

La Sinistra su Internet

PIANO DI COMUNICAZIONE

05/11/2008

SOMMARIO

Premessa

Il Piano di comunicazione del portale La Sinistra

1 ***LINEE STRATEGICHE E PROGRAMMA***

2 ***ATTIVITÀ 2008***

3 ***MONITORAGGIO***

4 ***MACROFUNZIONI ESTERNE***

Premessa

"Communication is a basic human need, a fundamental social process and the foundation of all organizations"

(Wiki)Power to the People Using the Internet to Build a Connected Party

Ovvero, alcuni spunti su come utilizzare Internet per costruire un partito in rete che tragga vantaggio da Internet non solo come strumento organizzativo, per la creazione di eventi e la diffusione di informazioni, ma come occasione per rimettere la decisione democratica nelle mani dei cittadini in maniera prima impensabile. Grazie a Internet, un partito politico può veramente diventare un partito della gente.

La collaborazione può essere lo strumento più potente di un partito politico. La collaborazione crea fiducia, legame sociale, favorisce la progettazione collettiva. Possiamo chiamare Wikipower la collaborazione realizzata attraverso le piattaforme web offerte da Internet prendendo a prestito la logica del wiki, una piattaforma per la scrittura cooperativa di contenuti attraverso le pagine web. E' stato più volte sottolineato che il wiki funziona in pratica ma non in teoria. Questo significa che dobbiamo rivedere le nostre teorie. Dobbiamo rivedere le teorie della motivazione umana e dell'organizzazione sociale che rappresentano il vero significato del Wikipower. I software wiki sono comunque uno dei tanti strumenti disponibili via web.

Che il wiki funziona dimostra una serie di verità circa il nostro essere sociali.

1. Dal niente può nascere qualcosa. Facciamo quello che serve quando serve. Insieme.
2. Il risultato di questo processo non è prevedibile. E' un processo emergente.
3. La gente è in grado di sublimare il proprio ego per creare qualcosa che abbia valore collettivo.
4. I Wiki non necessitano di leader che li pubblicino, li validino, li pianifichino o ispirino i partecipanti. Il network dei collaboratori stessi assume il ruolo del leader.
5. Il controllo non ha caratteristiche scalari. Per i progetti molto grandi – come la creazione di un partito politico – il grado incrementale di controllo richiesto solo per gestirne gli sforzi, introduce effetti indesiderati, come la riduzione della creatività e della motivazione dei suoi membri.
6. Ci prenderemo cura l'uno dell'altro. E da questa cura nasceranno fiducia, rispetto, lealtà ed intimità.

Il WikiPower non riguarda solo come agiscono i membri del partito e i suoi supporters. Esso richiede un cambiamento nella struttura di base e nell'attitudine dei leader del partito. In breve, devono stringere un nuovo patto coi membri. I leader devono fidarsi dei loro "seguaci". Senza di questo, WikiPower è solo un vestito nuovo su un corpo vecchio.

PHILOSOPHY

Policy Wiki

Nessuno vorrebbe vedere il leader di un partito chiedere, “Dovremmo essere favorevoli alla riforma delle tasse? Che ne pensate?” Tuttavia all'interno della più ampia posizione del partito su un certo tema c'è spazio per i membri/simpatizzanti del partito di lavorare su posizioni più dettagliate. Mentre il wiki funziona per portare gente a discutere dello stesso argomento, ci sono questioni che non prevedono il consenso neppure fra membri dello stesso partito. In questi casi, il wiki può abilitare le persone a ragionare sulle proposte alternative.

Social networking software

Il partito/movimento potrebbe usare una qualche versione di software per il social networking in grado di abilitare i membri a trovarne altri con uguali interessi e consentirgli di organizzare azioni politiche nel real world. Un tale sistema abiliterebbe i membri a impegnarsi in una varietà di conversazioni con gli altri membri. Sarebbe in grado di tracciare chi conosce chi, aiutando gli amici a ritrovarsi. I membri avrebbero accesso anche un calendario integrato (integrated calendaring software) per facilitare il coordinamento di azioni a livello locale.

Open blogging

Il partito può consentire ai membri di bloggare sul proprio sito. La campagna di John Edwards lo ha previsto, con la cautela di bilanciare i blogs di Edwards e dello staff con quelli dei supporter. Il sito usa il modello DailyKos, che permette ai subscribers di votare particolari post determinando quale finisce sulla front page del sito. La scelta di pubblicare i post dei membri sul proprio sito dice molto sulla fiducia che il partito accorda i suoi aderenti.

Email solicitation

MoveOn.org raccoglie moltissimo denaro semplicemente chiedendolo. Anche il partito può farlo. Il mailing deve prevedere l'opt-in, naturalmente. Dedicare le donazioni a specifici progetti – e stabilire una metrica per mostrare quale percentuale dell'obiettivo è stato raggiunto – sembra funzionare piuttosto bene.

Never-ending information

Sul Web, ci siamo abituati a essere sempre in grado di trovare le informazioni che cerchiamo. Il partito dovrebbe essere capace di pubblicare tutte le informazioni che lo riguardano, linkarle e farle linkare il più possibile.

Finding never-ending information

Il sito può implementare tecniche di navigazione/esplorazione partecipata. Nello specifico, può consentire agli utilizzatori di taggare/segnalare (social bookmarking) le pagine e i documenti permette di trovare quello che cercano senza dover scommettere sul come i progettisti del sito hanno categorizzato le informazioni. I tags offrono un modo veloce per aggregare elementi.

