

**ELENCO ABSTRACT DEI COMUNICATORI al  
VIII Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

Cognome, Nome	Titolo comunicazione	Giorno e ora	Aula
<b>Benvenuto, Paolo</b>	<i>Cathopedia, una traduzione nel linguaggio wiki del Catechismo della Chiesa Cattolica che ben prepara l'Anno della Fede</i>	16/04/2012 15:00	A101

Oggi più che mai chi cerca informazioni sulla Chiesa Cattolica e sulla sua dottrina le cerca sul web. Un buon piazzamento nei motori di ricerca è indispensabile per arrivare a molti e far conoscere il messaggio di Cristo e della Chiesa. Ma non basta aver contenuto ottimo per arrivare in testa ai risultati di ricerca, occorre sfruttare anche i meccanismi di SEO (Search Engine Optimization). Cathopedia, l'enciclopedia cattolica sul web, grazie all'uso del software mediawiki (quello di Wikipedia), ha la possibilità di buoni piazzamenti tra i risultati di ricerca. Cathopedia ha tra i suoi principi il 'punto di vista cattolico', e si propone di esporre in forma enciclopedica ciò che la Chiesa è, ha vissuto e vive. A livello dottrinale vuol essere una traduzione nel linguaggio wiki del contenuto del Catechismo della Chiesa Cattolica, la cui promozione è tra i punti fermi dell'Anno della Fede che inizierà a breve. La modalità wiki arricchisce di un notevole valore aggiunto l'enciclopedicità del contenuto, poiché permette al lettore/navigatore di spostarsi facilmente e di seguire la linea di approfondimento che gli interessa. Cathopedia, presente in lingua italiana con quasi 10.000 voci, e con una struttura aperta all'internazionalizzazione, ambisce a diventare il punto di riferimento non istituzionale per la conoscenza della Chiesa Cattolica e di tutto ciò che la riguarda.

<b>Chinchilla Abadias, Alberto</b>	<i>Benedicto XVI en Barcelona 2010. Efecto 2.0 en un evento religioso</i>	16/04/2012 15:30	A101
------------------------------------	---	---------------------	------

Un mes antes del viaje del Santo Padre a la ciudad condal se respiraban aires de polémica y negatividad en la opinión pública de Catalunya. Buena parte del debate se centró en los costes que suponía para el pueblo catalán la visita del Papa, en un momento de crisis económica. Y analizando aquel momento y clima de tensión, un grupo de jóvenes profesionales de la comunicación decidimos implicarnos personalmente y darle la vuelta a algunas de las falacias que se habían difundido. Queríamos dar a conocer a los catalanes y españoles de la importancia de la visita de Benedicto XVI, y explicar los beneficios, también económicos, que iba a suponer la visita del Papa para nuestra sociedad y para nuestra economía tan devaluada, ya por aquel entonces. Papel en mano y estrategia en mente empezamos a plasmar cuál sería nuestra hoja de ruta durante aquel mes de octubre y parte de noviembre. Teníamos poco tiempo por lo que necesitábamos ser eficaces en cada una de nuestras acciones. Necesitábamos un slogan lo mayor cercano y social "Comparte tu alegría", también una imagen (qué después pasó a ser Avatar en las redes sociales), un mensaje "Welcome to BCN B16", un vídeo emotivo para preparar la llegada del Santo Padre. Además, también necesitábamos una web o weblog donde ir informando de todo lo que acontecía alrededor de la visita, que se llamó "El Papa en Barcelona". Por otro lado, comenzamos a trabajar las redes sociales para crear mensajes positivos y difundirlos entre la comunidad 2.0...! A pesar de las polémicas previas, la visita de Benedicto XVI fue un éxito eclesial y social. Algunos medios de comunicación señalaron que se trató del evento más positivo para la ciudad tras los Juegos Olímpicos de Barcelona (así lo leí en La Vanguardia) y todavía hoy se percibe el impacto de aquella visita en el aumento de turistas de todo el mundo que llegan a la ciudad condal para conocer el templo de Gaudí consagrado por Benedicto XVI.  
<http://elpapaenbarcelona.wordpress.com/>

<b>Díaz Dorronsoro, Txema - González Barros, Santiago - Pout Lezaun, Rodrigo - Villacampa Guardia, Francisco</b>	<i>Claves para comunicar con claridad a través de Internet</i>	16/04/2012 16:00	A101
--	--	---------------------	------

La inmediatez, el atractivo visual y la conexión permanente son tendencias cada vez más presentes en el nuevo entorno multimedia de Internet. Las páginas webs católicas se encuentran ante el reto de comunicar la fe en un nuevo escenario, cambiante y con una pluralidad de soportes cada vez mayor (tabletas, móviles, webs tradicionales...). Para transmitir con claridad su mensaje han de centrarse especialmente en tres ejes: el diseño, las redes sociales y repensar la forma de producir contenidos. Los diseños actuales han de tener una estética cuidada, ordenada, simple y que permita una fácil navegabilidad. Todos los elementos de la página han de invitar al usuario a gastar su tiempo navegando por ella, ofreciendo unos contenidos atractivos. En muchas ocasiones las páginas web son para ver contenidos, más que para leerlos. Estos contenidos han de elaborarse teniendo presente al público al que se dirigen, y las redes sociales nos permiten definir con claridad el perfil de nuestros usuarios. Así, el mensaje que queremos comunicar no es un conjunto de ideas que pueden servir para todos los públicos, sino ideas concretas para públicos diversos, que reclaman distintos enfoques por la pluralidad de sus intereses. Por ello resulta imprescindible una activa comunicación a través de las redes sociales, que apueste por la conversación a través de los diversos canales de participación como Facebook, Twitter, Youtube, etc. Saber adaptarse a cada red social y conocer su funcionamiento antes de transmitir nuestro mensaje es de vital importancia. El objetivo de nuestra ponencia es presentar una plantilla que sirva a las webs relacionadas con la Iglesia como herramienta para auditar y mejorar sus propios

