

# Strategie di comunicazione efficace in una infrastruttura di ricerca: spunti dal piano di comunicazione di RISIS

*Serena Fabrizio*

Consiglio Nazionale delle Ricerche - Istituto di Ricerca sulla Crescita Economica Sostenibile (CNR-IRCrES)

## *Introduzione*

In ambito scientifico e sociale, le infrastrutture di ricerca rivestono un ruolo centrale nello sviluppo di politiche basate su evidenze scientifiche, promuovendo l'interazione e la condivisione delle conoscenze tra comunità scientifica e decisori politici (Habermas, 1981). In contesti complessi come quello delle infrastrutture di ricerca, la comunicazione va oltre la semplice trasmissione di informazioni: assume una funzione sociale e relazionale che si articola nella costruzione di comunità e nel coinvolgimento attivo degli stakeholder (Berger, Luckmann, 1966).

Questo articolo analizza il piano di comunicazione di RISIS (Reale, Fabrizio, 2019), un'infrastruttura europea finanziata dal programma Horizon 2020 per facilitare l'accesso a dati e strumenti avanzati nel campo della Scienza, Tecnologia e Innovazione (STI). Durante RISIS 1 (2014-2018), il focus è stato sulla costruzione di una comunità di utenti e sulla creazione di dataset integrati e accessibili. Con RISIS 2 (2019-2024), il progetto ha ampliato la sua portata, introducendo nuovi dataset, migliorando l'accessibilità con strumenti avanzati e rafforzando l'interazione con la comunità tramite eventi, seminari e sessioni per decisori politici.

Il contributo è strutturato come segue: dopo questa introduzione, il quadro concettuale di riferimento esplora le basi teoriche che guidano il piano di comunicazione di RISIS, con particolare enfasi sull'engagement e il dialogo trasformativo. La sezione sull'approccio strategico descrive il piano di comunicazione e le attività chiave implementate. Segue una sezione di monitoraggio dell'impatto e dei *Key Engagement Indicators* (KEI), infine discussione e conclusioni riassumono i risultati chiave e le considerazioni finali sulle domande di ricerca e sugli obiettivi raggiunti.

## 1. *Quadro concettuale di riferimento e domande di ricerca*

La comunicazione per le infrastrutture di ricerca non è solo un mezzo per condividere informazioni, ma un elemento essenziale per creare fiducia e coinvolgimento, specialmente in contesti che includono molteplici gruppi di interesse. Per costruire relazioni durature con la comunità di riferimento, è cruciale adottare strategie che promuovano trasparenza, accessibilità e partecipazione (Luhmann, 1995). Le strategie di coinvolgimento degli utilizzatori e degli stakeholder rappresentano un esempio di come la comunicazione possa supportare la creazione di una realtà condivisa, in cui linguaggio e simboli aiutano a costruire un'identità collettiva e dare visibilità all'infrastruttura (Berger, Luckmann, 1966).

L'engagement dialogico e trasformativo (Reed, Rudman, 2023) è centrale per le attività di community building, assicurando che le conoscenze prodotte non siano solo diffuse, ma integrate in un contesto sociale dove le voci degli utilizzatori dell'infrastruttura e degli stakeholder, in quanto attori sociali parte del "sistema sociotecnico" che caratterizza un'infrastruttura di ricerca, sono riconosciute e legittimate (Habermas, 1984). La distinzione tra produzione di conoscenza e produzione di dati, come evidenziato da Baker e Mayernik (2020), è altresì cruciale per massimizzare l'impatto: i dati devono essere accessibili, ma anche interpretati all'interno di cornici di conoscenza condivise per generare impatto reale.

Il *community building* è fondamentale per creare reti di apprendimento e collaborazione tra i diversi pubblici di un'infrastruttura di ricerca (Wenger, McDermott, Snyder, 2002). Coinvolgere attivamente la *community* permette di sviluppare una "comunità di pratica" (ivi) in cui ricercatori, utilizzatori principali dell'infrastruttura, policymaker e altri stakeholder condividono conoscenze, metodologie e risorse, contribuendo alla crescita collettiva e all'innovazione. La partecipazione attiva dei policymaker è altrettanto cruciale per assicurare che i risultati della ricerca abbiano un impatto concreto; essa si basa su una visione trasformativa della comunicazione, dove anche i decisori politici non sono semplici destinatari, ma partner attivi nei processi di co-creazione di conoscenza (Rowe, Frewer, 2005).