Comments everywhere

Lasciate che i membri possano commentare tutto. La pratica standard dovrebbe essere che ogni pagina sia seguita da uno spazio per i commenti. Non moderate i commenti tranne se strettamente necessario.

Transparency

Rendi trasparente ai membri la governance di ogni processo più che puoi. I leader dovrebbero scrivere blog. I responsabili locali, di area, di settore, europei, i coordinatori, dovrebbero scrivere blog sui loro rispettivi programmi, aree, iniziative. **Tieni le porte più aperte che puoi.**

Our news

I membri formano legami molto forti se sono messi nella condizione di suggerire informazioni e risorse web per comunicare l'uno con l'altro. Digg.com e Slashdot.org offrono un modello di questo tipo. ConDigg, gli utilizzatori suggeriscono elementi che pensano saranno di interesse per gli altri e li voteranno determinando la loro posizione sulla pagina. Con Slashdot, gli editor pubblicano items d'interesse e la comunità ne parla in profondità e grande impegno.

Our library

Consentire agli utenti di taggare articoli sul web è un modo assai efficace di condividere competenze ed informazioni. Quelli interessati in questioni culturali potrebbero taggare articoli rilevanti con il tag "cultura". Chiunque sottoscriva quel tag riceverà un flusso di link raccomandati da altri membri. **Taggare crea legame sociale.**

Mailing lists

Le mailing list vecchio stile sono sovente un modo assai efficace per chi condivide interessi simili di parlare di ciò che gli interessa, sviluppando una competenza di gruppo. Il sito del partito deve consentire di creare, gestire, trovare e iscriversi alle mailing list che interessano.

Crowd sourcing

Usa la forza (la saggezza) delle folle per realizzare alcuni compiti che altrimenti sarebbero impossibili. Per esempio si chiedi a tutti di concentrarsi sulla riforma della Scuola e dell'Università, di commentarla e di individuare possibili correlazioni e implicazioni che altrimenti potrebbero sfuggire anche a un occhio esperto lasciato solo.

Rhetoric

L'immagine del partito dovrebbe identificare la filosofia del WikiPower stesso: informale, diretto, coraggioso nell'esprimere debolezze e dubbi, pronto a ridere di sé e degli altri. In breve, **il partito e i suoi leader dovrebbero volere sembrare finalmente umani.**

Il piano di comunicazione del portale La Sinistra

Il piano di comunicazione dovrebbe essere il documento base nella programmazione delle attività di comunicazione di ogni progetto di comunicazione. E questo vale anche per il portale La Sinistra.

La comunicazione deve raggiungere tutti i suoi potenziali pubblici e collocarsi in un adeguato contesto; **il portale La Sinistra deve farsi conoscere e far conoscere gli aspetti organizzativi, le attività, i progetti a maggiore impatto con il pubblico.**

Le attività di comunicazione devono evidenziare caratteristiche, obiettivi e strategie e, allo stesso tempo, fornire indicazioni sulle metodologie da adottare per migliorare l'immagine complessiva dell'associazione, del movimento o del partito.

Per conseguire tali obiettivi, è **necessario che la comunicazione diventi parte integrante della modalità stessa con cui La Sinistra opera.**

Per essere efficace **la comunicazione non può essere un plus cui provvedere dopo che le decisioni siano state prese. Al contrario deve essere un elemento originario nel processo decisionale, divenire un segmento strutturale dello stesso agire politico.**

Con una comunicazione efficace si contribuirà, allo stesso tempo, a rafforzare l'identità pubblica ed a sviluppare un senso di appartenenza fra gli iscritti, gli elettori, i simpatizzanti.

Nella **prima parte** del Piano di Comunicazione sono esposti obiettivi generali e considerazioni sulla comunicazione, nella **seconda parte** vengono elencati obiettivi specifici per gli ultimi mesi dell'anno corrente, azioni da realizzare nell'anno nuovo per il loro conseguimento e canali di comunicazione da privilegiare nel breve periodo.

La **terza parte** è dedicata ai processi di monitoraggio finalizzati alla valutazione dei risultati della azioni di comunicazione. L'ultima parte contiene, infine, la visualizzazione grafica delle macrofunzioni esterne assegnate ai ruoli operativi della comunicazione del portale.

