



DIREZIONE GENERALE OPERE DON BOSCO

Dicastero per la Comunicazione Sociale

**SISTEMA SALESIANO
DI COMUNICAZIONE SOCIALE**

Linee orientative per la Congregazione Salesiana

Roma – Casa Genealizia 2004

Editrice S.D.B
Edizione extra commerciale

Direzione Generale Opere Don Bosco
Via della Pisana, 1111
Casella Postale 18333
00163 Roma – Bravetta

www.sdb.org

SIGLE E ABBREVIAZIONE

ACG	– Atti del Consiglio Generale
ANS	- Agenzia Internazionale Salesiana di Informazione
ASC	– Archivio Salesiano Centrale
BS	– Bollettino Salesiano
C	– Costituzioni
CG	– Capitolo Generale
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

INDICE

Introduzione (nn 1-25)

I PARTE - IDENTITA' DEL SISTEMA SALESIANO DI COMUNICAZIONE SOCIALE

I destinatari o beneficiari e le loro necessità (nn 26-34)
 I risultati desiderati (nn 35-41)
 Le convinzioni e i valori (nn 42-57)
 La missione (nn 58-66)
 I soggetti (nn 67-68)

II PARTE - FUNZIONAMENTO DEL SSCS

Diagramma del funzionamento (nn 69-72)
 Funzione di Base: progettazione (nn 73-76)
 Funzione specializzata: sviluppo della CS (nn 77-81)
 Promozione della Comunicazione Sociale: (nn 82-86)
 - Animazione e formazione (nn 87-94)
 - Informazione (nn 95-105)
 - Produzione - imprese (nn 106-122)
 - Supporto: gestione / servizi / traduzione (nn 123-131)

III PARTE - ORGANIZZAZIONE DEL SSCS

Diagramma dell'organizzazione (nn 132-133)
 Il Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale (nn 134-140)
 Équipe del Dicastero per la Comunicazione Sociale (nn 141-144)
 Consulta Mondiale (nn 145-148)
 Delegato regionale e/o di conferenza (nn 149-152)
 L'Ispettore con il suo Consiglio (nn 153-158)
 Il Delegato ispettoriale per la Comunicazione Sociale (nn 159-166)
 La Commissione ispettoriale di Comunicazione Sociale (nn 167-172)
 Il Coordinatore locale di Comunicazione Sociale (nn 173-180)
 L'Agenzia ANS (Agenzia Internazionale Salesiana d'Informazione) (nn 181-192)
 L'ufficio Stampa (nn 193-199)
 Relazioni Pubbliche (nn 200-202)
 Il Bollettino Salesiano (nn 203-208)
 Il Portale Web (nn 209-212)
 La Documentazione e l'archivio (nn 213-217)
 Il Notiziario Ispettoriale (nn 218-222)
 Centri di Formazione (nn 223-226)

ALLEGATI

A - La Comunicazione Sociale nei documenti della Congregazione:

- Costituzioni
- Regolamenti
- Capitoli Generali
- Atti del Consiglio Generale - dal 1977 al 2000
 - Lettere del Rettor Maggiore
 - Orientamenti e Direttive
 - Documenti e Notizie
- Ratio - 2000
- Il Libro del Delegato

B - Piano di Comunicazione Sociale (PICS) dell'Ispettorato

**“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)**

Introduzione

La visione di Don Bosco

- 1 Don Bosco aveva una comprensione ampia della Comunicazione Sociale. La lettera che scrisse sulla diffusione dei buoni libri serve come carta magna per esprimere la sua visione imprenditoriale, ma particolarmente la sua fede e il suo cuore apostolico.
- 2 La Comunicazione Sociale era per lui un **campo** prioritario di missione: “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”¹.
- 3 Don Bosco considerava la Comunicazione Sociale come un **mezzo** importantissimo per la missione: “Perciò, desideroso di vedervi ogni giorno più crescere in zelo ed in meriti al cospetto di Dio, non lascerò di suggerirvi di quando in quando i vari mezzi che io credo migliori, onde possa riuscire, sempre più fruttuoso il vostro ministero. Fra questi quello che io intendo caldamente raccomandarvi, per la gloria di Dio e la salute delle anime, è la diffusione dei buoni libri. Io non esito a chiamare Divino questo mezzo, poiché Dio stesso se ne giovò a rigenerazione dell'uomo”².
- 4 Oltre la stampa e la “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.
- 5 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.
- 6 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”³.
- 7 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. A riguardo diceva don Viganò: “È a tutti palese che quando il CG21 parla del Sistema Preventivo non si riferisce semplicemente alle classiche pagine scritte da Don Bosco nel 1877 e incorporate poi, fino al CGS, nei Regolamenti; ma piuttosto a «un insieme organico di convinzioni, di atteggiamenti, di azioni, di interventi, di mezzi, metodi e strutture, che ha costituito progressivamente un *caratteristico modo generale di essere e di agire, personale e comunitario* - di Don Bosco, dei singoli Salesiani e della Famiglia”⁴.

¹ Don Bosco, Lettera Circolare sulla Diffusione di Buoni Libri, 19 marzo 1885. In Epistolario, vol. 4, pp. 318-321

² Idem

³ Idem.

⁴ ACG 290, p. 10.

- 8 Il Sistema Preventivo è l'espressione più ricca della visione di Don Bosco sull'educazione, ma anche sulla comunicazione. "La pratica del Sistema Preventivo, quale ispirazione e metodo per vivere e lavorare insieme, rafforza le nostre relazioni con Dio, matura i nostri rapporti fraterni, e unisce in un'unica esperienza salesiani, giovani e laici, in un clima di famiglia, di fiducia e di dialogo"⁵.

La visione dinamica della Congregazione

- 9 La visione di Don Bosco è stata portata avanti in forma dinamica per i suoi successori, come si può dimostrare dagli scritti di tutti i Rettori Maggiori, dei Capitoli Generali, della documentazione storica della Congregazione⁶.
- 10 È vero che, con frequenza, si è dovuto richiamare l'attenzione per la crescita nell'impegno in questo aspetto carismatico, e cambiare con un atteggiamento positivo e imprenditoriale le posizioni piuttosto difensive davanti ai mezzi di comunicazione. Quanto dice D. 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"⁷.
- 11 In sintonia con l'evoluzione dei tempi, con lo sviluppo delle nuove tecnologie e della sua incidenza nella società e nelle culture, si è maturata, particolarmente dopo il Capitolo Generale Speciale (1971-2), una visione ampia e ricca del campo della Comunicazione Sociale e dei suoi molteplici significati, e anche di una politica organica e coordinata di sviluppo e di organizzazione. Infatti, il Capitolo aveva citato la relazione di D. Ricceri che riconosceva che "non è stato promosso un impegno **sistematico, coordinato e adeguato** all'importanza e attualità degli strumenti di comunicazione sociale"⁸.
- 12 I Capitoli e documenti ulteriori rivelano la consolidazione delle convinzioni e della nuova pratica più sistemica dei salesiani nel campo della Comunicazione Sociale:
- la consapevolezza dell'importanza della Comunicazione Sociale come "presenza educativa di massa, produttrice di cultura, scuola alternativa"⁹;
 - la priorità di questo campo per l'educazione e l'evangelizzazione¹⁰;
 - la visione ampia della Comunicazione Sociale come una dimensione umana che ha come scopo primario la comunione e il progresso della società umana¹¹;
 - 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"¹²;
 - la valorizzazione della Comunicazione Sociale come nuovo spazio di aggregazione dei giovani¹³;

⁵ CG25, n. 85. Cf. anche 14, 26, 138, 151.

⁶ Cf. Dicastero per la Comunicazione Sociale. I Salesiani e la Comunicazione. Roma, Editrice SDB, 1989, p. 9-32.

⁷ ACS 287, n. 143, p.52.

⁸ CG20, 453.

⁹ "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).

¹⁰ 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).

¹¹ ACG 302, p. 16

¹² CG24, 129

¹³ CG25, n. 47

- l'ufficializzazione di servizi, di politiche di animazione e di coordinamento, di strutture: il Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale¹⁴; il Delegato ispettoriale¹⁵; il ruolo dell'Ispettore e del suo Consiglio¹⁶; l'impegno di ogni confratello¹⁷; i canali d'informazione e i centri di produzione¹⁸; i compiti delle Conferenze Ispettoriali¹⁹;
- la qualificazione e la formazione del personale²⁰.

Un Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale

- 13 Questa visione complessiva dimostra che la Congregazione ha costruito un vero **Sistema** di Comunicazione Sociale.
- 14 Il termine *Sistema di Comunicazione* riceve un primo slancio con don Antonio Martinelli nella preparazione del Convegno Mondiale dei direttori del Bollettino Salesiano (1998)²¹. Lo definisce come "progetto organico ed unitario di comunicazione".
- 15 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"²². E poi aggiunge: "È indispensabile pensare la presenza, la comunità e l'opera salesiana 'in rete', come un'emittente intercomunicata"²³.
- 16 "Costruire un sistema unico ed organico di comunicazione" è un'impegno "primario" indicato nel "Libro del Delegato"²⁴, con insistenza per l'integrazione della Comunicazione Sociale nella dinamica dell'organizzazione ispettoriale.

¹⁴ C 137

¹⁵ CG23, 259

¹⁶ R 31

¹⁷ R 32

¹⁸ R 33

¹⁹ R 142

²⁰ R 31, 82; Ratio

²¹ 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.

²² ACG 370, pp. 12-13.

²³ Idem, p. 17.

²⁴ Dicastero per la Comunicazione Sociale. Libro del Delegato Ispettoriale 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 (p. 64 e 69). "Prendendo in esame un progetto completo di presenza nel settore di Comunicazione Sociale, il Delegato ispettoriale 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" (p.108).

- 17 Infine, il "Progetto di Animazione e governo del Rettor Maggiore e del suo Consiglio per il sessennio 2002-2008" traccia l'obiettivo generale di "costruire e disporre progressivamente di un **sistema di comunicazione della Congregazione Salesiana** a carattere professionale stabile, ma flessibile²⁵:
- per stimolare la creazione di un "ecosistema comunicativo"²⁶ che coinvolga tutti (salesiani SDB, Famiglia Salesiana, educatori, educandi) 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*.
- 18 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.
- 19 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 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.
- 20 Le funzioni 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 Preventivo di Don Bosco. La consapevolezza del valore della Comunicazione Sociale come generatrice di cultura, ci porta alla scelta prioritaria della **formazione 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

²⁵ Cf. ACG 380, p. 46-47

²⁶ "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.

