



DIOCESI DI BRESCIA

COMUNICAZIONE E MISSIONE NELLA DIOCESI DI BRESCIA

Orientamenti
per l'accoglienza e applicazione
del *Direttorio* per le comunicazioni sociali



Immagine in copertina:

Angeli con la tromba. Particolare dell'affresco della cupola della chiesa parrocchiale di Cristo Re a Brescia, opera di Vittorio Trainini (1888-1969)



Il Vescovo di Brescia

Carissimi,
volentieri consegno a tutta la comunità diocesana queste pagine, poche ma utili per continuare il nostro cammino sui sentieri della nuova evangelizzazione che esige sempre più attenzione ai *media*, sia come strumenti preziosi per "comunicare", sia come elementi che determinano fortemente la cultura e l'agire dell'uomo del nostro tempo.

Il 24 gennaio di quest'anno ho avuto la gioia di inaugurare il nuovo Centro diocesano delle comunicazioni sociali che riunisce in sinergia tutti i media diocesani. Si è trattato di una scelta pastorale in linea con i numerosi documenti che il Magistero del papa e dei vescovi, a partire ancor prima del Concilio ecumenico Vaticano II, ha dedicato ai mezzi di comunicazione sociale. Fra questi riveste singolare importanza per la Chiesa italiana il *Direttorio* sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa, intitolato *Comunicazione e missione*.

Questo fascicolo, nella sua semplicità e brevità, contiene alcuni orientamenti perché la diocesi di Brescia, nelle convinzioni e nella prassi pastorale, accolga e attui il *Direttorio* nazionale, alla luce di una realtà locale che pur contando su una ricca tradizione, alla quale si aggregano nuovi strumenti, dovrà sempre più tendere al meglio per rispondere alle sfide che la cultura contemporanea lancia ad ogni comunità cristiana.

A handwritten signature in black ink, reading "Giulio Sanguineti". The signature is written in a cursive, flowing style with some flourishes.

Mons. Giulio Sanguineti
Vescovo di Brescia

Brescia, 2 ottobre 2006
Ss. Angeli Custodi

Premessa

Nell'ottobre del 2004 la Conferenza Episcopale Italiana consegnava a tutte le diocesi italiane il documento *Comunicazione e Missione*, Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa.

Alla stesura definitiva si è giunti dopo un lungo cammino di riflessione e valutazione della realtà, e il testo è già per se stesso un riferimento per ogni Chiesa locale.

Infatti il Direttorio nazionale, per come è strutturato, per i suoi contenuti e le sue finalità, è già uno strumento adatto ad orientare le scelte operative di ogni diocesi.

La Chiesa bresciana fa suo il Direttorio e lo considera il riferimento principale e insostituibile per quanto concerne la comunicazione sociale, in relazione sia alle attività che agli operatori.

Le pagine che seguono non sono da vedersi, dunque, come un contenuto nuovo o altro rispetto al testo di *Comunicazione e Missione* ma, semplicemente, come una appendice che cerca di renderlo operativo nel contesto bresciano.

1.

Gli ideali e gli organismi

La comunicazione nella Chiesa

O rmai è un dato assodato che la Chiesa esiste per comunicare il Vangelo. E la comunicazione della lieta notizia legata alla salvezza operata da Cristo non avviene in forma asettica e neutrale: chiama in causa tutte le dinamiche relative al comunicare. E se è vero che nella comunicazione della fede la base rimane l'annuncio della Parola e il dono della grazia di Dio, è altrettanto vero che la Chiesa, fin dai primi tempi, rifacendosi alla prassi degli Apostoli che per diffondere il Vangelo ricorsero a tutte le tecniche di comunicazione che avevano a disposizione, ha sempre considerato un grande aiuto quanto, grazie alle conquiste delle tecniche umane, può facilitare l'incontro personale e la comunicazione.