**ELENCO ABSTRACT DEI COMUNICATORI al  
VIII Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

Cognome, Nome	Titolo comunicazione	Giorno e ora	Aula
proyectos.			
<b>Narbona, Juan</b>	<i>Una propuesta de análisis: el "Online Communication Model"</i>	16/04/2012 16:30	A101
<p>En 2003 se propuso el Website Communication Model (WCM) como marco teórico para analizar páginas webs de instituciones. Desde entonces, Internet ha experimentado una evolución que se refleja principalmente en su uso. Los Social Media, espacios de participación e interactividad entre usuarios, se han convertido en el espacio de diálogo. También las instituciones pueden intervenir en ese debate. Por eso, la comunicación institucional se lleva a cabo en ambos espacios. Una vez asentado este modelo de comunicación en Internet, se ha replanteado el WCM para que responda al nuevo escenario. Así, será necesario analizar tanto el entorno corporativo (es decir, el website oficial de la entidad) y el entorno público (canales oficiales en los Social Media donde el debate es abierto). Con todo, la comunicación de una entidad en ambos entornos deben responder a un mismo plan informativo, ya que la identidad y la misión son –deben ser– válidas para los dos entornos. En la ponencia se presenta el Online Communication Model (OCM), evolución del WCM. Del modelo anterior, mantiene el análisis de la página web individuando sus cuatro componentes y actores principales: contenidos y servicios, herramientas de accesibilidad, promotores y usuarios. La principal novedad del OCM es la propuesta de un análisis del entorno corporativo que, teniendo en cuenta los cuatro elementos mencionados, los aplica a los Social Media y expone cómo la entidad persuade, promueve el uso e interactúa con el público.</p>			
<b>Padula, Massimiliano</b>	<i>Fabbricare e integrare la comunicazione. L'esperienza dell'Ufficio Comunicazione e Stampa della Pontificia Università Lateranense</i>	16/04/2012 15:00	A102
<p>Un'università è un'organizzazione complessa. Gravita in un contesto complesso, dinamico e imprevedibile. Interagisce con interlocutori complessi, difformi e a volte sconosciuti. Un'università necessita di leve strategiche all'avanguardia per raggiungere i suoi obiettivi e dare senso alla sua missione. Tra queste, la comunicazione intesa come un processo generativo e integrato che ingloba differenti issues e attori che si toccano ma possono anche distanziarsi. Negli ultimi due anni la Pontificia Università Lateranense ha tracciato, attraverso il suo Ufficio Comunicazione e Stampa, le linee per un'azione comunicativa generativa e integrata (che spazia dalle classiche media relations alla comunicazione interna e di marketing fino alla comunicazione web 2.0) finalizzata alla creazione di una corporate identity quanto più corrispondente alla dimensione di un'istituzione secolare come quella che "a titolo speciale" è l'Università del Papa. La "Comunicazione del Convegno" introdurrà, nella prima parte, il concetto di comunicazione organizzativa tout court provando a dimostrare come la comunicazione ecclesiale possa mutuarne gli elementi fondamentali soprattutto in una contemporaneità digitale dove gli strumenti sono sempre più disponibili. Nella seconda parte, illustrerà i progetti concretizzati e in itinere dell'Ufficio Comunicazione e Stampa della Pontificia Università Lateranense.</p>			
<b>Cole, Eileen</b>	<i>World Youth Day Communications Officers. Generating Joyful Noise Amidst the Social Media Networks</i>	16/04/2012 15:30	A102
<p>The Catholic Communications Network (CCN) - the media arm of the Catholic Bishops' Conference of England and Wales gave media training to 70 young people throughout England and Wales to prepare them as media correspondents for Madrid11 World Youth Day. News and social media professionals delivered the training programme which equipped the young Communications Officers to generate "joyful noise" amidst the social media networks and to create content which would appear on a plethora of different media platforms. See the fruits of both their work and what they gained personally from the training.</p>			
<b>Doherty, Margaret</b>	<i>World Youth Day Communications Officers. Generating Joyful Noise Amidst the Social Media Networks</i>	16/04/2012 15:30	A102
<p>The Catholic Communications Network (CCN) - the media arm of the Catholic Bishops' Conference of England and Wales gave media training to 70 young people throughout England and Wales to prepare them as media correspondents for Madrid11 World Youth Day. News and social media professionals delivered the training programme which equipped the young Communications Officers to generate "joyful noise" amidst the social media networks and to create content which would appear on a plethora of different media platforms. See the fruits of both their work and what they gained personally from the training.</p>			
<b>Lee, Katrina</b>	<i>Strategies for Improving the Impact of Church Websites. The case of Xt3</i>	16/04/2012 16:00	A102
<p>This synopsis will look at a website called Xt3 – Social Network of the Archdiocese of Sydney. Xt3 stands for 'Christ in the Third Millennium'. It was launched in June 2008 for pilgrims attending Word Youth Day. As a social network connecting pilgrims before, during and after WYD08, it was extremely successful. Xt3.com was named Best Website for a Publication at the last annual Australian Catholic Press Association Awards for</p>			

