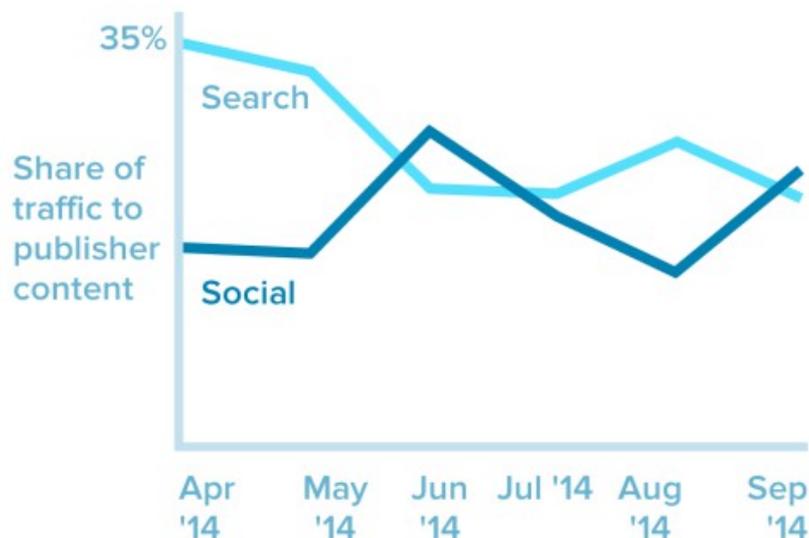

Web, social media e la partecipazione/interazione tra cittadini e iscritti

Granarolo dell'Emilia (Bologna) - 21 giugno 2015

A cura di Massimiliano Navacchia

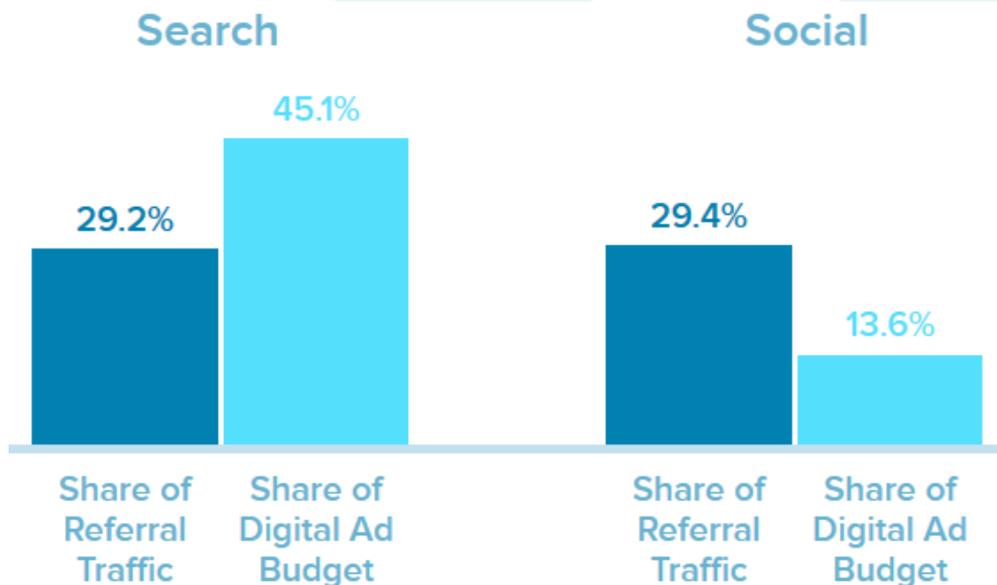
Importanza Social Media

Search vs. Social



Già da fine 2014 i social media indirizzano verso i siti web più visite rispetto ai motori di ricerca. Nel 2015 la tendenza è in aumento.

