

Schema per sviluppare il “Piano di Formazione per Paolini e Collaboratori”

Essendo stata rivolta al Comitato Tecnico Internazionale dell’Apostolato (CTIA) la richiesta di elaborare un progetto di formazione per i Paolini e i collaboratori impegnati nell’apostolato (cfr. Linea operativa 1.2.3 del X Capitolo generale), si è pensato di proporre alle Circoscrizioni uno schema o un piano generale di formazione, molto ampio ma proprio e per questo aperto ai necessari adattamenti alle singole Circoscrizioni e alle diverse situazioni culturali, sociali e religiose presenti su un determinato territorio.

Il presente programma cerca di offrire un percorso completo di formazione da sviluppare secondo le esigenze e le necessità di ogni luogo. Presuppone una formazione di base dei collaboratori (formazione umana e professionale per quanto concerne la loro area specifica) e un lavoro previo di integrazione fatto secondo gli usi locali. Come metodologia e contenuto riprende le riflessioni presenti nel *2° Seminario Internazionale degli Editori Paolini* (Ariccia, 2017) e sintetizzate nel documento *Linee editoriali. Identità, contenuti e interlocutori dell’apostolato paolino* (2018). In questo senso, il piano è diviso in 7 parti fondamentali e riflette lo sviluppo delle *Linee editoriali*: 1. Identità dell’Editore paolino; 2. Coraggio di cambiare; 3. Creare relazioni; 4. Aperti a ogni interlocutore; 5. Unità apostolica; 6. Scelte editoriali; 7. Formazione per la missione. Ognuno di questi punti è pensato come sezione per la formazione (non necessariamente nell’ordine qui presentato). In base alle esigenze particolari, l’iter può essere allungato o suddiviso, arricchendolo con le tematiche opportune per una formazione integrale che risponda ai bisogni specifici del luogo o del gruppo. I sottopunti qui presentati seguono la numerazione dei paragrafi delle *Linee editoriali*, ma sono aperti ad ulteriori aggiunte utili al contesto specifico di ogni Circoscrizione.

Come programma ampio e universale, valido per tutte le Circoscrizioni e per tutte le aree dell’apostolato paolino, il CTIA, rispondendo alla richiesta del X Capitolo generale, offre qui soltanto delle indicazioni tematiche fondamentali e una piccola bibliografia, rimandando a ogni Direttore generale dell’Apostolato l’organizzazione pratica, con scelta dei facilitatori, delle tempistiche, dei contenuti specifici più adatti per sviluppare tali tematiche, ecc. Ogni scheda porta un’introduzione breve che presenta il tema e in seguito un elenco di argomenti ad esso collegati, in modo da poter sceglierli a seconda degli interlocutori e delle necessità. Le apparenti ripetizioni di alcuni punti sono dovute al fatto che non si vuole perdere la ricchezza dei temi trattati. I diversi punti sotto ogni tematica potrebbero anche essere interscambiabili per dare completezza ad ogni corso/programma di aggiornamento.

Approvato dal Governo generale in data 4 dicembre 2019.

I. Identità dell'Editore Paolino

Aver chiara l'identità dell'Editore Paolino è il punto di partenza fondamentale per il buono sviluppo della missione e del lavoro quotidiano nella Società San Paolo. In questo senso, il primo modulo del *Piano di formazione per Paolini e Collaboratori* ha lo scopo di approfondire l'idea ispiratrice e carismatica di Don Alberione. Idea che lo ha motivato nel suo servizio a Dio e alle persone. Idea ispiratrice che ha coinvolto tanti giovani a seguirlo nella missione e tante persone nel ritrovarsi in quel riferimento. Il Beato Alberione capì che doveva farsi "tutto a tutti". A tale scopo prese come "padre" San Paolo, modello di evangelizzatore. E divenne pioniere nel capire che l'evangelizzazione passa attraverso la comunicazione propria di ogni tempo. Una missione che i Paolini e i loro collaboratori continuano, con l'utilizzo di ogni strumento e linguaggio che la scienza mette a disposizione, e oggi specialmente nella cultura della comunicazione e nell'ambiente digitale.

Tematiche da sviluppare:

I.0 La Società San Paolo (SSP)

- ⇒ Chi siamo: una Congregazione religiosa clericale di vita apostolica (sacerdoti e discepoli) impegnata nella diffusione del messaggio della salvezza mediante la comunicazione.
- ⇒ Il Fondatore: l'ispirazione di Don Giacomo Alberione.
- ⇒ Il progetto di una "nuova, lunga e profonda evangelizzazione".
- ⇒ La missione e i valori della SSP: Vivere e dare al mondo Gesù Maestro Via Verità e Vita.
- ⇒ La spiritualità paolina.
- ⇒ La nostra storia a livello mondiale e locale.
- ⇒ La nostra struttura e la concezione paolina dell'apostolato.
- ⇒ Autorità canonica ordinaria e autorità canonica delegata.
- ⇒ La Famiglia Paolina: comune origine, comune spirito, fini convergenti.
- ⇒ La Società San Paolo e la Chiesa.
- ⇒ La Società San Paolo e il mondo della comunicazione.
- ⇒ Leggere i segni dei tempi.