La progettazione delle attività di comunicazione e community building sono elementi strategici per il successo delle infrastrutture di ricerca in termini di effetti trasformativi sulla produzione e condivisione di conoscenza. La letteratura sottolinea che una strategia di comunicazione ben progettata non solo

facilita la diffusione dei risultati della ricerca, ma crea anche le condizioni per un coinvolgimento attivo degli stakeholder e dei potenziali utilizzatori dell'infrastruttura (Bornmann, 2013). La comunicazione, quindi, va oltre la semplice trasmissione di informazioni: diventa uno strumento di costruzione di relazioni, consolidamento della fiducia e co-creazione del valore. In questo contesto, il *community building* svolge un ruolo cruciale nel creare una base di utenti solida e dinamica. Un'infrastruttura di ricerca come RISIS non può basarsi solo sulla qualità dei suoi dataset, ma deve promuovere una comunità di utilizzatori che contribuiscano attivamente al suo sviluppo e alla sua sostenibilità a lungo termine (Rowley, Moldoveanu, 2003). Le "comunità di pratica", come indicato da Wenger *et al.* (2002), rappresentano uno dei meccanismi più efficaci per stimolare l'apprendimento collaborativo e la condivisione di conoscenza. Attraverso la costruzione di una rete di utilizzatori attivi e coinvolti, un'infrastruttura di ricerca può ampliare l'impatto delle proprie attività, promuovendo lo scambio di competenze e la co-creazione di nuovi strumenti e metodi.

Parallelamente, il coinvolgimento degli stakeholder è fondamentale per garantire che i risultati della ricerca abbiano un impatto diretto sulle politiche pubbliche e sulle pratiche professionali. Rowe e Frewer (2005) evidenziano come l'engagement degli stakeholder richieda un processo circolare, in cui gli utilizzatori non sono solo destinatari di informazioni, ma partecipano attivamente al processo decisionale. Questo tipo di coinvolgimento aumenta la legittimità e l'accettazione dei risultati della ricerca, facilitando l'adozione di nuovi strumenti e metodologie all'interno delle istituzioni politiche e organizzative.

L'obiettivo principale del contributo, dunque, è comprendere come la pianificazione di una strategia di comunicazione e *community building* basata su un approccio olistico possa sostenere efficacemente un'infrastruttura di ricerca come RISIS, includendo strategie di engagement e proposte di apprendimento diversificate mirate a coinvolgere, in modo partecipato, i potenziali utilizzatori e gli stakeholder dell'infrastruttura.

Le domande di ricerca che guidano la riflessione a partire dall'analisi del piano di comunicazione sono: quali strategie comunicative sono più efficaci per sostenere l'adozione e l'utilizzo dei dati e strumenti offerti da RISIS? Come il *community building* e il coinvolgimento degli stakeholder possono facilitare l'implementazione delle politiche pubbliche?

La prima domanda vuole identificare le strategie comunicative che riescono a trasformare l'interesse iniziale degli utenti in un coinvolgimento duraturo, considerando che la semplice disponibilità di risorse non garantisce automaticamente

l'adozione attiva (Molas-Gallart, Tang, 2011; Spaapen, van Drooge, 2011). La seconda domanda, invece, sottolinea il ruolo del community building nell'influenzare le politiche pubbliche: coinvolgere gli stakeholder non significa solo informarli, ma integrarli come partner che contribuiscono a validare e applicare i risultati, rafforzando il legame tra ricerca e policy making (Rowe, Frewer, 2005; Reed, Rudman, 2023).

Per rispondere a queste domande, nei paragrafi successivi verranno presentati alcuni punti del piano di comunicazione di RISIS, illustrando le scelte strategiche intraprese per rafforzare il community building e il dialogo con gli stakeholder. Alcuni dei risultati raggiunti a fine progetto, e mostrati nel terzo paragrafo, cercheranno di focalizzare l'efficacia delle iniziative implementate nel facilitare l'accesso ai dati e agli strumenti offerti e la valorizzazione degli output prodotti.

## 2. *Approccio strategico del piano*<sup>1</sup>

Nell'impostazione del piano di comunicazione che è stato sviluppato all'inizio del progetto, dopo aver ricostruito lo scenario di riferimento, vision e temi prioritari, è stata utilizzata l'analisi SWOT per identificare gli elementi chiave che possono influenzare gli aspetti considerati centrali: la visibilità dell'infrastruttura, l'accessibilità ai dati, il loro sfruttamento e l'interazione con la comunità scientifica. Questa analisi ha consentito di orientare le attività di comunicazione e di disseminazione verso degli obiettivi strategici, assicurando così un impatto concreto sia a livello accademico che politico in termini di coinvolgimento.

L'analisi SWOT è un metodo consolidato per valutare la posizione strategica di un'organizzazione o progetto, identificando punti di forza (*Strengths*), debolezze (*Weaknesses*), opportunità (*Opportunities*) e minacce (*Threats*) (Gürel, Tat, 2017). Lo strumento è particolarmente utile per le infrastrutture di ricerca, poiché consente di valutare i fattori interni ed esterni che influenzano il raggiungimento degli obiettivi strategici. Attraverso l'analisi SWOT un'infrastruttura come RISIS può adattare le proprie strategie di comunicazione, per migliorare l'interazione con gli utilizzatori e gli stakeholder e massimizzare l'impatto delle proprie attività (Helms, Nixon, 2010).

<sup>1</sup> Il paragrafo riprende alcuni punti sviluppati in Reale, Fabrizio (2019) e successivamente incorporati nel primo deliverable di progetto: Fabrizio, Fava, Reale (2020), disponibile in: <https://cordis.europa.eu/project/id/824091/results/it>

Questo schema SWOT sintetizza punti di forza, debolezze, opportunità e minacce su cui si è basata la pianificazione delle strategie di comunicazione e community building nel corso dei quattro anni di attività (fig. 1).