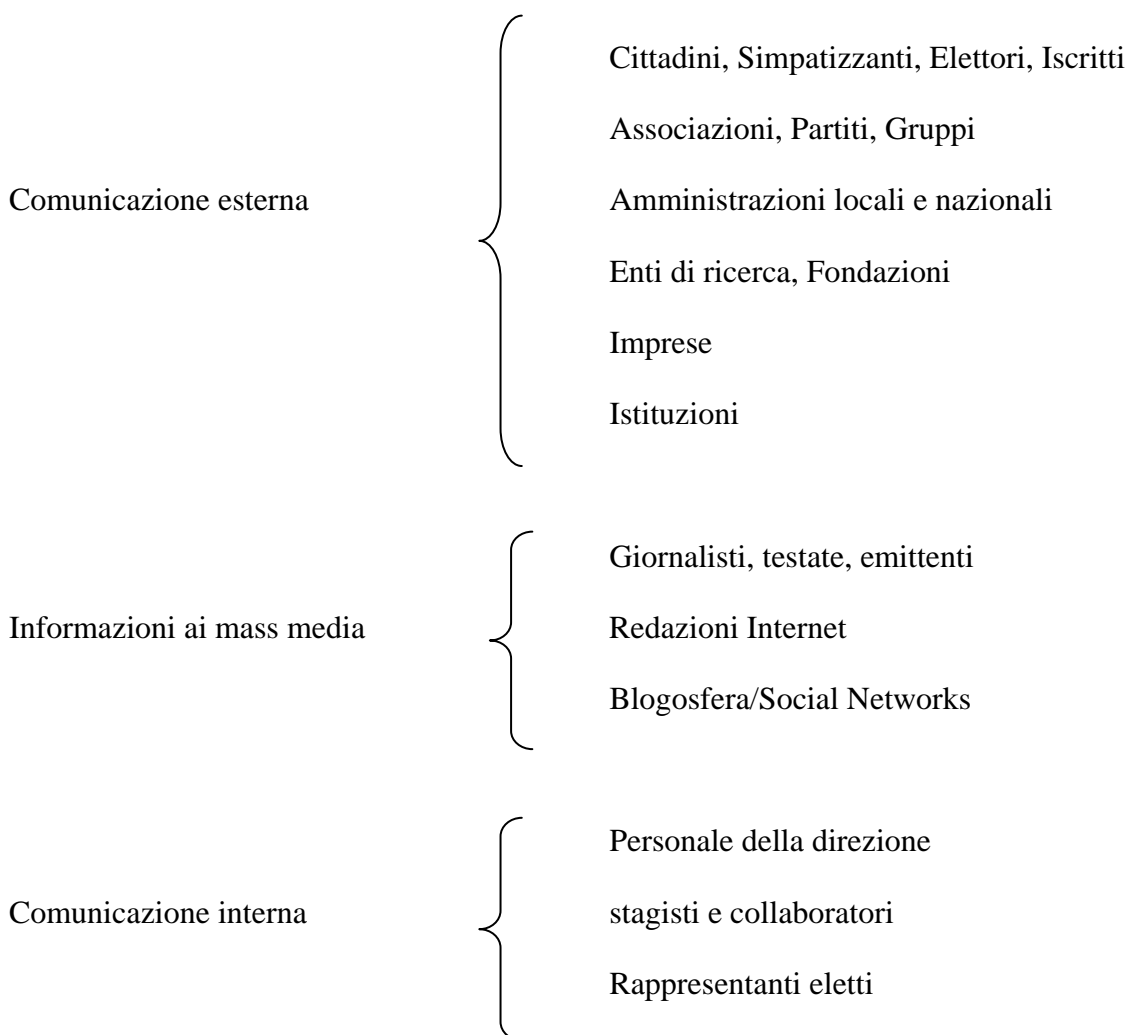
LINEE STRATEGICHE E PROGRAMMA

1.1. La funzione della comunicazione

1.1.1 Destinatari



1.1.2 Settori di intervento



1.2 Mission istituzionale

- Innovazione** L'elemento portante della comunicazione del portale **La Sinistra** è la sua forza comunicativa innovativa. L'innovazione di metodi, tecnologie e contenuti della comunicazione online è l'unico fattore in grado di favorire la giusta attenzione degli stakeholder.
- Efficienza** Le azioni di comunicazione del portale **La Sinistra** sono finalizzate al miglioramento dell'informazione indirizzata a cittadini e istituzioni, imprese e territori. La ragione fondante della comunicazione del portale La Sinistra è pertanto quella di favorire i processi di trasferimento dell'informazione facendone un veicolo di promozione dell'attività politica del movimento, di valorizzazione della sua azione, di coesione e di coinvolgimento dei cittadini, militanti, elettori.
- Trasparenza** L'offerta informativa del portale **La Sinistra** mira a incrementare la trasparenza delle azioni istituzionali del movimento, dei suoi rappresentanti eletti, delle assemblee locali, dei circoli, dei singoli gruppi di simpatizzanti che agiscono in nome e per conto del partito.
- Partecipazione** L'approccio utilizzato nella produzione di informazioni del portale **La Sinistra** è dichiaratamente finalizzato al coinvolgimento del pubblico dei cittadini/elettori per favorire la loro presa attiva di parola, compito ineludibile per un partito della sinistra.

Sul versante più specifico del portale La Sinistra, la comunicazione sarà volta a supportare le attività del movimento:

1.3 Obiettivi generali della comunicazione del portale

- Informare i cittadini e gli elettori sulle attività di La Sinistra;
- Garantire la trasparenza dell'azione politico-amministrativa dei rappresentanti di LA SINISTRA in collaborazione con le amministrazioni competenti e nei confronti dei potenziali beneficiari finali delle attività;
- Sensibilizzare l'opinione pubblica sul ruolo svolto da La Sinistra e dare un'immagine omogenea dei suoi interventi;
- Informare i cittadini e gli elettori sulle iniziative realizzate dalla La Sinistra;
- Contribuire alla creazione di un efficiente sistema di comunicazione interna fra tutti i soggetti coinvolti in La Sinistra
- Favorire il conseguimento di un efficace livello di coinvolgimento con gli *utenti* del portale La Sinistra

1.4 Funzioni del portale La Sinistra

Il portale La Sinistra intende perseguire gli obiettivi posti dalla sua mission istituzionale impiegando pienamente la specializzazione della propria organizzazione, attraverso quattro funzioni, ridefinite in maniera sinergica ed integrata.