Risorse: *Costituzioni e Direttorio della Società San Paolo, Servizio dell'Autorità. Manuale*, la biografia di Don Giacomo Alberione, *Mirate in Alto* (Centro Spiritualità Paolina, 2016), *Atti del Convegno Don Alberione Fondatore* (2014), *Abundantes divitiae* (Don Giacomo Alberione).

I.1. Paolo, modello di apostolo e comunicatore

- ⇒ San Paolo, il modello e "vero Fondatore" della Società San Paolo: vita, azione, fondazioni, viaggi, ecc.
- ⇒ Paolo apostolo ed evangelizzatore: modello di pastoraltà e universalità, profezia, zelo e impegno totale, passione e dinamismo apostolico, senso di responsabilità.

- ⇒ Paolo comunicatore: uomo di relazioni, predicatore, le sue lettere e il loro contenuto/tematiche, le strategie, il linguaggio.
- ⇒ San Paolo e i suoi collaboratori: capacità di ascolto e dialogo, audacia e abilità di costruire una rete di collaboratori.
- ⇒ Lo Spirito paolino (colore paolino): concetto di imitazione, “impaolinarsi”, “cristificarsi”, essere San Paolo oggi vivente...

Risorse: *Atti del Seminario internazionale su San Paolo (2009)*, *Atti dell’VIII Capitolo Generale (2004)*, *Paolo: una strategia di annuncio (G. Mazza e G. Perego, San Paolo, 2009)*, *Biografia di San Paolo ed edizione critica delle sue Lettere, L’apostolo Paolo ispiratore e modello (Giacomo Alberione)*.

I.2 e I.3 Essere “editore”

- ⇒ Cosa significa essere “editore”.
- ⇒ Etimologia del termine “editore”.
- ⇒ Visione alberioniana.
- ⇒ Storia di un concetto.
- ⇒ Dall’apostolato stampa all’apostolato delle edizioni.
- ⇒ L’apostolo-editore e i suoi collaboratori.
- ⇒ Essere editore nell’ambiente digitale e nella cultura della comunicazione.

Risorse: *Linee editoriali (2018)*, *Atti del 1° e del 2° Seminario Internazionale degli Editori Paolini (1988 e 2017)*, *Apostolato dell’Edizione (Don Giacomo Alberione)*, *Teologia della pubblicistica (R. Esposito, Ed. Paoline, 1972)*.

I.4 Essere “Editore Unico Multimediale”

- ⇒ Editore “unico”.
- ⇒ Editore “multimediale”.
- ⇒ Tre momenti dell’apostolato paolino: redazione-creazione (contenuto), produzione-tecnica (forma, supporti) e propaganda-diffusione (strategie).
- ⇒ Unità e lavoro in équipe.
- ⇒ Le nuove forme di narrative: storytelling, crossmedialità, transmedialità, ecc.
- ⇒ Convergenza digitale e interattività.
- ⇒ Progetti multimediali: pensare e progettare il multimedia, crossmedia ecc.
- ⇒ Il metodo e le forme.

Risorse: *Atti del 2° Seminario Internazionale degli Editori Paolini (2017)*, *Documenti finali dell’incontro “Organizzazione Apostolica e Multimedialità” (1992)* e *“Il paolino, editore unico multimediale” (2001)*.

I.5 Il Progetto apostolico

- ⇒ Cosa è.
- ⇒ L’importanza e l’urgenza.

- ⇒ L'unità e l'organizzazione.
- ⇒ Metodologia di lavoro.
- ⇒ Obiettivi e linee di azione.
- ⇒ Valutazione costante.
- ⇒ Incarichi e funzioni specifiche di ogni settore/persona.

Risorse: Progetto apostolico circoscrizionale, *Guida Metodologica per l'elaborazione del Progetto Apostolico delle Circoscrizioni della Società San Paolo* (2016), Servizio dell'Autorità. *Manuale*.

