene sia motivo di meraviglia la velocità con cui le nuove tecnologie si sono evolute in termini di affidabilità e di efficienza, la loro popolarità tra gli utenti non dovrebbe sorprendervi, poiché esse rispondono al desiderio fondamentale delle persone di entrare in rapporto le une con le altre.

Questo desiderio di comunicazione e amicizia è radicato nella nostra stessa natura di esseri umani e non può essere adeguatamente compreso solo come risposta alle innovazioni tecnologiche. Alla luce del messaggio biblico, esso va letto piuttosto come riflesso della nostra partecipazione al comunicativo ed unificante amore di Dio, che vuol fare dell'intera umanità un'unica famiglia. Quando sentiamo il bisogno di avvicinarci ad altre persone, quando vogliamo conoscerle meglio e farci conoscere, stiamo rispondendo alla chiamata di Dio – una chiamata che è impressa nella nostra natura di esseri creati a immagine e somiglianza di Dio, il Dio della comunicazione e della comunione.

Il desiderio di connessione e l'istinto di comunicazione, che sono così scontati nella cultura contemporanea, non sono in verità che manifestazioni moderne della fondamentale e costante propensione degli esseri umani ad andare oltre se stessi per entrare in rapporto con gli altri. In realtà, quando ci apriamo agli altri, noi portiamo a compimento i nostri bisogni più profondi e diventiamo più pienamente umani. Amare è, infatti, ciò per cui siamo stati progettati dal Creatore. Naturalmente, non parlo di passeggero, superficiali relazioni; parlo del vero amore, che costituisce il centro dell'insegnamento morale di Gesù: "Amerai il Signore tuo Dio con tutto il tuo cuore e con tutta la tua anima, con tutta la tua mente e con tutta la tua forza" e "Amerai il tuo prossimo come te stesso" (cfr Mc 12,30-31). In questa luce, riflettendo sul significato delle nuove tecnologie, è importante considerare non solo la loro indubbia capacità di favorire il contatto tra le persone, ma anche la qualità dei contenuti che esse sono chiamate a mettere in circolazione. Desidero incoraggiare tutte le persone di buona

volontà, attive nel mondo emergente della comunicazione digitale, perché si impegnino nel promuovere una cultura del rispetto, del dialogo, dell'amicizia.

Pertanto, coloro che operano nel settore della produzione e della diffusione di contenuti dei nuovi media non possono non sentirsi impegnati al rispetto della dignità e del valore della persona umana.

Se le nuove tecnologie devono servire al bene dei singoli e della società, quanti ne usano devono evitare la condivisione di parole e immagini degradanti per l'essere umano, ed escludere quindi ciò che alimenta l'odio e l'intolleranza, svilisce la bellezza e l'intimità della sessualità umana, sfrutta i deboli e gli indifesi.

Le nuove tecnologie hanno anche aperto la strada al dialogo tra persone di differenti paesi, culture e religioni. La nuova arena digitale, il cosiddetto cyberspace, permette di incontrarsi e di conoscere i valori e le tradizioni degli altri. Simili incontri, tuttavia, per essere fecondi, richiedono forme oneste e corrette di espressione insieme ad un ascolto attento e rispettoso. Il dialogo deve essere radicato in una ricerca sincera e reciproca della verità, per realizzare la promozione dello sviluppo nella comprensione e nella tolleranza. La vita non è un semplice succedersi di fatti e di esperienze: è piuttosto ricerca del vero, del bene e del bello. Proprio per tale fine compiamo le nostre scelte, esercitiamo la nostra libertà e in questo, cioè nella verità, nel bene e nel bello, troviamo felicità e gioia. Occorre non lasciarsi ingannare da quanti cercano semplicemente dei consumatori in un mercato di possibilità indifferenziate, dove la scelta in se stessa diviene il bene, la novità si contrabbanda come bellezza, l'esperienza soggettiva soppianta la verità.

Il concetto di amicizia ha goduto di un rinnovato rilancio nel vocabolario delle reti sociali digitali emerse negli ultimi anni. Tale concetto è una delle più nobili conquiste della cultura umana. Nelle nostre amicizie e attraverso di esse cresciamo e ci sviluppiamo come esseri umani. Proprio per questo la vera amicizia è stata da sempre ritenuta una delle ricchezze più grandi di cui l'essere umano possa disporre. Per questo motivo occorre essere attenti a non banalizzare il concetto e l'esperienza dell'amicizia. Sarebbe triste se il nostro desiderio di sostenere e sviluppare on-line le amicizie si realizzasse a spese della disponibilità per la famiglia, per i vicini e per coloro che si incontrano nella realtà di ogni giorno, sul posto di lavoro, a scuola, nel tempo libero. Quando, infatti, il desiderio di connessione virtuale diventa ossessivo, la conseguenza è che la persona si isola, interrompendo la reale interazione sociale. Ciò finisce per disturbare anche i modelli di riposo, di silenzio e di riflessione necessari per un sano sviluppo umano.

