

2.2. I livelli di presenza

Passare da un approccio che vede la Rete come un sistema di informazione **verso** il cittadino a un approccio che la inquadra, invece, come un canale di comunicazione **con** il cittadino implica un cambiamento sostanziale che prevede diversi possibili livelli di relazione con un grado di complessità e di coinvolgimento incrementali:

1. **ascolto**: monitorare ciò che avviene nei *social network*;
2. **presidio**: essere presenti nei *social network*;
3. **interazione**: interagire con gli utenti dei *social network*;
4. **partecipazione**: sfruttare i *social network* per costruire momenti di partecipazione.

2.2.1. Ascolto

Aprire una pagina ufficiale su Facebook, un *account* Twitter, un canale su YouTube sono di solito i primi passi che una PA compie quando si rende conto della necessità di essere presente sui *social network*.

Tuttavia ciò potrebbe rivelarsi un errore. Presidiare i diversi siti di *social networking*, infatti, implica conoscerne le regole, capirne le dinamiche, comprenderne le caratteristiche. Prima di sviluppare una presenza attiva è quindi necessario acquisire quelle competenze utili per poterne governare la complessità.

La prima cosa da fare è rendersi conto del necessario cambiamento culturale per adeguarsi al mutamento in corso. Se è vero, infatti, che essere attivamente presenti all'interno di uno o più *social network* rappresenta il risultato di una scelta precisa della PA, è altrettanto vero che gli utenti parlano dell'Amministrazione indipendentemente dal fatto che essa sia presente o meno nelle piazze virtuali da essi frequentate. Il punto, quindi, è decidere se sapere o meno cosa gli utenti si dicono e cosa dicono della propria Amministrazione.

Se può essere pienamente giustificabile il fatto che una PA decida scientemente di non presidiare attivamente alcun *social network* (per motivi di opportunità, di competenze o di temi trattati), è meno condivisibile che essa scelga di ignorare le opinioni dei cittadini sul proprio operato e sui temi di propria competenza.

Come primo passo verso i *social network* è quindi utile e necessario avviare una attività di ascolto e monitoraggio strutturato di ciò che avviene nel loro ambito.

Qual è il livello di soddisfazione dei cittadini? Quale il livello di qualità percepita? Quali sono gli argomenti inerenti la propria attività che maggiormente interessano i cittadini? Sono tutte domande che, se una volta richiedevano studi e ricerche svolte su campioni d'utenza, oggi possono trovare facilmente una prima risposta anche semplicemente andando ad analizzare le conversazioni degli utenti nei *social media*. In tal senso, essi rappresentano un vero e proprio *focus group* permanente sulle attività, i temi e l'operato della PA. Una fonte di conoscenza di impareggiabile utilità e grande valore che soltanto ascoltando i *social network* si riesce a valorizzare.

Tab. 2 - Livello di presenza: ascolto

<i>Focus</i>	Monitoraggio
<i>Perché</i>	Verificare ciò che si dice dell'Amministrazione Comprendere ciò che si dice delle tematiche affrontate dall'Amministrazione
<i>Come</i>	Effettuare un monitoraggio di ciò che avviene nei <i>social network</i>
<i>Quando</i>	Come primo passo verso i <i>social network</i> e, quindi, come attività strutturale
<i>Opportunità</i>	Comprendere il punto di vista dei cittadini sulle tematiche delle quali si occupa l'Ente Comprendere il punto di vista dei cittadini sulla propria realtà e sulla percezione che essi hanno dell'operato dell'Ente
<i>Criticità</i>	Cambiamento culturale Orientamento all'ascolto
<i>Rischi</i>	Nessuno

2.2.2. Presidio

Se ascoltare ciò che si dice all'interno degli spazi di relazione virtuali rappresenta il primo livello di attenzione della PA verso tali contesti, presidiare i principali siti di *social networking* è senz'altro il secondo.

Una prima ed elementare forma di presidio consiste nell'utilizzare questi nuovi

media come strumenti attraverso i quali veicolare, in modo appropriato, le informazioni comunque presenti nel sito web istituzionale. Se l'obiettivo dell'Amministrazione non è soltanto quello di rispondere alla lettera alla legge che, ricordiamolo, obbliga alla pubblicazione di alcune informazioni ma anche quello di assicurarsi che le informazioni pubblicate raggiungano effettivamente i cittadini, allora i siti di *social networking* sono uno strumento di diffusione di grande importanza.

Sul sito web dell'Amministrazione il cittadino deve recarsi volontariamente e, per farlo, deve essere spinto dal bisogno di cercare qualcosa. Nei *social network* il cittadino è presente quasi tutti i giorni, per cui è proprio lì che il bisogno va creato e comunicato.

Ciò naturalmente non implica la possibilità di trascurare il sito web istituzionale, che, anzi, acquisisce un ruolo centrale nel momento in cui diviene il punto di riferimento verso il quale indirizzare gli utenti per le informazioni ufficiali. Tuttavia presidiare i *social network* implica acquisirne il linguaggio, che deve essere adeguato al contesto e specifico per lo strumento, garantire tempi di risposta sufficientemente rapidi, definire internamente i livelli di responsabilità necessari per parlare in nome e per conto del proprio Ente.

Insomma, anche il semplice presidio richiede un'analisi approfondita della propria organizzazione, che dovrà – nel momento in cui si inserisce in questi contesti – aver chiaramente identificato persone, ruoli e responsabilità.