Nel 2015 in UK un terzo dei giovani 18-24 dichiara di utilizzare i Social Media per farsi un'idea sul voto

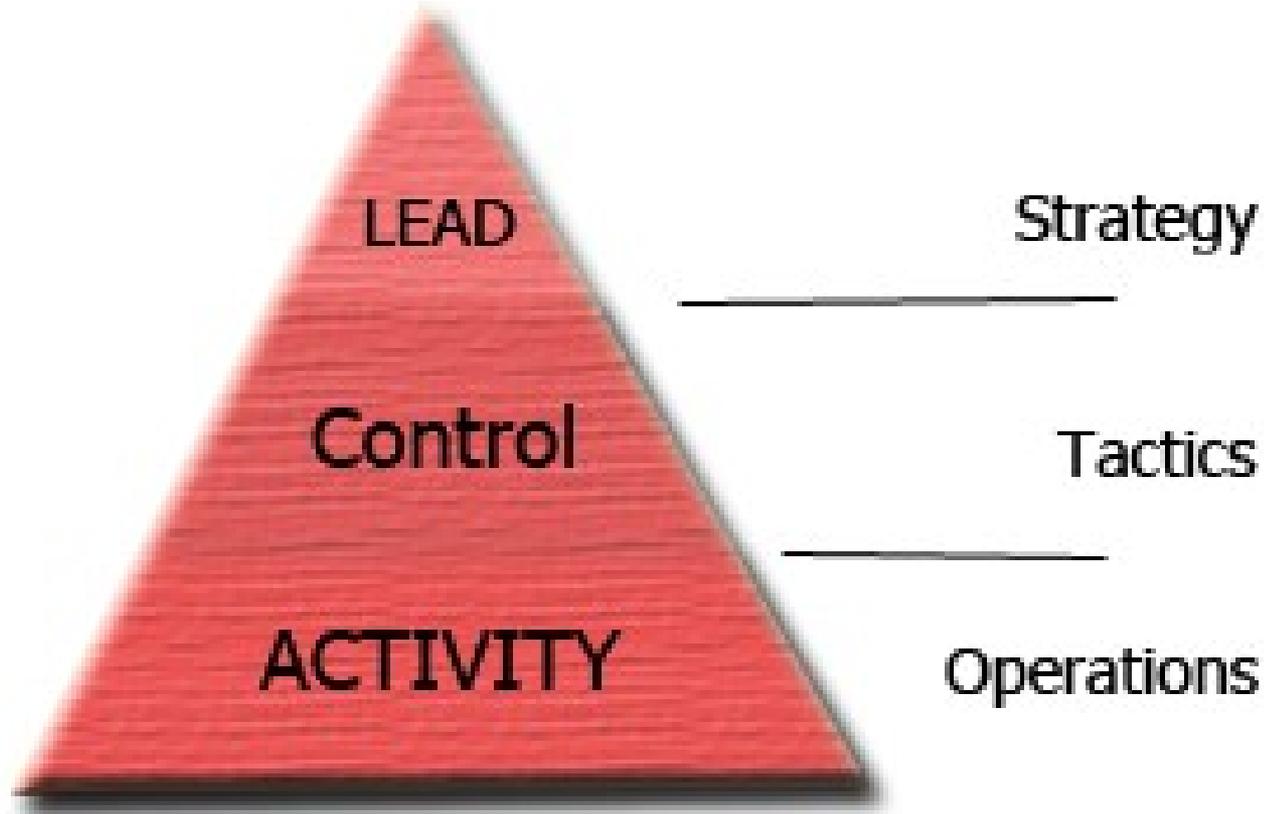


(eMarketer, Shareaholic)

I cittadini vorrebbero la partecipazione politica 2.0 (Social Media)