**ELENCO ABSTRACT DEI COMUNICATORI al  
VIII Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

Cognome, Nome	Titolo comunicazione	Giorno e ora	Aula
<p>Excellence. Since its launch, Xt3 has been consistently one of the most popular Catholic websites, with 70,000 registered members, approximately 150,000 pageviews per month, over 1 million unique visitors from 216 countries to date, and selling over 1000 mobile applications (for example Advent and Lent calendars). Following WYD08 we decided the network should shift emphasis to a content-driven website to provide authentic, genuine information in a youth friendly online environment. We developed a series of strategies for achieving our goals, that will be show in a video presentation. We will also provide feedback and comment from user as well as priests and Bishops of the Archdiocese and the Archbishop, Cardinal George Pell. The website supports the Holy Father's view of world communications, which embraces new technologies, new relationships, and promotes a culture of respect, dialogue and friendship, in an environment promoting truth and authenticity of life in the digital age. Xt3 reinforces the 2012 Message for World Communications Day, in which the Holy Father calls for authentic questions, reflection and contemplation. Xt3 is not standing still. There are some exciting plans for the near future including xt3 TV.</p>			
<b>Convery, Ronnie</b>	<i>Duc in Digital Altum</i>	16/04/2012 16:30	A102
<p>A practical guide for Church communicators outlining the challenges, experiences and responses of the Archdiocese of Glasgow's experiment with the use of Facebook, Twitter, Flickr and YouTube. The session will offer tips and advice for those considering launching services using the new media. Based on the operation of a medium sized Scottish Archdiocese the aim is to provide a series of "golden rules" to maximise the Church's impact on an ever-growing section of society - the Facebook generation for whom information, advice and communication is delivered via laptops, smartphones and tablets.</p>			
<b>Tremols Garanger, Fina - Benguria Roca, Ignasi - Camey, Carmen - Escauriaza Escudero, Ana</b>	<i>Comunicar la fe: reframing y media training</i>	16/04/2012 15:00	A105
<p>La Iglesia cuenta con un mensaje extraordinario, y tiene encomendada la tarea de comunicarlo. La revolución de las nuevas tecnologías y de la comunicación en las últimas décadas ha cambiado el panorama mundial, y ahora se presentan nuevas oportunidades. Al mismo tiempo, en muchos lugares -especialmente en Europa- la percepción social sobre la Iglesia y su mensaje está llena de prejuicios, y muchas veces los católicos son etiquetados como personas intolerantes, aburridas, opuestas al progreso y que, en general, no pretenden dialogar sino imponer unos dogmas que les vienen dados por la jerarquía eclesiástica, considerada como irracional y arcaica. Desde arguments.es hemos lanzado el proyecto "Comunicar la fe", dirigido a formar voces católicas apoyándonos en tres pilares: formación específica en temas doctrinales controvertidos, reframing y media training. El objetivo de nuestra ponencia es explicar la metodología que empleamos, para compartir nuestra experiencia con otras iniciativas de formación de voces católicas en todo el mundo.</p>			
<b>Cebrian Guinovart, Elena</b>	<i>Stories with the message of the Church in the mainstream: ideas for producing catholic fiction supported on the success of "The Wa...</i>	16/04/2012 15:30	A105
<p>"The Walking Dead" is a zombie TV series with international success. In Spain, it is broadcasted by La Sexta, a channel with a leftist and overtly anti-Catholic editorial line. As a part of the struggle for survival in an apocalyptic context, the story raises questions of anthropological significance- the existence of God, the meaning of suffering or the dignity of life- solved in a consistency with the Social Doctrine of the Church unexpected in a contemporary mainstream product. From this example, the paper reflects on the value of the Church answers to questions of the post-modern subject, and it points the opportunity to introduce them in fiction products with non-specifically religious plots or characters. After analysing the presence of the Catholic message in "The Walking Dead", it proposes specific ways to carry the Catholic message into apparently non-Catholic stories that would be accepted by a general public without prejudices, being even highly influential.</p>			
<b>Pastorino Pereira, Miguel Angel</b>	<i>Programas de radio para una nueva evangelización en contexto de secularización avanzada. Principios prácticos para el anuncio del ...</i>	16/04/2012 16:00	A105
<p>En un contexto de avanzada secularización como el Uruguay, con una población de casi 3 millones de habitantes, donde solo un 3 % asiste a misa dominical, la evangelización a través de la radio es hoy un instrumento privilegiado en la conversión cristiana de muchos, en la vuelta de alejados a la práctica de la fe católica e incluso para muchos ex-católicos que ahora vuelven a la Iglesia. Una propuesta de programas que combinan una predicación espiritual, bíblica, testimonial y kerygmática, acompañada de una sana apologética hacia el ambiente intelectual plural y secularizado, ha sido una iniciativa bien recibida tanto por agnósticos, evangélicos y católicos, despertando el interés incluso en otros países de similares características. La combinación de espacios de formación, información y espiritualidad, permite que muchos tengan una</p>			

**ELENCO ABSTRACT DEI COMUNICATORI al  
VIII Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

Cognome, Nome	Titolo comunicazione	Giorno e ora	Aula
<p>oportunidad para conocer y profundizar en la fe cristiana, como no era posible con los medios tradicionales de la pastoral diocesana y parroquial. Una de las claves del éxito se encuentra en la utilización de elementos comunicacionales y pastorales, que desarrollan un nuevo lenguaje para la transmisión de la fe y nuevos caminos para el primer anuncio (kerygma). A partir de esta experiencia, hemos sistematizado algunos principios prácticos para alcanzar a una audiencia mucho más amplia de lo esperable, al mismo tiempo que ofrecemos un análisis de las ventajas de una programación mixta en una radio comercial, que pertenece a la Iglesia Católica.</p>			
<b>Ohu, Eugene</b>	<i>Edgar Schein's Cultural Levels as Foundation for Organizational Story Telling</i>	16/04/2012 16:30	A105
<p>Edgar Schein, a pioneer in the study of organizational culture suggests a structural dissection of culture in order to understand it well. To this end he proposes that culture be studied under three levels. For him "level" refers to the degree to which the different cultural phenomena are visible to the observer. Making such distinction is necessary for a more complete analysis. i) First are the tangible and overt phenomenon which he calls Artifacts; ii) the various Espoused Beliefs, values norms and rules of behavior that members of the culture use as a way of depicting their culture to themselves and to others. These are easy to observe yet difficult to decipher their meanings, until once proceeds to the third level; iii) The deeply embedded, unconscious, taken-from-granted Shared Basic Assumptions. Stories can be considered as the external expression of organizational culture. For this expression to be authentic, the stories told at different levels of the organization must be consistent both with one another, and with the true identity of the organization. To be faithful to Schein's model, the stories told by an organization about itself must have consistency with respect to the "artifacts", the "espoused values" and with the "shared basic assumptions". We will illustrative these three levels of culture and analyze how a proper understanding of them can lead to a more consistent and true story telling within a non-profit organization.</p>			
<b>Sahuquillo, Fernando</b>	<i>Eficacia e iniciativa informativa. La presencia de la iglesia de Valencia en Levante-EMV. Análisis comparativo (1998-2010)</i>	16/04/2012 15:00	A305
<p>El trabajo de investigación Eficacia e iniciativa informativa. La presencia de la Iglesia valenciana en Levante-EMV. Análisis comparativo (1998-2010) confirma que la Iglesia valenciana ha logrado mayor y mejor presencia en la prensa desde la puesta en marcha de la agencia de noticias del arzobispado de Valencia, AVAN, en 1999. El estudio analiza las informaciones sobre la Iglesia Católica aparecidas en Levante - EMV durante dos periodos de tiempo anterior y posterior a la puesta en marcha de AVAN para evaluar su impacto. Este trabajo forma parte de un proyecto de investigación más amplio que está previsto desarrollar en una futura tesis doctoral. Entre las conclusiones expuestas en el trabajo es posible destacar las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.La iglesia valenciana han logrado mayor presencia en los medios de comunicación.</li> <li>2.Se ha superado una etapa informativa dominada por la información institucional para dar paso al protagonismo de los católicos como grupo social.</li> <li>3.os datos muestran el importante descenso de las informaciones basadas en el conflicto.</li> <li>4.La Iglesia es presentada en la prensa como parte de la sociedad, esto es, como un elemento que está en la sociedad y que forma parte de ella.</li> <li>5.La agencia AVAN funciona como alarma. propone a los medios historias de personas concretas que de otro modo no llegarían a las páginas delos periódicos y facilita la accesibilidad de los profesionales a las fuentes.</li> </ol>			
<b>Mujica Lc, Jorge Enrique</b>	<i>El impulso de la creatividad desde una oficina de comunicación institucional</i>	16/04/2012 15:30	A305
<p>Las oficinas de comunicación son los canales institucionales que sirven de puente entre la organización que representan y el público interesado en sus informaciones. No obstante esa primera finalidad, ¿pueden convertirse también en «impulsoras» de creatividad? ¿De qué forma? ¿Cómo integrar la así llamada web 2.0 (blogs, podcasting, canales de videosharing, fotoblogs, redes sociales en general...) al proceso de comunicación institucional? ¿De qué manera apoyar y canalizar el esfuerzo no institucional de iniciativas confesionales afines en el plano Conferencias Episcopales, diócesis, congregaciones u organizaciones? ¿Cómo despertar, mantener y acompañar la creatividad de sacerdotes y laicos? Esta exposición pretende ofrecer algunas respuestas-orientaciones en dos direcciones: 1) la creatividad específicamente promovida como parte del dinamismo propio de una oficina de comunicación institucional «viva» y 2) el lanzamiento, impulso y ayuda que se puede ofrecer, como auxilio ulterior, a grupos o individuos en proyectos de comunicación confesionales.</p>			
<b>Ospina Garcés De Fonseca, Helena</b>	<i>Una experiencia artística de comunicación de la belleza de la fe</i>	16/04/2012 16:00	A305

