

**Social media, web, nuova evangelizzazione:**

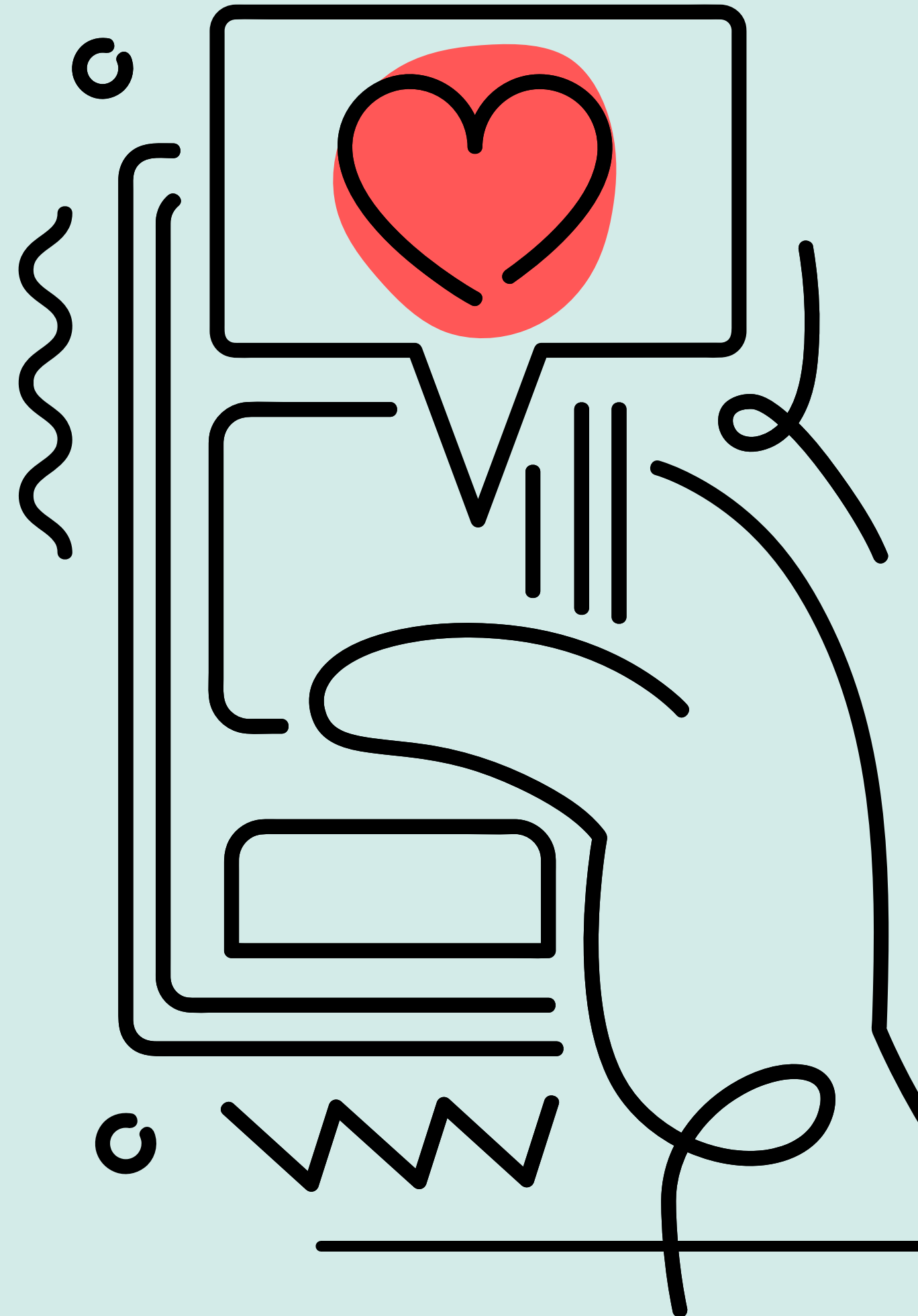
**Laboratori di comunicazione ecclesiale 2023-2024**

**SOCIAL MEDIA**

*«L'ho visto su "Facebook"  
della Parrocchia»*

7 novembre 2023

Castellerio



# PARROCCHIE COME LUOGHI DI RELAZIONE E COMUNITÀ

## 1. PARROCCHIA E COLLABORAZIONE PASTORALE OFFRE SENSO DI APPARTENENZA ALLA COMUNITÀ



SOCIAL MESSI IN CAMPO DURANTE LA PANDEMIA PER  
MANTENERE LEGAMI E SENSO DI APPARTENENZA  
ANCHE A DISTANZA



## 2. PARLARE DI FEDE SUI SOCIAL, MA ANCHE **USARE AMBIENTI DIGITALI PER EVANGELIZZARE**

# COME UTILIZZANO I SOCIAL LE PARROCCHIE

DA UNA RICERCA DELL'UNIVERSITÀ CATTOLICA DI MILANO, SU UN CAMPIONE DI 420 COMUNITÀ PARROCCHIALI

**PARROCCHIA 1.0** SOCIAL UTILIZZATI PER COMUNICARE ORARI DELLE MESSE

**PARROCCHIA 2.0** SOCIAL PER ENTRARE IN RELAZIONE E INTERAGIRE TRA I SOGGETTI

(70% DEL CAMPIONE ESAMINATO)

**PARROCCHIA 3.0** ATTRAVERSO I SOCIAL SI COLLABORA E SI PARTECIPA ALLA VITA PARROCCHIALE CON ATTIVITÀ EDUCATIVE E ATTIVITÀ CREATIVE

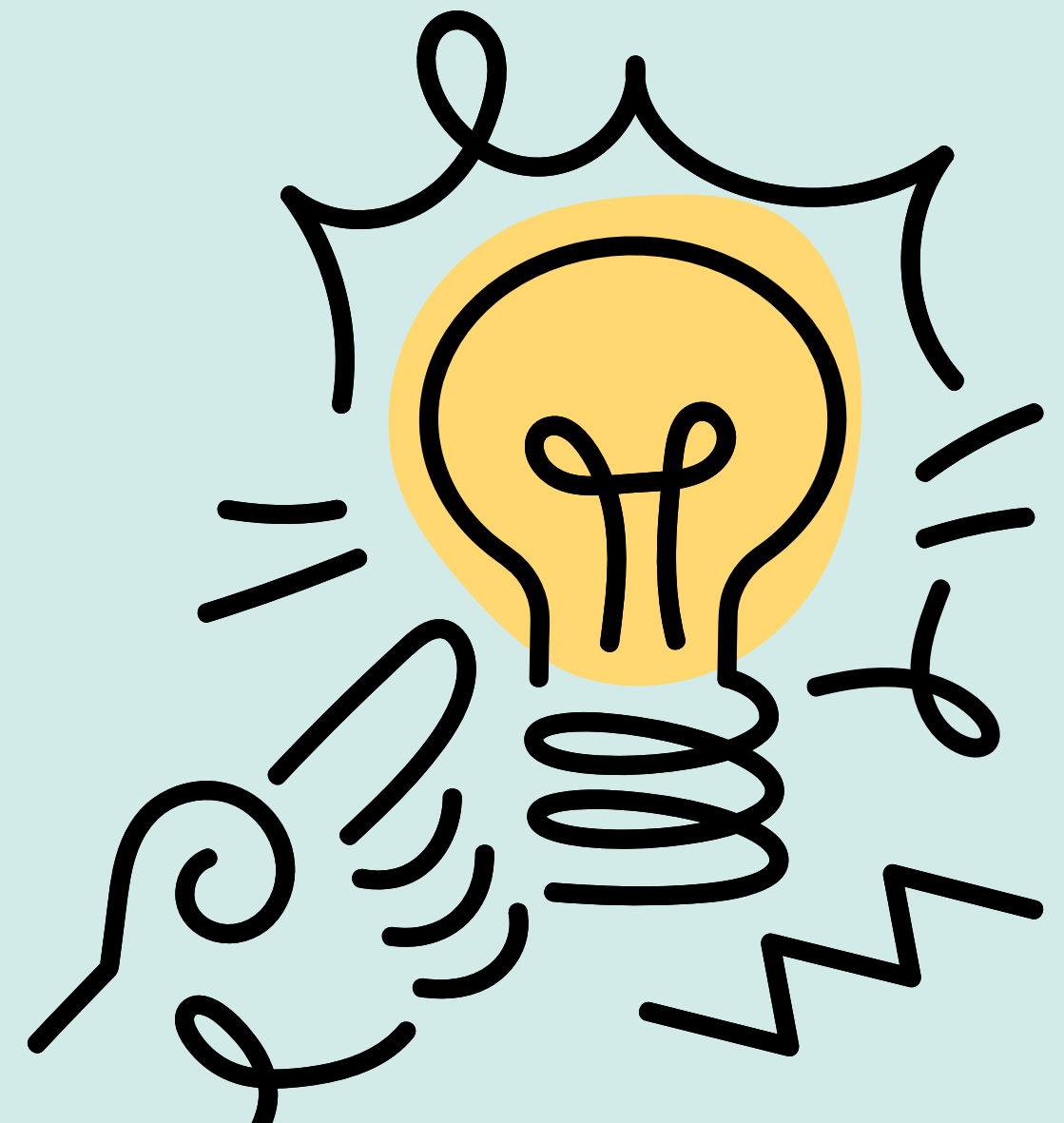
**BUONE PRATICHE: PARROCCHIE IN CUI SI UTILIZZANO I SOCIAL COME STRUMENTO PER FARE PASTORALE, POTENZIANDO LE ATTIVITÀ IN PRESENZA**