2. Coraggio di cambiare

Questo modulo ha lo scopo di mettere in evidenza il tipo di struttura e di organizzazione voluta da Don Alberione e il necessario aggiornamento in vista dell'evangelizzazione oggi. In questo senso si deve cercare anche di approfondire le caratteristiche della comunicazione odierna e i fattori determinanti per la sua efficacia. Don Alberione comprese subito che era necessario dotarsi di una organizzazione che agisse a tale scopo: «*Un esercito di persone che abbiano una vocazione, una formazione speciale, che agiscano in dipendenza dalla Chiesa e che pongano tutta la loro fiducia nella forza divina... e che si propongano come fine speciale di esercitare l'apostolato dell'edizione*» (Giacomo Alberione, *L'apostolato dell'edizione*, 54).

Tematiche da sviluppare:

2.1 La struttura della SSP

- ⇒ L'organizzazione nella missione paolina: dal Fondatore alle esigenze di oggi.
- ⇒ Organigramma circoscrizionale.
- ⇒ I consigli per l'apostolato: quali sono, membri, organizzazione, funzione.
- ⇒ I documenti relativi all'apostolato paolino: Linee editoriali, Servizio dell'Autorità Manuale, Direttorio etico, Manuale di funzioni, Politiche amministrative, Politiche risorse umane, Linee pedagogiche, Criteri per gli sviluppi multimediali, ecc.
- ⇒ Nuove modalità organizzative per essere apostoli nella cultura della comunicazione.

Risorse: Documenti per l'apostolato.

2.2 La comunicazione

- ⇒ Etimologia, storia e teorie della comunicazione.
- ⇒ Rivoluzione digitale e nuovi paradigmi comunicativi: dai "mass-media" e dall'industria culturale alle reti sociali.
- ⇒ Abitare la cultura della comunicazione: nuovi linguaggi e nuova grammatica.
- ⇒ Concetti e nuove forme del comunicare che determinano l'ecologia comunicativa e il mondo editoriale attuale.
- ⇒ Nuove forme di lettura e di scritture esigono nuovi modelli di edizione.
- ⇒ Innovazioni tecnologiche e strumentali.

Risorse: *Atti del 2° Seminario Internazionale degli Editori Paolini (2017)*, una edizione locale di *Teoria della comunicazione*, Dizionario di Comunicazione.

2.3 Nuovi processi

- ⇒ Evangelizzare (comunicare il Vangelo): con ogni mezzo e in ogni circostanza, con entusiasmo, creatività, professionalità, dedizione e coerenza.
- ⇒ Dalle strutture ai progetti.
- ⇒ Iniziare processi più che possedere spazi (cfr. *Evangelii gaudium* nn. 222ss).

- ⇒ La “personificazione” nella comunicazione *onlife*.
- ⇒ Comunicazione efficace: ascolto, empatia e stile assertivo.
- ⇒ Tecniche assertive: come migliorare il modo di comunicare, gli errori della comunicazione, vincere l’invisibilità, presenza, visibilità, credibilità.
- ⇒ Conoscenza delle procedure e software particolari in uso nelle singole situazioni.

Risorse: *Atti del 2° Seminario Internazionale degli Editori Paolini (2017)*, *Evangelii gaudium*, Edizione locale di “Tecniche di comunicazione”.

3. Creare relazioni

Questo modulo intende promuovere la coscienza delle “relazioni” come punto chiave della pratica comunicativa e le reti come luoghi di creazione collaborativa di significati e contenuti. Offrirà all’Editore paolino e ai suoi collaboratori tecniche e strumenti che favoriscano nuove forme di presenza e di azione, non tanto legate ai mezzi ma piuttosto alla cultura e alla nuova grammatica della comunicazione.

Tematiche da sviluppare:

3.1 Creare relazioni

- ⇒ Ambiente digitale: un nuovo modo di relazionarsi e di comunicare.
- ⇒ *Onlife*: concetto e consigli utili.
- ⇒ Le reti sociali (online e offline) a servizio della missione.
- ⇒ La cultura dell’incontro.
- ⇒ Sinergia con la Chiesa e la società locale.
- ⇒ Proattività: essere promotori di idee, eventi, iniziative.
- ⇒ La disponibilità e il lavoro in équipe.
- ⇒ Il marketing: evoluzione storica, diverse definizioni, il marketing istituzionale, ecc.

Risorse: *Atti del 2° Seminario Internazionale degli Editori Paolini (2017)*, *Messaggio per la Giornata della comunicazione (2009, 2014, 2019)*, *Apostoli Comunicatori per una cultura dell’incontro. Lettera annuale del Superiore generale (2018)*.