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 Istituzioni Universitarie Salesiane (IUS), nelle Scuole Tecniche e nei Centri di Comunicazione Sociale.

- 21 La funzione **Informazione** del Sistema si rivolge alla produzione 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 Internazionale Salesiana di Informazione (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 piena di vitalità a 127 anni dalla sua creazione.
 - I Notiziari Ispettoriali, i portali e i siti web che ormai sono presenti dappertutto, consolidando l'articolazione in rete e agevolando l'informazione salesiana.
- 22 La funzione **Produzione** del Sistema mette in atto la produzione, il sostenimento di programmi, le risorse, gli archivi e le imprese di Comunicazione Sociale, 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. Questo è un campo molto sviluppato nella Congregazione che conta più di 300 imprese (tra librerie, editrici, Sale teatro-cinema, tipografie, emittenti radio, emittenti TV, centri audiovisivi), e ancora centri di produzione di programmi per i media locali.
- 23 Questo sussidio raccoglie gli elementi fondamentali di un quadro di riferimento per la comunicazione sociale, e le linee e politiche per il funzionamento del SSCS, tale 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. Non pretende di sostituire il "Libro del Delegato", che continua ad essere valido come "manuale operativo" per i responsabili e gli operatori di comunicazione sociale.
- 24 Il sussidio si presenta in tre parti interdipendenti. La prima e la seconda parte definiscono l'**identità** e il **funzionamento** del SSCS, con le rispettive linee politiche per tutti i livelli di attuazione. La terza parte presenta la proposta di organizzazione, le strutture, gli incarichi e attribuzioni specifiche di animazione e coordinamento.
- 25 Dal Rettor Maggiore don Pascual Chávez ci viene 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"²⁷.

Roma, 02 gennaio 2005

P. Tarcísio Scaramussa
Consigliere Generale per la CS

²⁷ Messaggio alla Consulta Mondiale per la Comunicazione Sociale, a Roma, nel luglio di 2004. Cf. ACG 387, pp. 63-70.

I PARTE

IDENTITA' DEL SISTEMA SALESIANO DI COMUNICAZIONE SOCIALE

Definire l'identità del SSCS significa esplicitare i suoi destinatari o beneficiari, i suoi traguardi o risultati desiderati, le sue convinzioni e valori, la sua missione, le sue politiche e criteri di azione, i suoi soggetti.

I DESTINATARI O BENEFICIARI E LE LORO NECESSITA'

- 26 □ I destinatari **prioritari** della Comunicazione Sociale della Congregazione 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.
- 27 **Le necessità dei giovani:**
- 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 Sociale;
 - Informazioni che aiutino alla loro crescita per la vita in società, per il loro progetto di vita, e per il loro rapporto con il mondo;
 - Informazioni sulla Congregazione, sulla Chiesa, sulla Vita Religiosa.
- 28 **Le necessità degli ambienti popolari e delle missioni:**
- Risorse di Comunicazione Sociale 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.
- 29 □ Gli **altri destinatari** sono i salesiani, i corresponsabili laici, la Famiglia Salesiana, i simpatizzanti di Don Bosco, la società (mezzi di Comunicazione Sociale, enti e organizzazioni ecclesiali, civili governativi e non governativi, settori specifici). La Comunicazione Sociale risponde alle loro necessità, facendo in modo che questi servizi risultino a beneficio dei destinatari prioritari.
- 30 **Le necessità dei salesiani:**
- Conoscenza dell'attuale linguaggio giovanile;
 - Abilitazione all'atteggiamento positivo e critico di accoglienza e alla padronanza dell'uso degli strumenti e dei loro linguaggi;
 - Qualificazione come animatori culturali;
 - Formazione continua per lavorare professionalmente nell'ambito della Comunicazione Sociale;
 - Sussidi per la realizzazione della loro missione educativo-pastorale;
 - Informazioni sulla vita della Congregazione, della Famiglia Salesiana, sui giovani e l'educazione;
 - Mentalizzazione per la crescita del e nel senso di comunione e di appartenenza (sinergia corporativa);
 - Diffusione dei principi e dei valori salesiani;
- 31 **Le necessità della congregazione:**
- Disporre di un sistema di Comunicazione Sociale 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;
 - Centri di formazione e di produzione (strutture e mezzi – imprese);
 - Formazione e consolidamento davanti alla società dell'immagine della Congregazione come istituzione educativa e evangelizzatrice che lavora al servizio dei giovani poveri e dei ceti popolari.

32 Le necessità dei corresponsabili laici:

- Comprensione dell'attuale linguaggio giovanile;
- Conoscenza del sistema salesiano;
- Formazione come animatori culturali;
- Formazione all'uso delle risorse di Comunicazione Sociale nell'educazione;
- Documenti e sussidi per il lavoro educativo-pastorale;
- Risorse innovatrici di Comunicazione Sociale.

33 Le necessità della Famiglia Salesiana:

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

34 Le necessità della Chiesa e della società:

- Informazioni che risvegliano il mondo della comunicazione, e tengano altresì desta la formazione della coscienza critica;
- Informazioni vere e liberanti 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.

I RISULTATI DESIDERATI

- 35 □ **I giovani**, specialmente i più poveri, che comprendano, dominino e utilizzino criticamente processi, linguaggi e risorse della Comunicazione Sociale 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'Ispettorato.
- 36 □ **Gli ambienti popolari e le missioni** serviti dalle risorse di Comunicazione Sociale adeguate al lavoro di formazione e sviluppo socio-politico-culturale-religioso, e di informazione e ricerche sulla gioventù.
- 37 □ **I Salesiani** qualificati come animatori culturali, che conoscano e dominino i nuovi linguaggi della Comunicazione Sociale, sostenuti dalle risorse di comunicazione per la sua missione educativa e di informazione sulla vita della Congregazione, sulla Famiglia Salesiana, sui giovani e sull'educazione, e soddisfatti della diffusione delle convinzioni e dei valori salesiani.
- 38 □ **La congregazione** che disponga di un sistema di Comunicazione Sociale professionale a servizio della comunione e della missione, con personale motivato e qualificato con visione e progetto comune, con centri di formazione e di produzione salesiana, con strumenti adeguati per l'informazione, con immagine consolidata di istituzione educativa e evangelizzatrice che lavora al servizio dei giovani poveri e dei ceti popolari.
- 39 □ **I corresponsabili laici** che comprendano il linguaggio giovanile, conoscendo il sistema preventivo, formati come animatori culturali, sussidiati di risorse di Comunicazione Sociale per il loro lavoro educativo-pastorale, informati sulla realtà dei giovani e dell'educazione.
- 40 □ **La Famiglia Salesiana** informata sulla storia e sugli avvenimenti della vita salesiana, sostenuta da risorse di comunicazione per l'azione educativa pastorale, con memoria storica conservata.
- 41 □ **La chiesa e la società** servite di informazioni che tengano desto il mondo della comunicazione, per la formazione della coscienza critica, per una cultura di pace, e di informazioni vere sulla gioventù e sull'educazione, sulla Chiesa e sulla religione.

□

LE CONVINZIONI E VALORI

Le convinzioni e i valori sono le idee forza che definiscono, distinguono e orientano la Comunicazione Sociale salesiana.

- 42 □ La persona umana è un essere di comunicazione, in dialogo, un essere per l'altro, condizione e possibilità di tutti e di ogni atto comunicativo.
- 43 □ La comunicazione umana, verace, efficace, è un processo di rapporti umani che, oltre a passare con limpidezza i messaggi, è capace di generare tra le persone:
- intesa;
 - comunione;
 - solidarietà
 - partecipazione;
 - rispetto;
 - arricchimento mutuo;
 - perfezionamento dei rapporti umani;
 - convivenza nella fraternità.
- 44 □ Il contenuto più alto della comunicazione è il dono che Dio fa di se stesso all'umanità, in Gesù Cristo risorto.
- 45 □ L'evangelizzazione, la catechesi e l'educazione non si effettuano senza un adeguato e umano processo comunicativo.
- 46 □ I mezzi di Comunicazione Sociale sono un dono di Dio e sono d'importanza fondamentale per l'educazione e l'evangelizzazione nei tempi attuali.
- 47 □ La Comunicazione Sociale è un ampio campo di azione significativo che rientra fra le priorità apostoliche della missione salesiana.
- 48 □ Il carisma salesiano ha un potenziale innovatore nell'area della comunicazione.
- 49 □ Il Sistema Preventivo di Don Bosco sintetizza lo stile della comunicazione salesiana. "Don Bosco ce lo trasmette come modo di vivere e di lavorare per comunicare il Vangelo e salvare i giovani con loro e per mezzo di loro. Esso permea le nostre relazioni con Dio, i rapporti personali e la vita di comunità, nell'esercizio di una carità che sa farsi amare" (C 20).
- 50 Per questo, la politica di Comunicazione Sociale della Congregazione Salesiana si orienta sui **criteri** che caratterizzano i tratti differenziati dell'attuazione salesiana, e che indicano le grandi scelte e lo stile di azione in quest'ambito:
- 51 • **Il criterio dell'incarnazione:**
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 di apertura simpatica e di partecipazione solidale alla vita dei giovani e della gente, e di presentare in questa linea le opere e le attività salesiane inserite nei diversi contesti del mondo. Inoltre dall'immersione nella vita concreta, risulta l'offerta di una lettura aggiornata degli avvenimenti del mondo e delle situazioni che si riscontrano nell'ampio universo giovanile a partire dalla prospettiva inculturata dell'evangelizzatore e dell'educatore.

52 • **Il criterio testimoniale e vocazionale:**

Il SSCS deve sviluppare sforzi per garantire che l'immagine dell'Istituzione testimoni per i giovani l'impegno sociale e cristiano di trasformazione della 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). La Comunicazione Sociale è espressione dell'ardore pastorale della comunità, e manifesta un'immagine positiva e coerente di congregazione come comunità di consacrati a servizio della missione, che attira i giovani e la gente. Per allargare il cerchio degli amici e corresponsabili, dei corresponsabili nell'azione giovanile e popolare, ci impegniamo di suscitare interesse per la missione di don Bosco, per le sue opere di promozione e di evangelizzazione, per le attività svolte 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.

53 • **Il criterio evangelizzatore-educativo:**

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, quest'attività è in perfetta sintonia con le scelte operate dal nostro fondatore e dal nostro patrono. La Comunicazione Sociale salesiana ha, perciò, questo tratto educativo, e lo esprime come impegno nella causa della cultura e dell'educazione, come salvaguardia della tradizione culturale salesiana, come risposta alla domanda di comunicazione e di qualificazione degli educatori e dei giovani in questo campo, e come contenuto e forma di 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).