# MA NOI...QUALI ESIGENZE ABBIAMO?

PRIMA DI APRIRE E DEDICARCI AD UN SOCIAL CHIEDIAMOCI:

**IL NOSTRO OBIETTIVO QUAL È? COME POSSONO ESSERCI UTILI UNO O PIÙ SOCIAL?**

- **FUNZIONE COMUNICATIVA / INFORMATIVA**
- **CREARE INTERAZIONE E COINVOLGIMENTO  
IN ATTESA DI UN EVENTO DAL VIVO**
- **FUNZIONE EDUCATIVA**



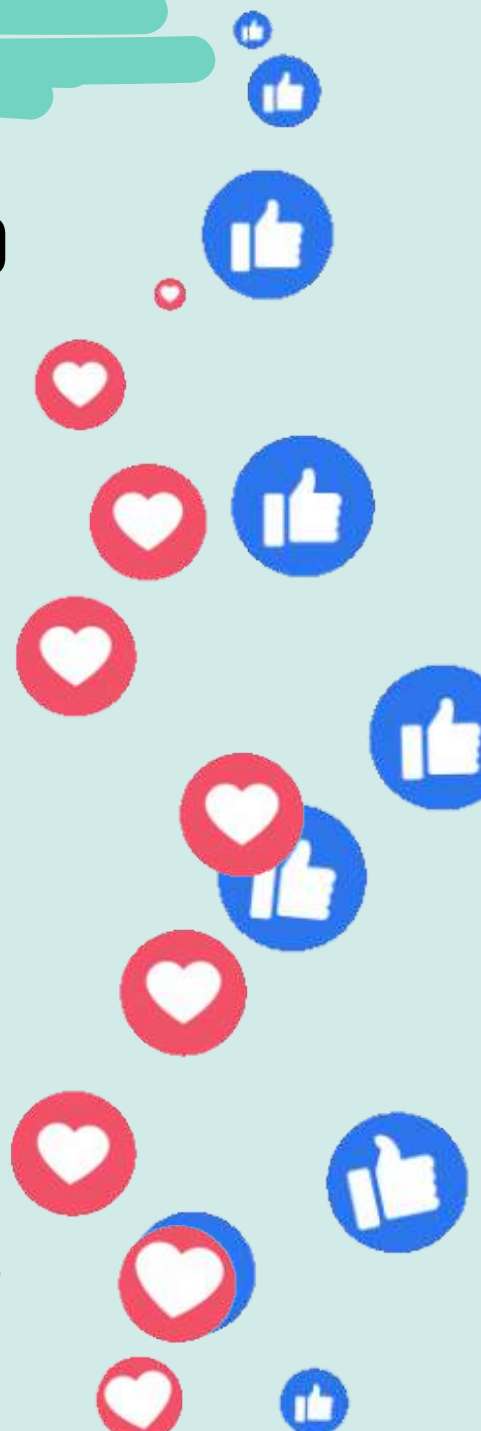
# QUALE SOCIAL APRIRE E UTILIZZARE?

NON DOBBIAMO ESSERE PRESENTI DAPPERTUTTO: POSSIAMO E DOBBIAMO SCEGLIERE

PENSIAMO A CHE TIPO DI CONTENUTI DESIDERIAMO OFFRIRE E SE IL PUBBLICO A CUI CI RIVOLGIAMO SI TROVA NEGLI STESSI CANALI IN CUI VORREMMO ESSERE ATTIVI

- OGNI SOCIAL HA LE SUE CARATTERISTICHE DI UTILIZZO
- NOI A CHI VOGLIAMO RIVOLGERCI?

↓  
A CIASCUN SOCIAL IL GIUSTO TARGET



# QUALE SOCIAL APRIRE E UTILIZZARE?

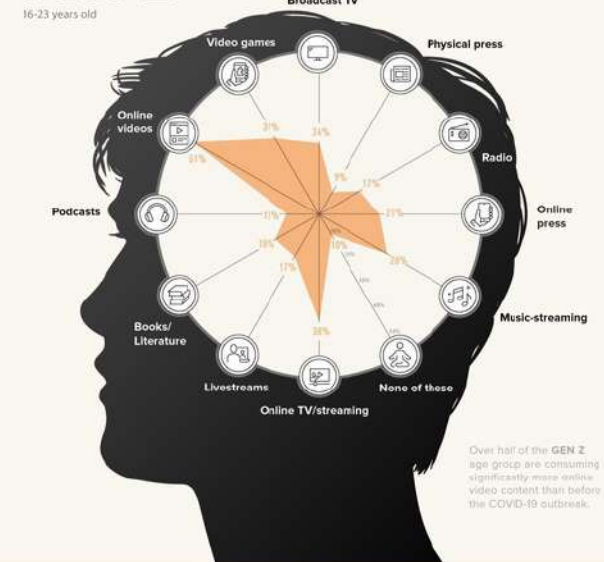
## MEDIA CONSUMPTION IN THE AGE OF COVID-19

**MEDIA CONSUMPTION IN THE AGE OF COVID-19**  
Due to the frenzy of pandemic-induced quarantines, media consumption has seen a massive increase. But what exactly are people doing, and how are they staying informed?

**GLOBAL WEB INDEX**  
Surveyed almost 4,000 internet users between the ages of 16-64 across the U.S. and the UK to find out how the COVID-19 outbreak has changed their media consumption.