3.2 e 3.3 Metodologia di lavoro

- ⇒ La collaborazione e il lavoro in équipe come metodologia e strategia.
- ⇒ I diversi consigli (apostolato, produzione, diffusione, ecc.): unità e collegialità in vista dell’efficacia.
- ⇒ I consigli come laboratori di pensiero.
- ⇒ Metodo sinodale.
- ⇒ Dialogo, ascolto, interazione.
- ⇒ Uscire dalla zona di conforto e superare l’autoreferenzialità.
- ⇒ Essere editori “in uscita”.
- ⇒ Creare *communities*.

Risorse: *Atti del 2° Seminario Internazionale degli Editori Paolini (2017)*, *Evangelii gaudium*, *Messaggio per la 53ª Giornata della comunicazione (2019)*.

3.4 Né commercianti, né industriali

- ⇒ Molto di più di “stampatori” e “venditori di libri”.

- ⇒ La visione alberioniana: «*Non c'era bisogno di un Istituto religioso per fare dell'industria! Non occorrono persone consacrate a Dio per fare del commercio!*» (HM II) e «*Né commercianti, né industriali, ma società di apostoli*» (MV 185).
- ⇒ Dalla logica del pulpito alla logica dell'agorà.
- ⇒ Promuovere momenti e strumenti che creino legami e favoriscano relazioni.
- ⇒ Promuovere l'amore per la lettura.
- ⇒ I luoghi paolini (librerie, centri culturali, centri studi, centri biblici, comunità...): centri multimediali di evangelizzazione e di cultura, spazi di incontro e dialogo, di servizio e di formazione.
- ⇒ Trasformare la libreria (e altri centri) in uno spazio esperienziale: al centro non più il libro ma le persone, promuovere esperienze e non acquisti.
- ⇒ La libreria senza confini: nuova concezione e nuovo tipo di presenza nel territorio.
- ⇒ L'interazione tramite le reti sociali.
- ⇒ Programmazione e valutazione regolare.

Risorse: *Linee editoriali* (2018), *L'apostolato dell'edizione* (Giacomo Alberione), *Alle Figlie di San Paolo 1946-1948* (Giacomo Alberione).

4. Aperti a ogni interlocutore

Questo modulo ha lo scopo di approfondire le modalità per conoscere il pubblico con il quale interagiamo e come soddisfare le sue necessità ed esigenze. Si tratta di raggiungere l'eccellenza nel servizio agli interlocutori. Cerca di approfondire la realtà sociale ed ecclesiale nella quale svolgiamo il nostro apostolato. I Paolini, e tutti coloro che a vario titolo collaborano con loro, svolgono la loro attività-apostolato in un contesto specifico. Dovendo parlare “agli uomini di oggi con i mezzi di oggi”, è fondamentale conoscerli, entrare in sintonia con loro, prendere atto della loro mentalità, in modo da poter essere efficaci nell'annuncio del Vangelo.

Tematiche da sviluppare:

4.1 Gli interlocutori

- ⇒ Etimologia e concetto.
- ⇒ Superare la visione unidirezionale di “recettori/destinatari” (tipica dei “mass-media”) e di “clienti” (legata a una mentalità commerciale).
- ⇒ Offrire soluzioni e servizi, non solo prodotti.
- ⇒ Strategie di comunicazione.
- ⇒ Superare l'autoreferenzialità per andare all'incontro degli interlocutori.
- ⇒ Riflettere una “Chiesa in uscita”.
- ⇒ I non credenti, i lontani e i poveri.
- ⇒ Privilegiare i “poveri” e le periferie.
- ⇒ Conoscere l'interlocutore: bisogni impliciti, espliciti e latenti.
- ⇒ Comprendere i bisogni e creare relazioni con gli interlocutori.

Risorse: *Linee editoriali* (2018), *Atti del 2° Seminario Internazionale degli Editori Paolini* (2017), *Evangelii gaudium*, *Documento finale del X Capitolo generale* (2015).

4.1a Gli interlocutori: I “nativi digitali” (cfr. 4.4)

- ⇒ I diversi modi per definire le nuove generazioni: Nativi digitali, Millenials, Gen Y, iGeneration, Digital Generation, ecc.
- ⇒ Caratteristiche delle nuove generazioni.
- ⇒ Le loro aspettative, bisogni, paure, interessi...
- ⇒ Il loro linguaggio.
- ⇒ I giovani e le nuove *communities* (reti sociali, youtubers, bloggers, influencers, ecc.).
- ⇒ Come interagire e cosa offrire loro.
- ⇒ La religiosità dei giovani.
- ⇒ I pericoli e il lato oscuro del mondo digitale.

Risorse: *Esortazione apostolica Christus vivit*, *Atti del 2° Seminario Internazionale degli Editori Paolini* (2017), *Atti del 2° Seminario Internazionale sulla Formazione per la Missione* (2019).

