

INTERPELLANZA

Interpellanza di **Alessandro Spano** e cofirmatari sul tema:

“Socialnetwork: per una Città al passo con i tempi”

La società odierna sta vivendo un forte cambiamento orientandosi sempre più verso il digitale. Termini come telelavoro, e-learning, e-banking, e-governement, ecc., sono sempre più presenti nella vita quotidiana. Basti pensare che oggi si può fare la spesa direttamente da internet come pure le operazioni bancarie. E chissà che presto non potremo anche votare (e in alcuni cantoni già succede).

Anche a livello di comunicazione si può parlare di digitale: grazie alle nuove tecnologie come smartphone e tablet, le informazioni passano molto più velocemente e in maniera più diretta. Le persone sono collegate tra loro costantemente e necessitano di rimanere continuamente aggiornati sui fatti di cronaca, sulle nuove tendenze, sulle esperienze vissute ed altro ancora. Ai principali canali di comunicazione come **radio e TV, si aggiungono quindi i social network come Facebook, Twitter e Instagram.**

In particolare, Instagram (che permette di pubblicare solo foto, che si possono poi artisticamente ritoccare) permette di conoscere in anteprima i luoghi - o angoli nascosti di Città - che si andranno in seguito a visitare tramite la ricerca di hashtag. Ecco quindi che questo social network non riveste più soltanto una connotazione di social network puro, ma è sempre di più anche un mezzo di promozione turistica di una Città. Infatti, ci sono diversi esempi che testimoniano questo fatto: la Città di Losanna, la più vicina Città di Lugano, Svizzera turismo e anche l'ente turistico Ascona-Locarno possiedono un account Instagram ufficiale. Come testimoniato qualche mese fa sulla Regione in un articolo, l'account della Città di Lugano viaggia a gonfie vele e i follower arrivano da tutto il mondo: i responsabili si sono accorti che Instagram è un ottimo strumento di promozione del territorio e degli eventi». Inoltre, la strategia comunicativa adottata permette di essere presente «lì dove si trova il cittadino, cioè sempre più spesso sul suo smartphone». L'utilizzo dei social network permette anche di creare una rete e di integrare e coordinare le attività del web con tutto quello che succede in Città. Inoltre, i social network permettono di raggiungere migliaia di persone con costi pari a zero: essi permettono di fare della pubblicità gratuita a livello mondiale, quando invece una campagna marketing pubblicitaria ad ampio raggio costa decine di migliaia di franchi.

Per rimanere quindi al passo con i tempi e vicini al cittadino, potendo comunicare in maniera semplice e diretta, approfittando anche della possibilità di promuovere turisticamente la Città, riteniamo che anche la Città di Locarno debba dotarsi di una strategia comunicativa e di un account Instagram (e perché no, anche di uno più istituzionale su Twitter e Facebook), tenuto conto che i social network sono seguiti maggiormente dai giovani: sono loro i cittadini e i turisti di domani.

Per questi motivi, chiediamo al Lodevole Municipio:

1. Quale strategia intende adottare il Municipio in merito ai social network?
2. Il Municipio intende attivare un account Instagram?
3. Il Municipio intende attivare un account Twitter?
4. Il Municipio intende attivare un account Facebook? ”.

LA RISPOSTA

A nome del Municipio risponde il signor **Bruno Buzzini**:

“L’interpellanza esprime il desiderio d’attivare dei canali d’informazione verso la popolazione e i turisti di tipo social network per la Città. L’interpellanza chiede sostanzialmente alla Città di dotarsi di una politica d’informazione per i canali di tipo social network e di attivare un account Instagram e, sussidiariamente, Twitter e Facebook. In maniera analoga ai canali d’informazione classici, radio, TV, stampa anche i vari social network comportano vantaggi e svantaggi. E’ quindi indispensabile innanzitutto un’analisi dei vari social network in relazione a quelli che sono i fabbisogni di un Comune ed i suoi compiti. In seguito si può redigere una lista tramite la quale l’esecutivo potrà scegliere i canali più appropriati.

E’ anche importante analizzare le figure necessarie ed il rispettivo carico di lavoro per ogni canale basato sulle specificità del canale stesso: vitalità indispensabile per il tipo di canale in modo che risulti “vivo” e quindi seguito o complessità dell’allestimento della documentazione tipica del canale.

Per finire è utile formalizzare una o più direttive che reggano questo utilizzo. Sono da chiarire i diritti d’accesso, i sostituti in caso d’assenza del redattore, le frequenze minime d’aggiornamento da rispettare, le tipologie e la forma dei contenuti, le linee guida per il moderatore, ecc.

Vista la complessità della richiesta che tocca anche aspetti legati alla comunicazione, ecc. si è pensato di proporre questo progetto alla SUPSI quale progetto di Bachelor o Master”.

Il signor **Alessandro Spano** sulla base delle risposte ricevute si dichiara soddisfatto.