L'amicizia è un grande bene umano, ma sarebbe svuotato del suo valore, se fosse considerato fine a se stesso. Gli amici devono sostenersi e incoraggiarsi l'un l'altro nello sviluppare i loro doni e talenti e nel metterli al servizio della comunità umana. In questo contesto, è gratificante vedere l'emergere di nuove reti digitali che cercano di promuovere la solidarietà umana, la pace e la giustizia, i diritti umani e il rispetto per la vita e il bene della creazione. Queste reti possono facilitare forme di cooperazione tra popoli di diversi contesti geografici e culturali, consentendo loro di approfondire la comune umanità e il senso di corresponsabilità per il bene di tutti. Ci si deve tuttavia preoccupare di far sì che il mondo digitale, in cui tali reti possono essere stabilite, sia un mondo veramente accessibile a tutti. Sarebbe un grave danno per il futuro dell'umanità, se i nuovi strumenti della comunicazione, che permettono di condividere sapere e informazioni in maniera più rapida e efficace, non fossero resi accessibili a coloro che sono già economicamente e socialmente emarginati o se contribuissero solo a incrementare il divario che separa i poveri dalle nuove reti che si stanno sviluppando al servizio dell'informazione e della socializzazione umana.

Vorrei concludere questo messaggio rivolgendomi, in particolare, ai giovani cattolici, per esortarli a portare nel mondo digitale la testimonianza della loro fede. Carissimi, sentitevi impegnati ad introdurre nella cultura di questo nuovo ambiente comunicativo e informativo i valori su cui poggia la vostra vita! Nei primi tempi della Chiesa, gli Apostoli e i loro discepoli hanno portato la Buona Novella di Gesù nel mondo greco romano: come allora l'evangelizzazione, per essere fruttuosa, richiese l'attenta comprensione della cultura e dei costumi di quei popoli pagani nell'intento di toccarne le menti e i cuori, così ora l'annuncio di Cristo nel mondo delle nuove tecnologie suppone una loro approfondita conoscenza per un conseguente adeguato utilizzo. A voi, giovani, che quasi spontaneamente vi trovate in sintonia con questi nuovi mezzi di comunicazione, spetta in

particolare il compito della evangelizzazione di questo “continente digitale”. Sappiate farvi carico con entusiasmo dell’annuncio del Vangelo ai vostri coetanei! Voi conoscete le loro paure e le loro speranze, i loro entusiasmi e le loro delusioni: il dono più prezioso che ad essi potete fare è di condividere con loro la “buona novella” di un Dio che s’è fatto uomo, ha patito, è morto ed è risorto per salvare l’umanità. Il cuore umano anela ad un mondo in cui regni l’amore, dove i doni siano condivisi, dove si edifichi l’unità, dove la libertà trovi il proprio significato nella verità e dove l’identità di ciascuno sia realizzata in una comunione rispettosa. A queste attese la fede può dare risposta: siatene gli araldi! Il Papa vi è accanto con la sua preghiera e con la sua benedizione.

Dal Vaticano, 24 gennaio 2009, Festa di San Francesco di Sales.