1.4.1 Informazione

In tale funzione rientrano le attività di a) informazione sul funzionamento, organizzazione e struttura del movimento; b) informazione sulle attività dei suoi rappresentanti eletti; c) pubblicazione online di leggi, norme, interrogazioni, interpellanze e proposte di legge realizzate dai suoi rappresentanti eletti.

1.4.2 Promozione politica

In tale funzione rientrano le attività di a) promozione dell'attività politica mediante calendarizzazione delle iniziative pubbliche del movimento; b) diffusione della comunicazione mediante gli strumenti del social networking; c) collaborazione con gruppi di affinità.

1.4.3 Partecipazione e coinvolgimento

In tale funzione rientrano le attività di a) condivisione di risorse digitali per superare deficit di informazione e gap conoscitivi; b) comunicazione mirata al superamento di barriere ideologiche, geografiche, fisiche, culturali, linguistiche, generazionali, nella partecipazione politica.

1.5 Azioni

Le attività della comunicazione vanno programmate individuando una gerarchia di obiettivi di immagine e di comunicazione generali e specifici. Al piano operativo sarà attribuito il compito di svilupparli adeguatamente, secondo gradi di priorità e tempi di attuazione ben definiti.

In particolare è opportuno:

- definire in maniera più dettagliata il profilo de movimento perché sia percepito all'esterno sulla base del suo esatto valore e dei risultati che produce;
- garantire la visibilità e sottolineare l'autorevolezza della sua proposta;
- consolidare la sua immagine rispetto a quella degli altri riferimenti, evidenziandone le differenziazioni ed il valore aggiunto;
- trasmettere un'immagine moderna e dinamica del movimento e dei suoi ambiti d'interesse;
- sviluppare rapporti con i pubblici di riferimento per consolidare l'inserimento delle attività del movimento nel contesto politico e nel tessuto sociale;
- stimolare una comunicazione che valorizzi anche la chiave europea e comunitaria;
- rendere tempestiva l'informazione, mantenendo un alto livello di qualità, rafforzando la comunicazione *on line* soprattutto mediante l'impiego di tecnologie Web 2.0;

- attivare iniziative promozionali e di sensibilizzazione culturale verso segmenti specifici;
- sviluppare l'aspetto divulgativo dell'informazione verso i target di competenza;
- divulgare, favorire e rafforzare la comunicazione interculturale;
- rafforzare la comunicazione interna.

ATTIVITÀ 2008-2009

2.1 Obiettivi

- Favorire la conoscenza sulle principali attività che vengono realizzate
- Rafforzare le modalità digitali della comunicazione istituzionale
- Organizzare la comunicazione interna
- Riorganizzare la comunicazione autoprodotta

2.2 Azioni

La prima linea di attività, su cui dovranno essere inizialmente concentrate le diverse progettualità, è mirata al **rafforzamento della comunicazione on line tramite la progettazione del sito**.

Il portale La Sinistra per la sua natura istituzionale, per l'immagine e l'esempio nei confronti del mondo politico e, infine, per la necessaria efficienza della sua comunicazione e il contenimento dei relativi costi, non può esimersi dall'utilizzare gli strumenti più avanzati messi a disposizione dalle tecnologie digitali e che oggi appaiono assolutamente prevalenti nelle dinamiche comportamentali della cittadinanza.

2.2.1 Sito web

In tale contesto l'azione principale mira alla progettazione del del sito web del portale di La Sinistra, avvalendosi dell'opportunità di **adottare** soluzioni tecnologiche avanzate come la georeferenziazione dei contenuti e la multimedialità spinta anche utilizzando le **risorse/competenze interne**, con l'obiettivo di **razionalizzare** e **ridurre i costi** della sua gestione. Obiettivo che viene perseguito anche ricorrendo dal punto di vista tecnologico a soluzioni **open source** ed a **contenuti generati dagli utenti** (UGC) e rilasciati rispettivamente sotto licenza **GPL** e **Creative Commons**.

Obiettivo accessorio è di differenziare l'informazione online dalle iniziative di altri soggetti la cui reciproca dipendenza va però sottolineata.

Il sito sarà riprogettato in base alle logiche e alle tendenze prevalenti della comunicazione web attuale e adottando soluzioni in linea con le moderne prassi della comunicazione online. In particolare per quel che concerne il **networking** (vedi allegato A), cioè la capacità di mettere in rete e far meglio circolare i contenuti di qualità del sito attraverso l'ottimizzazione della presenza del portale La Sinistra su motori di ricerca, portali e comunità virtuali.

Il sito non dovrà limitarsi ad essere una brochure elettronica, ma conterrà documenti integrali e servizi interattivi, organizzati razionalmente e facilmente raggiungibili, diventando compiutamente 'il giacimento informativo' di semplice consultazione per mantenersi aggiornati sulle linee di attività del movimento.

Tra gli strumenti di supporto, al fine di mantenere un'interazione continua con gli utenti di riferimento, è possibile attivare, per ciascun tema, una **newsletter grafica periodica**.

Alla base delle proposte che seguono ci sono fundamentalmente **tre idee chiave**:

- la valorizzazione del **patrimonio di informazioni** di cui il portale La Sinistra rappresenta la soglia d'ingresso;
- l'**apertura**, quale meccanismo fondante della rete, per la trasparenza dell'azione politica e la partecipazione dei cittadini/elettori;
- l'utilizzo della **reputazione**, in grado di orientare il coinvolgimento degli utenti sulla base della condivisione delle esperienze.