54 • **Il criterio del sistema preventivo:**

"Il contributo originale che possiamo offrire alla causa dell'educazione si chiama Sistema Preventivo" (CG24, 99), che 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 di un comunicatore...

55 • **Il criterio etico e professionale:**

Dal carattere educativo della comunicazione salesiana si impongono i criteri etici e professionali. ... L'etica esprime l'onestà professionale del comunicatore come atteggiamento di ricerca permanente della verità, come atteggiamento di coerenza istituzionale, senza trionfalismo e autoreferenza, come atteggiamento democratico di profondo rispetto dei fatti e dei destinatari dei quali si è servitori, senza inganno, imbrogli o manipolazioni, come rispetto dei diritti di autore, di immagine, rispetto della privacy, rispetto delle leggi. La professionalità comporta un modo rigoroso di fare le cose, adeguato alla natura delle realtà che si trattano. Nella comunicazione significa: verifica sistematica, critica e continua dei dati; individuazione dei destinatari per le differenti interazioni e informazioni; qualità della forma e dei contenuti, adeguandosi al destinatario con le sue capacità, e allo strumento con le sue esigenze.

56 • Il criterio di interdisciplinarietà:

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

57 • Il criterio di sistema:

Attuazione sistemica significa operare con visione comune, con allineamento ecclesiale e di congregazione, con politiche e progetti integrati nei vari livelli, con articolazione di settori, di metodo, di opere, di persone, con collegamento in rete tra di noi e con le altre istituzioni della società alleate nella stessa missione. Aprirsi a sinergie e collaborazioni è una linea orientativa insita nel nostro progetto di vita e di organizzazione come società religiosa.

LA MISSIONE

- 58 La missione 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 Sociale per l'educazione e evangelizzazione dei giovani, specialmente dei più poveri, e nei confronti della società.

Linee politiche... per la conduzione della missione del SSCS

- 59 La Comunicazione Sociale si sviluppa all'interno del quadro di riferimento della Pastorale Giovanile Salesiana, come dimensione dell'azione educativo-pastorale, come opera e campo di missione, come gestione di processi e prodotti destinati a creare e rinforzare ambienti comunicativi salesiani.
- 60 Le azioni del SSCS sono orientate a generare risultati coerenti con le convinzioni e i valori salesiani, a generare solidarietà e pace nella società in senso più ampio, e servire alla comunione carismatica interna alla Congregazione e alla Famiglia Salesiana.
- 61 La Comunicazione Sociale della Congregazione Salesiana è interamente al servizio della missione della Chiesa, centrata nell'educazione e evangelizzazione dei giovani, specialmente i più poveri, e nell'educazione alla fede negli ambienti popolari.
- 62 La promozione della Comunicazione Sociale è responsabilità di tutti, sotto l'animazione e la coordinazione del Consigliere per la Comunicazione Sociale a livello mondiale, e degli Ispettori e delegati a livello ispettoriale, per una azione di sistema, con politiche e piani comuni e integrati nel Progetto di Animazione del Rettor Maggiore e del suo Consiglio e nel Progetto Organico Ispettorale.
- 63 "La Comunicazione Sociale varca i confini ristretti di una Ispettorìa. Va quindi pensata in rete. Ciò che non può essere fatto con le forze di una sola Ispettorìa può realizzarsi con la partecipazione di varie" ... (ACG 370,41).
- 64 "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).
- 65 In questa linea, dove ci sono opportunità e convenienza, le conferenze o le regioni, organizzino équipes, strutture o servizi di condivisione, consulenza e collegamento per la Comunicazione Sociale, 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.
- 66 La promozione della Comunicazione Sociale è sostenuta da azioni di verifica costanti. Questa verifica è orientata da parametri o indicatori obiettivi, per misurare l'indice del raggiungimento dei risultati desiderati e l'attuazione secondo i criteri elencati. Tutto realizzato con la partecipazione delle persone coinvolte, per valutare l'efficacia dei piani e dei processi avviati, e orientare i passi seguenti.

I SOGGETTI

- 67 Il termine *comunicazione* fa riferimento a persone in processo di rapporto interpersonale e di gruppo, ma anche a una realtà sociale e culturale che coinvolge tutti in rete, con mediazione non indifferenti di strumenti e tecnologie. È intrinseco al senso della parola comunicazione il valore di reciprocità, di partecipazione in accoglienza e di ritorno. Per questo, possiamo dire che tutte le persone coinvolte nel processo comunicativo sono soggetti della comunicazione sociale.
- 68 Nel senso di promozione del Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale, vanno considerati alcuni soggetti con attribuzioni particolari:
- Come educatori ci interessano innanzitutto i soggetti della comunicazione **interpersonale, adulti e giovani, laici e religiosi**. Nello spirito del sistema preventivo, tutti si impegnano a sviluppare le competenze comunicative, la convivenza fiduciosa e amichevole, i rapporti e le 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 sociale.
 - 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 Rettor Maggiore con il suo Consiglio, il Consigliere Generale per la comunicazione sociale e l'équipe del Dicastero;
 - A livello regionale, il Delegato o Coordinatore regionale;
 - 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.

II PARTE

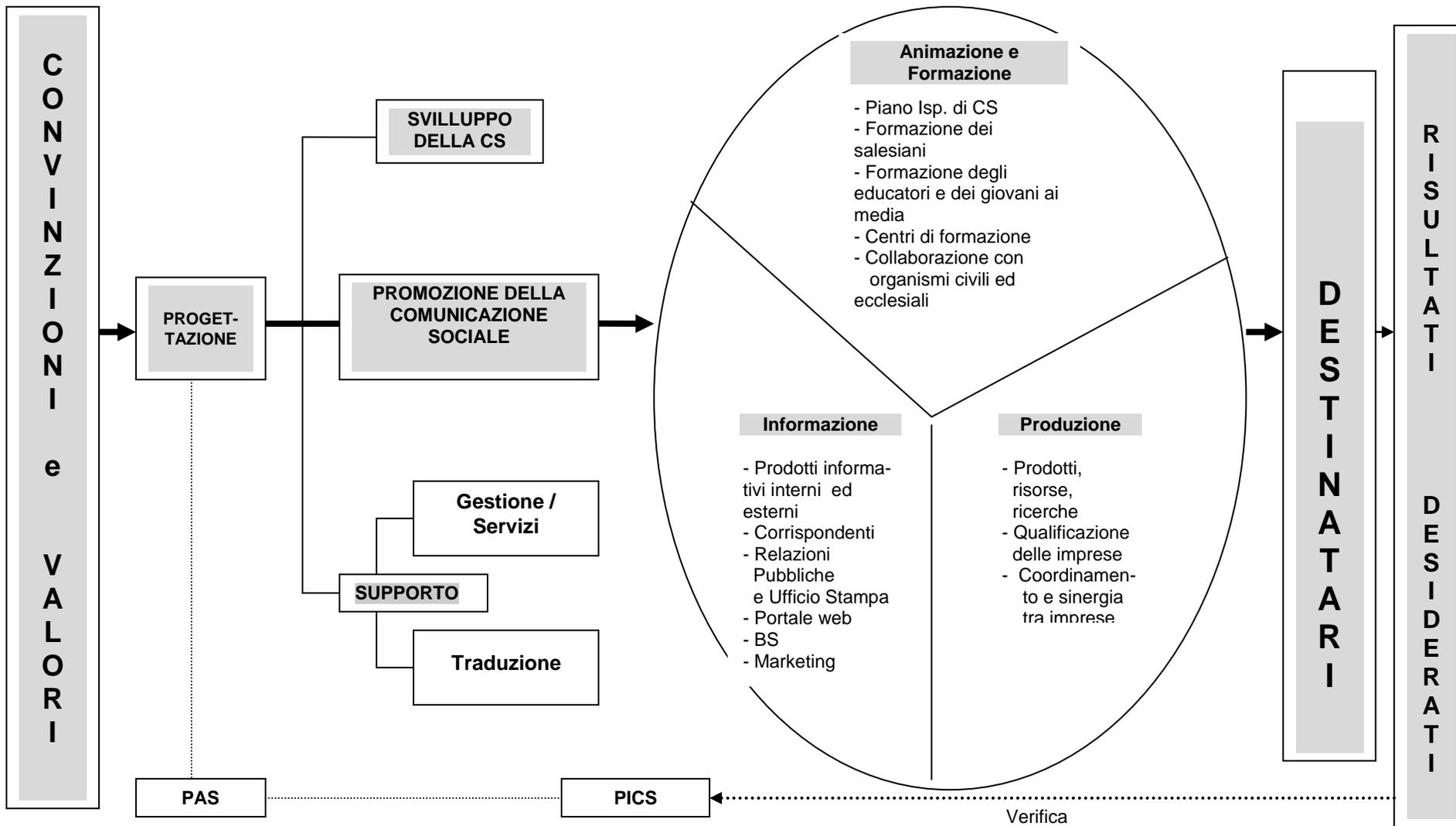
FUNZIONAMENTO DEL SISTEMA SALESIANO DI COMUNICAZIONE SOCIALE

Introduzione

- 69 Per assicurare il "funzionamento" di un sistema istituzionale è necessario caratterizzare le varie funzioni che lo compongono. Le funzioni sono un insieme di azioni correlate, necessarie per la concretizzazione della Missione di un'Istituzione come un corpo.
- 70 La caratterizzazione delle funzioni indica quello che deve essere fatto e come si deve realizzare nelle più svariate attività. Questo è diverso dall'architettura organizzativa che definisce le aree funzionali con i rispettivi attributi e incarichi.
- 71 Nel SSCS sono identificate le seguenti funzioni:
- - Progettazione;
 - - Sviluppo;
 - - Promozione;
 - - Supporto: gestione e servizi / traduzione.
- 72 Presentiamo di seguito il diagramma del funzionamento del SSCS e la descrizione delle rispettive funzioni.

Diagramma del funzionamento

MISSIONE: Promuovere l'ambiente comunicativo salesiano come comunione di persone, di opere e di attività, e lo sviluppo e applicazione di risorse di Comunicazione Sociale nella missione educativa e evangelizzatrice dei giovani, specialmente dei più poveri, e nei confronti della società.



PROGETTAZIONE: funzione di Base

Obiettivo:

- 73 Assicurare l'aggiornamento costante del SSCS davanti alle necessità dei destinatari, e orientare le sue azioni perché siano efficaci nella direzione degli obiettivi (traguardi desiderati).