BENEDICTUS PP. XVI 73 ALLEGATO 3

DIREZIONE GENERALE OPERE DON BOSCO

Dicastero per la Comunicazione Sociale

SISTEMA SALESIANO

DI COMUNICAZIONE SOCIALE

Linee Orientative per la Congregazione Salesiana

Seconda Edizione

Roma – 2011

Editrice S.D.B

Edizione extra commerciale

Direzione Generale Opere Don Bosco

Via della Pisana, 1111- 00163 Roma – Bravetta

Casella Postale 18333 - www.sdb.orgSIGLE E ABBREVIAZIONI

ACG – Atti del Consiglio Generale

ANS – Agenzia iNfo Salesiana

ASC – Archivio Salesiano Centrale

BS – Bollettino Salesiano

C. – Costituzioni

CG – Capitolo Generale

DCS – Dicastero della Comunicazione Sociale

F/LOSS – Free/Libre and Open Source Software

MB –

Memorie Biografiche

PAS – Piano di Azione del Settore

PICS – Piano Ispettoriale di Comunicazione Sociale

POI – Progetto Organico Ispettoriale

R. – Regolamenti

SPS –

Scritti Pedagogici e Spirituali

SSCS – Sistema Salesiano di Comunicazione SocialePARTE I SSCS 7

1. PREFAZIONE 9

2. COMUNICAZIONE 12

2.1 Che cos’è comunicazione? 12

2.2 Gesù nostro modello come Perfetto Comunicatore 12

2.3 Don Bosco nostro ispiratore 13

2.4 S. Francesco di Sales, pastore zelante e dottore della carità 14

3 UN GLOSSARIO DI TERMINI 15

4 VISIONE E MISSIONE 19

4.1 Introduzione 19

4.2 La visione di Don Bosco 19

4.3	La visione dinamica della Congregazione	20
4.4	La missione	21
4.4.1	Le convinzioni e i valori	21
4.4.2	Criteri importanti della comunicazione salesiana	22
5	OBIETTIVI STRATEGICI	25
5.1	Destinatari, beneficiari, protagonisti e le loro necessità	25
5.1.1	Le necessità dei giovani	25
5.1.2	Le necessità degli ambienti popolari e delle missioni	25
5.1.3	Le necessità dei salesiani	25
5.1.4	Le necessità della Congregazione	26
5.1.5	Le necessità dei corresponsabili laici	26
5.1.6	Le necessità della Famiglia Salesiana	26
5.1.7	Le necessità della Chiesa e della società	26
5.2	Risultati desiderati	27
5.3	I soggetti	27
5.4	Le aree di azione del Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale	28
5.4.1	Animazione	28
5.4.2	Formazione	28
5.4.3	Informazione	28
5.4.4	Produzione	28
6	POLITICHE	29
6.1	La politica comunicativa della Congregazione	29
6.2	Linee politiche per le aree di azione	30
6.2.1	Animazione	30
6.2.2	Formazione	31
Indice	6.2.3 Informazione	32
6.2.4	Produzione	33
6.2.4.1	Imprese editoriali	33
6.2.4.2	I siti web salesiani	34
6.2.4.3	Radio salesiana	35
6.3	diversi processi e linee politiche	36
6.3.1	Processi fondamentali	36
6.3.2	La progettazione e le sue politiche	38
6.3.3	Lo sviluppo e le sue politiche	38
6.3.4	La promozione e le sue politiche	38
6.3.5	Attività di supporto e le sue politiche	39
7	ORGANIZZAZIONE RUOLI E FUNZIONI	41
7.1	SSCS Organizzazione	41
7.1.1	Diagramma dell'organizzazione	41
7.2	Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale	42
7.2.1	Ruolo	42
7.2.1.1	Dettaglio del ruolo	42
7.3	Équipe del Dicastero per la Comunicazione sociale	42
7.3.1	Ruolo	42
7.3.1.1	Dettaglio del ruolo	42
7.4	Consulta Mondiale	43
7.4.1	Ruolo	43
7.4.1.1	Dettaglio del ruolo	43
7.5	Delegato regionale, nazionale e/o di conferenze	43
7.5.1	Ruolo	43
7.5.1.1	Dettaglio del ruolo	43
7.6	L'Ispettore con il suo Consiglio	43
7.6.1	Ruolo	43

7.6.1.1 Dettaglio del ruolo:	43
7.7 Il Delegato ispettoriale per la Comunicazione Sociale	44
7.7.1 Ruolo:	44
7.7.1.1 Dettaglio del ruolo:	44
7.8 Équipe (Commissione ispettoriale o altro) di Comunicazione Sociale	45
7.8.1 Ruolo:	45
7.8.1.1 Dettaglio del ruolo:	45
7.9 Coordinatore locale di CS	45
7.9.1 Ruolo:	45
7.9.1.1 Dettaglio del ruolo:	45
7.10 Agenzia ANS (Agenzia iNfo Salesiana)	46
7.10.1 Ruolo:	46
7.10.1.1 Funzionamento:	46
7.11.11 Ufficio Stampa	47
7.11.1 Ruolo:	47
7.11.1.1 Funzionamento:	47
7.12 Relazioni Pubbliche	48
7.12.1 Ruolo:	48
7.12.1.1 Funzionamento:	48
7.13 Il Bollettino Salesiano	48
7.13.1 Ruolo:	48
7.13.1.1 Funzionamento:	48
7.14 Il Portale Web	49
7.14.1 Ruolo:	49
7.14.1.1 Funzionamento:	49
7.15 La Documentazione e l'archivio	49
7.15.1 Ruolo:	49
7.15.1.1 Funzionamento:	49
7.16 Il Notiziario Ispettoriale	50
7.16.1 Ruolo:	50
7.16.1.1 Funzionamento:	50
7.17 I Centri di Formazione	50
7.17.1 Ruolo:	50
7.17.1.1 Funzionamento:	50
Parte II Orientamenti per la formazione dei Salesiani in comunicazione sociale:	51
Contenuti e metodologie per le varie fasi formative	
INTRODUZIONE	53
Destinatari	53
Obiettivo	53
Livelli di formazione	53
Descrizione di ogni fase formativa	54
1. PRENOVIZIATO	56
2. NOVIZIATO	57
3. POSTNOVIZIATO	58
4. TIROCINIO	59
5. FORMAZIONE SPECIFICA	60
6. FORMAZIONE PERMANENTE	61
Parte III ALLEGATI	63
ALLEGATO 1: Dall'introduzione all'edizione originale del SSCS	65
ALLEGATO 2: La Comunicazione Sociale nei documenti della Congregazione	68
ALLEGATO 3: Messaggio del Santo Padre Benedetto XVI per la XLIII Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali	71
INDICE ALFABETICO	74