Queste tre idee chiave possono precipitare nelle seguenti azioni

Identità visiva

La costruzione dell'identità visiva è centrale per ogni operazione di branding o di marketing dell'associazione/movimento/partito. L'identità visiva del sito si deve sostanziare in una espressione grafica che sia esteticamente piacevole senza indulgere a effetti speciali e a un eccesso di animazioni, di colori ed elementi multimediali. Che andranno bilanciati col testo scritto.

Sito multilingue

Un sito politico che rappresenti un'idea politica che vuole parlare a tutti non può esimersi dall'avere una parte dei suoi contenuti statici pubblicati in una seconda lingua: a scelta fra l'inglese e lo spagnolo. Favorisce l'indicizzazione dei motori di ricerca.

Newsmaking-Newsgathering

La produzione delle news, di carattere sociale, economico e politico, è la parte centrale del sito. Implementando un sistema di **Redazione Diffusa** è possibile coprire la ricchezza degli argomenti offerti alla conoscenza e al dibattito politico su una scala impensabile per qualsiasi organizzazione centralizzata. La Redazione Diffusa consente di aumentare il valore oggettivo e soggettivo dell'informazione trasformando i corrispondenti in redattori in editori di sé stessi e di rivolgersi a una platea globale.

Geographical news

Le news appositamente indicizzate possono essere georeferenziate per aumentare il loro impatto informativo, La georeferenziazione dei contenuti consente di offrire percorsi di tipo stradale e cartografico.

Agenda

La rappresentazione visuale degli appuntamenti serve ad evitare la sovrapposizione con manifestazioni d'interesse e a tenere nota di quei giorni e di quegli eventi a cui non si può mancare.

Social Broadcasting video (LA SINISTRATv)

Un videocanale dedicato, aperto e strutturato per argomenti e parole chiave consente, grazie a un CMS a vocazione multimediale, consente di trasformare il sito in una piattaforma visuale ricca di inchieste e testimonianze realizzate con linguaggi visuali.

Podcasting (Web-Radio)

La webradio è lo strumento a minore impatto organizzativo per un partito. E' sufficiente anche un solo redattore esperto per gestirne il palinsesto e nella modalità streaming consente di raccontare manifestazioni collettive mentre si compiono. Nella modalità podcast consente una fruizione indipendente dai limiti spaziotemporali di interviste, proposte, interrogazioni e discorsi.

Newsletter

La newsletter è ancora uno strumento di straordinaria efficacia nel veicolare informazioni specifiche su una base temporale definita. Mantiene un contatto fatico con i riceventi.

Blog

Non è più pensabile un sito che non incorpori una piattaforma di blogging. Il blog consente di aggregare informazioni già prodotte da altri aumentando il potenziale informativo del sito.

Wiki

Uno strumento come il wiki consente la progettazione collettiva, l'analisi collettiva e l'accumulazione di risorse informative per successivi cicli di manipolazione dei testi con il vantaggio di conservare le versioni precedenti di ogni intervento mostrandone l'autore.

Games

I giochi online o anche quelli virali per dispositivi mobili sono un eccezionale strumento di costruzione dell'immaginario. Servono a veicolare in maniera diretta contenuti politici o prassi organizzative.

Bluetooth

Il telefonino è la killer-application della comunicazione politica futura. Una volta sottoscritto il servizio potrà essere usato per sfruttare il “**principio del kairos**”: l'informazione giusta al momento giusto. Ad esempio per veicolare uno slogan o diffondere immagini e informazioni organizzative durante una manifestazione politica.

Tag Cloud

L'output informatico di ogni strumento/servizio può essere indicizzato, categorizzato e offerto alla ricerca secondo la logica del web semantico e risultare in un tag-cloud, una nuvola di tag dove la grandezza di ogni termine è proporzionale alla sua occorrenza e ne rende agevole il reperimento.

Social Network Sites

Anche il più piccolo elemento d'informazione deve potere essere comunicato all'interno dei social network. Con Sharethis e altri applicativi è possibile farlo con un paio di clic.

Fund-Raising

Le informazioni sulle donazioni con i riferimenti del conto corrente bancario devono essere sempre visibili su ciascuna pagina del sito evidenziando le molteplici modalità di sottoscrizione. Rendere le donazioni facili come un clic è possibile rappresenta una fonte alternativa di finanziamento dell'associazione/movimento/partito.

Alla donazione si può affiancare la vendita per corrispondenza dei gadgets del partito (dai libri alle bandiere).

Testimonial

Personaggi noti e meno noti possono mettere la propria autorevolezza/simpatia al servizio del sito per attrarre iscrizioni al partito e donazioni in denaro.

Banca del tempo

Ci sono persone, studenti o adolescenti, che preferiscono donare tempo anziché denaro. La banca del tempo è un modo per mettere a profitto la loro disponibilità

Link e Banche dati

Uno dei motivi d'interesse nel visitare un sito politico sta nella ricchezza di link e informazioni normative che esso utilizza. Tali strumenti sono utili non solo ai militanti ma attraggono altri visitatori se opportunamente strutturati e divulgati.

Area propaganda

Una sezione sempre aggiornata con flyer, manifesti, testi di legge e report informativi. Può contenere anche gadgets.

Area organizzazione

Una chat sempre aperta, con l'elenco di tutti i referenti locali facilita il coordinamento, anche in tempo reale. Le videoconferenze realizzabili con skype consentono risparmi notevoli dovuti agli spostamenti.