Linee politiche per la progettazione:

- 74 La funzione di progettazione è gestita come condizione strategica della promozione del SSCS, per orientare il suo sviluppo e fare convergere le azioni in vista dei risultati desiderati.
- 75 Lo sviluppo del SSCS è orientato da un Piano di Azione del Settore (PAS) a livello generale, integrato nel Progetto di Animazione del Rettor Maggiore e del suo Consiglio, rivolto a creare sinergia tra le ispezioni e collaborazione tra le opere specifiche di formazione e di produzione.
- 76 A livello ispettoriale il SSCS è orientato da un Piano Ispettoriale di Comunicazione Sociale (PICS) integrato nel Progetto Organico Ispettoriale (POI) e cerca di applicare all'ispezione la politica di CS della Congregazione e la programmazione generale fatta dal Rettor Maggiore e dal suo Consiglio per il sessennio.

SVILUPPO DELLA CS: funzione specializzata

Obiettivo:

- 77 Garantire la vitalità, la dinamica e lo stile salesiano di comunicazione nella sua espressione di dimensione trasversale dell'azione educativo-pastorale, di campo della missione e di sistema specifico e integrato di Comunicazione Sociale.

Linee politiche per lo sviluppo:

- 78 Lo sviluppo della Comunicazione Sociale e la costruzione del SSCS sono sostenuti da azioni di valutazione, di ricerca, di studio e di riflessione, e monitorati con azioni di consulenza, di formazione e di incremento.
- 79 È compito di questa funzione approfondire la metodologia pastorale salesiana di comunicazione a servizio della Congregazione, della Chiesa, della Società.
- 80 Per garantire questa funzione si sono create le 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.
- 81 La formazione di specialisti salesiani e laici nella Comunicazione Sociale è curata come concretizzazione della consapevolezza della priorità che gli è attribuita nella missione salesiana.

PROMOZIONE DELLA COMUNICAZIONE SOCIALE

Obiettivo:

- 82 Avviare, sostenere e potenziare con efficienza i processi di animazione, di formazione, di informazione e di produzione che rendano efficace l'attuazione della Comunicazione Sociale a servizio della missione salesiana.

Linee politiche per la promozione della CS:

- 83 La promozione della Comunicazione Sociale è fatta dentro le seguenti scelte:
- dirigere gli sforzi per la formazione di persone, équipe e centri, dediti all'elaborazione di messaggi, piuttosto che preoccupati del possesso di strumenti o della gestione di strutture materiali;
 - 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 sulle attività e sulle opere isolate;
- 84 Sono creati processi e strutture con personale e mezzi adeguati a portare avanti l'animazione e la formazione, l'informazione e la produzione, a livello generale e ispettoriale.
- 85 Il coordinamento della promozione della Comunicazione Sociale è fatto dal Consigliere per la Comunicazione Sociale a livello generale e dal Delegato per la Comunicazione Sociale a livello ispettoriale.
- 86 L'ispettore, secondo le indicazioni del Capitolo Generale 23, deve 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).

□ Animazione e formazione

Obiettivo:

- 87 Potenziare la formazione delle competenze comunicative delle persone, e la gestione della Comunicazione Sociale nei processi educativi e nei rapporti interni e esterni della Congregazione.

Linee politiche per l'animazione e per la formazione:

- 88 Il processo di animazione applica le azioni previste nel piano per la formazione e per la gestione della Comunicazione Sociale nei processi educativi e nei rapporti interni e esterni.
- 89 La **formazione dei salesiani** 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 armonizza le esigenze della serietà scientifica con quelle della dimensione religiosa apostolica del nostro progetto di vita. Siano coltivati con particolare impegno gli studi e le discipline che trattano dell'educazione, della pastorale della gioventù, della catechesi e della Comunicazione Sociale".
 - 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;
- 90 La conduzione dei progetti di **formazione** dei salesiani e degli educatori 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;
 - la conoscenza critica e la sintonia con i linguaggi che veicolano la cultura dei giovani, come la letteratura, il teatro, la musica, il cinema;
 - *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, assicurando la formazione di persone creative e attente a una utilizzazione... dei media a beneficio di tutta la collettività;
 - la competenza per l'utilizzo del linguaggio, delle risorse e degli strumenti di Comunicazione Sociale nelle attività educativo-pastorali;
 - la formazione del media educator, dell'educomunicatore, dell'animatore culturale.
 - *Livello di preparazione specialistica:*
 - la formazione tecnologica e professionale specifica;
 - la partecipazione ai programmi dei centri di formazione alla Comunicazione Sociale.

- 91 La conduzione dei progetti di **formazione** dei giovani 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 per l'utilizzo del linguaggio, delle risorse e degli strumenti di Comunicazione Sociale;
- 92 L'animazione e la **gestione** della Comunicazione Sociale nei processi educativi prende in considerazione:
- la comunicazione di massa e lo sviluppo dell'informatica come veicoli di modelli innovativi e di nuove mentalità, che esigono una accurata attenzione nel campo educativo.
 - la valorizzazione della comunicazione nella comunità educativa, rispettando il protagonismo e la partecipazione;
 - . la produzione di messaggi;
 - . la *educazione con i media*, considerati come strumenti da utilizzare nei processi educativi generali, la *educazione ai media*, che fa riferimento alla comprensione critica dei media, intesi non solo come strumenti ma come linguaggio e cultura, e la *educazione per i media* rivolto 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 Sociale come nuovo spazio vitale di aggregazione dei giovani".
- 93 L'animazione e la gestione della Comunicazione Sociale nei **rapporti interni** 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 prossimità coinvolgente di tutti, salesiani e laici, educatori e educandi;
 - la visibilità della comunità salesiana come nucleo animatore di una presenza accogliente;
 - l'incentivo di tutte le attività che promuovano l'intercambio nel senso di facilitare lo scambio di esperienze;
 - l'atteggiamento di superamento del settorialismo 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, con il dialogo costante tra Centro e Ispettorie, perché da un parte si conoscano e si tenga conto delle situazioni e dei problemi locali e, dall'altra, ci si apra all'orizzonte dell'universalità della Congregazione;
 - la vicinanza da parte della Direzione Generale alle Conferenze e ai gruppi di Ispettorie, per progettare interventi locali in rete piuttosto che fatti dall'alto, coinvolgendo centri e delegati regionali o ispettoriali;
- 94 L'animazione e la gestione della Comunicazione Sociale nei **rapporti esterni** 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 suo consiglio in ambito ispettoriale, negli impegni di relazione con persone, comunità,

istituzioni, mezzi di Comunicazione Sociale, attività pubbliche;

- la promozione della conoscenza della Congregazione davanti agli organismi ecclesiastici, governativi e civili, in modo da aiutare la realizzazione della missione salesiana;
- l'articolazione con i mezzi di comunicazioni sociale per l'utilizzo dei mezzi per l'educazione della gioventù e la divulgazione della buona notizia;
- l'opportunità di usare gli spazi possibili per entrare nel mondo dei media, per conoscere i mezzi di Comunicazione Sociale, utilizzarli e influenzarne positivamente i contenuti;
- i collegamenti e la partecipazione con 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 Sociale che hanno rapporto con l'educazione e la pastorale.

□ **Informazione**

Obiettivo:

- 95 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.

Linee politiche per l'informazione:

- 96 L'informazione è curata come fattore fondamentale per la creazione di ambienti comunicativi salesiani e per la necessaria mobilitazione della società in vista della missione salesiana.
- 97 L'informazione è differenziata e adeguata per rispondere alle necessità di un destinatario concreto – individuo o gruppo - in un linguaggio e con un mezzo adatto a lui e opportuno.
- 98 L'informazione è coerente con le linee politiche e con i criteri della Comunicazione Sociale della Congregazione.
- 99 Lo scambio di notizie e di esperienze è potenziato come fattore di crescita del senso di unità e di appartenenza alla Congregazione e alla Famiglia Salesiana.
- 100 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.
- 101 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.
- 102 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.
- 103 La funzione dell'informazione cura anche la conservazione dei documenti storici e culturali della Congregazione, sia scritti che immagini (fisse o in movimento), testimonianze sonore, oggetti, con la gestione degli archivi, delle biblioteche, dei musei, dei monumenti.
- 104 L'immagine istituzionale è curata attraverso un'informazione corretta e completa, che manifesti nettamente la portata sociale della 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).

- 105 Sono costantemente potenziati e qualificati professionalmente strutture, strumenti e prodotti informativi, in modo speciale:
- L'AGENZIA INTERNAZIONALE SALESIANA DI INFORMAZIONE (ANS) con la rete di corrispondenti nelle regioni e ispettorie
 - I Servizi di RELAZIONI PUBBLICHE e gli UFFICI STAMPA
 - I BOLLETTINI SALESIANI
 - I PORTALI e i Siti WEB
 - I servizi di DOCUMENTAZIONE E ARCHIVI
 - I NOTIZIARI ISPETTORIALI e la molteplice produzione informativa salesiana
 - La PIATTAFORMA DI STRUMENTI E DI MEZZI TECNOLOGICI di comunicazione che permettono maggior rapidità, risparmio economico e di energie, accesso permanente e personale alla informazione.

□ Produzione - imprese

Obiettivo:

- 106 Produrre e sostenere programmi, risorse, archivi e imprese di Comunicazione Sociale, a servizio della missione educativo-pastorale dei giovani.

