



LUMSA
HUMAN
ACADEMY
FONDAZIONE LUIGIA TINCANI



Caritas
Italiana
organismo pastorale della CEI



Corso di formazione “La comunicazione della carità in rete e nella Rete. Competenze per i social media e AI” (60 Ore)

1. Premessa e obiettivi formativi specifici

Il Corso si configura come una formazione mirata a fornire le competenze essenziali per comunicare efficacemente i temi della testimonianza della carità nell’attuale contesto informativo, profondamente permeato dai linguaggi dei social media e dall’AI.

La sfida centrale del percorso è di trasmettere le chiavi di lettura e gli strumenti necessari per poter preparare responsabili e addetti alla comunicazione che siano in grado di progettare attività di informazione, comunicazione e *fundraising*. Una sfida particolarmente cruciale perché l'accoglienza, il dialogo e il sostegno delle attività di ascolto – tematiche proprie del “bene” – appaiono spesso in controtendenza rispetto ai contenuti che generano la viralità nell'ambiente digitale.

2. Struttura dei contenuti e integrazione pratica laboratoriale

L'architettura didattica è concepita per bilanciare l'approfondimento teorico con l'applicazione pratica laboratoriale. Durante il percorso didattico-formativo articolato in 60 ore di lezione, i partecipanti saranno chiamati a lavorare su un *case study* specifico (ad esempio, la presentazione di un Rapporto di particolare rilevanza già pubblicato e presentato da Caritas Italiana), sviluppando a gruppi un piano di comunicazione integrato come output finale del corso da presentare alla direzione di Caritas Italiana.

3. Contenuti da sviluppare

3.1 La mission di Caritas Italiana

Si parte dalla radice identitaria, analizzando la mission e la vision di Caritas Italiana per definire il perimetro comunicativo. Questo modulo non è solo informativo, ma è il filtro etico, il benchmark di riferimento dei partecipanti al corso quando saranno chiamati a lavorare su temi sensibili. Si stabiliranno i principi guida per un linguaggio che sappia raccontare la povertà e l'inclusione con dignità e *auctoritas*, evitando la spettacolarizzazione, la polarizzazione e l'uso improprio delle immagini.

3.2 *La risonanza della carità nel contesto cattolico*

Questa sezione approfondirà l'impatto della comunicazione etica e valoriale, analizzando come il Magistero e la Dottrina Sociale della Chiesa, [come ha esortato Papa Leone XIV](#), possa purificarla da aggressività e odio e a renderla capace di dare voce ai poveri e affrontare le sfide contemporanee. "C'è una domanda crescente di Dottrina Sociale della Chiesa a cui dobbiamo dare risposta" e una comunicazione "capace di ascolto, di dare voce a chi non ha". Verrà esaminato il processo di trasformazione dei dati e dell'intervento sociale in storie che non solo informano, ma mobilitano le coscienze, collegando il messaggio cristiano alla pratica della solidarietà.

3.3 *Fondamenti teorici e progettazione strategica*

I contenuti teorici sono essenziali per la progettazione efficace delle attività di comunicazione. Partendo dai modelli classici, si sposterà l'attenzione sulla comunicazione come processo relazionale, cruciale per il terzo settore. Le sessioni si concentreranno sulla traduzione della missione in obiettivi specifici e sulla comprensione dei meccanismi di ricezione del messaggio. Sarà inoltre cruciale trattare i principi di trasparenza, responsabilità e governance nella gestione della reputazione e nella comunicazione di crisi.

3.4 *Strumenti digitali e competenze per i social media*

Questo nucleo tematico fornirà le competenze per i social media e AI. Le lezioni si concentreranno sull'acquisizione di conoscenze tecniche e strategiche.