¿Será posible para quien trabaja en las artes y en las letras comunicar la belleza de la fe? Intentaré dar

**ELENCO ABSTRACT DEI COMUNICATORI al  
VIII Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

Cognome, Nome	Titolo comunicazione	Giorno e ora	Aula
<p>respuesta a través de una trayectoria personal, universitaria y empresarial. Transmitiré experiencias, proyectos e iniciativas con la esperanza de que sean útiles para las oficinas de comunicación de la Iglesia. La fe tiene rostro, se encarna en personas concretas, y su historia deja huella en la cultura de su tiempo. Mi experiencia hunde sus raíces en la infancia, se persigue en la universidad a través de la investigación y de la creación literaria, y funda hace treinta años una empresa cultural, buscando ser fermento de iniciativas para comunicar, a través de publicaciones, de encuentros y de performances, la vitalidad de la fe. Todas las dimensiones de la persona humana –también la artística– están convocadas en este Año de la Fe para “dar razón de su esperanza”. El escenario mediático del siglo XXI, donde todo es visual e interactivo, es terreno fértil para comunicar la fe –a través de performances de interrelación de las artes, de la poesía, de la música, de la danza, del cine, de la novela, del teatro... Nada más conmovedor que una historia bien contada, capaz de tocar el corazón, mover la conciencia, y evocar la alegría de saberse acompañado en el claroscuro del misterio de la fe. Promover, en el mundo de la cultura, proyectos de investigación y de creación artística, de personas que buscan “vivir a tope” las consecuencias prácticas de su fe, en el ejercicio de su profesión, es un aporte que hace creíble la fecundidad de la vertebración entre fe</p>			
<b>Jalles, Maria Teresa - Figueiredo, Maria José</b>	<i>Proyecto de estudio y divulgación del patrimonio PEDiP</i>	16/04/2012 16:30	A305
<p>La divulgación del patrimonio religioso ha demostrado ser un medio privilegiado de comunicación de la fe, «un servicio a la causa de las expresiones de la fe a través del arte», encuadrado en la nueva evangelización. Es una forma de comunicar la iglesia no sólo por las citadas expresiones de la fe sino también por la cultura religiosa asociada a ella. El PEDiP pretende realizar una divulgación apropiada que facilite al público el conocimiento y valorización de su patrimonio edificado y cultural. Este proyecto se inició en el año 2007 con la producción de un desplegable sobre una iglesia de gran riqueza artística pero bastante desvalorizada y necesitada de restauración. Actualmente están ya producidos 25 desplegables en varios idiomas. La publicación de desplegables, dirigidos al público en general (pero en especial a los jóvenes y residentes del barrio o pueblo respectivo) ha demostrado ser un medio muy eficaz de promover el patrimonio histórico, cultural y artístico. El proyecto ha contribuido también a explicar la cultura religiosa -acercando a ciudadanos y turistas a ese mismo patrimonio, atractivo y fácil de entender- así como a la investigación histórica local y a la sensibilización de las autoridades locales, para promover medidas eficaces de conservación de ese patrimonio.</p>			
<b>Crudele, Michele</b>	<i>What they search, what they find: improving your Google ranking</i>	16/04/2012 15:00	Giovanni Paolo II
<p>Understanding how Google ranks a website is the first step to improve its position. Most of the time the problem is a lack of focus on the keywords that people use to reach the content we are providing over the Internet. The site name, the titles and the content are the most important tools to improve the ranking. They come before any other means, like references from important websites. A common mistake is the lack of common words in favour of academic terms, much less searched by users. Being the first with a keyword that nobody uses, is a failure. Mobile content needs a special attention to attract users.</p>			
<b>Cinque, Maria</b>	<i>How to increase website credibility?</i>	16/04/2012 15:30	Giovanni Paolo II
<p>Website credibility is a multidimensional problem since it affects different aspects such as usability accessibility, contents, trustworthiness and expertise. Credibility is also related to concepts like accuracy, authorship, objectivity, balance, scope, completeness, currency, appearance, affective response etc. Generally speaking, website credibility results from evaluating all these dimensions simultaneously and website administrators have to take into account them in order to produce high-quality websites. We will present different tools (guidelines, heuristic rules, evaluation grids, etc.) to assess website credibility and to support website administrators. Recent research has examined experimentally how and if the search process impacts credibility and relevance assessments of websites. The data indicate that a website's rank neither directly influences credibility nor relevance, however, Internet self-efficacy moderates the relationship between a website's rank and perceived relevance. From the user perspective, the evaluation of Internet-based information is a complex issue and largely depends from the individual. Assessment of credibility is related to information evaluation, that consists of several components, including critical thinking, prior knowledge, and strategies. This task becomes even more difficult in web 2.0, where contents can be generated by anyone and then be rated by anyone. Related – but independent – aspects of website credibility are social presence, online reputation management and digital identity.</p>			
<b>Cristofari, Alessandro - Leonardi, Mauro</b>	<i>Il caso di "Come Gesù": un blog sul celibato apostolico divenuto popolare</i>	17/04/2012 15:00	A101