4.1b Gli interlocutori: la Chiesa e la sua struttura

- ⇒ Il ministero ecclesiale.
- ⇒ La costituzione gerarchica della Chiesa.
- ⇒ Il Papa: compiti e missione come vescovo di Roma e capo della Chiesa.
- ⇒ I Cardinali: nei Dicasteri della Curia romana e a capo di diocesi particolari.
- ⇒ I Vescovi: successori degli apostoli, a capo delle Diocesi.
- ⇒ I presbiteri (parroci, vicari, religiosi, ecc.), collaboratori del vescovo nel territorio.
- ⇒ I religiosi non ordinati e le religiose.
- ⇒ I ministeri e la vocazione dei laici, il loro ruolo nella Chiesa oggi.
- ⇒ La struttura ecclesiale nazionale e continentale (Conferenze Episcopali, ecc.).

Risorse: *Catechismo della Chiesa Cattolica, Codice di Diritto Canonico, Documento finale del Sinodo per la regione Pan-Amazzonica (2019), Documenti del Concilio Vaticano II.*

4.2 Contesto locale

- ⇒ Scenari attuali: culturale, economico, politico, migratorio, tecnologico, comunicativo, religioso.
- ⇒ Identificare in ogni realtà chi sono i “poveri”, i “lontani”, i “non-credenti”, le “periferie” a cui rivolgersi.
- ⇒ Statistiche locali, nazionali e internazionali.
- ⇒ Dialogo ecumenico e interreligioso.

Risorse: Studi recenti di ogni Nazione.

4.3 Dimensione sociale e profetica della missione paolina

- ⇒ Il motto “fare a tutti la carità della verità”.
- ⇒ “Umanizzare per cristianizzare”: superare la logica dell’algoritmo, i rumori della comunicazione, i big data...
- ⇒ Favorire lo spirito critico e autonomo, la presenza consapevole e costruttiva nel mondo della comunicazione.
- ⇒ Combattere le *fake news*.
- ⇒ Aiutare le persone a leggere la realtà e ad affrontare le sfide attuali.
- ⇒ Offrire loro i criteri per fare delle scelte responsabili e consapevoli.
- ⇒ La dimensione pastorale dell’apostolato paolino.
- ⇒ La dimensione sociale in Don Alberione.
- ⇒ La dimensione docente-pedagogica della missione paolina (cfr. 7.2).

Risorse: *Catechismo sociale (Giacomo Alberione), Il carisma Paolino è Pastorale. Lettera del Superiore generale (2013), Messaggio per la 51^a e 52^a Giornata della comunicazione (2017 e 2018).*

5. Unità apostolica

Questo modulo ha lo scopo di approfondire il concetto dell'unità insieme alle metodologie e allo spirito del lavoro in équipe e in rete. Il raggiungimento del successo delle organizzazioni richiede oggi doti eccezionali di lavoro in équipe e cooperazione. Il team building e coaching da un lato consentono ai singoli di operare secondo le proprie potenzialità accrescendo il senso di autoefficacia e autonomia personali, dall'altro operano per far comprendere ai membri la necessità di un'interdipendenza che permetta di ottimizzare e orientare le performance del gruppo verso un obiettivo condiviso e partecipato. E, grazie a questo, sviluppano le capacità necessarie per ottenere più elevati livelli di apprendimento, performance e gratificazione.

Tematiche da sviluppare:

5.1 Lavoro in équipe e in rete

- ⇒ Comunicazione, comunione, comunità, corpo.
- ⇒ Il lavoro coordinato, armonioso, collaborativo, sinodale...
- ⇒ Elementi costitutivi e funzionali di un team/équipe.
- ⇒ Il concetto di ruolo e le sue caratteristiche.
- ⇒ Rapporto tra responsabilità di un ruolo e lavoro in équipe (sinodale).
- ⇒ I ruoli nel team: punti di forza, punti di debolezza e loro gestione.
- ⇒ Percorsi di maturità umana: analisi dei processi cognitivi, emotivi e degli stili comportamentali.
- ⇒ La competenza e la professionalità.
- ⇒ Elementi motivanti al lavoro.
- ⇒ Programmazione e verifica.
- ⇒ Il feedback: corretta gestione di una sessione di feedback ai collaboratori.
- ⇒ I processi strategici e decisionali.
- ⇒ La cultura dell'organizzazione: ruolo e benefici.
- ⇒ Tecniche di risoluzione dei conflitti.
- ⇒ Collaborazione con gli organismi linguistici-continentali (CIDEP, GEC, CAP-ESW – cfr. 5.2).

Risorse: *Messaggio per la 53ª Giornata della comunicazione (2019)*, Manuale di "Team work".

5.1a Lavoro in équipe e in rete: leadership e il sistema cooperativo

- ⇒ Ruolo, significato e modalità della leadership.
- ⇒ Le componenti e gli stili della leadership.
- ⇒ La gestione della leadership in relazione al gruppo di collaboratori.
- ⇒ Capacità di dialogare, ispirare e motivare.
- ⇒ Lo sviluppo di motivazione, apprendimento e decisione.

- ⇒ Gestire il cambiamento.
- ⇒ Le tre zone della performance: comfort, rischio e progresso, panico.
- ⇒ Sfide di un management innovativo.
- ⇒ Il sestante delle organizzazioni vincenti: unicità, ambizione, esecuzione, coinvolgimento, architettura, velocità.
- ⇒ Avere persone impegnate: dalla motivazione all'engagement.

Risorse: Manuale di "Coaching".

5.2 Universalità

- ⇒ La Società San Paolo nel mondo.
- ⇒ Il concetto "La mia parrocchia è il mondo".
- ⇒ Internazionalità e multiculturalità.
- ⇒ Gli Organismi internazionali per l'apostolato (quali sono, cosa fanno, gli statuti, ecc.).
- ⇒ Gruppi continentali e progetti internazionali.

Risorse: *Atti del VII Capitolo generale (1998)*, Statuti degli Organismi.

5.3 Marchio (e Marca)

- ⇒ Marchio e Marca (brand).
- ⇒ Valori e funzioni della Marca.
- ⇒ Un Marchio, una identità: unità, universalità e credibilità.
- ⇒ Simbologia del Marchio ufficiale.
- ⇒ Manuale di applicazione del Marchio.
- ⇒ Valorizzazione e rispetto del Marchio.
- ⇒ La Marca: commodity, prodotto, servizio, esperienza, relazione emotiva e psicologica con il pubblico, ecc.
- ⇒ Consolidamento della Marca.
- ⇒ Marketing istituzionale.

Risorse: *Manuale di applicazione del Marchio, Atti del 1° Seminario Internazionale degli Editori Paolini (1988)*.

5.4 Paolini e collaboratori

- ⇒ I collaboratori associati (compartecipi) nella missione di evangelizzazione.
- ⇒ Sinergia, mutua collaborazione, compartecipazione.
- ⇒ Deontologia e professionalità.
- ⇒ Senso di appartenenza (*team spirit*) ed entusiasmo.
- ⇒ Motivazione e impegno nel proprio lavoro: chiavi fondamentali per raggiungere buoni risultati e successo.
- ⇒ Rimunerazione e premi.

- ⇒ Amare il proprio lavoro.
- ⇒ Accrescere sempre più la competenza.
- ⇒ Fiducia e dedizione nel raggiungimento degli obiettivi.
- ⇒ Ricerca dei benefici, vantaggi, utilità che i nostri prodotti e servizi possono avere per gli interlocutori.
- ⇒ Accettare le sfide, performance, sapersi comportare da vincente.
- ⇒ Conoscenza del territorio e dei propri interlocutori.
- ⇒ Ottimismo: aspettarsi il meglio.
- ⇒ Essere un apostolo-editore evangelista.
- ⇒ Convinzione: prima di convincere gli altri devi convincere te stesso.
- ⇒ Determinazione e costanza.

Risorse: *Atti del VI e VII Incontro dei Governi generali della Famiglia Paolina* ("I laici nella e con la Famiglia Paolina"), *Atti dell'Intercapitolo 1989*, Documento *Apostolicam actuositatem*.

6. Scelte editoriali

Ad ogni Paolino e collaboratore deve essere chiaro che, anzitutto, «*offriamo a tutti il Vangelo; esso non è un insieme di concetti o di formalità normative, ma la Persona stessa di Gesù Cristo, Via, Verità e Vita (cfr. Gv 14,6), Maestro unico (cfr. Mt 23,10), Salvatore del mondo*» (cfr. *Dichiarazione del X Capitolo generale*). Da questo contenuto centrale ed essenziale germogliano tutti gli altri. Questo modulo sviluppa il primato del contenuto, per noi irrinunciabile, e i conseguenti criteri per le scelte editoriali: nei diversi ambiti e aree, le nostre scelte editoriali devono manifestare la dimensione evangelizzatrice e profetica della Congregazione.

Tematiche da sviluppare:

6.1 (e 6.4) Missione evangelizzatrice

- ⇒ Cosa significa missione ed evangelizzare.
- ⇒ Perché evangelizzare.
- ⇒ Partecipare alla missione della Chiesa.
- ⇒ Comunicare la verità, con bontà e bellezza.
- ⇒ Evangelizzazione con struttura organizzata.
- ⇒ Sostenibilità economica.
- ⇒ Non commercianti ma evangelizzatori.
- ⇒ Essere promotori di incontri (con Cristo, con l'altro...).
- ⇒ Vangelo come contenuto prioritario.
- ⇒ Centralità del contenuto.
- ⇒ Criteri per le scelte dei contenuti.
- ⇒ Il voto di fedeltà al Papa.