Tab. 3 - Livello di presenza: presidio

<i>Focus</i>	Informazione
<i>Perché</i>	Visibilità per le attività della PA Presidio di un canale Informazione al cittadino Sfruttare le potenzialità virali dello strumento
<i>Come</i>	Essere presenti nei <i>social network</i> utilizzati dai cittadini
<i>Quando</i>	Quando si è compreso il contesto e si è capito cosa dire attraverso quale canale
<i>Opportunità</i>	Sfruttare uno strumento di contatto familiare al cittadino Avviare lo sviluppo di una relazione Comprendere le dinamiche d'uso dei <i>social network</i>
<i>Criticità</i>	Linguaggi adeguati Responsabilità Tempi di risposta
<i>Rischi</i>	Riproposizione di linguaggi e approcci pensati per altri strumenti

2.2.3. Interazione

Gli utenti che usano i *social network* sono abituati a utilizzarli sfruttandone la reale natura, che è intrinsecamente orientata all'interazione. Utilizzare uno strumento pensato per il dialogo in maniera monodirezionale può, quindi, indispettarli o deluderli. Non c'è nulla di peggio nella percezione degli utenti che promettere interazione e non mantenere la promessa: nella logica dei *social network* la semplice presenza in essi è una promessa di interazione che va mantenuta.

Garantire un buon livello di interazione attraverso i *social media* è senz'altro un impegno per l'Amministrazione. Tuttavia per essa rappresenta anche un'opportunità importante. Forse insostituibile. Attraverso l'interazione che parte dai *social network* si può infatti avviare un reale percorso di avvicinamento al cittadino. Un percorso finalizzato non soltanto a presidiare un canale di comunicazione efficace che vada a integrare l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP), ma anche a migliorare realmente il livello di servizio dell'Ente nella percezione dei suoi utenti.

Attraverso i *media* sociali si può costruire una relazione di fiducia con il cittadino che, grazie a essi, vede diminuire le barriere che lo separano dall'Amministrazione e vede quest'ultima avvicinarsi alle sue esigenze e alle sue necessità. Dialogare con il cittadino, inoltre, è utile non solo per comprenderne le esigenze, ma anche per metterlo nelle condizioni di comprendere meglio la realtà della PA con la quale sta interagendo. Dal dialogo, insomma, si può sviluppare una relazione che consente realmente alle due parti in causa di conoscersi reciprocamente e comprendersi meglio.

Tab. 4 - Livello di presenza: interazione

<i>Focus</i>	Dialogo
<i>Perché</i>	Presidiare un canale di comunicazione efficace Migliorare il livello di servizio Costruire una relazione di fiducia nei confronti della propria utenza
<i>Come</i>	Interagire e dialogare con i cittadini
<i>Quando</i>	Quando informare non basta e ci si rende conto che l'utenza si aspetta un rapporto dialogico
<i>Opportunità</i>	Comprendere le istanze del cittadino Semplificare i processi per il cittadino
<i>Criticità</i>	Processi interni e responsabilità Tempo necessario
<i>Rischi</i>	Non riuscire a mantenere nel tempo la relazione Deludere le aspettative di relazione

2.2.4. Partecipazione

Comprendere davvero come implementare i *social network* nell'ambito della Amministrazione Pubblica comporta, in una accezione culturale degli stessi, iniziare a muoversi concretamente verso meccanismi e dinamiche di *e-partecipation*. L'*e-partecipation* esprime la partecipazione dei cittadini ai processi politici e amministrativi attraverso il supporto delle tecnologie della comunicazione e dell'informazione. Alla luce di quanto visto sinora, è evidente come tali tecnologie trovino nei *social network* una concretizzazione particolarmente efficace, essendo questi, in ultima analisi, il mezzo attraverso cui rafforzare il grado di coinvolgimento democratico dei cittadini e la loro partecipazione non solo nell'atto fina-

le della decisione ma anche nelle fasi che concorrono a determinare i processi decisionali nelle scelte politiche.

Oggetto di grande attenzione in sede europea, l'*e-partecipation*, pur non essendo il tema specifico di questo *Vademecum*, rappresenta il contesto di fondo verso il quale finisce per confluire qualsiasi Amministrazione che si stia muovendo correttamente nella direzione dei *social network*.

La grande (ma, è bene ricordarlo, non totale) presenza di cittadini in questi contesti, la diffusione e la pervasività degli strumenti di *social networking* rendono questi siti dei perfetti laboratori di *e-partecipation* all'interno dei quali sperimentare formule nuove di partecipazione civica.

Tab. 5 - Livello di presenza: partecipazione

<i>Focus</i>	Collaborazione
<i>Perché</i>	Coinvolgere i cittadini nelle scelte della PA Sviluppare sistemi di <i>e-partecipation</i>
<i>Come</i>	Usare i <i>social network</i> per costruire momenti di partecipazione
<i>Quando</i>	Nel momento in cui si vogliono condividere le decisioni con i cittadini Quando il cittadino non è più un interlocutore, ma un partner
<i>Opportunità</i>	Sperimentare e sviluppare sistemi di <i>e-partecipation</i>
<i>Criticità</i>	Complessità Coinvolgimento
<i>Rischi</i>	Nessuno

2.3. Quadro normativo

Nel nostro ordinamento non esistono precisi obblighi giuridici relativi alla presenza delle Pubbliche Amministrazioni sui siti di *social networking*, in quanto il legislatore ha ritenuto opportuno che la scelta di utilizzare gli strumenti del *social Web* sia assunta soltanto dagli Enti che sono in condizione di accettare le dinamiche e mettere in pratica i paradigmi già enunciati.

Smentendo un diffuso, ma errato, luogo comune, è possibile affermare che non esistono ostacoli giuridici all'utilizzo dei *social media* da parte delle Pubbliche