**ELENCO ABSTRACT DEI COMUNICATORI al  
VIII Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

Cognome, Nome	Titolo comunicazione	Giorno e ora	Aula
<b>Rimaz, Dominique Fabien</b>	<i>Esperienze di comunicazione durante l'assemblea speciale per il Medio Oriente del Sinodo dei vescovi (10-24 ottobre 2010)</i>	17/04/2012 15:30	A101

"Come Gesù" è il nome del blog realizzato da Mauro Leonardi (<http://mauroleonardi.blogspot.it/> <<http://mauroleonardi.blogspot.it/>> ) dopo l'uscita del suo libro, dall'omonimo titolo, sul celibato apostolico. Il blog è stato creato nel novembre 2011 ad oggi è arrivato a oltre 36.000 visite e i suoi diversi post sono molto commentati e condivisi (alcuni superano addirittura i 200 commenti). L'uso di Facebook e dei social network, il passaparola, l'autenticità dei contenuti, la sincerità del dibattito, sono stati alcuni degli ingredienti del successo. Questa comunicazione vuole ripercorrere i passi compiuti nella costruzione e promozione di questo blog alla ricerca di metodi applicabili ad iniziative simili per suscitare interesse su argomenti apparentemente difficili come quelli che riguardano la fede e le scelte di vita.

<b>Gonzalez Zabal, Maria - Altimari De Benedetto, Sofía - Martínez Alcalde, Lucía - Sanchis Cano, David</b>	<i>JMJ Youngs Answers: los jóvenes responden a los temas más controvertidos relacionados con la Iglesia católica</i>	17/04/2012 16:00	A101
---	--	---------------------	------

Con motivo de la Jornada Mundial de la Juventud de Madrid 2011, un grupo de 40 estudiantes universitarios lanzamos el proyecto JMJ Young Answers. Queríamos dar una respuesta personal a los temas más controvertidos en torno a la Iglesia Católica. Se trataba de responder con naturalidad y sencillez a unas 25 preguntas, y que las respuestas tuvieran menos de dos minutos de duración. El formato que elegimos fue el vídeo, y el canal, Youtube (<http://www.youtube.com/user/catequesisarguments>) Enseguida nos dimos cuenta de que la naturalidad y la sencillez no tienen nada que ver con la espontaneidad, ni con decir lo primero que se te ocurra. Para montar los 25 vídeos, grabamos más de 3.000. Dedicamos muchas horas a debatir y a estudiar los temas, y a aprender nociones básicas de media training. Pensábamos que el proyecto estaría terminado cuando colgáramos los vídeos en Youtube, pero eso fue sólo el principio. Muy pronto los vídeos saltaron de Internet a la prensa, la radio y la televisión, generando una polémica considerable, que tuvimos que aprender a gestionar y a responder con apertura y simpatía. Al mismo tiempo, los vídeos tuvieron una gran acogida entre jóvenes de todo el mundo, y recibimos mails de chicos y chicas de diversos países ofreciéndonos su colaboración para subtitar los vídeos en sus idiomas respectivos. También recibimos peticiones de canales de televisión católicos de varios países, pidiéndonos permiso de emisión. El objetivo de nuestra ponencia es explicar los detalles de este proyecto y transmitir las experiencias útiles para los que quieran impulsar otras iniciativas similares.

<b>Townsend, Chris</b>	<i>The Social Media revolution in Africa and it's potential for the New Evangelization</i>	17/04/2012 16:30	A101
Africa's rapid growth in cellular/ mobile technology penetration and the advent of 'Smart phones' presents the Church with a fantastic opportunity for Evangelization, Catechesis and Organization. This Paper explores the 'thumb' generation and the Church they are forming.			
<b>Diez Bosch, Miriam</b>	<i>Social Media and Religion: the Vatican Effect</i>	17/04/2012 15:00	A102

The CNN Effect, the Al Jazeera Effect but, could we refer also to a "Vatican Effect"? The Holy See has tried to enter into a new digital Age by creating <http://news.va>, a news aggregator of several sources of religious information. In this paper we will examine the first months of this initiative, launched in June 2011, and we will sort out the different approaches the Catholic Institution has towards the digital world. Firstly, we'd examine the ways the Vatican opens to the Social Network environment, to observe then which strategies the Institution