La Chiesa d'oggi avverte questa dimensione in modo più forte che mai, non solo per la potenza e la varietà degli strumenti a disposizione, ma, soprattutto, perché la cultura dell'uomo contemporaneo è sempre più determinata dall'uso pervasivo della comunicazione di massa e della comunicazione in rete.

La Chiesa bresciana, cosciente della sua vocazione di portare il Vangelo all'uomo d'oggi, ha viva questa convinzione, così espressa nel documento prepa-

ratorio del Convegno ecclesiale diocesano del 2003
Generazioni di fede.

(...) Nasce anche per la Chiesa d'oggi la necessità dell'uso dei mezzi moderni di comunicazione, il cui rifiuto potrebbe equivalere ad una forma di colpevolezza. Lo afferma Paolo VI quando, a proposito di questi mezzi, scrive: "posti al servizio del Vangelo, essi sono capaci di estendere quasi all'infinito il campo di ascolto della parola di Dio, e fanno giungere la buona novella a milioni e milioni di persone. La Chiesa si sentirebbe colpevole di fronte al suo Signore se non adoperasse questi potenti mezzi che l'intelligenza umana rende ogni giorno più perfezionati; servendosi di essi la Chiesa "predica sui tetti" (cfr. Mt 10,27; Lc 12,3) il messaggio di cui è depositaria; in loro essa trova una versione moderna ed efficace del pulpito: grazie ad essi riesce a parlare alle moltitudini". (Evangelii nuntiandi, n. 45).

D'altra parte bisogna rendersi conto che questi mezzi non sono neutri dal punto di vista antropologico e culturale e che non tutto quello che è congeniale ai mass media è consono al Vangelo di Cristo. Per quanto tali mezzi possano servire, bisogna essere consapevoli del limite intrinseco della trasmissione della fede evangelica attraverso la forma mediatica, dato che questa, anche nelle migliori condizioni, porta con sé il suo specifico effetto "di distorsione e di alleggerimento" della verità. Può il messaggio della fede essere collocato all'interno di una comunicazione standardizzata, che brucia gli eventi, che non recepisce se non ciò che è spettacolare, che è solo unidirezionale e ci vuole spesso utenti solo fruitori o falsamente interattivi?

Ne deriva la necessità di rendersi avveduti per entrare da protagonisti nell'ambito di questa nuova cultura,

con una competenza non ingenua e senza abdicare al senso critico che consente di stabilire, a riguardo della fede, ciò che non lo può essere.

La tradizione della Chiesa bresciana

La diocesi, in tale prospettiva, può contare su una considerevole esperienza che viene da lontano. Nei secoli passati la terra bresciana ha prodotto opere d'arte ancor oggi eloquenti per "comunicare" contenuti di fede. In tempi più recenti in diocesi si sono distinte case editrici cattoliche che hanno ampiamente diffuso libri al servizio delle verità cristiane.

Dal 1893 esce il settimanale *La Voce del Popolo*. Nel 1976 nasce l'emittente radiofonica diocesana *Radio-Voce*, nel 1980 il *Centro audiovisivi*. Non possiamo dimenticare i bollettini parrocchiali, le sale cinematografiche e teatrali, le radio parrocchiali, un buon gruppo delle quali consorziate nella *Ecz* (Emittente cattolica zonale). Si tratta di una tradizione certamente lodevole che non è soppiantata ma arricchita dall'arrivo del *Sito Internet* diocesano e da quello di parrocchie, istituzioni, gruppi ecclesiali. E proprio per rendere più efficace e moderna l'opera dei media diocesani è sorto il *Centro delle Comunicazioni sociali*, sito in Brescia in via Callegari, affidato alla gestione della *Fondazione Opera diocesana San Francesco di Sales*.

Lo "spirito" alla base del Direttorio nazionale

La diocesi di Brescia attraverso questi ultimi passi nell'ambito della comunicazione intende continuare un cammino già fruttuoso in passato, attenta, però, a cogliere le nuove sfide apparse sul campo e che il Direttorio affronta secondo uno "spirito" ben definito che sinteticamente potrebbe rispecchiarsi in alcune affermazioni.