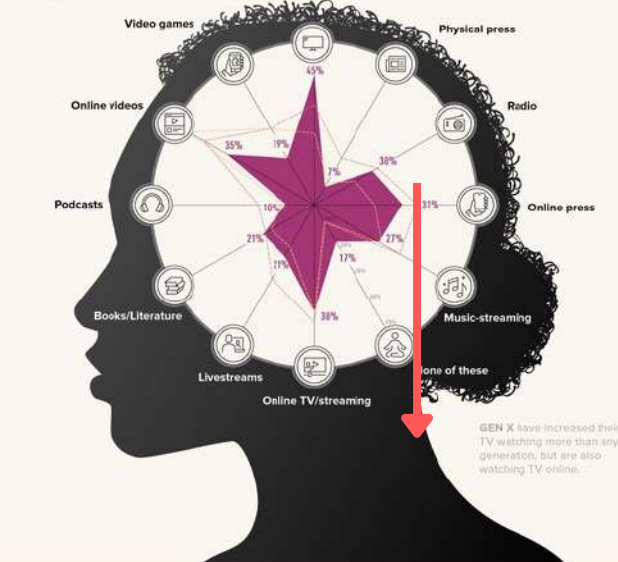
### MEDIA CONSUMPTION GEN Z

16-23 years old



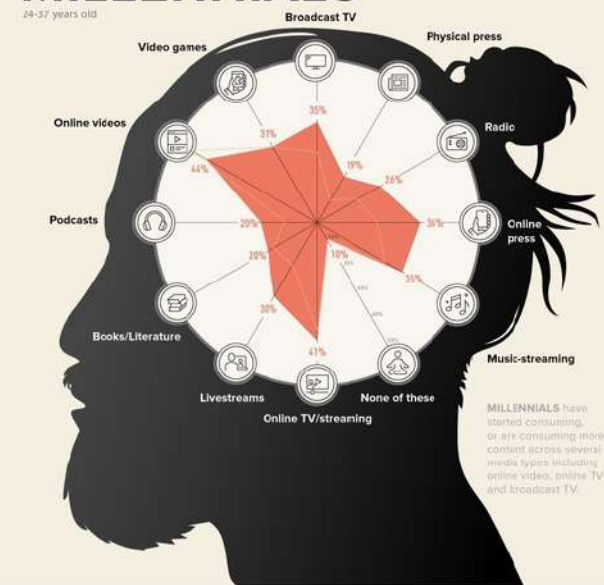
### MEDIA CONSUMPTION GEN X

35-56 years old



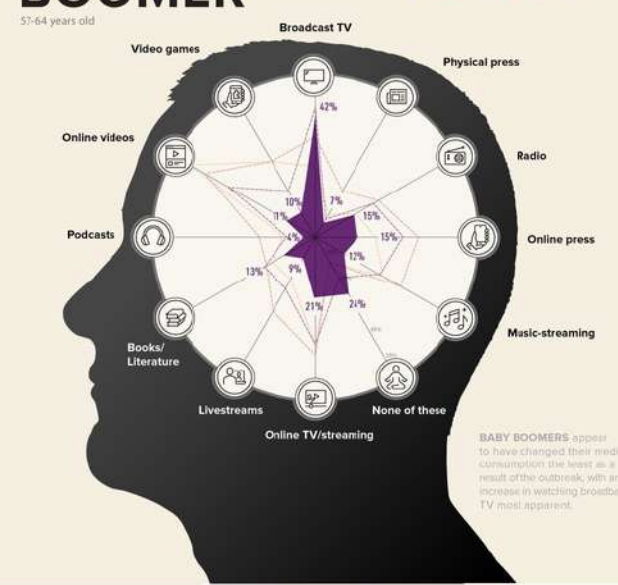
### MEDIA CONSUMPTION MILLENNIALS

24-37 years old



### MEDIA CONSUMPTION BOOMER

57-64 years old



**Gen Z**

Born Between  
1995 - 2015



**Millennial**

Born Between  
1980 - 1994



**Gen X**

Born Between  
1965 - 1979

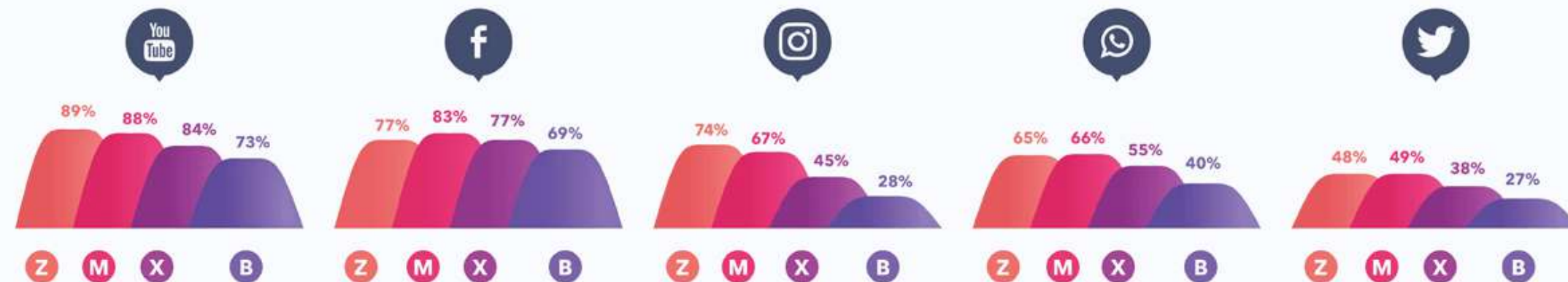


**Baby Boomer**

Born Between  
1944 - 1964

## WHO USES WHAT?

% of internet users (exc. China) who have visited/used the platforms in the past month



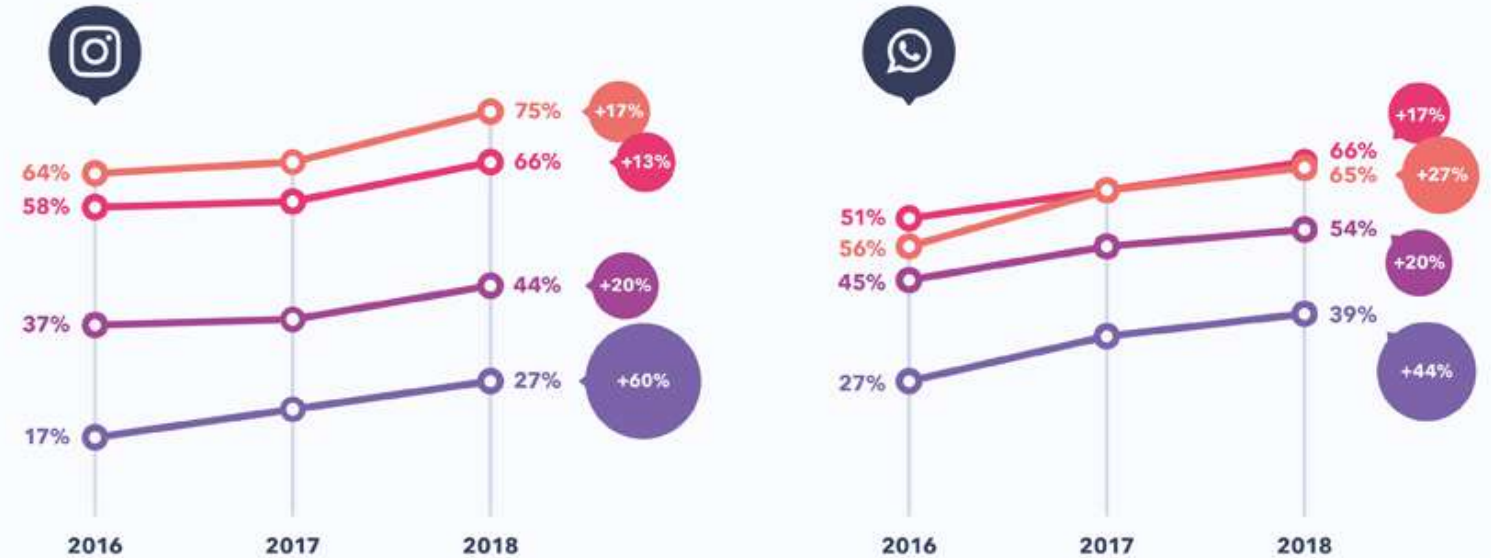
RICERCA DEL 2019

## INSTAGRAM AND WHATSAPP IN THE SPOTLIGHT

**Baby boomers are showing the highest growth in Instagram and WhatsApp usage**

% of internet users (exc. China) who have visited/used the platforms in the past month