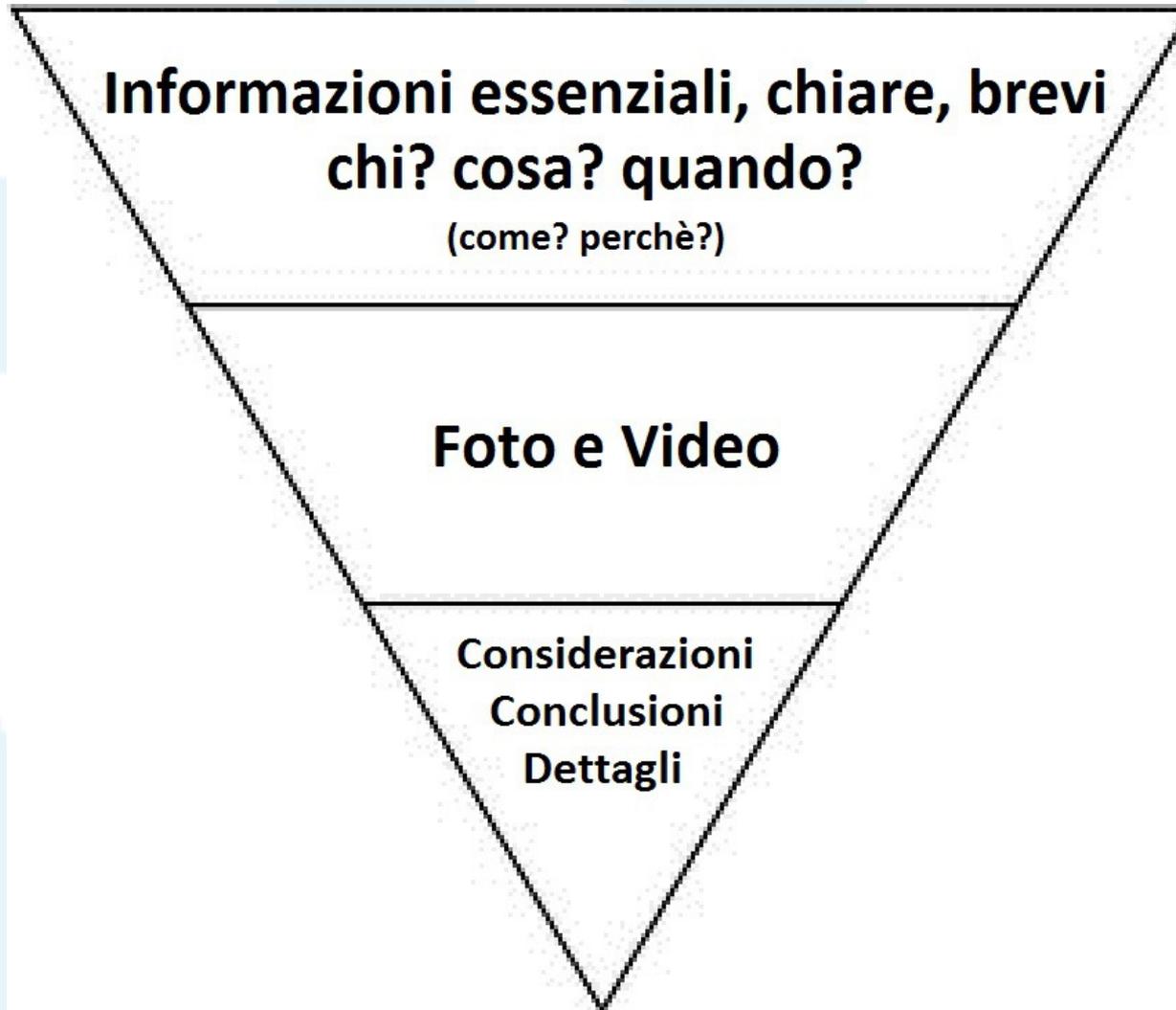
I partiti vorrebbero la partecipazione politica 2.0 (Social Media)