- 1) La comunicazione non è un settore specifico della pastorale ma una dimensione della pastorale stessa, finalizzata alla missione della Chiesa e all'evangelizzazione.
- 2) Tutta la comunità deve essere coinvolta nella pastorale delle comunicazioni sociali.
- 3) Vi è un legame inscindibile fra cultura e media.
- 4) È necessario rivolgere l'attenzione non solo ai tradizionali strumenti usati dalla comunità quali stampa, radiofonia e cinema, ma anche ai new media.
- 5) Chi opera direttamente nei media deve essere professionalmente e culturalmente preparato.
- 6) Una "sinergia" fra i vari strumenti si impone non solo per questioni pratiche ed economiche ma anche per una azione più efficace e incisiva.
- 7) Ogni parrocchia dovrà tendere alla formazione di un gruppo di animatori della cultura e della comunicazione, un gruppo capace di operare in comunione e in spirito di servizio.

Dentro il **Progetto Culturale**.

L'azione pastorale diocesana nell'ambito della comunicazione deve essere, dunque, finalizzata ad inculturare la fede ed evangelizzare la cultura.

Scrive il documento **Generazioni di fede**.

La Chiesa è chiamata a confrontarsi con il compito di una nuova inculturazione del Vangelo, paragonabile, per certi versi, alla inculturazione greca. Là apologeti e Padri della Chiesa seppero attingere gli strumenti adeguati e le parole giuste per dire Gesù Cristo alla sapienza greca; oggi i cristiani sono chiamati a far risuonare come significativo l'annuncio di Cristo dentro una cultura postmoderna che mostra volersi congedare dalla cristianità e che cerca con fatica una sua nuova identità.

In questo cambio culturale in cui la società non trasmette più le verità cristiane fondamentali concernenti la fede e la morale, in cui la famiglia stessa con le sue sole forze non è più in grado di svolgere le sue funzioni di Chiesa domestica – cioè di introdurre alla fede le nuove generazioni – la Chiesa, nel processo di trasmissione della fede non può più far leva su una socializzazione religiosa generalizzata ma può contare solo sui propri mezzi e sulle sue energie. Che fare allora? Come affrontare questo momento?

(...) Il problema è quello di trovare un linguaggio adeguato per poter comunicare (...) La soluzione del problema non sta dunque nella proposta di un cristianesimo disincarnato (...) Non si tratta di fuggire da questo nostro mondo, ma di inventare una nuova presenza della Chiesa nell'ambito del matrimonio, della famiglia, della realtà pubblica, della scuola, della formazione. In altri termini, si tratta, per un verso,

di inculturare la fede, esprimendola in termini e modi adeguati per questo nostro tempo; e, per un altro, di evangelizzare questa nostra cultura, perché si apra ai valori della trascendenza.

Per queste ragioni esiste e deve esistere uno stretto rapporto fra comunicazione e Progetto culturale per una società orientata in senso cristiano.

La CEI ha espresso questo legame anche a livello strutturale nell'organizzazione dei suoi Uffici. Si tratta di una scelta che anche la diocesi di Brescia fa sua, a cominciare dall'**affidamento di tutti gli organismi della comunicazione al Vicariato per la promozione della cultura e le istituzioni culturali.**

L'Ufficio diocesano comunicazioni sociali

L'Ufficio diocesano comunicazioni sociali della diocesi di Brescia fonda la sua finalità e i suoi compiti su quanto delineato dal XXVIII Sinodo diocesano e dal Direttorio sulle comunicazioni sociali della Chiesa italiana *Comunicazione e missione*.

L'Ufficio si configura principalmente come luogo di coordinamento, comunicazione e dialogo. La sua azione si rivolge a tutta la comunità ecclesiale, in sintonia con il progetto pastorale della nostra Chiesa locale e, nel contempo, come soggetto attivo sul territorio nella realizzazione del Progetto culturale.

