

LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

- Con il termine E-Government viene indicata la nuova politica delle Pubbliche Amministrazioni per le quali negli ultimi anni la comunicazione in rete ha assunto un ruolo molto importante. Potersi e doversi relazionare con l'utenza è diventata una esigenza per comprendere meglio i problemi e far sentire alla gente che le istituzioni non sono poi così "irraggiungibili". A questo proposito, va data la giusta importanza all'equilibrio fra il dovere di informare e la riservatezza, l'imparzialità e la correttezza delle notizie. Occorre inoltre, prestare attenzione all'ufficialità delle pubblicazioni, in modo che siano veritiere e credibili e quindi legittimandole agli occhi degli utenti.
- Vari sono gli strumenti che si possono utilizzare: alcuni già da tempo noti come la News-letter e il Portale, altri più nuovi, come Facebook e Twitter oggetti della ricerca che abbiamo condotto con questo progetto.



The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a blue rectangular background.

- Social network innovativo che consiste nell'aprire una pagina o un profilo con una bacheca pubblica dove le istituzioni rendono note agli utenti le novità e le opportunità a loro offerte. Nella pagina è possibile importare e commentare foto e contenuti multimediali. Secondo le impostazioni scelte i vari contenuti possono essere resi più o meno pubblici, nel rispetto della legge sulla privacy.
- Attualmente Facebook è in uso nelle pubbliche amministrazioni delle regioni Veneto e Emilia Romagna. Nella prima è stato scelto il Profilo, dove gli utenti accedono dopo una "richiesta di amicizia" e relativa accettazione da parte della Regione, mentre l'Emilia Romagna ha una pagina che consente un accesso istantaneo ai contenuti e di conseguenza un numero maggiore di "fan".

twitter



- Il nome deriva da "to tweet" cinguettare, in quanto i messaggi pubblicati possono avere al massimo 140 caratteri assumendo così l'immagine di messaggi istantanei e di carattere pubblico. In base alle impostazioni, è possibile rendere più o meno noti i messaggi inviati.
- La dinamica follower-following è tipica di questo social-network e consiste nel poter scegliere di "seguire" un profilo di un utente che non è obbligato a sua volta a seguire i nostri aggiornamenti. Le persone che un utente può seguire possono essere differenti da quelle interessate a seguire lui.
- La funzione ReTweet consente ad un follower di diffondere i nostri aggiornamenti senza poterne alterare il contenuto ai suoi "seguaci" allargando così la rete.
- Le liste sono caratteristiche di Twitter e permettono di ordinare i propri contatti per gruppi in base all'area geografica, alla professione, ai rapporti personali ecc... possono avere carattere pubblico visibile a tutti o privato.

Considerando quindi facebook e twitter i network più fruibili cerchiamo di individuare i principali pregi e difetti:

• FACEBOOK

- Consolidamento relazioni
- Utilizzo semplice
- Caratteri post illimitati
- Possibilità di commenti
- Possibilità di condividere immagini
- Richiesta amicizia obbligatoria e rapporti più lenti
- Uso non sempre con uno scopo preciso

• TWITTER

- Maggior apertura a nuove conoscenze
- Contatti più veloci e diretti
- Adatto alle imprese per la diffusione dell'attività e i rapporti con i clienti
- Numero di caratteri post limitato a 140
- Impossibile lasciare commenti
- Impossibile condividere immagini

CONCLUSIONI

Da questa breve ricerca , si può notare che Facebook e Twitter rappresentano strumenti molto diffusi ed efficienti e adatti a supportare il dialogo con gli utenti non costituendo comunque le uniche possibili soluzioni. Un altro social media come MySpace sebbene raggiunga un buon numero di utenti tuttavia si orienta su condivisione di file musicali e quindi con una sfera di azione più limitata rispetto a Facebook e Twitter. Anche Netlog, sebbene preso in considerazione, ha dimostrato di rivolgersi prettamente, anche con pubblicità ad un pubblico molto giovane, e quindi ad un bacino di utenza ristretto.