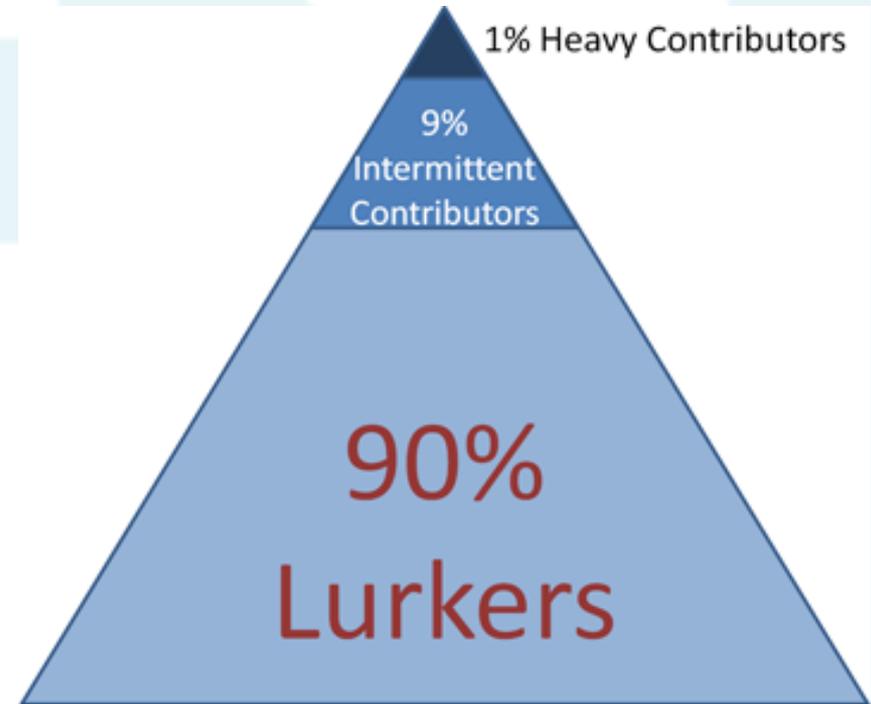
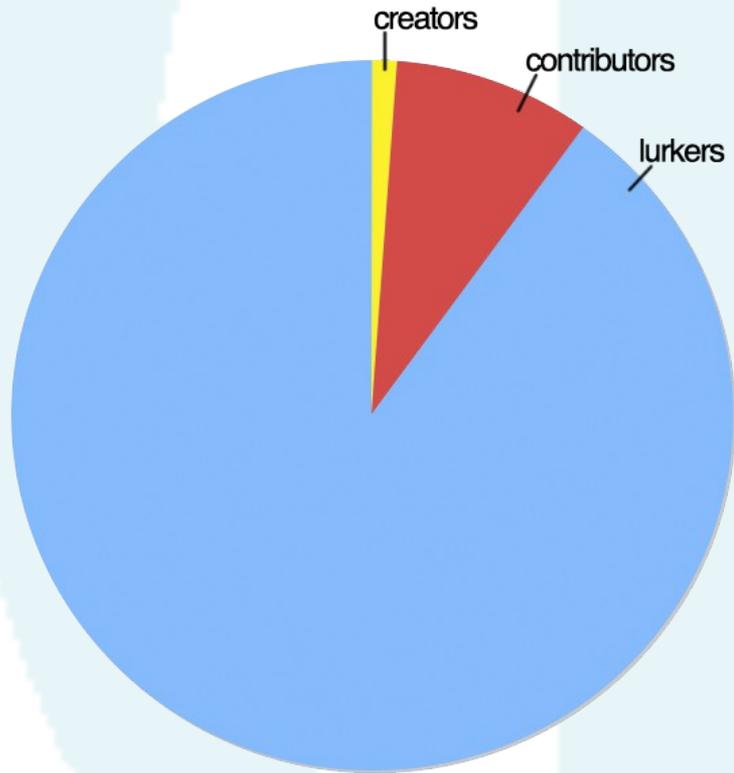
I cittadini vedono la partecipazione politica 2.0 (Social Media) dei partiti



I cittadini vorrebbero in Social Media



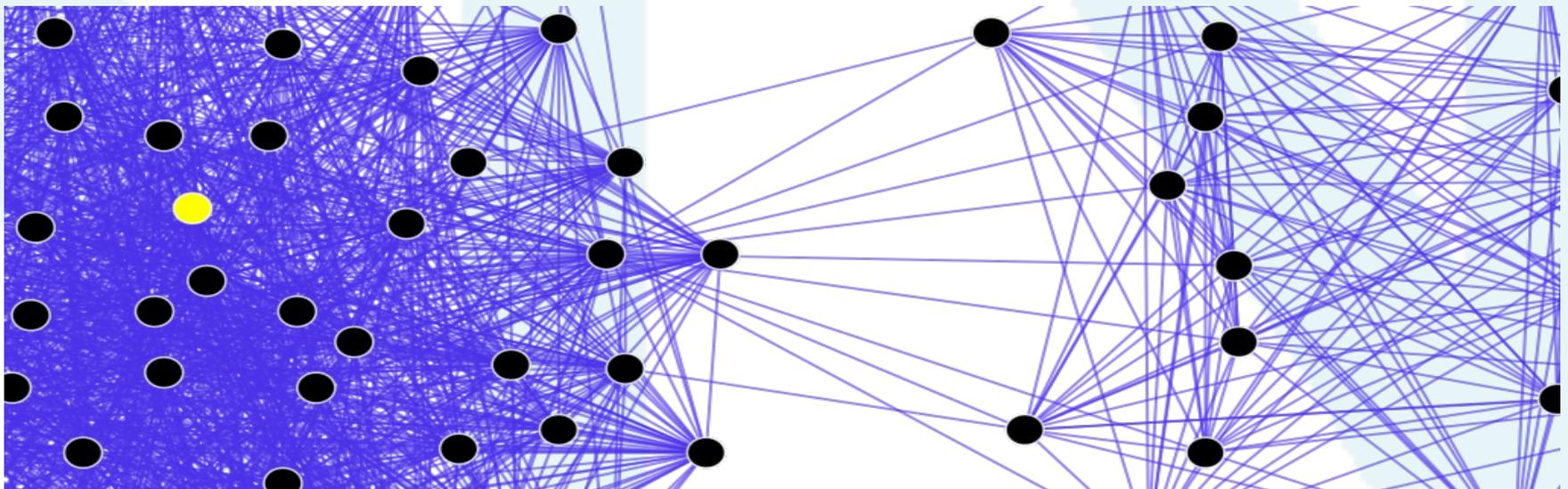
Le persone che parteciperanno nei Social Media