All'Ufficio compete prima di tutto il compito della progettazione e della formazione degli operatori locali; la promozione di sinergie con realtà già esistenti; il servizio al vescovo e agli Uffici pastorali nel comunicare contenuti e fatti relativi alla vita diocesana e alle scelte pastorali della Chiesa locale.

L'Ufficio funge anche da ufficio stampa del vescovo e della Curia promovendo conferenze stampa, tenendo il rapporto con gli operatori dei media laici, fornendo indicazioni agli altri Uffici nel comprendere quanto l'opinione pubblica matura circa questioni che interessano la pastorale.

All'ufficio fa riferimento la **Commissione diocesana per le comunicazioni sociali**, che opera secondo i criteri stabiliti dal vescovo per tali organismi pastorali diocesani.

L'Ufficio, inoltre, fa da riferimento per le associazioni ecclesiali che operano nel settore: Aiart, Ucsi, ecc.

L'Ufficio, anche attraverso l'operatività della Fondazione San Francesco di Sales, si prende cura della sensibilizzazione delle parrocchie all'uso dei media, soprattutto in rapporto alla nuova evangelizzazione.

Affinché l'Ufficio possa svolgere al meglio la sua funzione di coordinamento e dialogo nel mondo della informazione e comunicazione dovrà curare un rapporto di intesa e collaborazione con il Centro diocesano delle comunicazioni e con la Fondazione San Francesco di Sales.

Al fine di realizzare detto coordinamento il Direttore dell'Ufficio parteciperà alle sedute del Consiglio di Amministrazione (CdA) della Fondazione ogni qualvolta questo abbia all'ordine del giorno le strategie del Centro per le Comunicazioni sociali e la verifica delle stesse. Il Direttore dell'Ufficio può comunque partecipare, pur senza diritto di voto, a tutte le sedute del CdA.

Con la Direzione dell'unica Redazione dei media diocesani il Direttore dell'Ufficio, in quanto rappresentante del vescovo per i media, di quando in quando verificherà l'attuazione della linea editoriale e di tale verifica riferirà al vescovo o al vicario episcopale di competenza.

Fondazione Opera diocesana San Francesco di Sales

La Fondazione San Francesco di Sales è stata istituita dal vescovo nel febbraio del 2001 per rispondere alle nuove sfide, per certi aspetti "rivoluzionarie", nella comunicazione. All'articolo numero 2 dello Statuto della Fondazione, sono così indicati gli scopi della stessa:

La Fondazione "Opera Diocesana San Francesco di Sales" persegue scopi di religione e di culto. Ha lo scopo di promuovere, organizzare, sostenere l'attività pastorale, con particolare riguardo al coordinamento degli interessi apostolici della diocesi di Brescia nel campo della nuova evangelizzazione, del culto, della catechesi, della cooperazione missionaria, della formazione del clero e dei laici, della cura delle anime, dell'educazione alla concezione cristiana della vita.

In particolare

La Fondazione costituisce un indispensabile e prezioso supporto giuridico, amministrativo e fiscale al servizio dei media diocesani; ne garantisce l'efficacia e provvede alla loro promozione sul territorio. Alla Fondazione è affidata pure l'editoria diocesana. La Fondazione prevede come organi statutari il Consiglio di amministrazione (CdA), composto da 7 persone di nomina episcopale, di cui due designate rispettivamente dal Consiglio Presbiterale e dal Consiglio pastorale diocesano, e il Collegio dei revisori dei conti, composto da tre persone nominate dal vescovo di cui due designate rispettivamente dal Consiglio Presbiterale e dal Consiglio pastorale diocesano.

Il Centro diocesano delle Comunicazioni sociali

Il Centro diocesano delle Comunicazioni Sociali, inaugurato il 24 gennaio del 2006 ha sede in via Callegari, 6, nel complesso del Centro pastorale Paolo VI. Per Centro delle Comunicazioni si intende la presenza e l'opera sinergica, con una unica direzione editoriale e un unico direttore amministrativo, di settimanale, radio, audiovisivi, sito internet e ufficio cinema che in diocesi è denominato Sas (Servizio assistenza sale). I mezzi di comunicazione sociale riuniti nel Centro obbediscono al "mandato" o "mission" così espresso.