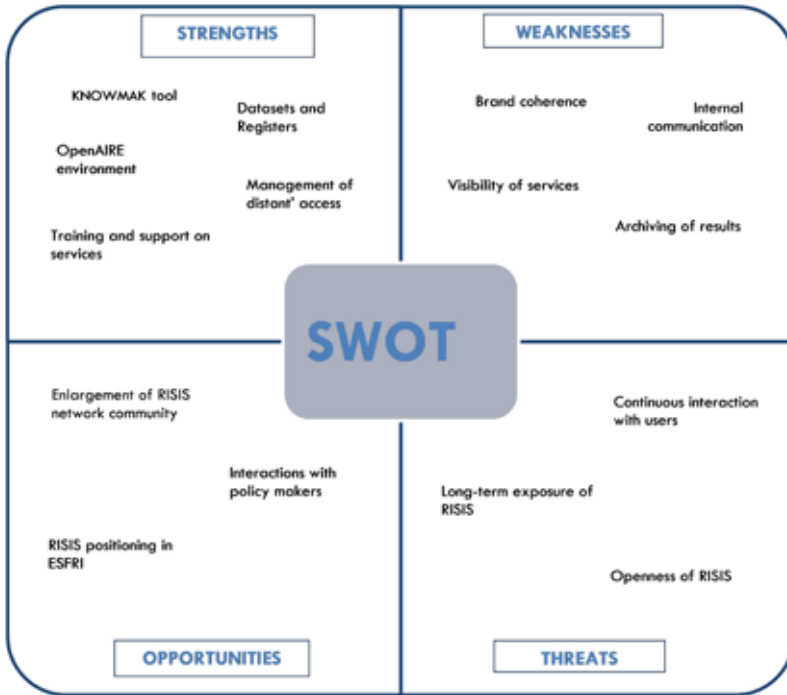


Figura 1  
Analisi SWOT 2019  
Fonte: Reale, Fabrizio (2019)

Tra i punti di forza troviamo strumenti innovativi come Knowmak, il supporto alla formazione e un ampio accesso a dataset e registri, che rappresentano risorse cruciali per i ricercatori. Le debolezze evidenziate includono la coerenza del brand, la comunicazione interna e la visibilità dei servizi, suggerendo aree in cui l'infrastruttura può migliorare per massimizzare l'efficacia.

Le opportunità si concentrano sull'espansione della comunità di riferimento e sull'interazione con i policymaker, che potrebbero ampliare l'impatto dell'infrastruttura e rafforzare il supporto alle politiche pubbliche. Infine, tra le

minacce vi sono questioni legate alla sostenibilità a lungo termine e all'apertura di RISIS, che potrebbero influenzarne il futuro e la capacità di mantenere un accesso continuo e collaborativo alle risorse.

L'analisi SWOT, oltre a valutare le opportunità e le criticità del piano di comunicazione, ha rappresentato un punto di partenza per approfondire il ruolo strategico delle azioni di coinvolgimento rivolte alla comunità. Tale analisi ha consentito di comprendere meglio come le strategie adottate abbiano risposto alle esigenze di una comunità eterogenea, evidenziando la necessità di adattare la comunicazione ai diversi segmenti di pubblico per massimizzarne l'efficacia.

### 2.1. La comunità di RISIS e modalità di interazione

La comunità di RISIS è composta da una vasta gamma di attori, che vanno dai partner del Consorzio<sup>2</sup> ai ricercatori nell'ambito delle Scienze, Tecnologia e Innovazione (STI), fino ai policymaker, le organizzazioni statistiche, la società civile e il pubblico più ampio (fig. 2). Questa diversità implica che le azioni di comunicazione devono essere adattate a ciascun segmento per massimizzare l'impatto e favorire l'uso dei dataset e dei servizi offerti.



Figura 2  
RISIS Community Map  
Fonte: Reale, Fabrizio (2019)

<sup>2</sup><https://www.risis2.eu/partners/>.

Come si evince dalla figura, gli utilizzatori finali della comunità RISIS comprendono principalmente studiosi nel campo della Scienza, Tecnologia e Innovazione (STI) e settori correlati di R&S. Questo gruppo si divide tra utilizzatori potenziali interessati ai temi e ai servizi di RISIS ma che si sono limitati a partecipare a eventi senza ancora sfruttare attivamente dataset o infrastrutture, e utilizzatori attuali che hanno richiesto accesso diretto alle infrastrutture, dimostrando un interesse concreto. I partner di RISIS includono 18 università e organizzazioni di ricerca interdisciplinari appartenenti all'European Research Area (ERA), con competenze che spaziano dall'innovazione nelle imprese alla valutazione delle politiche di innovazione. Gli stakeholder comprendono sia *core stakeholder*, come organizzazioni rilevanti, uffici statistici e media che supportano la condivisione e interpretazione dei dati, sia *polycymaker*, rappresentati da governi, uffici statistici nazionali ed europei, che utilizzano i dati per la definizione delle politiche.