Linee politiche per la produzione:

- 107 La produzione prende in considerazione le necessità e i valori concreti dei destinatari. La realizzazione di prodotti e l'utilizzazione di risorse di Comunicazione Sociale sono precedute da ricerche per il rilevamento delle reali necessità dei destinatari e valutati con meccanismi che misurino la loro incidenza e efficacia.
- 108 La produzione equilibra l'impegno evangelizzatore con il rispetto alla diversità e la libertà dei destinatari. Offre prodotti che diffondano i valori evangelici e che contribuiscono all'educazione della loro fede.
- 109 Il processo di produzione contribuisce a far conoscere il carisma, l'immagine e il lavoro della Famiglia Salesiana.
- 110 Il SSCS promuove la salvaguardia e la conservazione, in forma aggiornata e organizzata, dell'insieme del patrimonio storico e culturale della Congregazione e della FS, così pure la sua divulgazione.
- 111 La promozione dello sviluppo e della qualificazione professionale e salesiana delle imprese, del loro collegamento e della cooperazione vicendevole, è fatta con i seguenti obiettivi strategici e tattiche operative:
- **Prevedere** fin dal principio un panorama molto ampio nel quale far confluire: una organizzazione transnazionale, espressione di solidarietà dell'articolazione delle forze interne alla Congregazione e alla Chiesa e un gruppo di imprese multimediali della comunicazione.
 - **Professionalizzare** il modo di lavorare del personale e la gestione delle attività, opere o imprese del settore della comunicazione.
 - **Consolidare** l'attività e le opere di comunicazione con criteri imprenditoriali; che siano assunte nel Progetto Organico Ispettoriale (POI), fondate su consistente base giuridiche, abbiano una chiara identità salesiana ed un progetto editoriale preciso, con personale salesiano qualificato, una pianificazione oggettiva e prospettica, e le condizioni di una reale redditività di missione e economica.
 - **Coordinare e articolare** l'azione di tutte le imprese di comunicazione in ordine all'utilizzo migliore dei limitati mezzi umani ed economici, una maggior efficacia e testimonianza di unità spirituale e etica nella missione e nell'azione.
 - **La tattica operativa** di tale progetto consiste nell'*iniziare da o nell'appoggiarsi a* una opera o impresa che già funziona professionalmente e che è già consolidata dal punto di vista imprenditoriale, stimolare e orientare progressivamente alla reciproca conoscenza, alla collaborazione e alla coordinazione del potenziale tra le imprese.
- 112 Tutto il processo è orientato da un Piano Strategico Generale che risponda alle necessità delle imprese, delle ispezioni e delle regioni . Fare un piano strategico significa:
- descrivere e analizzare gli scenari interni e esterni, per identificare le necessità e le possibilità delle singole imprese e dei rispettivi settori (editoria, librerie, radio, televisione, tipografia, sale della comunità, ecc.)
 - indicare le priorità;
 - indicare i traguardi o le mete concrete da raggiungere;

- indicare le linee orientative o le linee politiche per il processo;
- definire il piano di azione: che cosa, con chi, quando, dove, responsabile, risorse.
- definire le forme di controllo e di valutazione.

- 113 L'azione della Direzione Generale è elemento importante nel processo di sviluppo delle imprese. È un'istanza strategica per i progetti d'insieme e anche un'istanza autorevole di articolazione e intermediazione tra le Ispettorie e non di supporto finanziario.
- 114 Le imprese di Comunicazione Sociale sono ritenute vere opere della missione educativo-pastorale salesiana. La specificità organizzativa e imprenditoriale delle opere di CS richiede un'attuazione articolata e vicendevole tra i dicasteri, in special modo quelli per la Comunicazione Sociale, per la Pastorale Giovanile e per l'Economia.
- 115 Il dicastero per la CS funziona come un organismo di coordinamento e di accompagnamento del progetto, senza centralizzare le decisioni. Per questo prevede processi di comunicazione, di presenza e di verifica periodiche.
- 116 Il contratto di collaborazione stipulato tra le imprese o ispettorie stabilisce le forme di coinvolgimento del dicastero per la CS e del regionale. La funzione regolamentare di animazione e orientamento, di coordinazione e monitoraggio del Dicastero per la CS non sostituisce l'intraprendenza delle opere e delle ispettorie, nè la sussidiarietà delle competenze e autonomie specifiche.
- 117 L'ispettore e il suo consiglio, in conformità alle determinazioni di Reg. 31, prendano iniziative concrete e sistematiche per la promozione delle imprese di CS e per la loro continuità amministrativa e gestionale. Il Piano Ispettoriale prevede la selezione e formazione adeguata del personale salesiano e laico, per un'azione professionale e coerente con il carisma salesiano in queste opere.
- 118 Il compito del Delegato ispettoriale per la CS è fondamentale per l'animazione, l'accompagnamento e la sinergia tra le imprese. Lo farà con atteggiamento di rispetto dei processi imprenditoriali e delle rispettive competenze, di coordinamento con l'insieme della presenza ispettoriale nel campo della Comunicazione Sociale intesa come sistema, garantendo il carattere salesiano delle imprese. Lo farà a nome dell'ispettore e del suo consiglio che manterrà costantemente informati e dai quali riceverà gli orientamenti necessari.
- 119 Lo sviluppo del Progetto delle Editrici scolastiche prende in considerazione il processo di rinnovamento della scuola salesiana, in integrazione con il Dicastero per il Pastorale Giovanile e le linee di azione a livello regionale.
- 120 Le nuove editrici scolastiche devono nascere sulla base di un progetto di rete delle scuole SDB ... che possono diventare anche spazi di sperimentazione e di sviluppo del progetto editoriale. Questo progetto è aperto ad un ambito più ampio e ad altre scuole, come proposta culturale della Congregazione alla Famiglia Salesiana e alla società.
- 121 La promozione del progetto editoriale scolastico nei confronti degli educatori delle scuole è intesa come formazione degli stessi educatori, in modo tale che essi facciano propria la proposta di un progetto pedagogico salesiano, e non coincide con la divulgazione di testi scolastici.
- 122 La complessità della gestione di imprese nei settori della radiofonia e della televisione richiede una qualifica professionale specifica orientata alla produzione di programmi e sussidi e l'utilizzo di mezzi altrui per la divulgazione piuttosto che la creazione di strutture proprie specialmente se complesse.

□ **Supporto: gestione e servizi**

Obiettivo:

- 123 Assicurare la disponibilità e l'amministrazione adeguata del personale, delle risorse e dei servizi necessari per il funzionamento del SSCS.

Linee politiche per il supporto:

- 124 La conduzione di questa funzione di supporto è fatta in perfetta intesa con l'economato generale e/o ispettoriale.

- 125 **La gestione del personale** prende in considerazione:
- l'allineamento con le convinzioni e i 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 contare su un quadro di personale qualificato e motivato;
 - la formazione costante delle persone per lo sviluppo delle sue potenzialità e per il loro adeguato posizionamento nella struttura di lavoro;
 - l'attuazione in conformità con le esigenze legali e normative vigenti.

- 126 **La gestione delle risorse economico-finanziarie e del patrimonio** prende in considerazione:
- la disponibilità, l'adeguata applicazione e il controllo delle risorse necessarie al conseguimento della missione del SSCS nella Congregazione;
 - l'attuazione in conformità alle esigenze legali e normative giuridiche vigenti della società civile e della congregazione;
 - la professionalità nelle procedure;
 - il preventivo economico corrispondente a ognuno dei piani.

- 127 **La gestione dei servizi** prende in considerazione:
- l'**Organizzazione e i Metodi** di lavoro, perché le strutture organizzative siano aggiornate costantemente e adeguate ai risultati desiderati, dentro il quadro di riferimento delle Costituzioni e dei Regolamenti della Congregazione e perché i miglioramenti ottenuti in un determinato settore o area della Congregazione siano socializzati agli altri;
 - 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 una base di **supporto giuridico** per orientare l'attuazione legale del SSCS e per garantire la difesa degli interessi della Congregazione in questa area.

□ **Supporto: la traduzione e la gestione delle risorse linguistiche**

Obiettivo:

- 128 Assicurare la coerenza terminologica del discorso salesiano sia all'interno che all'esterno; curare una traduzione fedele e comunicativa dei messaggi del Rettor Maggiore e del suo Consiglio, degli altri organismi di animazione-formazione e di informazione. 'Fedele' qui significa fedeltà al linguaggio e al contesto originale; 'comunicativa' qui significa comprensibilità per i lettori nel loro contesto culturale; promuovere gli standard, specialmente nelle produzioni testuali della Direzione Generale.

Linee politiche per la traduzione e la gestione delle risorse linguistiche:

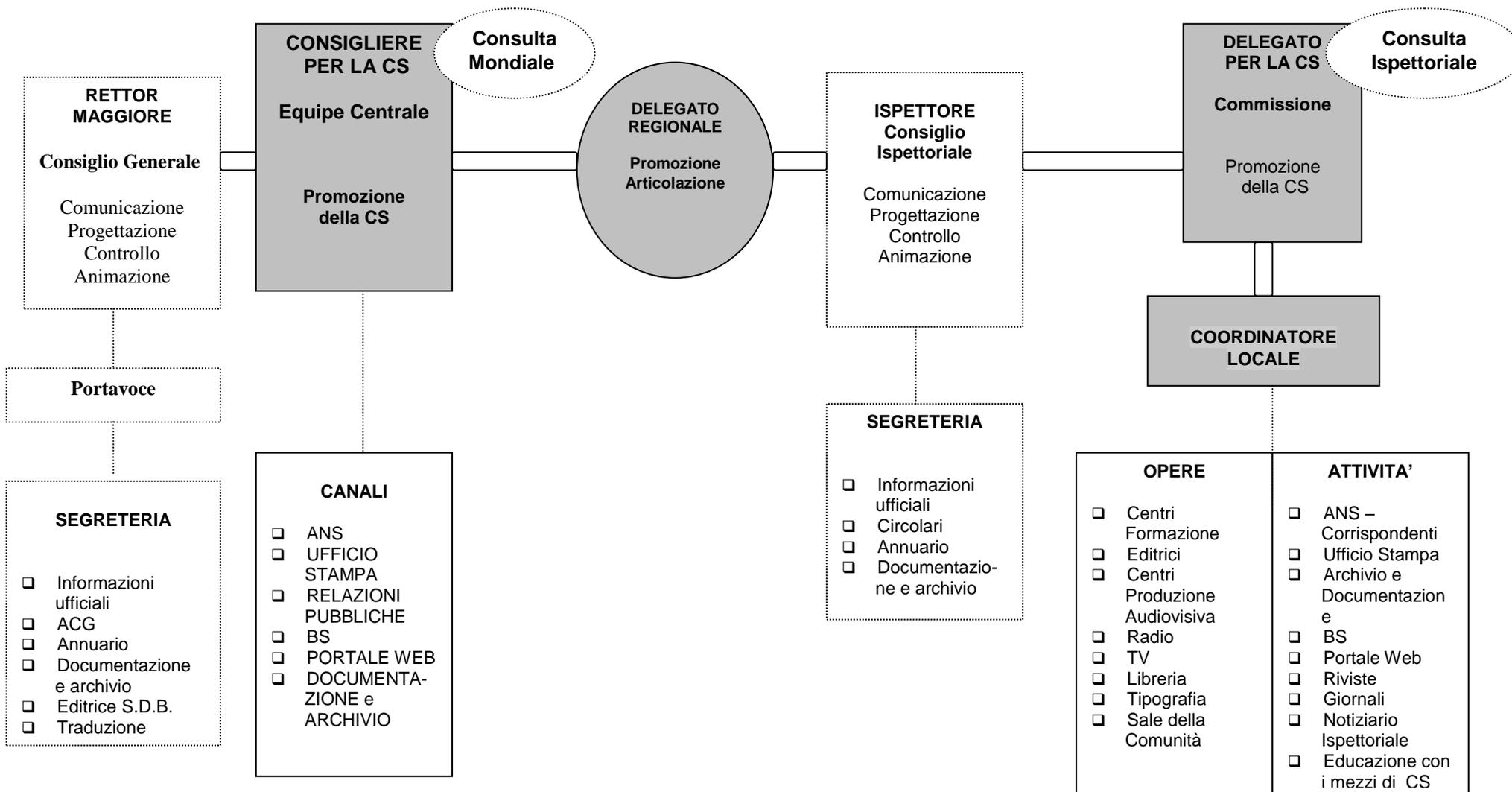
- 129 Il DCS cura la gestione dei dati linguistici della Congregazione in collaborazione con l'Archivio Salesiano Centrale attraverso la digitizzazione di testi, la Memoria di testo (TM), ecc.
- 130 Il DCS anche in collaborazione con il Segretario Generale cura il coordinamento del 'pool' dei traduttori e offre servizi di appoggio per il loro compito.
- 131 Il DCS promuove guide di stile per le varie situazioni, per esempio per la Direzione Generale, per i traduttori nelle varie lingue.