Porsi al servizio della comunità cristiana e dell'ambiente sociale – prevalentemente popolare – affinché la comunicazione attui una lettura critica degli avvenimenti e degli orientamenti culturali, secondo la prospettiva evangelica. In tal modo si intende offrire, attraverso l'informazione e la formazione, un contributo professionalmente e tecnicamente evoluto al programma di nuova evangelizzazione scelto dal vescovo.

Linea editoriale

Spetta al vescovo, tramite il Vicario di competenza, indicare alla Direzione dell'unica Redazione e al CdA della Fondazione la linea editoriale dei media diocesani. Il CdA ha il compito di rendere possibile, in base alle risorse umane e finanziarie disponibili, l'attuazione della linea editoriale, che resta di competenza della Direzione editoriale.

2.

Mezzi e strumenti

Gli strumenti diocesani della comunicazione sociale

La Voce del Popolo

Settimanale di formazione e informazione della diocesi e del territorio bresciano, fa parte della Fisc (Federazione italiana settimanali cattolici) che si ispira ad una "carta", approvata dall'episcopato italiano, che configura il giornale come espressione della Chiesa che vive tra la gente.

La Voce del popolo vuole porsi come strumento di conoscenza, senza la quale non può esserci comunione e condivisione della vita della diocesi che occupa un vasto territorio; come aiuto nella lettura cristiana di fatti e avvenimenti culturali, sociali e politici; come luogo di dialogo e confronto costruttivo.

RadioVoce

È la prima emittente radiofonica diocesana: collegata con *Inblu 2000*, condivide le finalità del circuito di radio cattoliche voluto dalla CEI: informazione religiosa corretta, cronaca pensata e ragionata, approfon-

dimento di fatti e fenomeni culturali, valorizzazione della musica, arte e poesia, intrattenimento.

Strettamente collegata a Radiovoce opera in Valle Camonica **RadioVoce Camuna** che riserva spazi alla informazione legata al territorio valligiano.

Il Centro audiovisivi

Voluto e pensato per la formazione, soprattutto di catechisti e animatori, e la produzione di sussidi e materiale audiovisivo, nel passato ha allargato il raggio d'azione divenendo pure un centro di produzione televisiva. Suo compito principale, oltre alla formazione all'uso dei media per la pastorale, è realizzare ogni settimana la rubrica di informazione diocesana "La Buona Notizia", trasmessa da un buon numero di televisioni laiche locali. Cura poi la trasmissione della messa prefestiva in diretta da parte di *Teletutto - Telenord*.

Il sito web del Centro delle comunicazioni sociali

Il sito web di via Callegari, di recente costituzione e strettamente in sintonia alle finalità delle altre testate collegate al Centro, vuole essere una risposta adeguata alla grande rivoluzione che contrassegna il nuovo millennio: quella prodotta dalle tecnologie del digitale, dai nuovi media, dagli sviluppi dell'informatica e della telematica. È una rivoluzione che riguarda soprattutto il modo di produrre, elaborare, raccogliere, scambiare informazione e che porta con sé conseguenze culturali, sociali, politiche, economiche di

immenso rilievo. Il sito curerà in modo particolare questo nuovo linguaggio culturale.

Il sito web della diocesi

Ha sede in Curia ed è operante in collegamento con il Servizio informatico interno agli Uffici diocesani. Costituisce una preziosa opportunità pastorale in relazione all'informazione, alla rapida diffusione di documenti e avvisi, alla documentazione.

Il Sas

Il Sas (Servizio assistenza sale) svolge da decenni un prezioso servizio per la programmazione dei film nelle sale cinematografiche parrocchiali. Fa da supporto, con indicazioni e schede, per particolari iniziative: cineforum, rassegne, film di qualità. Fornisce indicazioni per quanto concerne la gestione delle sale della comunità.