Questa rappresentazione evidenzia la comunità di utilizzatori e stakeholder dell'infrastruttura, con un focus maggiore sugli *end users*, ma con un'importante partecipazione anche da parte di partner e *stakeholder* chiave, evidenziandone la complessità e l'eterogeneità.

Nel quadro del piano di comunicazione, sono state pianificate una serie di azioni strutturate per raggiungere e coinvolgere efficacemente questi differenti gruppi; esse comprendono: la produzione di contenuti audiovisivi per la disseminazione dei risultati di progetto; la riprogettazione del sito web curando maggiormente contenuti, eventi e i servizi sviluppati; l'apertura e rafforzamento della presenza sui canali social più seguiti; la promozione e organizzazione di eventi sia in presenza che online (seminari di ricerca, *polycymakers sessions*, eventi partecipativi all'interno di conferenze, corsi e scuole metodologiche).

Le attività sopraelencate, tutte finalizzate a favorire l'interazione con la community, la diffusione di informazioni sui servizi e il supporto all'accesso ai dataset dell'infrastruttura, sono di seguito dettagliate.

*Prodotti di disseminazione:* poster, *leaflet* e *policy brief* sono prodotti centrali del piano di comunicazione. I *leaflet* descrivono i dataset e i servizi di RISIS, mentre i *policy brief* riassumono i principali risultati della ricerca, rendendoli accessibili e utilizzabili per i decisori politici. Questi materiali vengono distribuiti in occasione di conferenze, pubblicati sui canali online di RISIS e resi disponibili nel repository OpenAire.

*Canali di comunicazione digitali:* è stata sviluppata una forte presenza sui social media, in particolare Twitter, Facebook e YouTube, per diffondere aggiornati

namenti, video informativi e coinvolgere la comunità. Video “grafici” e “di presentazione delle attività” vengono utilizzati per spiegare le funzionalità tecniche dell’infrastruttura e per riportare i momenti salienti delle conferenze, dei panel e dei seminari di ricerca.

*Community Zenodo*: un altro elemento strategico è lo spazio Zenodo, che funge da repository aperto per i risultati della ricerca, i materiali formativi e i tutorial dei dataset. Questo spazio facilita l’accesso pubblico agli output dell’infrastruttura e permette di monitorare l’utilizzo delle risorse attraverso metriche di download e visualizzazioni.

*Eventi partecipativi*: organizzazione di eventi-chiave come tavole rotonde e workshop durante conferenze strategiche del settore STI (Eu-Spri, STI-Enid), mirati a discutere e a coinvolgere gli stakeholder nel processo di co-creazione degli output di ricerca. Questi eventi sono strategici non solo per stimolare il dibattito accademico, ma anche per promuovere lo sfruttamento delle risorse di RISIS da parte di analisti dei dati e policymakers.

*Seminari di ricerca e corsi metodologici online*: i webinar sono uno strumento centrale per fornire formazione e condividere risultati su come utilizzare i dataset di RISIS, offrendo ai ricercatori sessioni formative su tecniche di analisi avanzata, strumenti metodologici e nuovi dataset.

*Policymakers sessions*: sessioni dedicate appositamente ai *policy maker*, organizzate in presenza (a Bruxelles), online o in format ibrido. Questi eventi sono progettati per presentare i dataset ed i servizi di RISIS, in modo che i decisori possano comprendere come utilizzare questi dati per formulare politiche basate su evidenze. Le sessioni, assicurando una frequenza di 3-4 volte l’anno, sono anche un’opportunità per raccogliere *feedback* dai *policy maker* stessi e per adattare i prodotti di RISIS alle loro esigenze specifiche.

*Policy brief*: documenti sintetici che riassumono i risultati principali della ricerca di RISIS in un formato facilmente fruibile per i decisori. Questi *brief* vengono pubblicati in corrispondenza di eventi importanti e distribuiti attraverso i canali di comunicazione di RISIS, come il sito web e la mailing list dedicata ai *policy maker*. I *policy brief* evidenziano come i dati e gli indicatori di RISIS possano supportare decisioni politiche informate, fornendo esempi concreti di utilizzo dei dataset nella formulazione di politiche pubbliche (ad esempio, nelle aree dell’innovazione tecnologica o della valutazione delle performance di ricerca).

La combinazione di eventi partecipativi, azioni di comunicazione, supporto alla produzione e disseminazione dei risultati costituisce il fulcro della strategia di engagement di RISIS, assicurando che i risultati scientifici non rimangano confinati all'ambito accademico.

## 2.2. Monitoraggio dell'impatto: la definizione dei *Key Engagement Indicators*

La pianificazione delle azioni comunicazione è basata sulla definizione di un engagement chart che vuole rappresentare visivamente il modello di coinvolgimento adottato in RISIS, il modello è suddiviso in cinque fasi di engagement progressivo, che supportano una partecipazione sempre più attiva e profonda degli stakeholder, dagli utilizzatori dell'infrastruttura fino ai policy maker (fig. 3):

*Inform.* Viene svolta attraverso pubblicazioni, contenuti sul sito web, comunicati stampa e sponsorizzazioni delle Conferenze di settore. Questo è il livello più basilico di coinvolgimento, volto a costruire consapevolezza e a diffondere informazioni chiave sull'infrastruttura di ricerca.