SEO

La Search Engine Optimization è l'arte e la scienza di farsi sempre trovare attraverso i motori di ricerca. Un sito ben fatto che rispetti le caratteristiche di accessibilità e usabilità stabilite dagli standard WAI e W3C si trova più facilmente attraverso una ricerca in rete. Taggare adeguatamente i materiali e farsi linkare aiuta ad assumere il peso necessario per comparire nel top ranking dei motori di ricerca.

Testata giornalistica

Il sito può ospitare anche una testata giornalistica online che offra quotidianamente notizie, informazioni e articoli di riflessione. Se la testata fornisce credibilità al lavoro informativo del partito realizzato da redattori esperti, offrire la possibilità di commentare ogni articolo significa innescare thread di discussione e di allargare la platea degli editors.

2.2.2 Sito in lingua inglese

Un'attività importante che sarà parte della riprogettazione del sito è la realizzazione di pagine in lingua inglese, che consentano la consultazione anche a quella larga parte di navigatori che non comprende l'italiano. Occorre un'analisi degli accessi.

Pertanto nell'*home page* dovrà essere prevista una opzione preliminare tra le lingue italiano e inglese.

Le pagine con informazioni strutturate, più stabili nel lungo periodo, saranno tradotte in inglese, mentre le parti soggette a più rapido aggiornamento continueranno ad essere redatte in italiano

2.2.3 Blog community del portale La Sinistra

Il Blog del portale La Sinistra può essere un eccezionale strumento di dialogo, partecipazione dei cittadini alla vita politica del movimento e di promozione del territorio ma anche delle iniziative politiche specifiche.

Oggi necessita dell'implementazione di servizi di networking avanzati (vedi allegato A)

2.2.4 Web-Radio multiculturale

Una sintesi importante della comunicazione culturale e istituzionale che comprende l'aspetto linguistico e comunitario di cui sopra è un'informazione di carattere **multilinguistico e interculturale**. Fra le attività realizzabili da subito è da ipotizzare la creazione di una **Web-Radio multilingue** (Vedi Allegato B) orientata alle **comunità migranti** del Lazio ed ai **visitatori stranieri**.

La Caritas¹ stima che alla fine del 2006 siano presenti in Italia 3.690.052 stranieri regolarmente soggiornanti di cui 500.000 nel Lazio. Il 49,6% proviene dall'Europa, il 22,3% dall'Africa, il 18% dall'Asia, il 9,7% dall'America, il restante 0,4% dall'Oceania o di provenienza ignota.

L'attenzione agli stranieri, in visita o residente non è solo motivata dal ruolo di un partito di sinistra di rendere la politica alla portata di tutti: l'immigrato cinese o africano che deve poter accedere all'informazione che lo riguarda, sia per l'attenzione che i media dedicano al tema dell'esclusione/inclusione sia per il potenziale bacino elettorale che essi rappresentano

2.2.5 Usabilità e accessibilità del sito

Qualsiasi sito è usabile se soddisfa i bisogni informativi dei suoi visitatori che devono potere ottenere le informazioni ricercate indipendentemente dalla propria dotazione tecnologica e

¹ Caritas/migrantes. "Immigrazione. Dossier Statistico 2007. XVII rapporto"Elaborazioni su dati Ministero dell'Interno, Istat e Inail, pag. 104

cognitiva, deve cioè essere accessibile, soprattutto in relazione alla cosiddetta “legge Stanca” (lg. 4/2004) se potrà contare su finanziamenti pubblici.

Quindi in via preliminare ed indicativa, il nuovo sito dovrà:

- rispettare gli standard previsti per l’accessibilità
- disporre di una *home page* sintetica, con rinvii semplici ed intuitivi alle diverse sezioni
- razionalizzare i contenuti, sistematizzandoli nella misura maggiore possibile
- utilizzare testi consoni alla comunicazione on line, idonei ad evitare lo *scrolling* delle pagine
- utilizzare colori e impaginazioni leggere

Nota: le informazioni georeferenziate sono per loro natura non accessibili. Tuttavia è possibile richiedere ai fornitori del servizio la produzione di mappe statiche relative alle informazioni.

PROSPETTIVE FUTURE

È possibile **implementare alcuni servizi interattivi**:

- a. sportello di consulenza legale;
- b. sportello migranti;
- c. “Fai la cosa giusta”
- d. “La Sinistra ti ascolta”

Tali servizi possono costituire il primo nucleo di un **nuovo modo di intendere la presenza in rete** del portale La Sinistra nei confronti dei cittadini. Tali servizi andranno progettati in collaborazione con le diverse aree competenti per le rispettive materie.

Questi servizi saranno supportati da contenuti editoriali di carattere giornalistico, curati dalla redazione del sito e finalizzati a fornire agli utenti una base conoscitiva, costantemente aggiornata, sulle diverse tematiche, integrata con le fonti informative del portale La Sinistra già esistenti.

Gli utenti stessi potranno fornire contenuti - in modo da valorizzare le esperienze concrete maturate sul territorio - ma per accedere ai servizi veri e propri sarà necessario effettuare una profilazione degli utenti per accedere ai servizi tramite login e registrazione.

2.2.6 Quotidiano online

Nella stessa linea di valorizzazione della comunicazione web potrebbe essere realizzata una *webzine*, ovvero una testata giornalistica online aperte ai contributi di tutti.

Attraverso questo strumento gli *stakeholder* potranno informarsi e, al contempo, affermare la propria opinione, dialogare, proporre.