**ELENCO ABSTRACT DEI COMUNICATORI al  
VIII Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

Cognome, Nome	Titolo comunicazione	Giorno e ora	Aula
follows to became relevant. We focus on how Catholic Religion has found in Internet a way to present its proposal and obtain interaction and credibility.			
<b>Faria Da Silva, Claudia</b>	<i>Communication: back to basics</i>	17/04/2012 15:30	A102
<p>ICT has developed amazingly, not only because of the importance of content format but also the capacity to affect an increasing number of people, despite their time and space context. Usually, an irrelevant message may become memorable due to technological media support. And the speaker may also be considered a charismatic communicator, although he is deeply committed with his own performance, without connecting with viewers, users or listeners. According to the Christian heritage about the "Word" and the role still played by Christ as a communicator without precedents – by the deep understanding of his followers and the message which still inspires believers all over the world- , the paper which I would like to submit to Pontificia Università della Santa Croce, proposes a reflection about the importance of (re)focusing the communication on essentials. Taking into account the research carried out as preparation for a Master's degree presented to the Universidade Católica Portuguesa about "AESE's website: From tools to infrastructure: building relationships", this abstract aims to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Values content against the "container", as technological support for the message.</li> <li>2. Restore the relevance of public identity and expectations, in order to build a message to the "other", considering catholic principles such as service, justice, and truth.</li> </ol> <p>The methodology used was based on up to date references and a query sent to AESE's website users.</p>			
<b>Fitzpatrick, Daniel</b>	<i>Vocationcast. An online webcast</i>	17/04/2012 16:00	A102
<p>A 'culture of vocation' is integral to the new evangelisation. Vocationcast is an online audio webcast and podcast inspired by the Holy Father's encouragement to bring the witness of faith to the digital world. Each 30-minute episode is produced by a team of trained seminarians from the dioceses of England and Wales. We aim to inspire, empower and equip young people in their search for life in Christ. The monthly episodes include interviews, faith stories, prayer and reflection. We are blessed to have hosted guests such as Fr. Raniero Cantalamessa and Abbot Christopher Jamison. Our listeners come from many places around the world and God is using Vocationcast to touch their lives in different ways. On average we get over 500 unique visits to our website each week. Vocationcast is aired on www.vocationcast.org, the Bishop's Conference of England and Wales website, iTunes and on Veritas Radio in South Africa.</p>			
<b>Franchi, Leonardo</b>	<i>Catholic Education</i>	17/04/2012 16:30	A102
<p>Catholic education is one of the principal means by which the Church communicates its message of faith in Jesus Christ. The mission of Catholic education, however, continues to evolve and its advocates must go beyond the mere defence of the Catholic educational institution's right to exist and play a part in the plural society. The new intellectual territory for Catholic education is the proclamation of an authentic humanism which promote both justice and peace (Pope Benedict 2012: Message for World Day of Peace). This is the face and the story of the Church for today and requires full engagement in wider debates with all people about the aims, purposes and structures of education. This paper locates this important debate in Pope Benedict's dual call for the Church to engage in the 'Courtyard of the Gentiles' while working for the 'new evangelisation'. It will argue that the mission of the Catholic educational institution should be driven by effective use of the means of communication in its mission to promote authentic humanism. This includes wider initiatives to evangelise and offer catechesis but, crucially, offer an alternative vision of education and the human person to all. In so doing, it will engage with wider currents of thought and offer its rich internal resources to those who seek the truth.</p>			
<b>Tridente, Giovanni</b>	<i>Volti, persone e storie: l'apostolato sofferente e gioioso del giornalista "Lolo" (Beato Emanuele Lozano Garrido)</i>	17/04/2012 15:00	A105
<p>"Signore, Grazie. La prima parola, il tuo nome; che sia sempre la mia forza e l'anima di questa macchina... Che la tua luce e la tua trasparenza stiano sempre nella mente e nel cuore di tutti quelli che lavoreranno con lei, affinché tutto ciò che si faccia con lei sia nobile, puro e pieno di speranza". Sono queste le prime parole che l'ormai infermo Emanuele Lozano Garrido, giornalista e scrittore, batté a macchina sull'apparato che gli avevano appena regalato. In queste parole è racchiuso il germe di tutto il suo apostolato, sofferente e al tempo stesso gioioso, vissuto attraverso la professione giornalistica. "Lolo", come era conosciuto, ha vissuto gran parte della sua professione su una sedia a rotelle, colpito da una grave paralisi che a poco a poco gli ha anche compromesso l'uso degli arti. Non si è mai perso d'animo e ha continuato a scrivere, con maggiore intensità e usando tutti gli strumenti a disposizione, anche quando è rimasto totalmente cieco. È stato beatificato il 12 giugno 2010 a Jaén in Spagna, e la testimonianza della sua intensa esperienza di Dio vissuta nell'esercizio</p>			

**ELENCO ABSTRACT DEI COMUNICATORI al  
VIII Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

Cognome, Nome	Titolo comunicazione	Giorno e ora	Aula
<p>della propria professione, intesa espressamente come vocazione, rappresenta un monito e un fulgido esempio per quanti esercitano o vogliono intraprendere la carriera del giornalista e dello scrittore. Di lui resta, tra le tante preziose e ricche testimonianze (in parola ed opere), anche un "decalogo" del giornalista, una vera e propria meditazione sulla necessità di vivere la comunicazione con spessore umano e scrupoloso rispetto della verità.</p>			
<b>Ascheri, Valeria</b>	<i>Francis S. Collins e Anthony G. Flew: le storie di due atei che hanno trovato la fede nella scienza</i>	17/04/2012 15:30	A105
<p>Uno dei temi più controversi è quello secondo cui scienza e fede sono alternative - se non opposte - l'una all'altra: si è credenti nella fede o credenti nella scienza e nella ragione. Anzi, secondo un'idea ancora oggi diffusa sia nel mondo scientifico sia nell'opinione pubblica, la Chiesa rifiuta la scienza e condanna il suo progresso, specialmente nelle sue 'conseguenze' tecniche e tecnologiche. Recentemente le storie personali di due atei, Francis S. Collins (1950) e Anthony G. Flew (1923-2010), narrate nei loro volumi autobiografici, <i>The Language of God. A Scientist Presents Evidence for Belief</i> (2006) e <i>There is a God: How the World's Most Notorious Atheist Changed His Mind</i> (2007) illustrano come sia possibile trovare le 'prove' per credere in Dio studiando la biologia e in particolare la genetica. Collins, statunitense, ha diretto lo Human Genome Research Institute che nel 2005 è riuscito a decifrare la sequenza del DNA umano e dal 2009 è membro della Pontificia Accademia delle Scienze e Flew era un filosofo britannico noto per le sue posizioni ateiste - maestro di Dawkins e Hitchens - tanto che la sua conversione divenne uno 'scandalo' e scatenò una vivace polemica sul suo stato mentale. Ambedue le storie hanno avuto molto risalto sui media anche grazie al fatto di essere diventate dei libri di successo che hanno dato un volto a queste due conversioni diventate oggi emblematiche nel dialogo tra scienza e fede.</p>			
<b>Quesada Mora, Gabriel Rubén</b>	<i>El rostro humano del Obispo Francisco Marroquín: la caridad en la verdad que ilumina el auténtico desarrollo humano</i>	17/04/2012 16:00	A105
<p>Francisco Marroquín (1499-1563) fue el primer Obispo de Guatemala. Durante más de 25 años gastó su vida y sus fuerzas en el gobierno pastoral, procurando el bienestar material y espiritual de las personas. Su rostro fue el signo de la caridad en la verdad hecha obras. Su lucha por la libertad de la persona humana, por la educación, la conformación de las familias, la autosuficiencia de los pueblos son un ejemplo visible, histórico y real de una fe profunda que, iluminada también por la razón, buscó con sinceridad la instauración de la justicia y la solidaridad. Todo lo anterior se devela en el estudio cuidadoso de sus cartas, informes y testamento. En efecto, los documentos históricos nos permiten rescatar del olvido el testimonio de un hombre que en medio de la violencia e incomprensión de su tiempo supo plantar las bases de una sociedad más justa. Palabras clave: rostro, Francisco Marroquín (1499-1563), epistolario, Gustavo González Villanueva, investigación histórica, caridad, verdad, libertad, justicia, trabajo, educación.</p>			
<b>Gómez Otero, Julio J.</b>	<i>Comunicación Social-Institucional en el ámbito de la parroquia rural</i>	17/04/2012 16:30	A105
<p>Testo non disponibile</p>			
<b>Zanluchi Surano Simon, Marcello - Mazzoni, José Rafael</b>	<i>El Papa en la prensa brasileña</i>	17/04/2012 15:00	A305
<p>La Iglesia Católica es una de las más importantes instituciones sociales a nivel mundial que la historia reconoce. Tal alcance también se percibe en Brasil, considerado el mayor país católico que, desde su descubrimiento, ha presentado un estrechamiento de relaciones entre Estado y religión. Por tal representatividad, el trabajo analizará la figura del Papa Benedicto XVI, como transmissor de la fe católica, en la prensa de Brasil y su (des)construcción en el imaginario del brasileño, a partir de la historiografía y de fundamentos de las Teorías del Periodismo. Se observa que, en la mayoría de los casos, las observaciones hechas por Su Santidad no es bien entendida por la prensa brasileña. Por lo tanto, es el deber, y en particular a los comunicadores católicos, una información más precisa y profunda. Este trabajo tiene como objetivo señalar las discrepancias y sugerir al mismo tiempo, las reflexiones para verificar si los comunicadores de la Iglesia ayudan al Santo Padre para que sus mensajes sean entendidas correctamente por los medios de comunicación.</p>			
<b>Contreras, Diego</b>	<i>"Libertad religiosa " vs "Guerra sobre la mujer": marcos de discusión a propósito de un reglamento de la administración USA</i>	17/04/2012 15:30	A305