*Consult.* Qui si passa a un coinvolgimento leggermente più interattivo, con iniziative come sondaggi di engagement, conferenze e panel di stakeholder. Questa fase permette di ottenere feedback e comprendere meglio le aspettative e i bisogni della comunità.

*Involve.* In questa fase, gli stakeholder sono attivamente coinvolti tramite incontri di policy, eventi di sensibilizzazione e interazioni sui social media. Questo livello riflette un approccio più partecipativo, dove gli utenti non solo ricevono informazioni, ma iniziano a interagire attivamente con RISIS.

*Collaborate.* Questa fase prevede una collaborazione stretta attraverso sessioni partecipate, tavole rotonde, spazi di lavoro condivisi, scuole estive e corsi di formazione. È in questa fase che si favorisce un'interazione diretta e bidirezionale, promuovendo la co-creazione di conoscenza e il dialogo aperto con gli stakeholder chiave ed i policy maker.

*Empower.* L'ultimo livello è quello dell'*empowerment*, dove gli stakeholder, specialmente i policy maker, sono supportati attraverso corsi di formazione, workshop su metodi avanzati, strumenti e indicatori e webinar. L'obiettivo è quello di rendere questi attori autonomi nell'utilizzo delle risorse e capaci di influenzare il contesto politico basandosi sulle evidenze prodotte sfruttando dati e servizi dell'infrastruttura.

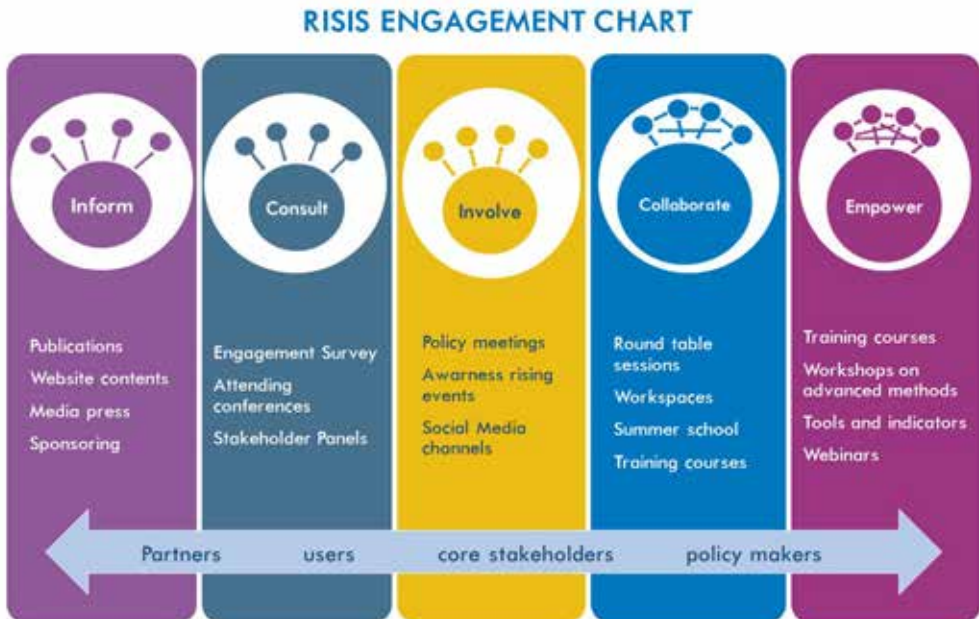


Figura 3  
RISIS engagement chart  
Fonte: Reale, Fabrizio ,(2019)

La progressione rappresentata nella figura riflette le strategie di comunicazione e community building analizzate nel contributo. Ogni fase mira a costruire una collaborazione con gli stakeholder, passando da un semplice livello informativo a un approccio trasformativo e partecipativo.

L'*engagement chart* è stata sviluppata anche per favorire un'interazione mirata con vari gruppi, inclusi ricercatori, stakeholder, policy maker e pubblico generale, differenziando strumenti e modalità di coinvolgimento per ogni gruppo.

L'efficacia delle strategie di comunicazione e community building è stata misurata attraverso dei *Key Engagement Indicators* (KEI) individuati per monitorare e adattare le azioni sul medio periodo rispetto al coinvolgimento degli stakeholder. I KEI sono individuati per rispondere a obiettivi specifici di coinvolgimento, suddivisi in tre ambiti principali: la penetrazione e l'utilizzo delle risorse, il monitoraggio delle interazioni con gli stakeholder e la valutazione

dell'impatto delle iniziative in termini di partecipazione e valorizzazione degli output prodotti o presentati.