III PARTE

ORGANIZZAZIONE DEL SSCS

- 132 Organizzare è il processo di identificare e raggruppare il lavoro che dev'essere realizzato, definendo e attribuendo incarichi, delegando autorità, stabilendo rapporti adeguati alla abilitazione delle persone per il lavoro in équipe, nella ricerca dei risultati desiderati.
- 133 Il diagramma mostra, a sinistra, l'architettura organizzativa del SSCS nella Direzione Generale. Al centro l'organizzazione a livello Regionale, una struttura opzionale a scelta della regione o delle conferenze. A destra, l'organizzazione Ispettoriale.

Diagramma dell'organizzazione



□ **Il Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale**

Ruolo:

- 134 Animare la Congregazione nell'ambito della Comunicazione Sociale: **promuove** l'azione nel settore della Comunicazione Sociale e **coordina** in particolare, a livello mondiale, i centri e le strutture che la Congregazione gestisce in questo campo.

Dettaglio del ruolo:

- 135 Far prendere coscienza dell'importanza salesiana della comunicazione e dell'efficacia educativa e apostolica della Comunicazione Sociale nella Congregazione.
- 136 Accompagnare e sostenere gli Ispettori nel compito affidato loro dai Regolamenti Generali all'articolo 31 per la promozione della Comunicazione Sociale.
- 137 Curare la qualità dell'intervento salesiano nel campo della Comunicazione Sociale.
- 138 Coordinare i vari ambiti di cui si compone il Dicastero per la Comunicazione Sociale.
- 139 Coordinare, a livello mondiale, i centri e le strutture che la Congregazione gestisce nel campo della Comunicazione Sociale.
- 140 Curare l'applicazione della programmazione generale e l'integrazione dell'équipe con tutte le sue funzioni, e l'integrazione con il Rettor Maggior e il suo consiglio e con gli altri Dicasteri.

□ **Equipe del Dicastero per la Comunicazione Sociale**

Ruolo:

- 141 Contribuire con il Consigliere Generale alla missione di promuovere la Comunicazione Sociale.

Dettaglio del ruolo:

- 142 Collaborare costantemente con tutto ciò che riguarda la missione del Dicastero per la Comunicazione Sociale.
- 143 Realizzare gli incarichi attribuiti dal Consigliere per la conduzione dei servizi 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
- 144 Realizzare gli incarichi attribuiti dal Consigliere per la conduzione dei processi della programmazione del sessennio, come:
- partecipare a eventi e organismi di Comunicazione Sociale interni o esterni alla Congregazione;
 - coordinare e collaborare con i processi e gli eventi organizzati dal dicastero.

□ **Consulta Mondiale**

Ruolo:

- 145 Accompagnare lo sviluppo della Comunicazione Sociale della Congregazione, fare valutazioni, ricerche, studi, offrire orientamenti e sussidi per l'aggiornamento costante.

Dettaglio del ruolo:

- 146 Offrire consulenza permanente alla Comunicazione Sociale nella Congregazione, particolarmente per il Dicastero per la Comunicazione Sociale.
- 147 I diversi membri salesiani e laici dell'équipe, esperti nei diversi ambiti o 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 personale propositivo.
- 148 La condivisione e la comunicazione dei contributi personali sono fatti di preferenza via Internet. A seconda delle necessità, la consulta è convocata per raduni regionali o mondiali, con la partecipazione di esperti di aree specifiche o con la partecipazione di tutta l'équipe.

□ **Delegato regionale e/o di conferenze**

Ruolo:

- 149 Promuovere la sinergia e collaborazione tra le ispettorie nel campo della Comunicazione Sociale e le azioni d'insieme, con visione strategica ampia di missione e di congregazione.

Dettaglio del ruolo:

- 150 Realizzare il compito affidatogli dagli statuti o dalle convenzioni della delegazione regionale o della conferenza.
- 151 Mantenere stretto collegamento e cooperazione con il Consigliere Generale per la Comunicazione Sociale e con il dicastero.
- 152 Promuovere l'elaborazione e la messa in pratica di un piano comune di collaborazione nel settore della Comunicazione Sociale, curando l'applicazione della programmazione generale nella regione o conferenza.

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

Ruolo:

153 Promuovere la Comunicazione Sociale nell'Ispettorìa.

Dettaglio del ruolo:

154 Curare e verificare la qualità della comunicazione all'interno e all'esterno dell'Ispettorìa, tra i confratelli, con i gruppi della Famiglia Salesiana, con le comunità ecclesiali e le istituzioni civili e sociali, tra i gruppi di Ispettorie e con il Consiglio Generale.

155 Nominare il Delegato ispettoriale per la Comunicazione Sociale.

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

157 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.

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

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

Ruolo:

159 Promuovere, a nome dell'Ispettore, la Comunicazione Sociale nell'Ispettorìa.

Dettaglio del ruolo:

- 160 Partecipare operativamente all'interno dell'equipe di Pastorale Giovanile in tutto ciò che riguarda l'educazione dei giovani, e interagire con i delegati o incaricati degli altri settori per un'attuazione integrata nell'Ispettorìa.
- 161 Collaborare alla elaborazione e applicazione del Piano Ispettoriale di Comunicazione Sociale.
- 162 Animare tutto ciò che si riferisce alla Comunicazione Sociale nell'ispettorìa:
- . il consiglio ispettoriale;
 - . le comunità salesiane;
 - . i referenti locali per la comunicazione;
 - . i diversi settori di attività di Comunicazione Sociale;
- 163 Coordinare le azioni del SSCS, con l'effettiva partecipazione dei corresponsabili, assicurando alla gestione del Sistema la dimensione di efficacia nel senso di rispondere alle necessità dei destinatari con i criteri salesiani:
- 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.
- 164 Fare funzionare il polo locale dell'informazione salesiana in sintonia con il polo mondiale:
- fornire all'ANS (Agenzia Internazionale Salesiana di Informazione) le informazione locali e collocare intelligentemente nel territorio l'informazione prodotta (corrispondenti);
 - promuovere la produzione e la diffusione dell'informazione all'interno dell'Ispettorìa e della Famiglia Salesiana, e curare gli strumenti come il Notiziario Ispettoriale, il Bollettino Salesiano, altri prodotti tipici, la rete dei corrispondenti;
 - orientare il funzionamento del sito web;
 - orientare il funzionamento dell'ufficio stampa;
 - mantenere un contatto attivo e positivo con strutture, persone, e mezzi di comunicazione presenti sul territorio;
 - promuovere l'immagine salesiana rendendo al massimo, sul piano della qualità e della quantità, la significatività della presenza nei mass media e nello spazio della stampa.
- 165 Partecipare agli incontri del Sistema ai diversi livelli regionale o di conferenza e mondiale, contribuendo sempre più per un'azione in sinergia nella Congregazione.
- 166 Articolarsi con gli organismi ecclesiastici, religiosi, governativi e civili che si occupano di Comunicazione Sociale.

□ **La Commissione ispettoriale di Comunicazione Sociale**

Ruolo:

167 Contribuire con il Delegato nella missione di promuovere la Comunicazione Sociale.

Dettaglio del ruolo:

168 Lavorare come équipe nel Sistema, e collaborare costantemente con tutto ciò che riguarda la missione nel settore della Comunicazione Sociale.

169 Contribuire alla redazione e applicazione del piano ispettoriale di animazione-formazione-consulenza nell'ambito della Comunicazione Sociale.

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

171 Assumere gli incarichi affidati dall'ispettore o dal Delegato per la conduzione e accompagnamento di opere o attività, o per la partecipazione a eventi e organismi di Comunicazione Sociale.

172 Valorizzare la Comunicazione Sociale per l'educazione e l'evangelizzazione dei giovani e del ceto popolare.

□ **Coordinatore locale di CS**

Ruolo:

173 Promuovere la Comunicazione Sociale nell'opera locale.

Dettaglio del ruolo:

174 Partecipare operativamente all'interno dell'equipe di Pastorale Giovanile in tutto ciò che riguarda l'educazione dei giovani, e interagire con gli incaricati degli altri settori per un'attuazione integrata nell'opera locale.

175 Collaborare per l'elaborazione e l'applicazione del Piano Locale di Comunicazione Sociale.

176 Animare tutto ciò che si riferisce alla Comunicazione Sociale nell'opera:

- . il consiglio della comunità educativa;
- . la comunità salesiana;
- . la commissione locale per la comunicazione;
- . i diversi settori di attività di Comunicazione Sociale.

177 Coordinare le azioni del SSCS, con l'effettiva partecipazione dei corresponsabili, assicurando alla gestione del Sistema la dimensione di efficacia nel senso di rispondere alle necessità dei destinatari con i criteri salesiani:

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

178 Fare funzionare il polo locale dell'informazione salesiana:

- fornire all'ANS (Agenzia Internazionale Salesiana di Informazione) - in ambito ispettoriale e mondiale - le informazioni locali e collocare intelligentemente nel territorio l'informazione prodotta;
- 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;
- orientare il funzionamento del sito web;
- orientare il funzionamento dell'ufficio stampa;
- mantenere un contatto attivo e positivo con strutture, persone, e mezzi di comunicazione presenti sul territorio;
- promuovere l'immagine salesiana rendendo al massimo, sul piano della qualità e della quantità, la significatività della presenza nei mass media e nello spazio della stampa.