% change since 2016





# FACEBOOK

**SOCIAL CHE VANTA UN BACINO DI UTENZA PIÙ VARIEGATO**

**LA FASCIA D'ETÀ PIÙ COINVOLTA NELL'UTILIZZO DEL SOCIAL È QUELLA DEI MILLENNIAL**

**FUNZIONI:**

CONDIVISIONE DI POST, IMMAGINI, VIDEO, LINK ESTERNI

CREAZIONE DI DIRETTE, EVENTI, ALBUM DI FOTO,

PERMETTE LO SCAMBIO DI MESSAGGI PRIVATI

**POSSO UTILIZZARE LA PAGINA PER CONDIVIDERE INFORMAZIONI  
CHE POI IL MIO INTERLOCUTORE VA A RICERCARE**



Sarà più difficile che appaia un post in automatico sulla bacheca del mio interlocutore perchè facebook cerca di favorire l'utilizzo di sponsorizzate a pagamento



# INSTAGRAM

## **SOCIAL CHE VANTA UN BACINO PIÙ GIOVANE**

LA FASCIA D'ETÀ PIÙ COINVOLTA NELL'UTILIZZO DEL SOCIAL SONO QUELLA Z E DEI MILLENNIAL (SCENDONO DI MOLTO LE PERCENTUALI DI UTILIZZO PER GENERAZIONE X E BOOMER)

## **FUNZIONI:**

VIVE DI FOTO, CONTENUTI GRAFICI E VIDEO - I REEL O LE STORIE -

**POSSO UTILIZZARE LA PAGINA PER CREARE UN RACCONTO ISTANTANEO DELLE ATTIVITÀ CHE SI SONO SVOLTE IN PARROCCHIA. PERMETTE DI FAR PERCEPIRE IL CLIMA CHE SI CREA IN UNA DETERMINATA SITUAZIONE (PENSIAMO AD UN GRESE, O UN CAMPO ESTIVO) IN MODO PIÙ IMMEDIATO E DIRETTO.**





# YouTube

PIÙ CHE UN SOCIAL È UNA RETE DI CONDIVISIONE VIDEO

**CANALE CHE VANTA UN BACINO DI UTENZA VARIEGATO**

ANCHE SE LA FASCIA D'ETÀ PIÙ COINVOLTA È QUELLA DELLA GENERAZIONE Z

**FUNZIONI:**

SECONDO PRINCIPALE MOTORE DI RICERCA,

VIVE DI VIDEO, DIRETTE, EVENTI DIGITALI, PLAYLIST

POSSO UTILIZZARE LA PAGINA CARICANDO CONTENUTI CREATI DAI RAGAZZI PIÙ GIOVANI,  
PUBBLICANDO INTERVISTE, COMMENTI DEL PARROCO SUI BRANI DEL VANGELO, FACENDO DIRETTE DI  
INCONTRI CON ESPERTI SU DETERMINATE TEMATICHE, OPPURE DIRETTE A CELEBRAZIONI IMPORTANTI  
(MAGARI PER CHI È A CASA E NON SI PUÒ MUOVERE MA PARTECIPA A DISTANZA)



# TIK TOK

FASCIA D'ETÀ PIÙ COINVOLTA È QUELLA DELLA GENERAZIONE Z

**VIVE DI VIDEO CON LINGUAGGIO NON VERBALE**

SOCIAL PROBABILMENTE POCO ADATTO

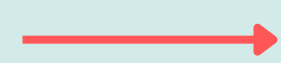
PER LE PARROCCHIE

**SFRUTTARE IL MEZZO  
PER ATTIVITÀ EDUCATIVE**



# WhatsApp

UTILIZZATO UN PO' DA TUTTI



**FUNZIONE INFORMATIVA ATTRAVERSO GRUPPI O BROADCAST**

es. chat per gruppi di catechismo, del coro, del consiglio pastorale, ecc

# PRODURRE CONTENUTI

**CONDIVISIONE DI POST DI INTERESSE DA ALTRE PAGINE ESTERNE ALLA PARROCCHIA**  
(LINK SU FACEBOOK O CONDIVISIONE POST NELLE STORIE INSTAGRAM)

## **CONDIVISIONE DI FOTO**

individuiamo alcune persone che si diletano a fare i fotografi per la parrocchia, che abbiano strumenti adatti (anche se può essere sufficiente un cellulare) a realizzare documentazione fotografica per eventi particolari o ai centri estivi o campeggi con attenzione al controllo luce e alla messa a fuoco

## **REALIZZAZIONE DI VIDEO**

individuiamo alcune persone che si diletano a fare le riprese, in ambienti luminosi, posizionando soggetti non in controluce.

Meglio se utilizziamo un radiomicrofono o un registratore per avere un audio più "pulito"



## **STRUMENTI PER EDITING:**

- YOUTUBE STUDIO
- IN SHOT
- CAP CUT

# PRODURRE CONTENUTI

CREAZIONE DI CONTENUTI CON GRAFICHE ORIGINALI

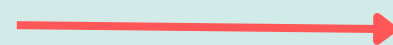


STRUMENTO UTILE:  
CANVA

Cerchiamo di dare coerenza e riconoscibilità ai nostri contenuti grafici, usando colori o font che si ripetono. Adattiamo poi il contenuto della locandina al formato per un post di instagram, per un post o una copertina di facebook o a per una storia.