Cuando la administración del Presidente Barak Obama estableció que las empresas e instituciones, incluidas la de carácter religioso, debían financiar, en el seguro sanitario de sus empleados, el acceso a la



**ELENCO ABSTRACT DEI COMUNICATORI al  
VIII Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

Cognome, Nome	Titolo comunicazione	Giorno e ora	Aula
<p>contracepción, la esterilización y los medicamentos abortivos, fueron muchos los que señalaron que se trataba de una amenaza contra la libertad religiosa. Los partidarios del mandato, sin embargo, argumentaron que la contracepción era un derecho fundamental y que el gobierno podía obligar a las empresas a facilitarlo a sus empleados. Se añadió, además, que no incluir esos servicios suponía promover una guerra contra la mujer. En esta comunicación se hace una evaluación de cómo se han presentado los términos ("framing") de una discusión todavía abierta, y se sugieren algunas conclusiones que pueden resultar útiles en otras circunstancias de debate público.</p>			
<b>Riobo, Alfonso</b>	<i>La experiencia de una nueva sección sobre gente corriente en la revista "Palabra"</i>	17/04/2012 16:00	A305
<p>Se trata de presentar una iniciativa que guarda relación directa con el tema del seminario ("Rostros, personas, historias"): la sección denominada "Gente que cuenta", que la revista mensual Palabra incorporó a sus páginas en noviembre de 2010. La idea nació al leer las palabras que pronunció Benedicto XVI el 8 de diciembre de 2009, en el homenaje anual a la Inmaculada Concepción, en la romana Piazza di Spagna, en las que manifestaba su deseo de "rendir homenaje públicamente a todos los que en silencio, no con palabras sino con hechos, se esfuerzan por practicar esta ley evangélica del amor, que hace avanzar el mundo. Son numerosos, también aquí en Roma, y raramente son noticia. Hombres y mujeres de todas las edades, que han entendido que de nada sirve condenar, quejarse o recriminar, sino que vale más responder al mal con el bien. Esto cambia las cosas; o mejor, cambia a las personas y, por consiguiente, mejora la sociedad". Esas palabras nos animaron a elegir un objetivo difícil, desde el punto de vista informativo: personas normales, que no han hecho nada "extraordinario", pero que en su vida corriente testimonian valores que cambian la sociedad. Puede comprenderse la dificultad de seleccionar, para un medio de comunicación ligado a la actualidad, a ciertas personas precisamente porque no han hecho nada extraordinario. Algunos criterios para la elección son: que no sea alguien que hubiera tenido interés en una página de nuestra revista por un motivo comercial o de imagen personal; que no implique una toma de postura por parte de la revista en cuestiones políticas o polémicas; que refleje la amplitud de los integrantes de Iglesia y, por tanto, haya más laicos que sacerdotes o religiosos; que la sección no se concentre sólo en actividades caritativas.</p>			
<b>Weckowski, Wojciech</b>	<i>Il bisogno delle riviste cartacee nell'ambito della Chiesa</i>	17/04/2012 16:30	A305
<p>Da dieci anni guido il dipartimento editoriale nella casa Editrice della Diocesi di Pelplin. Mi occupo di due riviste stampate: una bisettimanale della diocesi e una trimestrale – "Pastores" a livello nazionale per la formazione dei sacerdoti. I cambiamenti creati dalla grande influenza dei nuovi media, cominciano ad eliminare il testo stampato. Argomento principale della comunicazione è far vedere la necessità, nonostante il cambiamento digitale, del testo stampato. Formazione spirituale dell'uomo e' un rapporto particolare fra me stesso, il contenuto della parola e Dio. La comunicazione digitale sembra non assolvere questi bisogni, perche essa e' un modo giusto soprattutto per trasmettere le informazioni. Il mondo digitale, nel riguardo del testo stampato, ha un diverso influsso alla intracomunicazione . Occorre anche ricordare che le persone anziane nella Chiesa, generalmente non usano i nuovi media, ma approfondiscono la fede attraverso i testi tradizionali. Un altro argomento e' la liturgia a cui serve dall' inizio il libro – testo stampato, scritto, reale ma non solo visivo.</p>			
<b>Gil, João</b>	<i>Música y Año de la Fe</i>	17/04/2012 15:00	Alvaro Del Portillo
<p>Soy músico profesional y estoy haciendo una Misa para celebrar el Año de la Fe. En estos más de 30 años de músico he podido hacer música popular y música para cine. Nunca había hecho música para el culto. Ahora que estoy de lleno en la labor de creación artístico, compruebo que al mismo tiempo el reto es muy exigente, pero también me está llevando por zonas interiores de una hondura muy gratificante. Es, así, un momento indiscutiblemente cumbre de mi trayecto de vida. Hacer una Misa no es solamente pasar por un género musical clásico, en el que muchos usaron sus mejores talentos, ni tampoco solamente expresar elementos biográficos muy relevantes de mi vida de niño y de joven, sino que es también contribuir a mantener la cultura abierta a la sabiduría de siempre. Compartiré el enfoque y la oportunidad de un proyecto, que tiene elementos útiles para otros lugares. La presentación incluirá algunos momentos musicales.</p>			
<b>Wengorovius, Joao - Bidarra, Pedro</b>	<i>Advertising and the Church. A sacrilege?</i>	17/04/2012 15:30	Alvaro Del Portillo