- Aspettarsi percentuali non elevate
- Automatizzare risorse (sito, FB, TW, ecc.)

Idea #1 - Dati x creazione comunità

- Aggiornamento dati anagrafici con profili social media (Twitter e Facebook) e indirizzo email, in prima battuta degli iscritti (durante campagne, iscrizioni e rinnovi) utilizzando i circoli come hub - ovviamente dopo doverosa e decorosa formazione - per iniziative e campagne mirate.
- In seguito tale operazione potrebbe essere fatta su DB elettori/simpatizzanti.



Idea #2 - Spazi dedicati

- Un problema attuale è dato dal fatto che le pagine (se non 😱 profili personali utilizzati come pagine pubbliche, che tra l'altro portano a rischi di ban in quanto contrari alle linee guida di Facebook) ufficiali comunicano ancora solo in una direzione e oltretutto con modalità obsolete.
- Ridisegnare in chiave partecipativa 2.0 l'utilizzo della pagine ufficiale provinciale (ricordarsi 90-9-1) e di unioni comunali per non sprecare risorse e fornire regole comuni e condivise. In alternativa utilizzare uno spazio dedicato a livello provinciale/comunale (sempre con le premesse di cui sopra)
- Spostare quindi le discussioni dai profili personali a tali pagine pubbliche, dove chi ha ruoli politici dovrebbe rispondere pubblicamente. Quanto promesso deve essere mantenuto.
- Se l'idea funziona, si può pensare a una versione “iperlocale”

Idea #3 - #hashtag

- Affiancare attività tradizionali con hashtag dedicati e strettamente regolamentati (Twitter) e informazioni su tali attività
- Lancio di hashtag ricorrenti anche per attività di propaganda, brand e marketing politico/elettorale (ad es. #PDBologna)



Idea #4 - Stato dell'Unione 2.0

- Utilizzare social media per effettuare incontri virtuali con Segretario e Segreteria a cadenza ciclica e sicura (es. #matteorisponde R.I.P.)
- Vagliare la possibilità di limitare domande a iscritti o circoli oppure a tutti, sebbene le risposte e il dibattito dovrebbero essere pubblici



Idea #5 - Contare fino a 10.0



<https://www.facebook.com/giannimorandiofficial>

- Le risposte, anche ai commentatori più estremi ed estremisti devono essere sempre ponderate e atte a garantire dialogo. Quando oggettivamente impossibile utilizzare ironia
- Il contrasto estremo sono silenzio e astensionismo, non scrivere opinioni differenti
- Controllare le fonti e dare risposte univoche, autorevoli e coerenti (dove e quando possibile)

Idea #1, #2, #3, #4, #5, #n



PS: poi non si deve tornare indietro

Grazie per la vostra attenzione :)



Massimiliano Navacchia

<http://www.navacchia.it>

<https://twitter.com/maxnavacchia>



Redatta e realizzata da Massimiliano Navacchia,

Quest'opera e la relativa versione 3.0 è frutto di esperienze professionali, letture, corsi di formazione.

Diritti, marchi registrati e siti web riportati in immagini e url sono riservati e proprietà dei diretti interessati e relative aziende.

Questa opera è stata rilasciata sotto la licenza Creative Commons Attribuzione-Non commerciale-Non opere derivate 4.0 Unported. Per leggere una copia della licenza visita il sito web <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/> (versione in italiano <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>) o spedisci una lettera a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Questa opera può essere divulgata ed utilizzata anche per altri ed ulteriori scopi, facendone obbligatoriamente richiesta scritta all'indirizzo email info@navacchia.it e citando sempre l'indirizzo web <http://www.navacchia.it>