**È IMPORTANTE PER EVITARE CHE L'IMMAGINE VENGA TAGLIATA!**

**OCCHIO AI DIVERSI FORMATI QUANDO PUBBLICO!**



# PRODURRE CONTENUTI

CREAZIONE DI CONTENUTI CON GRAFICHE ORIGINALI



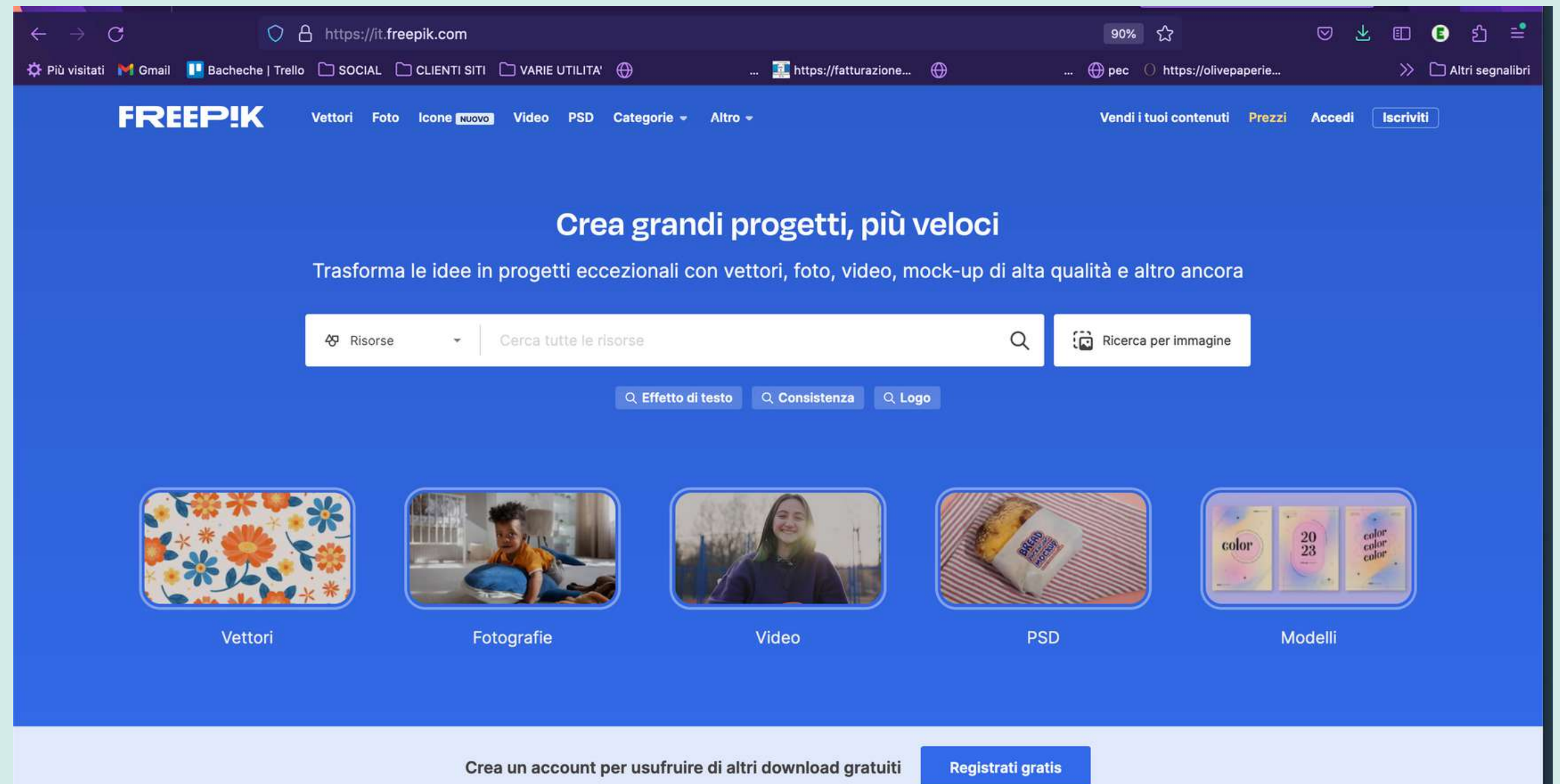
STRUMENTO UTILE:  
CANVA.COM

The screenshot displays the Canva website interface. At the top, there is a navigation bar with the Canva logo, menu items like 'Progetti grafici', 'Lavoro', 'Didattica', 'Piani e prezzi', and 'Apprendimento', and a 'Crea un progetto' button. Below the navigation bar, the main content area features a large purple banner with the text 'Ti presentiamo Strumenti magici'. A search bar is positioned below the banner. Underneath, there are icons for various tools: 'Per te', 'Canva Docs', 'Lavagne online', 'Presentazioni', 'Social', 'Video', 'Stampe', 'Siti web', and 'Altro'. Below the tools, there are tabs for 'Popolari', 'Instagram', 'Facebook', and 'LinkedIn'. The 'Popolari' section shows a grid of template thumbnails, including 'Modifica foto', 'Post Instagram (Quadrato)', 'Post di Facebook (Orizzont...', 'Storia Instagram', 'Stato di WhatsApp', 'Copertina di Facebook', 'Reel Instagram', and 'Video di TikTok'. At the bottom, there are three promotional banners: 'Crea una volta, ridimensiona per qualsiasi piattaforma', 'Pianifica, programma e pubblica da un unico posto', and 'Trasforma l'immaginazione usando Da testo a immagine'.

# PRODURRE CONTENUTI

STRUMENTI UTILI PER OTTENERE IMMAGINI, GRAFICHE O MUSICA **FREE**

- **FREEPIK.COM**
- **PIXABAY.COM**
- **BENSOUND.COM**
- **CATHOPIC.COM**



# PUBBLICARE I CONTENUTI

PER PIANIFICARE LA PUBBLICAZIONE SULLE PIATTAFORME INSTAGRAM E FACEBOOK, META HA MESSO A DISPOSIZIONE **BUSINESS SUITE**

The screenshot displays the Meta Business Suite interface. On the left, a navigation sidebar includes the 'Meta Business Suite' logo (circled in red), the user profile 'Ohana Laboratori...', and menu items: Home, Notifiche, Posta, Contenuti, Strumento di piani..., Inserzioni, Insights, and Tutti gli strumenti. The main content area shows the Facebook page for 'Ohana Laboratorio Grafico', featuring a red wedding invitation post with the text 'TOMMASO & CATERINA' and 'SABATO 12 OTTOBRE 2021 | ORE 11.30'. Below the post, there are buttons for 'Crea post', 'Crea inserzione', 'Crea reel', 'Crea storia', and 'Altro'. A search bar is also present. Underneath the post, a section titled 'Lista delle cose da fare' contains a 'Bozze di post' section with two drafts: one for a product description and another for wedding services.

# PUBBLICARE I CONTENUTI

PER PIANIFICARE LA PUBBLICAZIONE SULLE PIATTAFORME INSTAGRAM E FACEBOOK, META HA MESSO A DISPOSIZIONE **BUSINESS SUITE**

The image shows the 'Crea post' (Create post) interface in Facebook Business Suite. On the left, there are navigation icons for home, notifications, calendar, drafts, insights, messages, and a menu. The main content area is divided into several sections:

- Pubblica su:** A dropdown menu showing 'Ohana Laboratorio Grafico e ohanalaboratorio'. Below it, a section 'Pubblica su Facebook e Instagram' has two checked items: 'Ohana Laboratorio Grafico' and 'ohanalaboratorio'.
- Dettagli del post:** A toggle switch for 'Personalizza il post per Facebook e Instagram' is turned on. Below is a large text input field with a placeholder 'Testo' and a hashtag icon.
- Opzioni di programmazione:** A section titled 'Imposta data e ora' with a toggle switch. It contains two rows for scheduling: one for Facebook and one for Instagram, both set to '4 novembre 2023' at '07:13 PM'.

On the right, a preview window titled 'Anteprima del feed di Facebook' shows a post from 'Ohana Laboratorio Grafico' with the status 'Adesso'. The post content is a placeholder image. At the bottom of the preview, there are interaction buttons: 'Mi piace', 'Commenta', 'Condividi', and a share icon.



# PUBBLICARE I CONTENUTI

PER PIANIFICARE LA PUBBLICAZIONE SULLE PIATTAFORME INSTAGRAM E FACEBOOK, META HA MESSO A DISPOSIZIONE **BUSINESS SUITE**

The screenshot displays the Meta Business Suite interface for content planning. The main area shows a calendar for November 2023, with content items scheduled for various days. The interface includes a left sidebar with navigation options like Home, Notifiche, Strumento di pianificazione, Contenuti, Insights, Posta, Monetizzazione, and Inserzioni. The top right features buttons for 'Crea inserzione' and 'Crea post'. The right sidebar contains sections for 'Obiettivi' (Goals) and 'Metti in evidenza il post' (Pin your post).

