



La presente guida si colloca all'interno di un percorso di riflessione della Congregazione che è rappresentato principalmente dai seguenti documenti:

*Sistema salesiano di Comunicazione Sociale della Congregazione Salesiana (2011)*

*La Pastorale Giovanile Salesiana Quadro di riferimento (2014)*

*Elements for the formation of Salesians in Communication (2015)*

*Presenza nelle reti sociali (2016)*

*Comunicazione e Misericordia (2016)*

IDENTIFICABILITÀ  
E RESPONSABILITÀ  
CENTRALITÀ DEI  
CONTENUTI  
NETIQUETTE  
PRIVACY E  
RISERVATEZZA  
SICUREZZA

ATTENZIONI  
GENERALI

AMBITI DI  
APPLICABILITÀ

LE STRUTTURE INFORMATICHE  
LE WEB NETWORK  
LE SOCIAL NETWORK  
LE APP MOBILE  
LE GAMING

STORYTELLING

CONTENUTI  
DI QUALITÀ  
PRIORITÀ  
DELLE  
RELAZIONI

COMMUNITY

ENGAGEMENT

SDB

PRESENTANO  
DESCRIVONO  
RACCONTANO  
REALIZZANO

### STORYTELLING

Lo storytelling è l'atto del narrare. La finalità è quella di, grazie agli strumenti letterari, grafici, audio e video, creare e proporre una narrazione emozionante oltre che coerente con l'identità di brand (cfr. carisma) e con i destinatari della comunicazione, così da promuovere meglio valori, idee e comportamenti. Ciò si colloca nella tradizione narrativa salesiana che da sempre ha un potenziale pedagogico e didattico (vedi le Buone Notti di don Bosco e i racconti dei Sogni), dalla quale possiamo trarne peculiarità educative e formative.

### COMMUNITY

La community, o comunità virtuale, è quell'insieme di persone che si ritrovano nello stesso spazio web e che potrebbero essere interessate ad un determinato argomento, o con un approccio comune alla vita. Costituiscono una rete sociale con caratteristiche peculiari. Per la Congregazione salesiana questo aspetto è di fondamentale importanza perché riesce a ricreare in Rete ciò che avviene con la presenza fisica nel cortile dell'Oratorio, delle parrocchie e delle scuole.

### ENGAGEMENT

L'engagement è il coinvolgimento, ossia la capacità di condividere un messaggio con il pubblico. Ha lo scopo di creare "legami" forti tra chi lo realizza e chi lo riceve, secondo gradi di intenzionalità differenti.

### CORPORATE IDENTITY

Con corporate identity si intende l'identità di un ente a cui contribuisce l'immagine con cui lo stesso si presenta presso il pubblico in modo da distinguersi dai concorrenti. In essa si identifica il cuore, generato dai valori dei suoi fondatori, nell'espressione della vision e della mission.  
La corporate identity salesiana è costituita da due aree precise:  
- la missione che la Chiesa ha affidato a don Bosco e ora lui affida alla Congregazione stessa (CORE);  
- la modalità comunicativa con cui la Congregazione Salesiana è presente nel mondo, rispondendo alle esigenze sociali, culturali e religiose del luogo (EXTENDED CORE)