Un importante corollario di tale realizzazione sarà la creazione, gestione e implementazione di un indirizzario elettronico da utilizzare per l'invio delle pubblicazioni digitali del portale La Sinistra, nonché come canale di informazione.

Una prima immediata applicazione renderà disponibili per il portale La Sinistra gli indirizzi di cittadini/elettori/simpatizzanti che hanno già dato il consenso per il trattamento dei dati e l'invio di informazioni.

“LA SINISTRA.news” potrebbe essere registrato come testata telematica presso il Tribunale della Stampa di Roma con una modica spesa e l'indicazione di un direttore responsabile.

2.2.8 Riorganizzazione comunicazione autoprodotta

Il portale La Sinistra diventerà conosciuto e apprezzato, tra le varie motivazioni, anche per le sue pubblicazioni, molto richieste da tutte le categorie di *stakeholder*.

Al fine di creare e mantenere tale patrimonio di immagine, proseguire a diffondere **“una cultura della politica”** nel Paese e, allo stesso tempo, contenere i costi, si rende necessaria una **attenta pianificazione della comunicazione autoprodotta**.

L'attività editoriale del portale La Sinistra consisterà in un periodico di informazione online (il giornale “LaSinistra.news”) destinato a diffondere notizie sul portale La Sinistra in maniera sintetica e tempestiva, e in una serie di monografie (I Quaderni Rossi di LA SINISTRA)

Il periodico sarà realizzato in formato digitale e diffuso attraverso la mailing list della webzine, con la possibilità di realizzare una ridotta tiratura cartacea per l'invio a istituzioni, abbonati e per le eventuali distribuzioni promozionali in occasione di manifestazioni, convegni e altri eventi.

I fascicoli dei Quaderni saranno realizzati in formato digitale e resi disponibili per il download sul sito web. In caso di pubblicazioni di elevato interesse pubblico sarà di volta in volta decisa una tiratura cartacea.

MONITORAGGIO

3.1 Valutazione dei risultati

Per ciascuna azione di comunicazione sarà prevista una fase di valutazione dei risultati. La verifica consisterà nella valutazione della rispondenza tra la pianificazione e l'attuazione di quanto previsto nel piano di comunicazione in termini di:

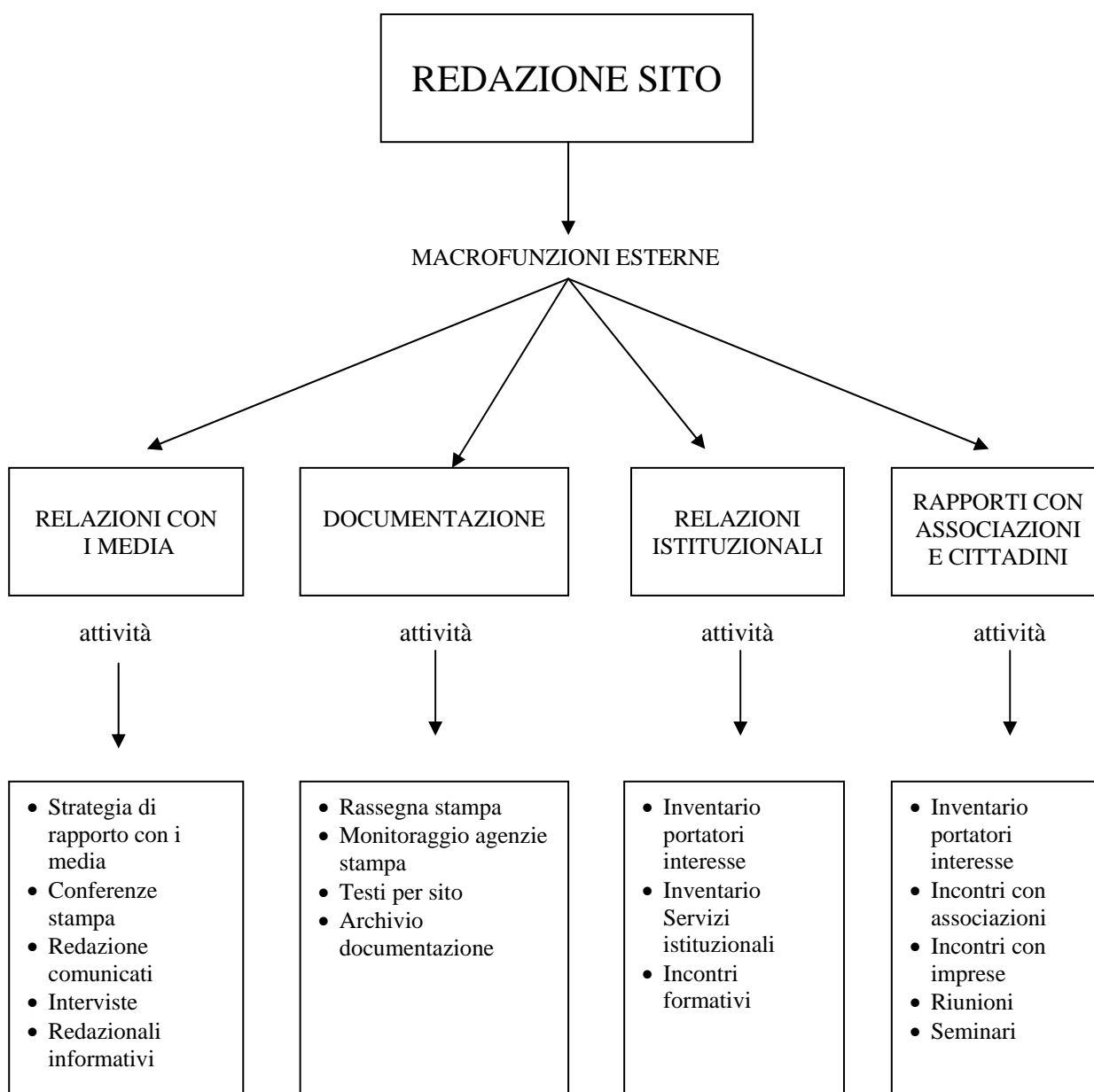
- correttezza dell'impostazione
- adeguatezza dei contenuti
- efficienza dei processi di comunicazione
- efficacia agli aspetti della comunicazione interna rispetto ai rapporti
 - interni al movimento
 - con le amministrazioni destinatarie
 - con i cittadini.