**Meta Business Suite** pianificazione  
diario di marketing creando, programmando e gestendo i tuoi contenuti.

Ohana Laboratori...  
Oggi  
novembre 2023  
Tipo di contenuti: Tutti  
Condiviso con: Tutti

Home  
Notifiche  
Strumento di pian...  
Contenuti  
Insights  
Posta  
Monetizzazione  
Inserzioni  
Tutti gli strumenti  
Modifica

29 lun 30 mar 31 mer 1 gio 2 ven 3 sab 4

08:29 Archivate  
17:04 Archivate  
17:50 Archivate  
17:53 Archivate  
18:20 Archivate  
10:42 Archivate  
15:02 Archivate

Obiettivi  
Momenti  
Bozze

Obiettivi  
Imposta un obiettivo, monitora i progressi e scopri consigli utili per il tuo successo professionale.  
Inizia nuovo obiettivo

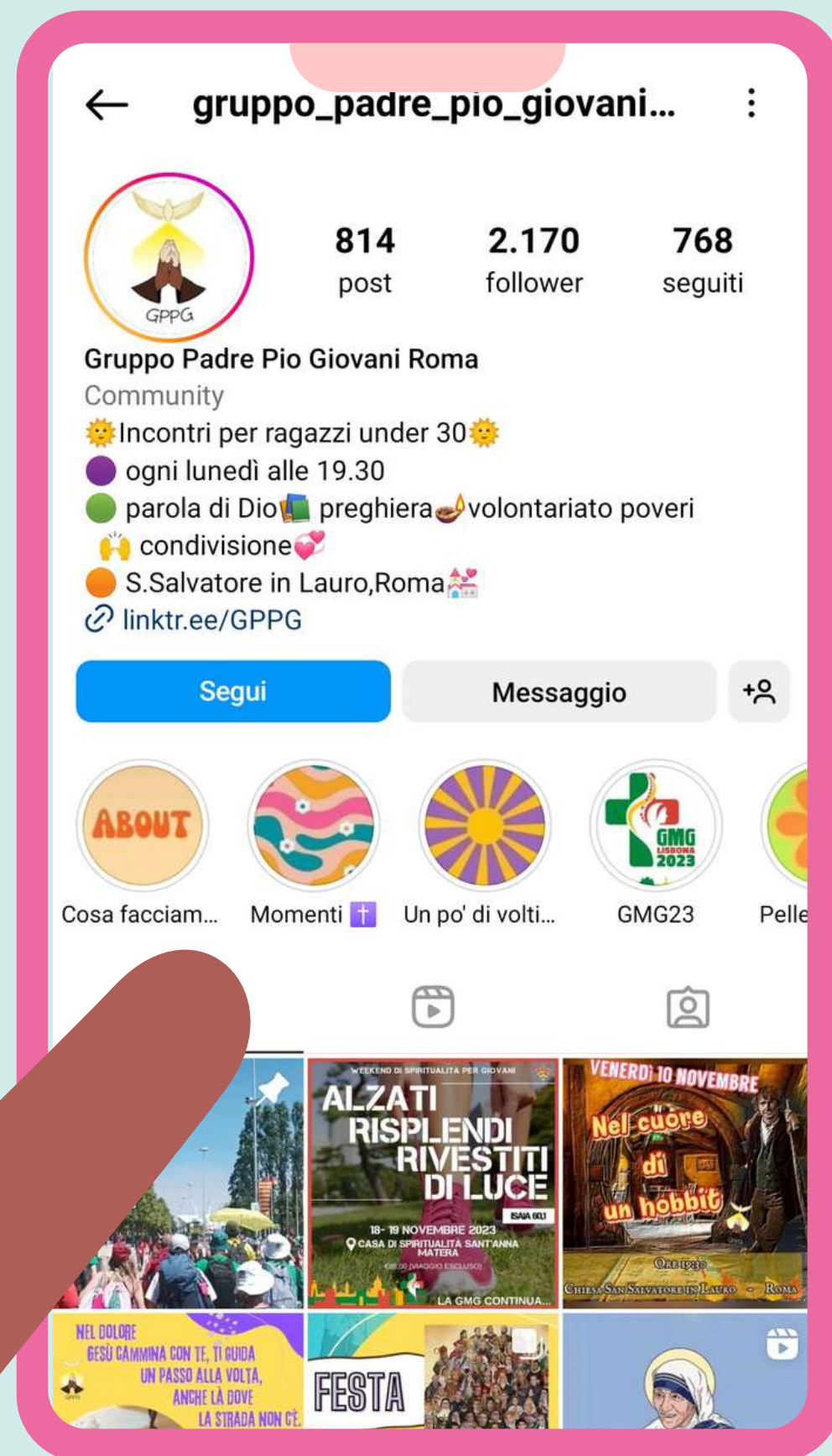
Prendi in considerazione la possibilità di mettere in evidenza un post recente in modo che i gruppi di pubblico che non ti seguono possano vederlo.  
Metti in evidenza il post

# PUBBLICARE I CONTENUTI

PER PIANIFICARE LA PUBBLICAZIONE SULLE PIATTAFORME INSTAGRAM E FACEBOOK, META HA MESSO A DISPOSIZIONE **BUSINESS SUITE**

The screenshot displays the Meta Business Suite interface for content planning. The main window shows a calendar for November 2023, with a post scheduled for Sunday, November 5th at 19:00. A detailed view of the post is shown in the center, featuring a post from 'Ohana Laboratorio Grafico' about a wedding event at Villa Minini. The post content includes the text: 'Domenica 12 novembre vi aspetto insieme ad altri professionisti del settore dei matrimoni e degli eventi a "WEDDING IN FLAIR" nella splendida cornice di Villa Minini. Una giornata interamente dedicata alle future coppie di sposi 2024/2025. Durante la giornata ci saranno 4 appuntamenti speciali... Altro...'. Below the text are two images of wedding invitations and a video thumbnail. A dropdown menu is open over the post, showing options: 'Modifica post', 'Duplica post', 'Riprogramma post', 'Sposta nelle bozze', and 'Elimina post'. The interface also includes a left sidebar with navigation icons, a top navigation bar with 'Crea inserzione' and 'Crea post' buttons, and a right sidebar with 'Obiettivi', 'Momenti', and 'Bozze' sections.

