

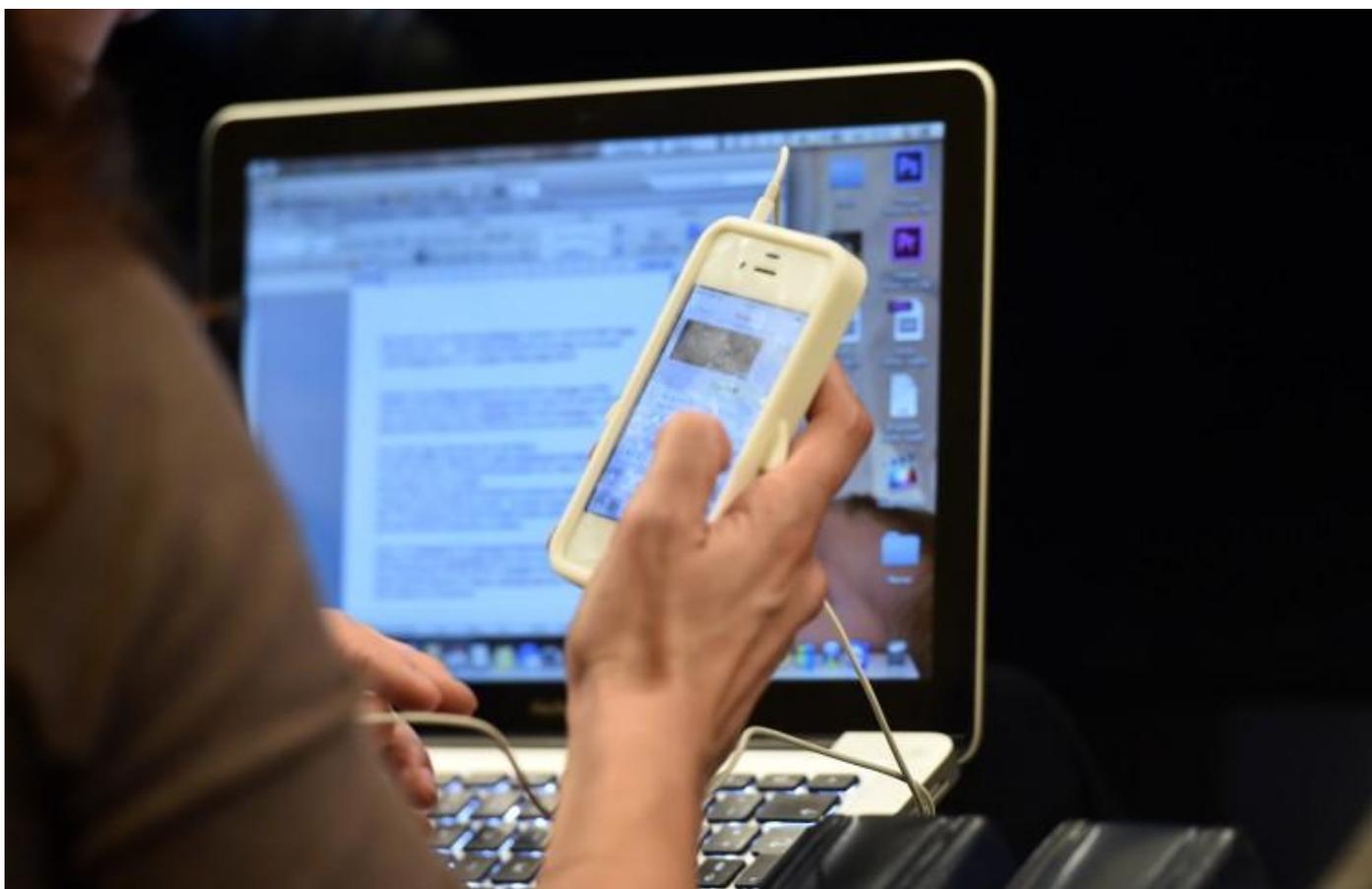
COMUNICAZIONE

# Media vaticani. Il processo di riforma in una ricerca della Luiss

1 settembre 2017

Sergio Perugini

Il Sir ha incontrato in anteprima i curatori di uno studio per la Segreteria della Comunicazione sulla Riforma dei media della Santa Sede. Intervista a Paolo Peverini e Simona Romani, del Centro di Ricerca X.Ite della LUISS "Guido Carli"



Sarà presentata lunedì 4 settembre, alle ore 10.00, nella Sala delle Colonne dell'Università Luiss "Guido Carli" (Viale Pola 12, Roma), la ricerca "Comunicazione e tecnologia: modelli e casi di intermedialità dinamica" elaborata dal Centro di ricerca X.Ite della Luiss per la Segreteria della Comunicazione della Santa Sede. Uno studio sulla riforma del sistema dei media della Santa Sede, voluto da mons. **Dario Edoardo Viganò**, prefetto del Dicastero vaticano.

Lunedì 4 settembre riveleranno i risultati di questo lavoro **Simona Romani** e **Paolo Peverini**, docenti Luiss e coordinatori del progetto, che il Sir ha intervistato in anteprima.

Con Peverini e Romani faranno parte del panel dei relatori Filippo Ungaro (direttore comunicazione Save the Children Italia), Marco Bardazzi (direttore comunicazione esterna Eni), Giuditta Gandus (responsabile comunicazione Fondazione Umberto Veronesi) e Kevin Lane Keller (Tuck School of Business at Dartmouth, USA), nonché Paolo Legrenzi (presidente X.Ite Luiss) e Michele Costabile (direttore X.Ite Luiss). Le conclusioni saranno affidate a mons. Viganò.