La valutazione sarà effettuata per mezzo di due strumenti :

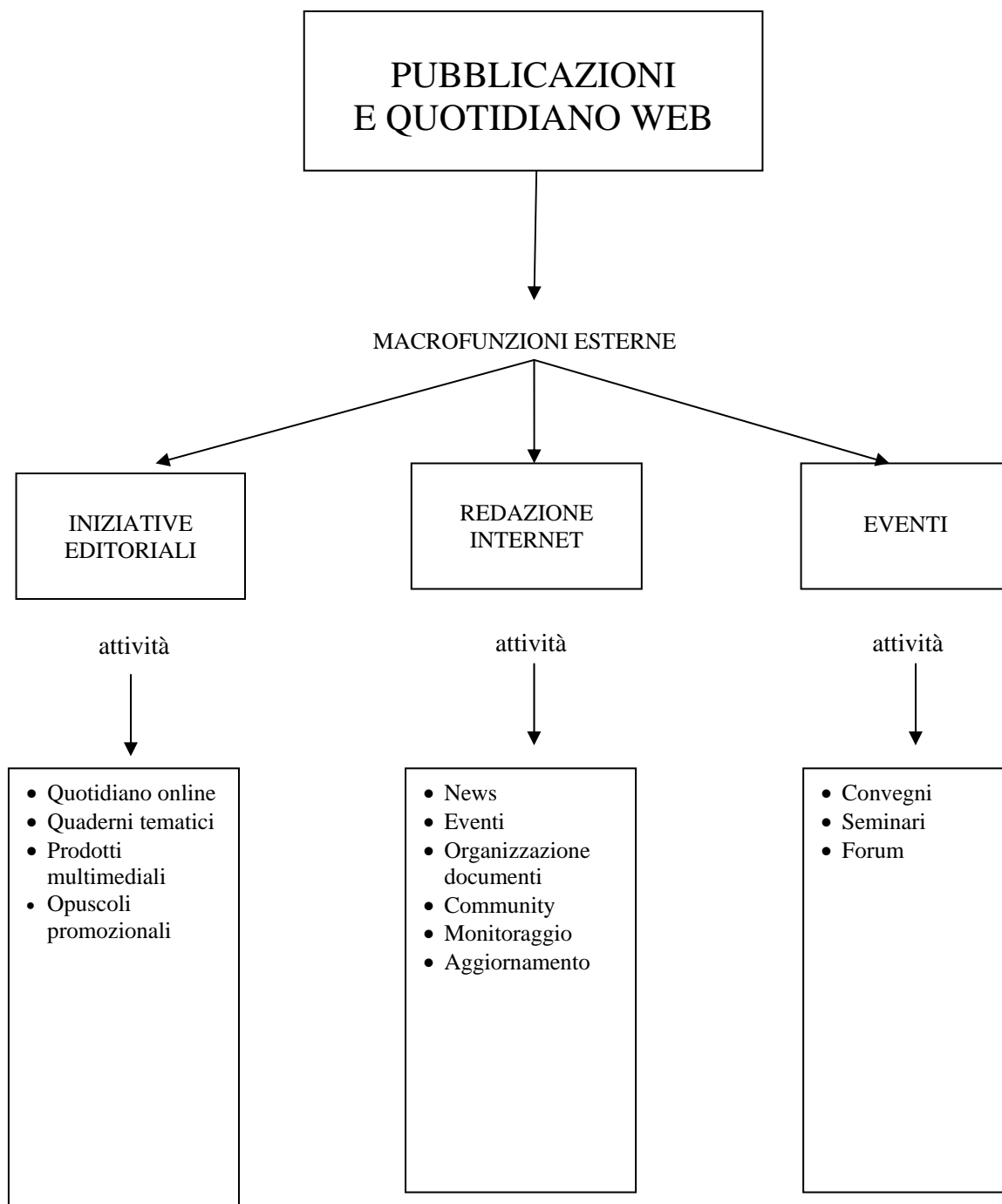
- **dati statistici** (accessi al sito, contatti mail, risposte fornite) elaborati a partire dalle informazioni del servizio Google Analytics già in uso;
- **analisi di tipo quali-quantitativo**, realizzate tramite questionari trattati in modo statistico e implementati via web. (Vedi Allegato C)

MACROFUNZIONI ESTERNE

4.1 Macrofunzioni del portale La Sinistra



4.2 Macrofunzioni dell'Area Pubblicazioni e sito web



4.3 Macrofunzioni dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico

