

Corso di Formazione “La Società Digitale”

***PARTECIPAZIONE ATTIVA IN RETE, WEB E SOCIAL  
NETWORK PER LE CAMPAGNE ELETTORALI***

**A CURA DI: Gruppo 1 Attivi in Rete**

**Tutor specialistico:**

**Matteo Franceschini Beghini** ([matteofb@gmail.com](mailto:matteofb@gmail.com))

**Vincenzo Mania** ([vincenzo.mania@gmail.com](mailto:vincenzo.mania@gmail.com))

**Tutor Formatore**

**Daniela Botta** [danielabottaa58@libero.it](mailto:danielabottaa58@libero.it)

**Gianfranco Parola** [gian1959@tiscali.it](mailto:gian1959@tiscali.it)

**Componenti**

**Carla Porretta** ([carlapor@libero.it](mailto:carlapor@libero.it))

**Cosetta Borelli** ([cosetta62gmail.com](mailto:cosetta62gmail.com))

**Fabio Giordano** ([fabio.giordano@virgilio.it](mailto:fabio.giordano@virgilio.it))

**Fabio Lamon** ([lamon.fabio@gmail.com](mailto:lamon.fabio@gmail.com))

**Giuseppe Bombonato** ([giuseppe.bombonato@virgilio.it](mailto:giuseppe.bombonato@virgilio.it))

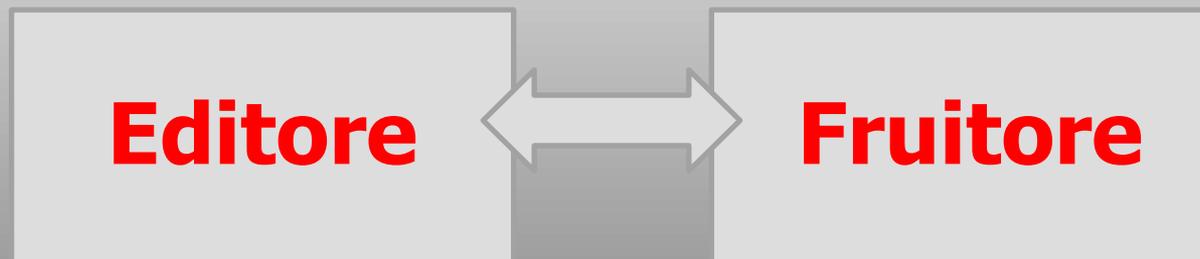
**Michele Travaglio** ([mj@micheletravaglio.it](mailto:mj@micheletravaglio.it)) **Valentina Vaio** ([valentinavaio@gmail.com](mailto:valentinavaio@gmail.com))

## NUOVI STRUMENTI – NUOVI LINGUAGGI

Con il termine **Social media** si indicano tecnologie e pratiche on line usate per condividere contenuti (testuali, immagini, video o audio) attraverso applicazioni che permettono una spiccata interazione= WEB dinamico. **WEB 2.0**

I Social media rappresentano un **cambiamento** nello scambio di informazioni, con essi si fondono sociologia e tecnologia.

La comunicazione si trasforma da monologo in **dialogo**, il fruitore diventa a sua volta editore.



# LA CAMPAGNA TESSERAMENTO DEL PD



## LA CAMPAGNA TESSERAMENTO DEL PD

- La comunicazione politica con i SM è caratterizzata da finalità propagandistiche nelle quali deve prevalere il **contenuto valoriale** del messaggio.
- La campagna tesseramento utilizzata dal PD è una campagna **"teaser"** (dall'inglese to tease, stuzzicare).
- Consiste in una campagna preliminare di forte impatto che cerca di suscitare curiosità senza rivelare l'oggetto.

## LA CAMPAGNA TESSERAMENTO DEL PD

- La campagna **teaser** necessita di una seconda campagna **follow up** che svela il mistero.
- Lo scopo della campagna è quello di **incuriosire** e di spingere il destinatario a consultare la pagina Facebook.
- In questo modo si sfruttano le proprietà **virali** del socialnetwork, diffondendo il messaggio in modo esponenziale.
- I risultati della campagna sono stati positivi sul piano dell'effetto virale.
- Il follow up si è tuttavia dimostrato debole rivelando la delicatezza del lancio di un messaggio politico attraverso i Social Media

# LA CAMPAGNA TESSERAMENTO DEL PD

**Ti presento i miei**

**Ti presento i miei**

**Ti presento i miei**

**Ti presento i miei**

**Faruk,**  
45 anni.  
Gastronomo.  
L'approfondimento politico è la sua passione.

**omani**

**72 anni.**  
Pensionato.  
Il ciclismo è il suo sport preferito.

**di domani**

**l'Italia di domani**

**l'Italia di domani**

**l'Italia di domani**

**l'Italia di domani**

**PD** Partito Democratico

**PD** Partito Democratico

**PD** Partito Democratico

**PD** Partito Democratico

**Tesseramento 2012**  
iscrittiti anche tu

[www.youDEM.tv](http://www.youDEM.tv)  
[www.partitodemocratico.it](http://www.partitodemocratico.it)

[www.youDEM.tv](http://www.youDEM.tv)  
[www.partitodemocratico.it](http://www.partitodemocratico.it)

[www.youDEM.tv](http://www.youDEM.tv)  
[www.partitodemocratico.it](http://www.partitodemocratico.it)

[www.youDEM.tv](http://www.youDEM.tv)  
[www.partitodemocratico.it](http://www.partitodemocratico.it)

