



**ARCIDIOCESI DI BARI BITONTO
ISTITUTO SUPERIORE DI SCIENZE RELIGIOSE
“ODEGITRIA”**

Iscrizioni :

dal 1 ottobre al 6 novembre 2009,
presso l'Istituto Superiore
di Scienze Religiose,
dalle ore 16.00 alle 19.00 (lunedì-venerdì)
Quota d'iscrizione €50,00.

Lezioni:

Tutti i lunedì, a partire dal 9 novembre,
dalle ore 16.30 alle ore 19.30
fino al 24 maggio 2010.

Esami:

A conclusione dell'insegnamento
delle singole discipline
è previsto un elaborato scritto.

La scuola rilascerà un attestato
a conclusione dei corsi.
Saranno ammessi
alla discussione dell'elaborato finale
solo coloro che avranno partecipato
almeno ai 2/3 delle lezioni.



Direttore ISSR:
mons. Vito Angiuli

Direttore della Scuola di Comunicazioni Sociali:
Dott. Enzo Quarto

Consiglio:
don Carlo Cinquepalmi,
don Giacinto Ardito,
don Antonio Eboli,
prof. Giuseppe Sferra,
prof.ssa Stefania Meleleo (segretaria).

Informazioni e contatti:

ISSR
Segreteria della Scuola
Tel. 080/5728597 - 080/5240123
E-Mail: issr.odegitria@teseo.it

Ufficio Comunicazioni Sociali
Tel. 080/5288401
E-Mail: comunicazioni.sociali@odegitria.bari.it



**SCUOLA
DI COMUNICAZIONI SOCIALI
“DON VITO MAROTTA”**

Scuola di Comunicazioni Sociali

“don Vito Marotta”

Anno Accademico 2009-2010

Essere consapevoli che viviamo in una società dello spettacolo in cui tutto è comunicazione è il primo passo per imparare a comunicare bene, secondo l'etica della responsabilità.

Il linguaggio della persuasione dominante è frutto della supremazia del linguaggio della pubblicità, la cui unica preoccupazione è considerarci tutti consumatori, ovvero potenziali acquirenti del prodotto reclamizzato. Il linguaggio persuasivo è oggi il preferito dai mass media preoccupati di acquisire lettori o telespettatori che siano, consumatori appunto, anche negli spazi deputati all'informazione, che pur nella sfera delle comunicazioni sociali, non dovrebbe essere mai spettacolo o intrattenimento.

Il linguaggio persuasivo, che omette e penalizza la verità, ha invaso tutti gli aspetti della vita sociale e relazionale. Si parla per slogan, per sinteticità, non certo per sintesi, anche in famiglia, perché si cerca di persuadere gli altri della propria convinzione o idea anche quando questa è una personale necessità o, più banalmente, un personale desiderio.

In un tale sistema di comunicazione a perdere è la relazione con l'altro.

Essere comunicatori cristiani oggi significa innanzitutto porsi in relazione con l'altro. Riscoprire cioè il senso della relazione. Preoccuparsi dell'altro, lettore, ascoltatore o spettatore che sia, sin dall'elaborazione del testo, dalla considerazione di una notizia corredata o meno da immagini.

In ogni comunicazione si compiono delle scelte, di cui il comunicatore si assume

tutta la responsabilità. Le scelte incidono in ogni caso nella relazione con gli altri e nel determinare la cultura dominante nella vita quotidiana della società. Resta comunque inconciliabile il linguaggio della persuasione con la ricerca della verità.

La Scuola di Comunicazioni Sociali si rivolge a tutti coloro che operano nell'ambito dell'informazione anche con l'ausilio di nuove tecnologie, compresi addetti stampa, tecnici di ripresa, fotografi, studiosi dei fenomeni della comunicazione, insegnanti ed educatori sociali, per aprire alla comprensione della complessità del sistema, proprio come l'immissione di antibiotici in un corpo malato.

Per difendersi dalla persuasione che nega la verità, occorre capire e conoscere, ed imparare a comunicare secondo le tecniche della modernità, ma nell'etica e nei valori della tradizione cristiana.

Occorre affermare la verità nel linguaggio della comunicazione insegnando a far riflettere gli altri sui pericoli del linguaggio della persuasione. Come ha scritto Papa Paolo VI, gli strumenti della comunicazione sociale sono le nuove grandi vie aperte anche ai cristiani per il loro compito di testimonianza e di servizio alla verità.

Ma le Comunicazioni Sociali non sono solo informazione. Si comunica attraverso i programmi di intrattenimento radiofonici e televisivi, il cinema, il teatro, la letteratura e la poesia, tutte le arti in genere. Per questo è opportuno dedicare la giusta attenzione alla conoscenza delle tecniche adoperate ed alle interpretazioni possibili degli autori. C'è sempre l'agguato di messaggi subliminali, o semplicemente indiretti, occulti e persuasivi.

Infine, occorre imparare le tecniche giuste del comunicare per non essere esclusi a priori dal sistema mediatico o non esserne schiacciati.

A tal fine, già dal 1996, è nata la Scuola di Comunicazioni Sociali, da quest'anno intitolata a don Vito Marotta, suo fondatore, collegata all'Istituto Superiore di Scienze Religiose "Odegitria". La Scuola propone, con il nuovo anno accademico, un laboratorio di ufficio stampa perché, per esempio, volontari di parrocchie, o di altre strutture religiose o di associazioni di laicato cattolico, apprendano sul campo gli elementi base per una efficace comunicazione.



Piano degli studi:

- Comunicazione sociale e pastorale
- Il progetto culturale della Chiesa italiana
- Famiglia, biopolitica e rapporto tra bambini e mass media
- Sociologia e psicologia dei processi culturali e comunicativi
- Elementi di storia della televisione e linguaggi della comunicazione
- Tecniche, valenza ed interpretazione del cinema (con cineforum)
- Tecniche, valenza ed interpretazione del teatro (con laboratorio)
- Tecniche, valenza ed interpretazione della fotografia (con laboratorio)
- Analisi e tecnica dei programmi televisivi e dei prodotti audiovisivi (con laboratorio)
- Storia e tecniche del giornalismo
- Le regole deontologiche della comunicazione
- La Comunicazione per e nella Comunità parrocchiale (dal Bollettino parrocchiale a Internet)
- Laboratorio di ufficio stampa