

CUBE
LEARNING

Arcidiocesi di Trento
corso realizzato per: Servizio Comunicazione e relazioni pubbliche
Animatori della comunicazione e cultura

Chiesa e comunità: laboratori di comunicazione integrata



IN QUESTO OGGETTO DI APPRENDIMENTO CI CHIEDIAMO: LE PERSONE SONO ANCORA INTERESSATE AI NOSTRI CONTENUTI?

Invece di puntare il dito sugli utenti, sull'ipotetica superficialità che attribuiamo ai media perché non proviamo a riprogrammare la nostra comunicazione mettendoci in ascolto di attese, aspettative e della dieta mediale delle persone che ci vivono accanto?

1 "IL CONTENUTO È IL RE"

2 CURARE I CONTENUTI

3 INFORMARE ≠
CONVINCERE

4 COINVOLGERE,
NON CONVINCERE

5 ATTIVARE PERCORSI
ORIGINALI

6 NOI SIAMO LA RETE



ANDREBBE EVITATO IL

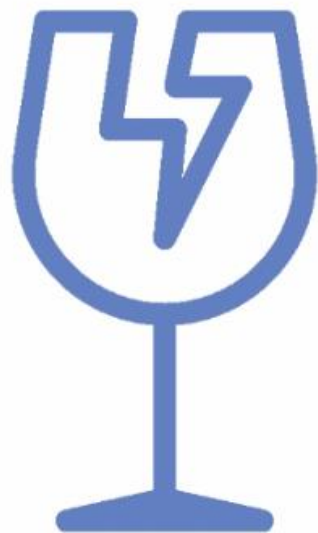
BIAS DI CONFERMA

**attribuire maggior
attenzione
alle informazioni
che confermano
le nostre ipotesi,
ignorando
gli argomenti
che le mettono
in dubbio**

UN'ATTENZIONE ETICA

DA TENER ASSOLUTAMENTE PRESENTE:

non cadere nel sensazionalismo
non cavalcare l'onda emotiva
che circonda la fragilità



PER OTTENERE L'ATTENZIONE DEI MEDIA

GRAMMATICA DEI MEDIA



Curare bene il contenuto rispettando la grammatica propria del medium scelto.

Es. un testo scritto **NON** si può trasferire tale e quale in video o nelle reti sociali.



potremmo
preoccuparci
non solo
di raggiungere
in modo efficace
il destinatario

ma anche
di comprendere
come sollecitare
mutazioni di prassi
conseguenti alle
Informazioni
che inviamo



SIAMO IN UN'EPOCA DI

FEDI

personali

INFORMARE ≠ CONVINCERE



Le sole
informazioni
non sono
sufficienti
a far mutare
le prassi e
le abitudini



CONSEGNA FINALE

come posso
attivare
l'attenzione
dei miei
interlocutori?

quali
argomenti
concreti
mi permettono
di entrare
maggiormente
in relazione
con le persone?



PER CONTATTI CON DON MARCO SANAVIO

potete scrivere a:
corsotrento19@gmail.com

Twitter: [@sanaviomarco](https://twitter.com/sanaviomarco)
www.marcosanavio.com