Paolo Peverini e Simona Romani

### **Peverini e Romani, com'è nata la collaborazione tra il Centro di ricerca della Luiss e la Segreteria per la Comunicazione?**

La Segreteria per la Comunicazione ha coinvolto il neonato centro di ricerca su comportamenti e tecnologie, in un progetto di ricerca diretto ad approfondire aspetti rilevanti nel processo di riforma dei media vaticani in corso. In particolare spiccano temi associati all'integrazione delle tecnologie e dei media digitali nel tradizionale ecosistema di comunicazione tipico della Santa Sede. Lo studio è il risultato di un lavoro preliminare svolto dal team di ricercatori di X.Ite da noi coordinato, insieme al prefetto della Segreteria per la Comunicazione, mons. Dario Edoardo

Viganò, e diretto a identificare gli specifici bisogni di "conoscenza" associati al processo di riforma in atto. In particolare, sono stati considerati centrali aspetti relativi alla identificazione delle nuove audience, all'integrazione della comunicazione e all'impatto delle nuove tecnologie su produzione e distribuzione di contenuti.

### **Quali sono le direttrici della ricerca? Quali i nuovi modelli di comunicazione integrata?**

Il progetto di ricerca ha avuto una durata di un anno e mezzo e si è articolato in quattro fondamentali momenti. Anzitutto, l'analisi del recente studio scientifico e applicato disponibile in tema di comunicazione integrata delle organizzazioni e di trasformazione digitale. La ricerca ha preso in considerazione i modelli più rilevanti e attuali disponibili nelle discipline di marketing, media studies e semiotica. Secondo, l'analisi di *benchmarking* diretta a identificare una serie di organizzazioni di rilevanza internazionale impegnate in un processo di integrazione e trasformazione digitale della comunicazione e caratterizzate da diversi livelli di analogia (bassa, media, alta) rispetto alla Segreteria per la Comunicazione. Terzo, un *multiple case study* basato su una serie di interviste con *key informant* all'interno delle sei organizzazioni selezionate. Ultimo punto, l'analisi qualitativa idiografica e *cross case* del materiale raccolto, al fine di arrivare all'identificazione di una serie di temi-chiave in grado di rappresentare l'evoluzione della comunicazione integrata nel contesto dei media tradizionali e digitali.

### **Nello studio da voi coordinato viene fatto anche un inedito e originale lavoro di analisi comparativa con importanti realtà come Disney, Eni, New York Times, The White House, Save the Children e Fondazione Veronesi. Per quale motivo? Quali sono i risultati che potete anticipare?**

Le organizzazioni interessate nell'analisi comparativa non solo rappresentano, nei loro rispettivi contesti di appartenenza, casi di eccellenza su temi relativi alle modalità innovative di comunicazione con i pubblici di riferimento, ma soprattutto hanno in comune con la Segreteria per la Comunicazione il fatto di essere da anni seriamente impegnate in un

**processo complesso**

di integrazione del loro modo di comunicare. Un processo recentemente reso ancora più interessante dalle potenzialità offerte dai media digitali nonché dalle nuove modalità di consumo di contenuti da parte delle audience.

***La nostra ricerca mostra come l'integrazione della comunicazione sia un fenomeno stratificato e dinamico che passa per tre principali direttrici: a) nuove forme di dialettica con i vari pubblici dell'organizzazione; b) la traduzione dell'orientamento strategico dell'organizzazione in forme di racconto autentiche ed emozionalmente ricche; c) la distribuzione dei contenuti sui vari media nel rispetto di logiche di coerenza, complementarità, interazione e sinergia.***

Ognuna di queste direttrici presenta poi diverse sottodimensioni rilevanti da approfondire e attivare durante il processo di comunicazione. Nello specifico, dalla nostra ricerca emerge in maniera chiara un ruolo centrale svolto dalla produzione strategica di contenuti. Sebbene sempre più spesso venga enfatizzato il ruolo delle tecnologie, da tutti i casi studiati emerge come le forme più innovative ed efficaci di comunicazione integrata nascono da un superamento di una visione tecno-deterministica.

**Come sta procedendo, dunque, il grande processo di ripensamento e rinnovamento dei media della Santa Sede, operato dalla Segreteria per la Comunicazione? E quale apporto garantirà tale lavoro di ricerca?**

***Il processo di riforma, nei limiti di quanto abbiamo visto durante il periodo di indagine, procede in maniera strutturata e in accordo con una visione strategica di cambiamento di lungo periodo.***

Ci auguriamo che il progetto di ricerca, attraverso evidenze teoriche e pratiche, possa supportare attivamente il lavoro in progress. Al tempo stesso, possiamo sicuramente affermare, come ricercatori, che l'esperienza di lavoro con la Segreteria per la Comunicazione della Santa Sede potrà essere in grado di fornire una serie di interessanti spunti sia teorici che pratici al dibattito internazionale in corso sui temi di integrazione della comunicazione. Riteniamo che il rigore scientifico con cui abbiamo affrontato questo progetto ci abbia permesso di produrre un risultato che non solo sia "attivabile" da parte della Segreteria per la Comunicazione, ma che possa anche contribuire a integrare la teoria esistente su questa materia.

---

Argomenti

COMUNICAZIONE

COMUNICAZIONI SOCIALI

MEDIA

SOCIAL MEDIA

SOCIAL NETWORK

TECNOLOGIA

Persone ed Enti

DARIO EDOARDO VIGANÒ

SEGRETERIA PER LA COMUNICAZIONE

UNIVERSITÀ LUISS

Luoghi

ROMA

---

1 settembre 2017

© Riproduzione Riservata

**Società per l'Informazione Religiosa - S.I.R. Spa** — Copyright © 2017 - P.Iva 02048621003 - Via Aurelia 468 · 00165 Roma  
- tel. 06.6604841 · fax 06.6640337