ECZ

L' ECZ (Emittente cattolica zonale) è un Consorzio che raggruppa oltre sessanta radio parrocchiali sparse su tutto il territorio diocesano. Ha sede in Castenedolo e fornisce servizi comuni alle radio associate che hanno a disposizione un determinato tempo, stabilito da normative nazionali, per programmi prodotti in proprio o dirette di celebrazioni e riti.

Due specifiche associazioni

AIART

L' AIART (Associazione italiana ascoltatori radio televisivi) della provincia di Brescia, intende promuovere attraverso conferenze ed incontri di studio, un uso consapevole ed equilibrato del mezzo televisivo, coerentemente con le motivazioni etiche e sociali di tale associazione culturale, di volontariato (ONLUS) che opera nel campo della comunicazione sin dal 1955.

L' AIART promuove una diffusa azione di formazione e di orientamento all'uso responsabile e critico dei media; tutela gli interessi morali e culturali dei telespettatori e li rappresenta nei confronti delle istituzioni e degli organismi operanti nei settori della radio-televisione, del cinema e del teatro; è impegnata a contribuire, nel campo radio-televisivo e dello spettacolo, allo sviluppo dei valori di libertà e di giustizia, all'affermazione della dignità della persona, alla tutela dei diritti della famiglia, nella scuola e nel lavoro.

Inoltre l'associazione, nell'ambito dello scopo statutario, è disponibile a proporre una serie di convegni e incontri di studio nelle parrocchie e nelle zone.

UCSI

L'UCSI (Unione cattolica della stampa italiana), sorta nel 1959, vuole rispondere alla necessità di associare i giornalisti cattolici, per una più efficace presenza e testimonianza cristiana sul campo. Ora l'associazione accoglie pure chi opera nella radiofonia, televisione, pubblicità, new media, grafica, editoria.

Giornalisti iscritti all'UCSI sono disponibili a portare un loro specifico contributo in iniziative promosse nel settore della comunicazione sociale da parte di parrocchie, zone, aggregazioni ecclesiali.

3.

Suggerimenti pastorali

A livello parrocchiale

Nello spirito del Direttorio nazionale, alle parrocchie si propone, oltre alla attenta formazione all'uso dei media in genere, di organizzarsi meglio attorno a tre priorità.

1. Cura del bollettino parrocchiale, della radio e del sito internet

Sembra necessario non affidare la realizzazione e cura di questi mezzi alla estemporaneità o alla generosità di qualche appassionato, ma creare un gruppo formato, qualificato dal punto di vista tecnico e dell'etica professionale, attento a far propria la dimensione missionaria e apostolica della comunità.

Questi mezzi dovranno sempre essere mantenuti nella legalità.

2. Rilancio della "Sala della comunità"

Là dove esiste, o dove si potrebbe recuperare puntando anche su specifici contributi pubblici, è bene che la sala funzioni nello spirito tracciato dallo specifico documento: *La sala della comunità: un servizio pa-*

storale e culturale, pubblicato nel 1999 dalla Commissione Ecclesiale per le Comunicazioni sociali della Conferenza episcopale italiana.

3. Formazione di un gruppo di animatori della comunicazione e della cultura

Il gruppo potrebbe essere anche interparrocchiale e non vuole essere solo il ricambio aggiornato dei benemeriti gruppi della "buona stampa" ma una nuova forma di ministerialità che si prende a cuore concretamente la pastorale della comunicazione nel suo rapporto, vitale per l'evangelizzazione, con la cultura contemporanea.

I media non diocesani

Nel territorio bresciano sono molto radicati e diffusi media locali non diocesani.

Un'autentica pastorale della comunicazione sa entrare in rapporto e dialogo anche con questi mezzi di informazione; sa educare al loro uso critico e libero; è attenta al rapporto personale con tutte le persone che, a diversi titoli, sono responsabili dei media.