Gli approfondimenti verticali saranno orientati, in particolare, a *Instagram*, *TikTok* e *WhatsApp*: un approccio alla narrazione visuale breve e autentica (Reel e Stories) per intercettare i pubblici più giovani e veicolare messaggi di solidarietà e advocacy. Un approfondimento ad un uso strategico della messaggistica diretta per il coinvolgimento della base, l'organizzazione della comunicazione interna e la gestione delle comunità di volontariato.

Sviluppo del piano editoriale: sviluppo di un calendario e di contenuti multicanale che armonizzino i diversi linguaggi digitali.

3.5 *AI, innovazione e Intelligenza relazionale*

Un modulo si concentra sull'innovazione e l'etica nell'AI. Verranno esplorate le potenzialità dell'AI generativa per la produzione e diffusione di contenuti scritti, video, di immagini e audio. Parallelamente, verrà sviluppata una riflessione critica sull'etica dell'AI e sul rischio del bias, ponendo come contrappeso necessario il concetto di *Intelligenza Relazionale* (cfr.

111. Antiqua et nova). La tecnologia deve essere vista come uno strumento che esalta la capacità umana di costruire legami, che è la vera essenza della missione Caritas.

Le sessione finale in presenza sarà dedicata alla finalizzazione del piano di comunicazione del *case study* selezionato, integrando l'uso etico dell'AI nella proposta strategica.

L'intersezione tra le competenze digitali avanzate e la preparazione specifica sui temi "del bene" è la chiave per formare addetti alla comunicazione capaci di sostenere e amplificare in modo innovativo la testimonianza della carità in rete e nella Rete.

Requisiti di ammissione

Diploma di scuola secondaria di secondo grado di durata quinquennale ed esperienza maturata in Uffici Caritas diocesani o a livello nazionale ed europeo.

Destinatari

Il Corso è destinato ai **giovani U30** principalmente ai diplomati e laureati che abbiano maturato un'esperienza pregressa in ambito Caritas.

Per candidarsi, inviare una mail a youngcaritas@caritas.it con il proprio CV entro il 27 febbraio 2026.

Durata

Le lezioni saranno fornite in modalità *blended* con **tre incontri in presenza e lezioni a distanza** attraverso una piattaforma dedicata che consentirà di lavorare in gruppi per i laboratori organizzati per l'uso dell'intelligenza artificiale generativa per la produzione e diffusione di contenuti video, di immagini e audio.

Le 60 ore complessive di lezione si svolgeranno dal 13 marzo 2026 al 30 maggio 2026 e saranno così ripartite: venerdì h 14.00-18.00, sabato h 9.00-13.00. Erogazione a distanza con 3 incontri in presenza a Roma (**13-14 marzo | 10-11 aprile | 29-30 maggio**).

Attestato rilasciato

Attestato di frequenza della LUMSA Human Academy e Caritas Italiana al Corso in *La comunicazione della carità in rete e nella Rete. Competenze per i social media e AI*. Il conseguimento è subordinato alla frequenza non inferiore all' 80% delle lezioni e al superamento della prova finale.



LUMSA
HUMAN
ACADEMY
FOUNDAZIONE LUIGIA TINCANI



Caritas
Italiana
organismo pastorale della CEI



Direttore

Prof. Fabio Bolzetta, giornalista, docente a contratto in *Diritto della Comunicazione* e in *Giornalismo televisivo* presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione, Marketing e Digitale Media dell'Università Libera Maria SS. Assunta (LUMSA) di Roma.

Coordinatore scientifico

Luca Servidati, Ph.D., *YOUNGCaritas*.

Sede e struttura

LUMSA Human Academy – Fondazione Luigia Tincani
Via G.G. Belli n. 86
00193 Roma

Presidente LUMSA Human Academy – Fondazione Luigia Tincani

Prof. Stefano Zamagni, Presidente della *Pontificia Accademia delle Scienze Sociali*, già Presidente dell'*Agenzia per il Terzo Settore* e Preside della Facoltà di Economia, Università di Bologna Alma Mater Studiorum