# CONSIGLI UTILI

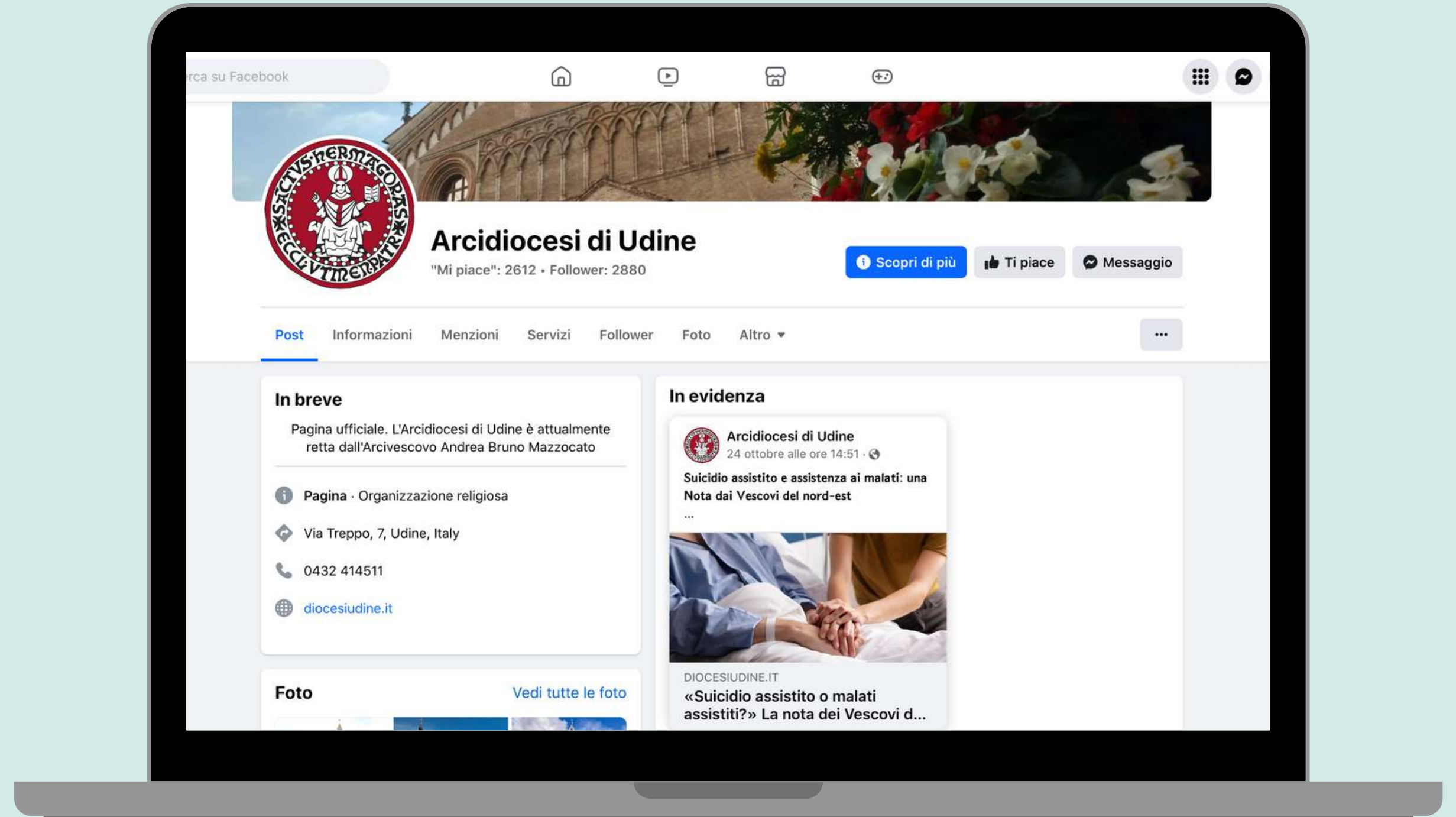


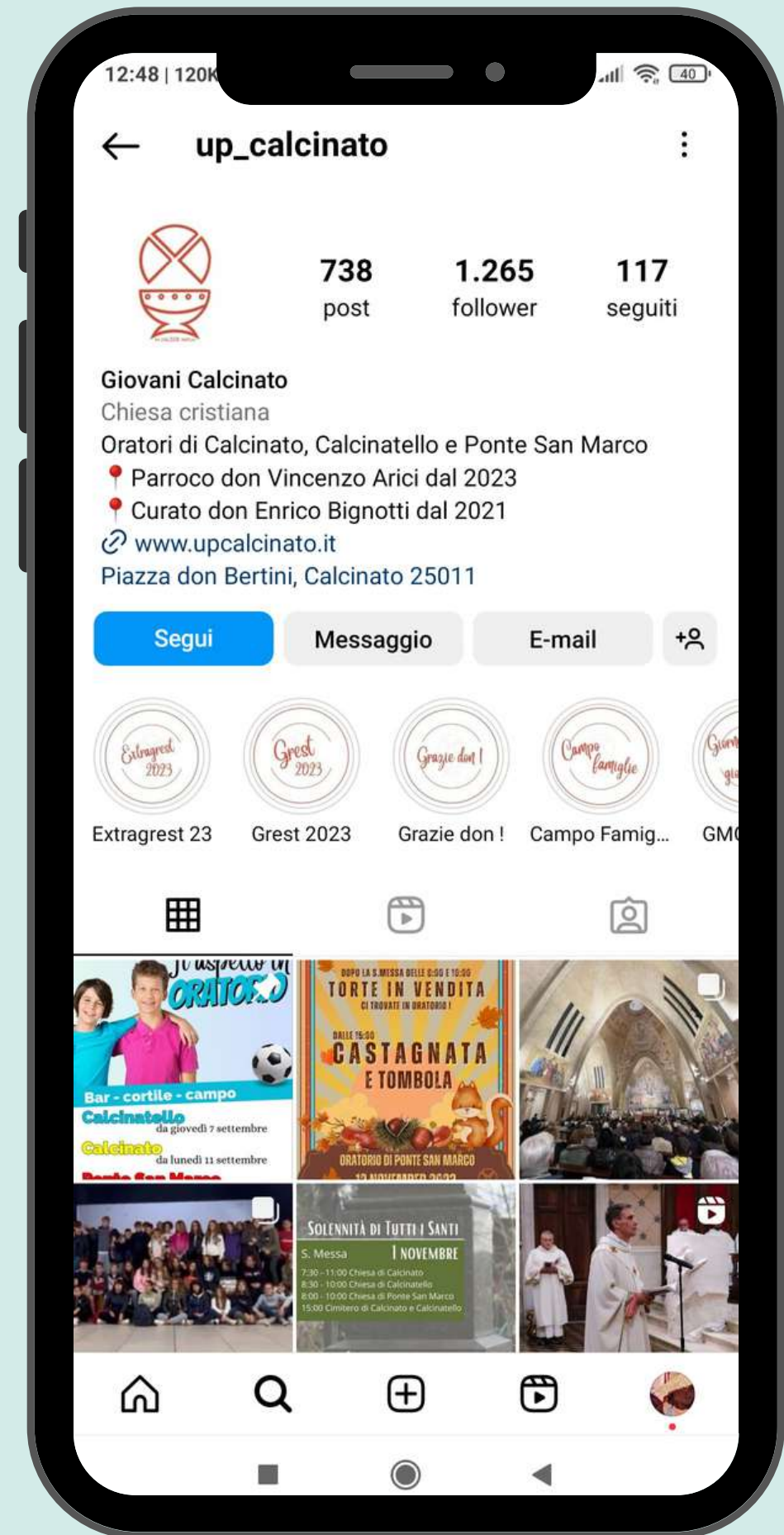
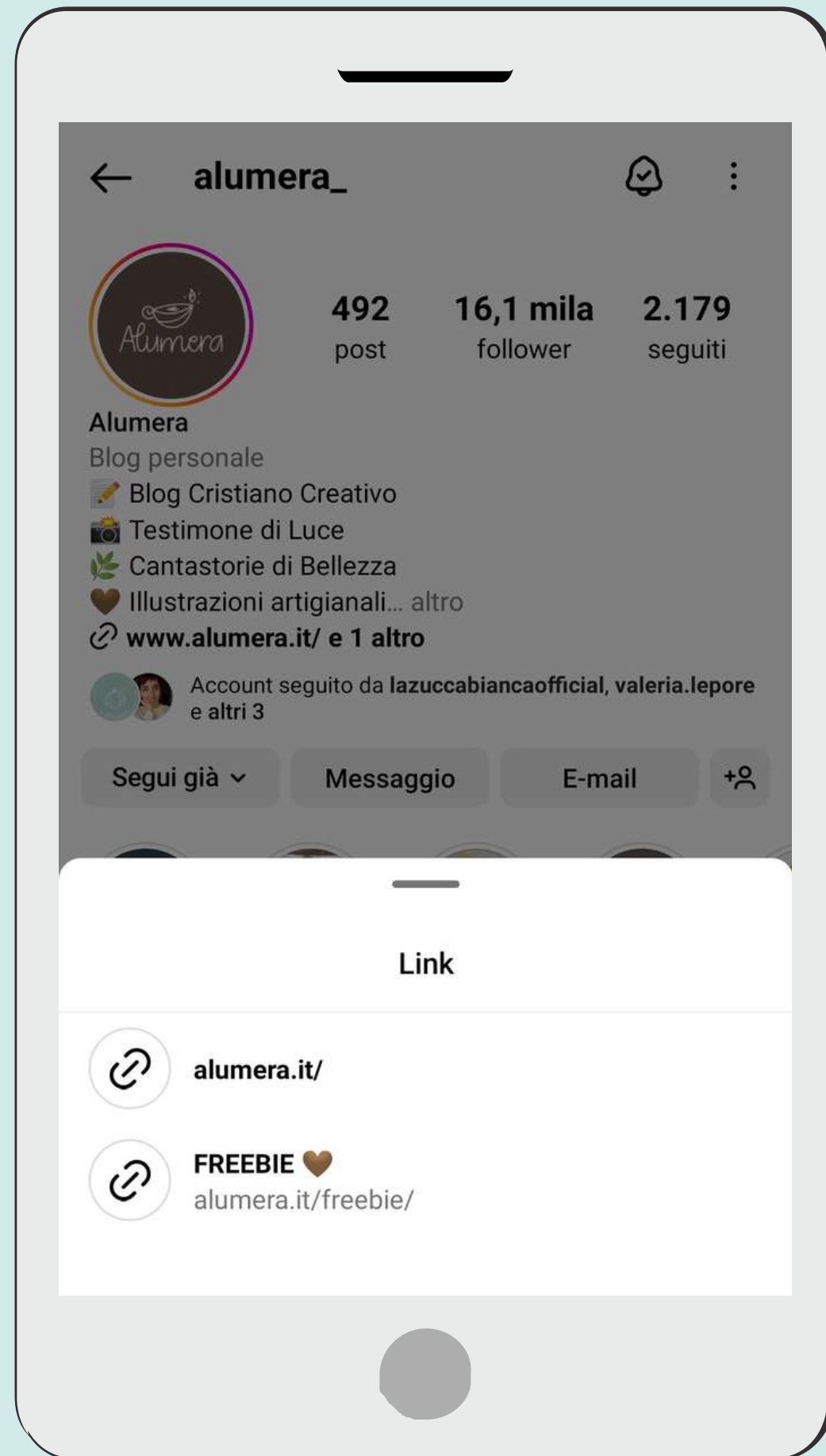
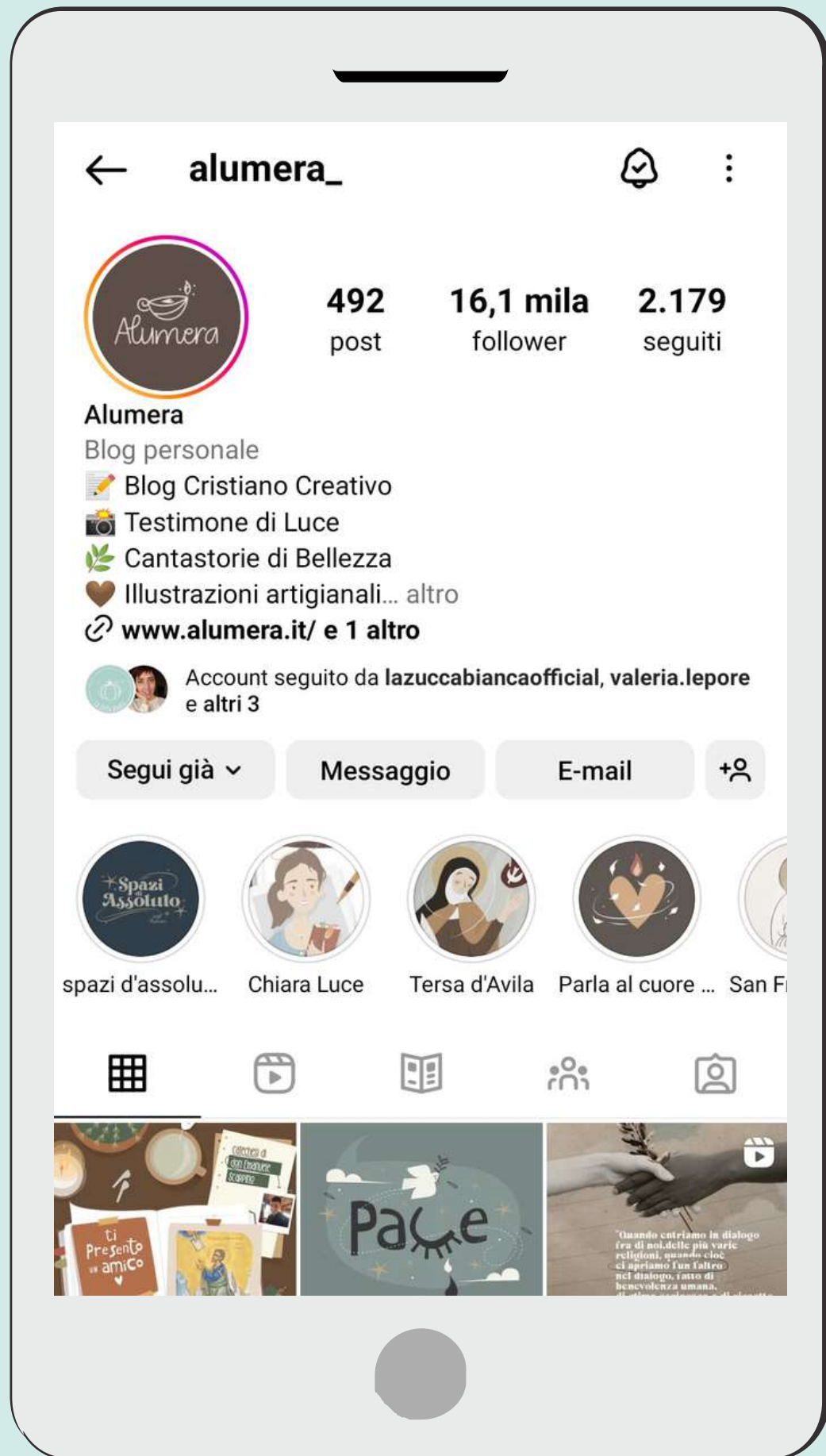
**QUANDO APRIAMO LA NOSTRA PAGINA FACEBOOK O INSTAGRAM RICORDIAMOCI DI COMPILARE LA PARTE RELATIVA I CONTATTI IN MODO COMPLETO:**