Nella diocesi di Brescia va considerata anche una scelta che sta dando frutti: la presenza azionaria della diocesi (che rinuncia ad una emittente televisiva propria) nell'*Editoriale Teletutto Bresciasette S.r.l.*

Due preziosi riferimenti

Non va dimenticata la ricchezza offerta dalle Editrici cattoliche che da Brescia hanno diffuso in tutta Italia e anche nel mondo strumenti di crescita religiosa e culturale.

È opportuno, inoltre, rimarcare che la sede bresciana dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, attraverso le persone che insegnano e studiano discipline molto legate ai temi della comunicazione, formazione e cultura e attraverso molteplici iniziative, può e deve essere un riferimento per l'opera formativa che la comunità cristiana è chiamata a svolgere rispetto ai media.

Proposte pastorali concrete

Le parrocchie, nel corso dell'anno pastorale, possono valorizzare le seguenti opportunità

La Giornata per Avvenire.

Solitamente in autunno, potrebbe essere la giornata della stampa cattolica abbinando anche la diffusione del settimanale diocesano *La Voce del popolo* e di alte riviste cattoliche, tra le quali in particolare *Madre*, per il singolare rapporto che ha con la diocesi.

La Giornata mondiale delle Comunicazioni sociali

Cade nella VII Domenica di Pasqua, Ascensione del Signore. Solitamente il tema è suggerito e approfondito dal Messaggio del Papa. Iniziative sul tema, nelle settimane precedenti o seguenti, possono essere un

prezioso appuntamento annuale per crescere nella sensibilità alla comunicazione.

Il Portaparola

Si tratta di un progetto elaborato e effettuato da *Avvenire* non solo per la diffusione del quotidiano e delle altre testate cattoliche, ma anche per favorire la formazione degli animatori della comunicazione e della cultura, nello spirito del Direttorio e del Progetto culturale.

In diocesi l'iniziativa, già in atto in sei parrocchie, dovrebbe essere ampliata.

A livello diocesano sono generalmente due gli appuntamenti significativi

La Giornata mondiale. Oltre ad essere favorita da diversi servizi nazionali è evidenziata anche dai mezzi di informazione diocesani e da iniziative pubbliche locali.

La Festa di San Francesco di Sales, patrono dei giornalisti, il giorno 24 gennaio. In questa data il Vescovo incontra gli operatori bresciani dei mass media.

Per tutti

Per tutti (parrocchie, zone, aggregazioni, istituti scolastici...) vale l'invito a promuovere, ricorrendo all'aiuto degli organismi citati, magari in collaborazioni con istituzioni civiche, incontri, corsi, seminari di studio, ecc. per diversi destinatari e a livelli diversi, in quel periodo dell'anno pastorale, ma anche durante il tempo estivo, che si ritiene più opportuno per il tipo di proposta progettata.

Indice

| | | |
|---|------|----|
| Presentazione del Vescovo di Brescia | pag. | 3 |
| Premessa | | 5 |
| 1. Gli ideali e gli organismi | | |
| La comunicazione nella Chiesa | | 7 |
| La tradizione della Chiesa bresciana | | 9 |
| Lo "spirito" alla base del Direttorio nazionale | | 10 |
| Dentro il Progetto culturale | | 11 |
| L'Ufficio diocesano comunicazioni sociali | | 12 |
| La Fondazione Opera diocesana | | |
| San Francesco di Sales | | 14 |
| Il Centro diocesano delle comunicazioni sociali | | 15 |
| 2. Mezzi e strumenti | | |
| Gli strumenti diocesani della comunicazione sociale | | 17 |
| Due specifiche associazioni | | 19 |
| 3. Suggerimenti pastorali | | |
| A livello parrocchiale | | 21 |
| I media non diocesani | | 22 |
| Due preziosi riferimenti | | 23 |
| Proposte pastorali concrete | | 23 |



UFFICIO PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI

Via Trieste, 13 - 25121 BRESCIA

Tel. 030 37 221 - Fax 030 37 22 265

www.diocesi.brescia.it - comunicazioni@diocesi.brescia.it