For many centuries, the Church has been at the forefront of communication. Long before someone coined the terms "one-to-one" or "one-to-many", the techniques had already been vastly implemented in the name of God. Employing architects, painters and sculptors to help spread the message of Christ. Through images, stories and symbols the Church was able to reach out to increasing numbers of people, even illiterate, who were able to feel and understand the power the messages that were conveyed. As we enter a new era, many of the

**ELENCO ABSTRACT DEI COMUNICATORI al  
VIII Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

Cognome, Nome	Titolo comunicazione	Giorno e ora	Aula
	challenges for communication remain but the tools have evolved. This project focus on using the power of advertising to help solving a very relevant problem that many organizations and companies worldwide face: recruiting. Talent is scarce, as they say. And the Church is not immune. There is no point in ignoring that. It has been losing attraction to a new generation. A generation of fast moving, global, always connected young adults who fail to see in a priestly vocation an option of life. More accurately, the issue is not even considered. It's not in their agenda. You cannot plant the seed of the vocation. It's a calling. You either have it or not. But many have that calling and are not aware of it. What is the right approach to awaken that calling? Can ads for the Church do the job? This case brings two examples of two alternative campaigns that demonstrate how creativity in advertising answers these questions.		
<b>Bühren, Ralf Van</b>	<i>Contemporary Popes and Artists. Paradigms of Communication after the Second Vatican Council (1962-1965)</i>	17/04/2012 16:00	Alvaro Del Portillo
	El encuentro del Papa Benedicto XVI con los artistas en la Capilla Sixtina (2009) ha despertado un gran interés a escala mundial. Este evento no solo continuaba la actividad pastoral con los artistas iniciada a raíz del Concilio Vaticano II. A parte de eso la alocución del Papa ponía en relación la belleza con la existencia humana. Remarcando así los aspectos espirituales del arte, su discurso fue un paradigma de comunicación. Desde los inicios del siglo XX, la relación entre la Iglesia y el arte contemporáneo ha sido en muchos ámbitos tensa y distante. El Concilio Vaticano II (1962-1965) introdujo un cambio de actitud, planteando una nueva apertura. En 1964 el Papa Pablo VI celebró la Eucaristía con los artistas en la Capilla Sixtina. Su discurso final supuso un cambio en el diálogo moderno entre el arte y la Iglesia. Desde 1978 el Papa Juan Pablo II prosiguió la reforma postconciliar y la línea de su predecesor. En su "Carta a los Artistas" (1999) resumió la enseñanza sobre el arte que había expuesto durante veinte años. Hoy Benedicto XVI prosigue esas iniciativas. En 2009, durante el encuentro con artistas en la Capilla Sixtina, su alocución fue una profunda reflexión sobre la belleza. El punto central del discurso fue la armonía entre arte y fe, entre estética y ética, así como la relación de la belleza con la persona humana.		
<b>Colina, Jesús</b>	<i>Aleteia. Respondiendo a las preguntas sobre la Iglesia en Internet</i>	17/04/2012 16:30	Alvaro Del Portillo
	Las personas hoy buscan respuestas a sus preguntas en Internet, en particular a sus preguntas sobre fe, vida, sociedad. El escenario de esta búsqueda tiene lugar no sólo en la web, sino sobre todo en las redes sociales. Benedicto XVI en su mensaje con motivo de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales invita a salir al encuentro de estas personas en el continente digital. Una respuesta a este llamamiento es Aleteia.org < <a href="http://Aleteia.org/">http://Aleteia.org/</a> > , una red social, red de amistad, de "los que buscan la verdad", patrocinada por el Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales y por el Consejo Pontificio para la Nueva Evangelización.		
<b>Rubio, Rafael</b>	<i>Social media at major events</i>	17/04/2012 15:00	Giovanni Paolo II
	Mass events like World Youth Day are the moment when the attention of thousands of people is focused for a time in the life of the Church. Social media offer us the opportunity to achieve a greater and deeper impact. The new media is changing the way people communicate, can be used to reach new people, establish with them a more direct and closer relationship, helps us to get closer to local and individuals needs... This requires to understand the changes that communication is experiencing and to adapt to the new languages and new media understanding that every member of our community is, somehow, a spokesman of it. We need to take a position of active listening, and a predisposition to dialogue. It also requires a clear set of objectives; to have a wide variety of resources, especially time and people; to rethink the timing and procedures of our communications systems; availability of appropriate structures and to provide training to the diversity of actors involved in this work. In this conference we will try to illustrate with recent examples, mistakes and successes, the principles, opportunities, changes and tools to make social media a permanent communication tool in the life of the Church.		
<b>Entrala, Gustavo</b>	<i>The risks of Interactivity. The role of the community manager</i>	17/04/2012 15:30	Giovanni Paolo II
	As a director of 101, an Internet advertising company, Gustavo Entrale will coment on the role of a community manager. There will be many time for questions from the public.		