Per valutare la penetrazione e l'utilizzo delle risorse, tra i vari indicatori è stata monitorata la fruizione dei prodotti della ricerca, materiali formativi e di disseminazione attraverso il repository open access Zenodo; la partecipazione ad eventi online ed in presenza, il coinvolgimento attivo come relatori di ricercatori e stakeholders, la produzione di presentazioni e materiali di disseminazione audiovisivi e la relativa fruizione. Queste metriche consentono di cogliere l'interesse per i contenuti dell'infrastruttura. Un ulteriore feedback è raccolto attraverso sondaggi e interazioni dirette con la community, permettendo all'infrastruttura di adeguare i propri servizi in base alle esigenze e alle preferenze degli stakeholder. Nel corso del progetto è stata prevista anche una indagine sui bisogni degli utilizzatori dell'infrastruttura per individuare aspetti da valorizzare e punti di forza delle attività e dei servizi<sup>3</sup>.

Il monitoraggio del grado di interazione tra l'infrastruttura e i diversi utilizzatori è essenziale per comprendere il livello di coinvolgimento e di sfruttamento dell'infrastruttura. Nel corso del progetto sono stati raccolti dati sulla partecipazione a corsi metodologici, policy sessions, seminari di ricerca, osservando non solo il numero di partecipanti, ma anche l'interesse verso i temi attraverso il monitoraggio dei materiali e video pubblicati. Le piattaforme social offrono ulteriori dati sul coinvolgimento online, misurando l'interesse del pubblico tramite like, condivisioni e commenti che rivelano i contenuti più efficaci.

### *3. Principali risultati delle attività di comunicazione e community building<sup>4</sup>*

Durante l'intero periodo del progetto, è stata implementata una strategia articolata di community building e comunicazione, che ha combinato risorse open access, eventi partecipativi e una presenza multicanale sui social media per ampliare la visibilità e l'impatto del progetto.

L'obiettivo principale è stato quello di accrescere la visibilità dell'infrastruttura RISIS, coinvolgere attivamente la comunità scientifica e supportare i decisori politici attraverso attività mirate. Tale strategia ha perseguito il duplice inten-

<sup>3</sup> CNR-IRCrES (2021). D2.5 Second Report on Training Communication and Interactions with users & stakeholders: <https://cordis.europa.eu/project/id/824091/results>.

<sup>4</sup> I risultati si riferiscono dati di fine progetto presentati in Fabrizio, Fava, Reale (2024), presto disponibile su EU Cordis: <https://cordis.europa.eu/project/id/824091/results>.

to di sostenere l'adozione e l'utilizzo di dati e strumenti avanzati e di facilitare l'implementazione di politiche pubbliche basate su evidenze. L'interazione tra scienza e politica, sostenuta da strumenti innovativi di comunicazione, è stata fondamentale per promuovere un dialogo costruttivo e multidirezionale, rafforzando la capacità degli stakeholder di contribuire alla produzione e al trasferimento di conoscenze.

<i>Attività</i>	<i>Dettagli</i>	<i>Risultati</i>
<i>Zenodo repository</i>	185 output pubblicati, incl. materiali di formazione, working papers, tutorial	21.436 visualizzazioni, 21.432 download
<i>Seminari di ricerca</i>	30 seminari su metodi quantitativi avanzati	Media di 50 partecipanti per seminario
<i>Corsi metodologici e scuole</i>	16 corsi metodologici e 3 Schools	600 partecipanti complessivi
<i>Policymakers sessions</i>	14 incontri su temi strategici (parità di genere, carriere accademiche, università europee)	800 partecipanti complessivi (policy maker e discussant)
<i>Conferenze internazionali</i>	Partecipazione a 13 conferenze come sponsor e con panel dedicati	Rafforzamento network e visibilità dei dataset
<i>Eventi dimostrativi (DEMO)</i>	Sessioni pratiche online sui dataset con registrazioni disponibili su YouTube	Accesso continuo alle risorse formative per utenti globali
<i>Twitter</i>	1.089 follower, 29.000 like, 762 tweet	Ampio engagement sui social media
<i>YouTube</i>	198 iscritti, 32.994 visualizzazioni, sessioni per policymaker seguite	Alto tasso di visualizzazione e accesso continuativo
<i>LinkedIn e Facebook</i>	Coinvolgimento di migliaia di utenti, promozione eventi e networking	Espansione del network e supporto alla promozione

Tabella 1  
Sintesi di alcuni risultati dal report finale RISIS  
Fonte: Fabrizio, Fava, Reale (2024)

Tra i risultati più significativi (tab. 1), il repository Zenodo ha visto la pubblicazione di 185 output in open access, generando oltre 21.000 visualizzazioni e download. Parallelamente, sono stati organizzati 68 eventi che hanno coinvolto complessivamente circa 2.600 partecipanti, dimostrando un forte interesse verso i temi trattati. Tra questi, 14 policy sessions hanno attratto oltre 800 partecipanti tra policymaker e discussant, affrontando argomenti strategici come la parità di genere e le carriere accademiche, e posizionando i dataset di RISIS come risorse fondamentali per decisioni basate su evidenze (fig. 4).