in questo modo chi ci cerca e ci segue, avrà già alcune informazioni e riferimenti a cui rivolgersi.

**SU INSTAGRAM SCRIVIAMO UNA BIO CHIARA SFRUTTANDO ANCHE LA POSSIBILITÀ DI INSERIRE FINO A 3 LINK UTILI**

**SFRUTTIAMO LA POSSIBILITÀ DI SALVARE LE STORIE IN EVIDENZA DIVIDENDOLE PER ARGOMENTI.**





# SPUNTI PER NOTIZIE DA CONDIVIDERE

---

## ARCIDIOCESI DI UDINE

### Facebook:

Arcidiocesi di Udine

La Vita Cattolica

Radio Spazio

Pastorale giovanile Arcidiocesi di Udine

Catechisti Arcidiocesi di Udine

Scuola di Politica ed Etica Sociale (SPES)

Museo diocesano e Gallerie del Tiepolo

Seminario Interdiocesano "San Cromazio" di Gorizia-Trieste-Udine

### Twitter:

Arcidiocesi di Udine

SPES

Pastorale giovanile Udine

La Vita Cattolica

### Instagram:

Pastorale giovanile Udine

La Vita Cattolica

SPES

Seminario interdiocesano

### YouTube

Arcidiocesi di Udine

Pastorale giovanile Udine

SPES

---

### [www.paroleostili.it](http://www.paroleostili.it)

Parole O\_Stili ha l'ambizione di ridefinire lo stile con cui le persone stanno in Rete, vuole diffondere l'attitudine positiva a scegliere le parole con cura e la consapevolezza che **le parole sono importanti.**

# ADESSO TOCCA A VOI!

---

[WWW.DIOCESIUDINE.IT/SITI-WEB-PARROCCHIALI/](http://WWW.DIOCESIUDINE.IT/SITI-WEB-PARROCCHIALI/)