179 Partecipare agli incontri ispettoriali del Sistema, contribuendo sempre più per un'azione in sinergia.

180 Articolarsi con gli organismi ecclesiastici, religiosi, governativi e civili che si occupano di Comunicazione Sociale.

□ **L'Agenzia ANS** (Agenzia Internazionale Salesiana di Informazione)

Ruolo

181 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.

Funzionamento

182 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.

183 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**.

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

185 Contribuire alla **qualità dei mezzi informativi** della Congregazione e dei gruppi della Famiglia Salesiana. A questi mezzi l'Agenzia vuole offrire un servizio che agisca come elemento dinamizzante dei loro contenuti e della loro presentazione.

186 Far conoscere le **realtà della Congregazione e della Famiglia Salesiana** nel mondo, con informazioni su fatti rilevanti distribuite ai mezzi vicini alla Chiesa e, in generale, ai mezzi di informazione sociale.

187 Far emergere nel mondo i problemi della **gioventù e dell'educazione**, elaborando e distribuendo ai mezzi di informazione sociale prodotti informativi riferentisi alla situazione dei giovani e dell'educazione, realizzati nell'ottica salesiana.

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

189 Qualificare i corrispondenti per l'attuazione professionale nel campo dell'informazione.

190 Realizzare in accordo alla linea politica e ai criteri che orientano la Comunicazione Sociale salesiana.

191 La Agenzia agisce su due livelli:

- **Mondiale:** a Roma, e in intima collaborazione con gli organi direttivi della congregazione e della Famiglia Salesiana, il centro dell'Agenzia stabilisce i contatti necessari con le Agenzie Internazionali, le basi di dati mondiali, il Vaticano e tutto l'insieme delle comunità salesiane. Tutti i prodotti di carattere mondiale, sia interni che esterni, sono realizzati dal centro, che li distribuirà direttamente ai clienti o li invierà ai suoi delegati ispettoriali perché essi li "collochino" presso i mezzi informativi nazionali.
- **Ispettoriale:** il Delegato ispettoriale (corrispondente ispettoriale) per la Comunicazione Sociale, in piena collaborazione con gli organi dirigenti ispettoriali, stabilisce contatti con le agenzie e i mezzi di informazione nazionali, con l'ufficio stampa della Conferenza Episcopale e con le comunità salesiane della sua 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).

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

- ANSmag: mensile
- ANSfoto: mensile stampato
- ANSN7: settimanale, spedito elettronicamente
- ANSDigitalphoto: periodico, spedito elettronicamente senza scadenza fissa
- ANSagenda: mensile, spedito elettronicamente
- ANSservice: periodico, spedito elettronicamente
- ANSvideo: periodico
- Sito, sezione ANS, quotidiano sulle pagine web
- Altri prodotti a seconda delle necessità

□ **L'ufficio Stampa**

Ruolo

- 193 Mantenere i contatti con le agenzie di informazione, i mezzi di comunicazione e il grande pubblico, per farsi portavoce delle attenzioni ai problemi giovanili ed educativi e per la cura e la difesa dell'immagine della Congregazione e dell'attività salesiana.

Funzionamento

- 194 L'ufficio stampa si caratterizza come un servizio all'interno di ANS.
- 195 Organizzare e aggiornare una banca dati sulla realtà salesiana, sulla situazione giovanile e sull'educazione.
- 196 Accompagnare l'informazione corrente sui mezzi di comunicazione in tutto ciò che riguarda la missione salesiana, informare gli immediati interessati di questa informazione a livello interno e interagire con gli stessi mezzi al riguardo.
- 197 Stabilire contatti con le agenzie e in particolare con i giornalisti per informare sulla missione salesiana e mobilitarli nella causa dell'educazione della gioventù.
- 198 Gestire il piano di comunicazione e di marketing dell'immagine della Congregazione o dell'Ispettorato.
- 199 Organizzare i rapporti dei responsabili direttivi della Congregazione ai diversi livelli con i media e viceversa.

□ **Relazioni Pubbliche**

•

Ruolo

- 200 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.

Funzionamento:

- 201 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.
- 202 L'ispettore con il suo consiglio definisca il funzionamento di quest'istanza a livello ispettoriale, in consonanza con l'ufficio stampa.

□ **Il Bollettino Salesiano**

Ruolo

203 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 vocazioni facendo crescere il movimento salesiano in modo speciale, e incoraggiando la collaborazione nella missione.

Funzionamento:

204 Il BS viene redatto secondo le direttive del Rettor Maggiore e del suo Consiglio in varie edizioni e lingue come organo generale dell'opera salesiana, e non come organo particolare per ciascuna regione.

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

206 Il Bollettino è una rivista in funzione della missione, rivolta all'opinione pubblica più che all'istituzione. Questo vuol dire, sensibilità per collocarsi nelle realtà che gli uomini e la Chiesa vivono oggi, e offrire una lettura salesiana di questi fatti, in speciale sulla gioventù e sull'educazione.

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

- Coordinare il processo di rinnovamento (accompagnamento, animazione e articolazione), rispettando l'autonomia;
- 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

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

□ **Il Portale Web**

Ruolo

- 209 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 nella causa della gioventù.

Funzionamento:

- 210 Il Portale web della Direzione Generale si caratterizza come una "piattaforma" per la navigazione in Internet con offerte di vari siti per scopi precisi, di strumenti e di servizi, come: la scelta di varie lingue, il motore di ricerca, l'area riservata/Intranet, links, chat... e informazione specializzata in educazione e evangelizzazione giovanile.
- 211 Il DCS porta avanti la 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.
- 212 Il Delegato, a livello ispettoriale, cura l'orientamento salesiano e la qualificazione professionale dei siti web nell'ispezione, in conformità con la politica generale di comunicazione della Congregazione.

□ **La Documentazione e l'archivio**

Ruolo

- 213 Raccogliere, preservare e rendere disponibile la documentazione sul carisma, sull'esperienza e sull'opera salesiana.

Funzionamento:

- 214 A livello generale la responsabilità dell'Archivio Salesiano Centrale (ASC) è assegnata al Segretario Generale; il suo funzionamento è in accordo con il "Regolamento dell'Archivio Centrale".
- 215 Nell'Archivio si raccogli la documentazione "storica", ossia, materiale non più in uso o consultazione corrente attuale, ma disponibile, però, quando richiesta.
- 216 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 Sociale e per varia documentazione.
- 217 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.

□ **Il Notiziario Ispettoriale**

Ruolo

- 218 Fare circolare tra le comunità salesiane e le comunità educative e nella Famiglia Salesiana l'informazione salesiana attuale che serva alla comunione, alla condivisione di esperienze, alla crescita del senso di appartenenza e al rinnovamento creativo.

Funzionamento:

- 219 Il Notiziario Ispettoriale produce informazione al servizio del piano di animazione dell'Ispettorato dei differenti settori dell'organizzazione educativo-pastorale.
- 220 All'interno delle coordinate essenziali del piano Ispettoriale, 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 chiudersi nel racconto di celebrazioni vissute o da realizzare;
 - la proposta per la collaborazione e l'impegno vocazionale (con ampio significato) ai laici che condividono lo stile di Don Bosco.
- 221 Presenta l'informazione sulla vitalità delle comunità e delle opere di una ispettorato. Non deve essere un fascicolo di storie, una specie di rassegna stampa, né soprattutto una raccolta di documenti ecclesiali e salesiani.
- 222 Presenta anche le informazioni più rilevanti del mondo salesiano.

□ I Centri di Formazione

Ruolo:

- 223 Contribuire alla missione salesiana formando docenti, ricercatori, esperti e operatori nel campo della CS, integrando armonicamente le conoscenze teoriche con le competenze operative.

Funzionamento:

- 224 I centri di formazione alla Comunicazione Sociale gestite dalla Congregazione hanno profili diversi: universitari (accademici) o informali (con programmi di formazione vari nella forma e nei tempi).
- 225 Il funzionamento del centro sia orientato da uno specifico progetto educativo-pastorale salesiano e da piani di azione che rispondono alle necessità concrete dei suoi destinatari, e integrato nel Progetto Organico Ispettoriale (POI).
- 226 Il DCS promuove la collaborazione vicendevole dei centri di formazione alla Comunicazione Sociale 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.

ALLEGATI

A - La Comunicazione Sociale nei documenti della Congregazione:

➤ **Costituzioni**

06 - "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".

84 - (Castità) uso discreto e prudente degli strumenti di Comunicazione Sociale.

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

137 - 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**

06 - La comunicazione nel nostro servizio pastorale.

31 - Ruolo e impegno dell'ispettore con il suo Consiglio.

32 - Educazione dei giovani alla Comunicazione Sociale

33 - Potenziamento dei canali di informazione in Congregazione e nella Famiglia Salesiana.

34 - Revisione ecclesiastica delle pubblicazioni.

44 - Nelle comunità, vigilanza sui mezzi di Comunicazione Sociale.

66 - Prudenza nell'uso dei mezzi per quanto riguarda la castità.

82 - La Comunicazione Sociale nella formazione integrale del salesiano.

142 - 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.

❑ **CG 20 - 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.

❑ **CG21 - 1978** (nn. 148-153)

Un segnale di allerta: necessità di un salto di qualità! **La Comunicazione Sociale: via per l'evangelizzazione.**

❑ **CG 22 - 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.

❑ **CG 23 - 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.

❑ **CG 24 - 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.

□ CG 25 – 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:

- 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)

➤ **Atti del Consiglio Generale – 1977-2004**

□ **Lettere del Rettor Maggiore:**

- 1977 – ACG 287 (p. 3-33):

Don Luigi Ricceri: **"Le notizie di Famiglia"** - Sull'informazione salesiana, nella commemorazione del centenario del Bollettino Salesiano.

- 1981 – 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.

- 2000 - ACG 370, (p. 3-44):

Don Juan Vecchi: **"La Comunicazione nella missione salesiana"**.

- 2005 – ACG 390 (p. 3-46):

Don Pascual Chávez: **"Con il coraggio di Don Bosco nelle nuove frontiere della Comunicazione Sociale"**

□ **Orientamenti e Direttive:**

- 1981 – ACG 302 (p. 31-50):

Don Giovanni Raineri: **"Il Pensiero di Don Bosco come programma dell'editoria salesiana"**.

- 1985 – ACG 315 (47-55):

Don Sergio Cuevas: **"Il Bollettino Salesiano"**.