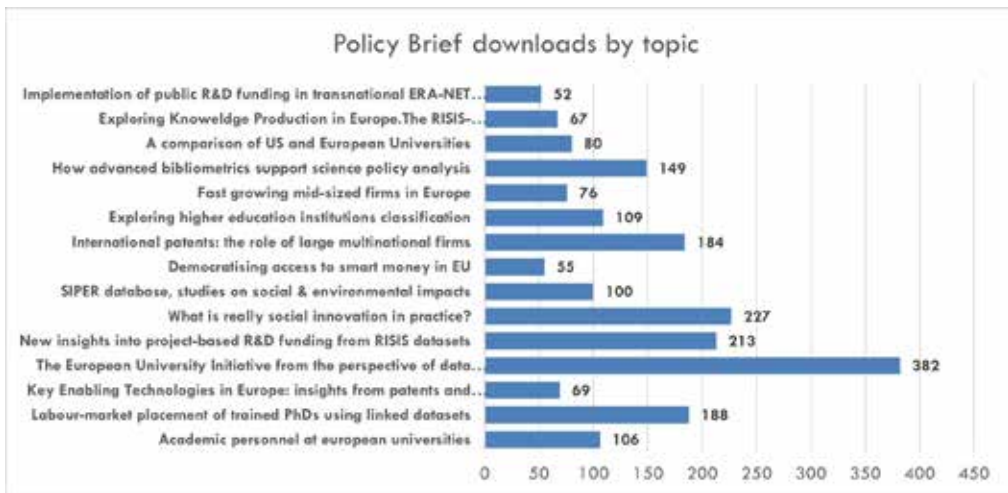


Figura 4

Fonte: Fabrizio, Fava, Reale (2024)

Anche la partecipazione a 13 conferenze internazionali ha contribuito a migliorare la visibilità del progetto e a rafforzare il network di collaborazione internazionale.

Sul fronte digitale, il profilo Twitter di RISIS ha superato 1.000 follower, mentre il canale YouTube ha registrato circa 33.000 visualizzazioni, con sessioni per policymaker particolarmente seguite. Questi dati evidenziano il successo della strategia multicanale adottata per raggiungere diversi segmenti della comunità scientifica e politica.

Questi risultati rispondono indirettamente alle domande di ricerca iniziali. La combinazione di strumenti di comunicazione diversificati e strategie di commu-

nity building ha dimostrato di essere essenziale per promuovere l'adozione di dati e strumenti avanzati da parte della comunità scientifica e per supportare i policymaker nella formulazione di politiche informate. Il monitoraggio dei Key Engagement Indicators ha evidenziato un avanzamento significativo rispetto agli obiettivi previsti, con incrementi tangibili in termini di visibilità internazionale e coinvolgimento degli stakeholder.

#### 4. *Discussione e conclusioni*

La distinzione tra produzione di dati e conoscenza è essenziale per comprendere come un'infrastruttura possa promuovere un uso consapevole e mirato dei suoi dataset (Baker, Mayernik, 2020). Il caso di RISIS dimostra l'importanza di un approccio integrato, in cui i processi di comunicazione supportano non solo la diffusione delle informazioni, ma anche la costruzione di relazioni collaborative e la co-creazione di valore con gli utilizzatori dell'infrastruttura e gli stakeholder (Penuela *et al.*, 2014).

Il contributo evidenzia che un piano di comunicazione efficace deve includere strumenti partecipativi e prodotti di disseminazione specifici, come Policy Brief per mantenere un dialogo attivo con i decisori politici e per facilitare l'adozione di politiche basate su evidenze. Questo approccio permette di trasformare i risultati della ricerca in risorse pratiche per la società, contribuendo a rafforzare il legame tra ricerca scientifica e policy making (Lawrence, 2006).

L'uso di piattaforme online come Zenodo si è rivelato estremamente efficace per la condivisione degli output di ricerca. Zenodo è un repository open access, integrato con OpenAire che offre funzionalità di ricerca efficienti per accedere a documenti specifici, inclusi materiali di formazione, presentazioni a conferenze, policy brief e pubblicazioni. La piattaforma ha visto un alto numero di download e visualizzazioni, indicando che i materiali di ricerca e i risultati del progetto sono stati ampiamente utilizzati. Questo non solo facilita la diffusione dei risultati, ma promuove anche l'adozione e l'utilizzo dei dati e dei servizi sviluppati in RISIS.

La serie di policy brief ha dimostrato di essere uno strumento efficace per sintetizzare e diffondere i principali risultati del progetto, affrontando questioni di policy rilevanti. Questi documenti forniscono una panoramica concisa e accessibile dei risultati prodotti sfruttando i dataset dell'infrastruttura, rendendoli facilmente comprensibili e utilizzabili dai decisori politici e dagli stakeholder. La diffusione dei policy brief non solo durante le sessioni per i decisori politici attraverso i canali di comunicazione RISIS, inclusi i canali social, il sito web e

le Conferenze di cui il progetto è stato sponsor, ha contribuito a garantire che questi prodotti raggiungessero un pubblico ampio e diversificato.