# Caratteristiche dei Social Media

- **Sono strumenti egualitari basati sul feedback, sull'onestà e sulla parità.**
- **Non si può mentire, non si può censurare.**
- **I contenuti devono essere aggiornati frequentemente, vari, personalizzati e pubblicati quando ci sono più utenti on line.**

# Fase propositiva: analisi

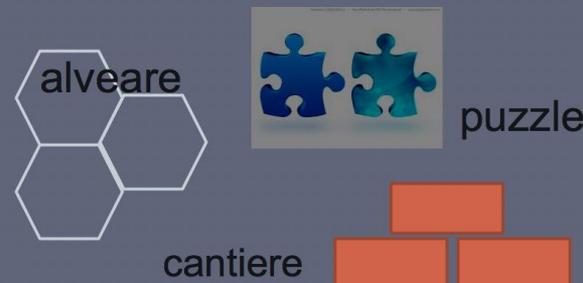
## I valori



cosetta borelli - carla porretta

## Le azioni

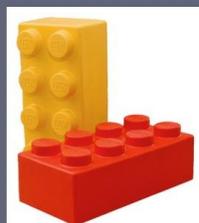
Avviare un "laboratorio" nella forma di:



cosetta borelli - carla porretta

## Il messaggio

Sei artigiano? Sei medico? Sei operaio?  
 Sei studente? Sei insegnante? Sei  
 agricoltore?.....



Metti il tuo mattone  
 per ricostruire  
 l'Italia

cosetta borelli - carla porretta

(possibili immagini)



cosetta borelli - carla porretta

# Pagina pubblica o Fan page

The image shows a screenshot of a Facebook fan page for the Partito Democratico (PD) campaign. The page features a large green banner at the top with the text "L'Italia di domani" and the PD logo. A yellow sticker on the banner says "2012 aderisci anche tu!". Below the banner is a large photo of a crowd at a political event. On the left side, there is a smaller graphic with the text "L'ITALIA PRIMA DI TUTTO." and "costruzione IN NOME". The main content area displays "Prova Campagna Tesseramento" with 12 "Mi piace" reactions. Below this, there is a description of the organization as a non-profit and technical tests for membership. At the bottom, there are navigation tabs for "Informazioni", "Foto", "La tua adesione", "La tua proposta", and "Mi piace" (showing 12 likes).

Facebook

## L'Italia di domani

Partito Democratico

**2012**  
aderisci anche tu!

### L'ITALIA PRIMA DI TUTTO.

costruzione  
IN NOME

### Prova Campagna Tesseramento

12 "Mi piace"

✓ Ti piace    Messaggio    \* ▾

Organizzazione no-profit  
Prove tecniche per una campagna di tesseramento e  
affiliazione

Informazioni

Foto

La tua adesione

La tua proposta

Mi piace 12

## **Pagina pubblica o Fan page**

- **È lo strumento più idoneo per la comunicazione politica.**
- **Offre una forte personalizzazione.**
- **Può contenere diverse applicazioni.**
- **Può veicolare campagne mirate a diversi target.**
- **Non ha il limite dei 5000 contatti.**
- **Può essere amministrata da più persone**

## **Importanza dell'uso dei Social Media in politica**

- **Per costruire il futuro è necessario utilizzare i Media delle giovani generazioni.**
- **Media per formare , media per informare.**
- **L'uso del mezzo non deve mai far dimenticare l'importanza dei contenuti.**

# Professionalità e consapevolezza

- **L'uso di Internet integra l'attività tradizionale.**
- **Sono necessarie nuove figure professionali.**
- **È necessario usare un nuovo linguaggio:**

<b>XX SECOLO</b>	<b>NARRAZIONE</b>	<b>CONVINZIONE</b>	<b>RAPPRESENTANZA</b>
<b>XXI SECOLO</b>	<b>TRASPARENZA</b>	<b>CREDIBILITA'</b>	<b>RAPPRESENTATIVITA'</b>

## **Partito come soggetto formatore**

- **Tecnico: per consentire agli aderenti di comunicare adeguatamente.**
- **Sociale: per costruire una società dell'informazione diffusa che aumenti le capacità di analisi e di giudizio dei cittadini.**

# Partito come soggetto formatore

- **Per garantire l'integrazione delle attività promosse dai Circoli fino alla Direzione Nazionale sui canali di comunicazione:**
  - **siti Web e blog**
  - **Canali multimediali (You tube)**
  - **Social media (Facebook)**
- **Per consentire agli iscritti di pubblicare ed aggiornare i contenuti**
- **Per avvicinare il cittadino al partito facilitandogli l'accesso ai servizi.**

# Nuove forme di partecipazione

- **Valorizzazione dei circoli on line.**
  - Favorendo la partecipazione dei cittadini digitali
  - Accettando l'essenza "libera" della Rete perché la censura è controproducente
  - Stimolando il dibattito sulle scelte e posizioni del partito.

# **Nuove forme di partecipazione**

## **. Social Network interno alla comunità politica**

- Rete autonoma e dedicata ai tesserati al partito**
- Assemblea permanente degli iscritti, spazio di confronto e condivisione**
- Circolazione di grandi quantità di informazioni**
- Possibile aumento del tesseramento come forma di accesso a questa opportunità**

# Bibliografia e sitografia

- **Dino Amenduni, *La politica nell'era dei social media: strumenti, strategie, possibilità***
- <http://nielsen.com/content/corporate/it/it.html>
- <http://vincos.it/social-mediastatistics/>
- <http://vincos.it/osservatorio-facebook/>
- <http://www.blogitalia.it/>