

✦ **OTTO PER MILLE "VIRAL"**

CHIESA E NUOVE E-PUBBLICITÀ

Mescolare i valori alti della fede con le spregiudicate tecniche del linguaggio pubblicitario per la Chiesa non è più un tabù. Così, dopo la fortunata campagna pubblicitaria intorno all'8 per mille che per dieci anni ha raccontato storie vere di assistenza e carità, l'istituzione ecclesiastica punta a sfruttare tutte le potenzialità dei nuovi media, dai social network agli smart-phone, per "posizionare" il suo prodotto: le attività finanziate dall'8 per mille. È quanto è emerso nel corso della presentazione del libro "Chiesa e pubblicità. Storia e analisi degli spot 8Xmille" di mons. Dario Viganò, presidente dell'Ente dello Spettacolo, alla Pontificia Università Lateranense. La sfida, ha spiegato mons. Dal Covolo, rettore dell'Università Lateranense, si giocherà sul piano della "cultura web che ha creato nuove forme di pubblicità come il 'guerrilla marketing', il 'viral marketing', il 'buzz marketing' o l' 'ambient marketing' già diffusi su Youtube, Facebook, e Twitter".