- 1989 – ACG 329 (p. 28-38):

Don Sergio Cuevas: **"Salesiani: comunicazione e educazione."**

- 1989 – Dicastero per la Comunicazione Sociale

Don Sergio Cuevas: **"I Salesiani e la comunicazione"**: politiche, metodologie, settori di intervento, priorità operative.

- 1991 – ACG 338 (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'Ispettore nomini l'incaricato ispettoriale della Comunicazione Sociale" (259).

- 1993 – ACG 346 (p. 38-48)

Don Antonio Martinelli: **"L'impegno dell'ispettoria per organizzare il settore della Comunicazione Sociale"**.

- 1996 – ACG 358 – numero speciale (p. 29-32): Programmazione del sessennio

- 1997 – ACG 361 (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)**

- 2000 – ACG 370:
Don Antonio Martinelli: **“Scoprire l’urgenza della Comunicazione” (la CS nei Capitoli Generali – dal CG 19 al CG 24).**
- 2002 – ACG 380 – numero speciale (p. 46-51) – Programmazione del sessennio
- 2005 – ACG 390 (47-56):
Don Tarcisio Scaramussa: **“Linee Orientative per l’editoria salesiana.”**
- **Documenti e notizie:**
 - 2004 – ACG 387 (p. 63-70) – Don Pascual Chávez V., **Messaggio del Rettor Maggiore alla Consulta Mondiale di Comunicazione Sociale**
- **RATIO - 2000**
- **Il Libro del Delegato**

B - PIANO DI COMUNICAZIONE SOCIALE (PICS) DELL'ISPETTORIA**I - ANIMAZIONE E FORMAZIONE NELLA CS**

ASPETTI		SITUAZIONE		ORIENTAMENTI
		C'è	Non c'è	
1 - COSTRUZIONE DEL SISTEMA DI CS (Piano e Persone - SDB / Laici)	Piano Ispettoriale di CS			* Costruire e disporre progressivamente di un sistema di comunicazione: . Operando in armonia con la politica della Congregazione, con orientamenti precisi. - Operando con un Piano Ispettoriale di CS (PICS) per le distinte aree.
	Delegato (nome e e-mail)			* Deve essere <u>nominato</u> l'ICS (Delegato) in tutte le ispettorie (CG23,259) * Competenze e <u>Funzioni</u> del Delegato: (Cfr. Il Libro del Delegato, n. 14-18):
	Commissione			- Coordina tutta l'attività ispettoriale della CS articolata come un vero piano ispettoriale di CS (PICS) al servizio dei diversi settori educativo-pastorali e integrato nell'insieme della vita e dell'unico programma dell'ispettoria (CG 23, 259; CG24, 136b).
	Consulta			- Necessità di lavorare in <u>équipe</u> e in <u>collegamento</u> con le altre strutture ispettoriali e interispettoriali
2- FORMAZIONE	Prenoviziato			* La formazione deve essere 'coltivata con speciale interesse' (R 82 e 32) * <u>Programma</u> : Ratio Fundamentalibus e Itinerario proposto dal DCS * <u>Professore</u> : Delegato o altro esperto * Conoscenza e uso delle <u>lingue</u> locali e di quelle di maggior uso internazionale e salesiano
	Noviziato			
	Posnoviziato			
	Teologia			* Piano per i prossimi 6-8 anni: 2-3 specialisti in CS per ispettoria * Scelta di specialisti: secondo le necessità e i servizi da offrire * Lavoro e occupazione stabile nella CS dopo la specializzazione
	Specialisti			
	Specialisti in formazione			* Sensibilità davanti al mondo della CS e alla cultura emergente * L'educatore come recettore attivo di comunicazione: senso critico davanti ai mezzi, conoscenza e uso dei nuovi linguaggi della comunicazione... * Il salesiano come comunicatore e come operatore culturale (missione): vita comunitaria, educazione, pastorale, liturgia...
	Formazione Permanente			
3- LA CS NELLA MISSIONE EDUCATIVO-PASTORALE	Educazione alla e per la CS			* Educazione dei giovani e del popolo affinché partecipino pienamente in un mondo di comunicazione (CG 23, 254-256) * Comprensione dei linguaggi della comunicazione, senso critico davanti ai mezzi * Acquisizione di linguaggi giovanili e popolari (teatro, musica, gioco, festa, danza, radio, video, TV; preghiera, liturgia...) in linea con le tradizioni salesiane attualizzate.
	Centri di Formazione in CS			* Campo di attività pienamente salesiano, attuale e di grande necessità per l'educazione, per la pastorale della cultura. * Apertura di un centro
	Altre presenze			* Interventi individuali come: messa alla radio o in TV, programmi speciali, cappellanerie di giornalisti, collaborazione con enti civili o ecclesiastici, professionisti, scrittori... * Lavori realizzati nello spirito salesiano e in relazione con altri salesiani comunicatori...

II – INFORMAZIONE E RELAZIONI PUBBLICHE

ASPETTI		SITUAZIONE		ORIENTAMENTI	
		C'è	Non c'è		
1 – SISTEMA SALESIANO DI INFORMAZIONE	Politica Informativa				* Informazione orientata dalle linee politiche della Congregazione (Cf. documento del SCS)
	Struttura Operativa	ANS / corrispondenti			<p>* L'AGENZIA: Organo della Congregazione diretto dal Dicastero per la Comunicazione Sociale, che risponde al Consiglio Generale. Sistema caratterizzato come:</p> <ul style="list-style-type: none"> . <u>Decentralizzato</u>: l'Ispettorato e il Delegato Ispettorale/Corrispondente costituiscono la 'centrale periferica' e sono la chiave dell'efficacia interna e esterna della Agenzia. . <u>Integrato</u>: la 'centrale di Roma' assume funzioni di dinamizzazione, coordinamento e servizio. . <u>Professionale</u>: richiede dotazione di personale capace di svolgere questa funzione, mezzi, coinvolgimento della Congregazione a tutti i livelli, servizi di qualità... . <u>Diversificato</u> nei servizi informativi secondo i differenti clienti e i mezzi (multimediali) <p>* Approvata dal Consiglio Generale (Cfr. ACG 342, 1992, pag. 61)</p> <p>* IL CORRISPONDENTE: <u>Raccoglie e elabora l'informazione:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> . per la 'sua zona informativa' (Ispettorato, Nazione, Regione salesiana); . per il resto del mondo salesiano, attraverso la centrale di Roma. . <u>diffonde l'informazione</u> – propria e della centrale di Roma – nei media della sua zona.
					* Funzione: curare la 'buona immagine' della Congregazione: meglio prendere l'iniziativa che rimanere sulla difensiva. È più che semplice informazione (sala stampa). Ha cura anche delle buone relazioni con organismi, istituzioni, persone...
					* Responsabile: persona con capacità di creare e mantenere buone relazioni.
					Marketing Istituzionale
		Ufficio Stampa			
		Sito Web Ispettorale	www.		
2 – PUBBLICAZIONI PERIODICHE	ACG				* <u>Atti del Consiglio Generale:</u> Organo ufficiale di animazione e di comunicazione della Congregazione (Direzione Generale). Periodicità trimestrale. Arriva in tutte le comunità.
	Circolari				* Comunicazione periodica dell'Ispettore con i confratelli
	Servizi dell'ANS				* Sono previsti prodotti informativi differenti secondo i distinti destinatari o clienti
	Bollettino Salesiano				* Cfr. Regolamenti 41. Animazione, diffusione e articolazione mondiale
	Notiz. Ispettorale				* Strumento di comunicazione tra le comunità dell'Ispettorato (stile familiare)
3 - ALTRE	Riviste				* Sono molti nella Congregazione: da fogli o bollettini locali con cento copie fino a riviste con milioni di esemplari per numero.
	Giornali, fogli				
	Document. e archivi				

III – IMPRESE DI CS

ASPETTI		SITUAZIONE		ORIENTAMENTI
		C'è	Non c'è	
1 – TIPOGRAFIE	Solo come scuola grafica			* Criteri per mantenere / creare una tipografia: . Come scuola grafica, sempre: in quanto Formazione Professionale. . Come centro di produzione esclusivamente: non è consigliabile, solo come servizio alla Chiesa, per opere e attività della Chiesa dove non esistono o sono pochi tali servizi. Come pure non si consiglia per la produzione propria di un'editrice salesiana se vicino c'è un buon mercato di servizi tipografici.
	Come scuola e di produzione			
	Solo di produzione			
2 - EDITRICI	Testi Scolastici			* La programmazione del sessennio prevede di: . Promuovere una riflessione in profondità sull'andamento delle principali aziende salesiane di comunicazione (considerando successi e fallimenti) negli ultimi 25-30 anni nel tentativo di arrivare a delle conclusioni orientative ed operative. . Definire politiche e orientamenti generali per le imprese di CS . Operare abitualmente nel settore della CS con criteri di professionalità, efficacia e incidenza sia carismatica che economica, solidità, sinergia, realizzazione della missione salesiana. . Prospettare nuovi progetti in altre aree geografico-culturali e in altri settori di CS.
	Catechetica			
	Generale			
	Stampa Periodica			
3 – LIBRERIE				* Con le seguenti strategie: . Operando con progetti concreti quale il <i>Progetto Fusagasugá</i> : - nei vari settori: editoria, tv, radio, ecc. - nei vari territori geografici e culturali. . Inculcando la necessità di lavorare su piani di contenuto culturale-educativo e non concentrandosi immediatamente su strutture e strumenti. . Studiando l'inserimento concreto e corresponsabile di laici nel settore della CS. . Lavorando con quanti dichiarano la loro disponibilità per un cammino condiviso. . Utilizzando la forza trainante di chi ha compiuto un cammino riuscito, corresponsabilizzandolo in nuovi progetti. * Con i seguenti interventi: . Organizzare un seminario di studio . . Redigere un documento con la seguente sequenza: - elaborazione di una bozza a partire dalle riflessioni e conclusioni del seminario; - consultazione degli interessati del settore; - incorporazione dei contributi; - presentazione al Rettor Maggiore e al suo Consiglio. . Verificare e consolidare le quattro iniziative del <i>Progetto Fusagasugá</i> in corso nel settore dell'editoria scolastica nei seguenti Paesi: Argentina-Uruguay, Cile, Messico, Paraguay. . Avviare altri progetti nei distinti settori di comunicazione
4 – CENTRI DI PRODUZIONE PROGRAMMI	Audiocassete			
	Video			
	Radio			
	Televisione			
5 – RADIO				
6 – TV				
7 - ALTRI	Sale comunità (multimediale)			
	Centro disegno web			