Risorse: *Costituzioni e Direttorio della Società San Paolo, Atti del 1° Seminario Internazionale degli Editori Paolini (1988), Catechismo della Chiesa Cattolica.*

6.2 Contenuti editoriali

- ⇒ Criteri per le scelte editoriali.
- ⇒ Il motto “Parlare di tutto cristianamente”.
- ⇒ Le nostre scelte editoriali (prodotti e attività, nei diversi ambiti e aree) devono manifestare la dimensione profetica della Congregazione (cfr. 4.3).
- ⇒ «Evangelizzazione, promozione umana, sviluppo e liberazione» (cfr. *Evangelii nuntiandi* ed *Evangelii gaudium*).
- ⇒ Sensibilità sociale e profetismo.
- ⇒ Metodologia partecipativa e condivisa (cfr. 3.2 e 5.1).
- ⇒ Proposte e metodi innovativi.
- ⇒ Ascolto e discernimento.
- ⇒ Attenzione alle periferie.

- ⇒ Sapere leggere i segni dei tempi.
- ⇒ Amare il (essere convinto del) contenuto.

Risorse: *Linee editoriali* (2018), *Documento finale Capitolo Speciale 1969-71*, *Evangelii gaudium*, *Evangelii nuntiandi*.

6.3. Tre ambiti prioritari

- ⇒ Perché 3 ambiti prioritari.
- ⇒ Cosa significa dare priorità alla Bibbia, Famiglia e Comunicazione.
- ⇒ Bibbia, Famiglia e Comunicazione: non solo libri, ma iniziative e progetti.
- ⇒ Stabilire strategie per ogni settore.
- ⇒ Progetti che si stanno avviando.
- ⇒ Iniziative possibili.
- ⇒ Il tema annuale (cfr. *Linee editoriali* 6.3.4).
- ⇒ Promuovere i valori cristiani.
- ⇒ Sinergia, creatività e innovazione.
- ⇒ Coerenza e costanza nell'offrire proposte, iniziative e servizi di eccellenza (cfr. *Linee editoriali* 6.4).
- ⇒ Garantire la qualità e l'affidabilità.

Risorse: *Linee editoriali* (2005 e 2018), Statuto e progetti del Centro Biblico San Paolo, Statuto e progetti dei Centri di Studi in Comunicazione.

6.3.1 Tre ambiti prioritari: la Bibbia

- ⇒ Il Centro Biblico San Paolo e la storia succinta dell'apostolato biblico della Società San Paolo.
- ⇒ Dimensioni editoriale, formativa, pastorale, spirituale ed ecclesiale dell'apostolato biblico.
- ⇒ L'animazione biblica della pastorale.
- ⇒ Gli "Anni biblici".
- ⇒ Le "Settimane Bibliche".
- ⇒ La "Domenica della Parola" istituita da papa Francesco.
- ⇒ La Bibbia, Parola di Dio, documento centrale della fede ebraica e del cristianesimo.
- ⇒ Struttura del testo biblico e sua suddivisione interna.
- ⇒ Temi fondamentali e personaggi di rilievo della Bibbia.
- ⇒ Tipi di lettura della Bibbia (da seguire e da evitare).
- ⇒ Diverse traduzioni della Bibbia: perché e quale la specificità di ognuna.
- ⇒ La Bibbia, fonte inesauribile d'ispirazione cristiana e modello normativo di vita.

Risorse: *Dei Verbum*, *Aperuit illis*, Statuto e progetti del Centro Biblico San Paolo, Dizionario biblico.

6.3.2 Tre ambiti prioritari: la Famiglia

- ⇒ Crisi della famiglia e suo impatto nella società e nella Chiesa.
- ⇒ I diversi attacchi/minacce contro la famiglia oggi.
- ⇒ Animare, proteggere e promuovere la famiglia.
- ⇒ Cosa dice la Chiesa sulla famiglia.
- ⇒ Documenti del Magistero sulla famiglia.
- ⇒ Catechesi e famiglia.
- ⇒ La pastorale dei bambini, dei giovani, degli adulti e degli anziani.
- ⇒ Proposte per la famiglia: collane, titoli, eventi, corsi, istituti...
- ⇒ Effetti della cultura della comunicazione e della rivoluzione digitale sulla famiglia.