Gli eventi di sensibilizzazione e i seminari di ricerca hanno facilitato l'interazione diretta con gli utenti, promuovendo l'uso di metodi quantitativi avanzati e coinvolgendo principalmente utenti della comunità STI e vicine. Questi eventi hanno incluso sessioni di formazione, presentazioni a conferenze, workshop metodologici e seminari su temi specifici. La partecipazione a questi eventi è stata significativa, riflettendo l'interesse e l'importanza delle tematiche trattate.

Per migliorare ulteriormente l'efficacia delle strategie di comunicazione è fondamentale adottare modelli di coinvolgimento più partecipativi basati sul *community engagement* degli utilizzatori (sessioni partecipate, corsi improntati anche sul *learning by doing*). L'approccio trasformativo, che mira a cambiare le pratiche e le percezioni attraverso il coinvolgimento attivo dei ricercatori nella valorizzazione dei risultati al di fuori dell'ambito accademico, può essere particolarmente efficace per favorire un'interazione più dialogica tra i ricercatori e gli stakeholder. Questo approccio non solo aumenta l'adozione e l'utilizzo dei dati e degli strumenti offerti, ma contribuisce anche a creare una comunità di pratica più coesa e consapevole.

### Bibliografia

- Berger P.L., Luckmann T. (1966), *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, Garden City, Anchor Books.
- Bornmann L. (2013), *What is societal impact of research and how can it be assessed? A literature survey*, «Journal of the American Society for Information Science and Technology», LXIV, 2, pp. 217-233. <https://doi.org/10.1002/asi.22803>.
- European Commission (2014), *Communicating EU research and innovation guidance for project participants*, Version 1.0, 25.09.2014; Version 1.1, 07.01.2020. [https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/other/gm/h2020-guide-comm\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/other/gm/h2020-guide-comm_en.pdf).
- Fabrizio S., Fava A., Reale E. (2020), *D2.2 First Report on activities developed for training, communication and interactions with users & stakeholders*. <https://cordis.europa.eu/project/id/824091/results/it>.
- (2024), *D2.7 Final Report on activities developed for training, communication and interactions with users & stakeholders*, March. <https://cordis.europa.eu/project/id/824091/results>.
- Fabrizio S., Reale E., Spinello A.O. (2024), *Policy Brief, Issue 15: Building a stronger*

- community in STI studies for effective impact: The experience of RISIS*, Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11276785>.
- Gürel E., Tat M. (2017), *SWOT analysis: A theoretical review*, «Journal of International Social Research», X, 51, pp. 994-1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>.
- Habermas J. (1981), *The Theory of Communicative Action*, Boston, Beacon Press.
- Helms M.M., Nixon J. (2010), *Exploring SWOT analysis – where are we now? A review of academic research from the last decade*, «Journal of Strategy and Management», III, 3, pp. 215-251. <https://doi.org/10.1108/17554251011064837>.
- Laredo P. (2024), *RISIS final report: An overview of one decade of construction of a distributed European infrastructure on STI datasets and positioning indicators*, Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13293265>.
- Lawrence R. (2006), *Research dissemination: actively bringing the research and policy worlds together*, «Evidence & Policy: A Journal of Research, Debate and Practice», II, 3. Bristol, Policy Press, pp. 373-384. <https://doi.org/10.1332/174426406778023694>.
- Luhmann N. (1995), *Social Systems*, Stanford, Stanford University Press.
- Molas-Gallart J., Tang P. (2011), *Tracing “productive interactions” to identify social impacts: an example from the social sciences*, «Research Evaluation», XX, 3, pp. 219-226. <https://doi.org/10.3152/095820211X12941371876706>.
- Olmos-Peñuela J., Molas-Gallart J., Castro-Martínez E. (2014), *Informal collaborations between social sciences and humanities researchers and non-academic partners*, «Science and Public Policy», XLI, 4, pp. 493-506. <https://doi.org/10.1093/scipol/sct075>.
- Reale E., Fabrizio S. (2019), *RISIS WP2 Activity Plan*.
- RISIS (2018), DOW. <https://www.risis2.eu/wp-content/uploads/2019/03/Grant-Agreement-824091-RISIS-2.pdf>.
- Rowe G., Frewer L.J. (2005), *A typology of public engagement mechanisms*, «Science, Technology, & Human Values», XXX, 2, pp. 251-290. <https://doi.org/10.1177/0162243904271724>.
- Rowley J., Moldoveanu M. (2003), *When digital information breeds a network of competitive advantage: The role of digital information in the creation and redistribution of intellectual capital*, «Journal of Knowledge Management», VII, 2, pp. 135-143. <https://doi.org/10.1108/13673270310477366>.
- Spaapen J., van Drooge L. (2011), *Introducing “productive interactions” in social impact assessment*, «Research Evaluation», XX, 3, pp. 211-218. <https://doi.org/10.3152/095820211X12941371876742>.
- Wenger E., McDermott R., Snyder W.M. (2002), *Cultivating Communities of Practice: A Guide to Managing Knowledge*, Boston, Harvard Business School Press.