Risorse: *Statuto e progetti del Centro Internazionale Studi Famiglia (CISF), Amoris laetitia, Catechismo della Chiesa Cattolica, i catechismi per l'iniziazione cristiana, il catechismo dei giovani, Gravissimum educationis, Messaggio per la 49ª Giornata della comunicazione (2015).*

6.3.3 Tre ambiti prioritari: la Comunicazione (cfr. 2.2)

- ⇒ La comunicazione come chiave di lettura.
- ⇒ Comunicazione ed editoria: proposte nel campo della comunicazione (titoli, collane, eventi, corsi...).
- ⇒ Comunicazione e formazione: Centri Paolini di Studi in Comunicazione, la libreria come centro di incontro e formazione (corsi, eventi, ecc.).
- ⇒ Comunicazione e cultura: la funzione dei Centri Culturali, le librerie e le comunità come centro di evangelizzazione e cultura (esposizioni, eventi ecc.).

Risorse: *Linee editoriali (2018), Linee di Identità Pedagogica e Scelte Operative Fondamentali per i Centri Paolini di Studi in Comunicazione (2017), Statuti e progetti dei Centri culturali.*

6.3.4 La Chiesa: elementi base e fondamenti della vita ecclesiale

- ⇒ Dio, Cristo, uomo: incontri-scontri tra fede e cultura moderna.
- ⇒ Vaticano II e una nuova ecclesiologia: Popolo di Dio, Corpo di Cristo, Tempio dello Spirito.
- ⇒ L'uomo, il cristiano, la Chiesa.
- ⇒ Chiesa e Regno di Dio.
- ⇒ Evangelizzazione e trasmissione della fede.
- ⇒ L'oggi della Chiesa: una Chiesa in uscita, che annuncia, incontra, si fa luogo di incontro.
- ⇒ La fede professata: io credo... Noi crediamo...
- ⇒ La fede celebrata: il Mistero cristiano e i Sacramenti.
- ⇒ La fede vissuta: la vita in Cristo e i Dieci comandamenti.
- ⇒ La fede pregata: la preghiera cristiana e il Padre nostro.

Risorse: *Catechismo della Chiesa Cattolica, Documenti del Concilio Vaticano II.*

7. Formazione per la missione

La formazione è un elemento essenziale per il Paolino apostolo-editore, così come lo è per i collaboratori che operano al loro fianco. Questo blocco tematico vuole sottolineare che l'aggiornamento è necessario e costante, specialmente nel campo digitale e mediatico, e che soltanto con una formazione integrale, solida e specifica i Paolini e i loro collaboratori riusciranno a diventare veri "apostoli-editori".

Tematiche da sviluppare:

7.1 Testimonianza

- ⇒ Il primo mezzo di comunicazione è la persona stessa.
- ⇒ Comunicare con l'anima e con il corpo, con la mente e con il cuore.
- ⇒ Il valore della testimonianza, della coerenza, dello stile di vita.
- ⇒ Il luogo di lavoro non è solo uno spazio che si riduce al campo professionale, ma un vero luogo vocazionale e missionario, che coincide con l'ambiente di vita e di annuncio del Vangelo.
- ⇒ Senso di appartenenza.
- ⇒ Spirito missionario e profetico.
- ⇒ Comportamento etico e deontologia.
- ⇒ Codici comportamentali aziendali o norme comportamentali comuni.
- ⇒ Netiquette.

Risorse: *Protocollo etico della Società San Paolo, Atti del 2° Seminario Internazionale degli Editori Paolini (2017), Messaggio per la 52ª Giornata della comunicazione (2018).*

7.2 Educazione mediale

- ⇒ Cosa significa formare per la missione.
- ⇒ Le diverse forme di educazione mediale: Meducazione, Media Education, Digital literacy, Media Training, Educomunicazione, ecc.
- ⇒ Il concetto e i principi della Meducazione: Umanità mediale, "i media siamo noi", Educare ed educarsi con, ai e nei media...
- ⇒ Essere promotori di idee, di innovazione e di riflessione critica.
- ⇒ La dimensione docente e pedagogica della Congregazione (i Centri di studi, le comunità e le librerie).
- ⇒ Essere «formatori nel campo della comunicazione e nel campo biblico».
- ⇒ Comunicazione e cultura (la funzione dei Centri Culturali e delle librerie).

Risorse: *Atti del 2° Seminario Internazionale della Formazione Paolina per la Missione (2019), Lo studio per la missione. Lettera annuale del Superiore generale (2017), Linee di Identità Pedagogica e Scelte Operative Fondamentali per i Centri Paolini di Studi in Comunicazione (2017), Umanità mediale: teoria sociale e prospettive educative (M. Padula e F. Ceretti, ETS, 2016).*