

## Dalla lista al calcetto: quando il gruppo non “sparisce” dopo il voto

**Pubblicato:** Lunedì 11 Luglio 2011

È in costante crescita l'importanza che i social network stanno acquistando tra i media della comunicazione. Se ancora qualcuno ha dei dubbi in merito, sebbene legittimi è bene che nella propria valutazione non trascuri l'accelerata data questa settimana dal colosso **Google**, che ha lanciato in beta la sua versione di social network “**Google+**” e l'immediata risposta di **Facebook**, con l'implementazione della video-chat proposta ai propri iscritti sulla piattaforma **Skype**.

La nostra provincia non è estranea a questi fenomeni, da qui la scelta di proporre ai lettori anche per mezzo di un gioco, l'osservazione di come i primi cittadini dei loro comuni si rapportino con quello che per ora resta il principale social network.

Seppur ancora “snobbato” da alcuni, certo non tutti dimostrano di sottovalutare l'importanza e il valore che i social network possono avere in termini di comunicazione, interazione e rapporto con il proprio elettorato di riferimento.

### **Anzitutto diamo un'occhiata alla nostra classifica.**

Poche le novità di rilievo: in vetta troviamo due outsider che già abbiamo imparato a conoscere le scorse settimane e in apparenza inarrivabili per gli altri contendenti, **il sindaco Fontana (Varese)** e **il sindaco Tognola (Daverio)** e in terza posizione notiamo un sorpasso da parte di **Astuti (Malnate)** su **Bianchi (Morazzone)**.

Quinta e sesta posizione restano invariate con **Porro (Saronno)** e **Chini (Cugliate Fabiasco)** che malgrado un saldo settimanale “nuovi facebook-amici” pari a zero, mantengono il loro posto in classifica senza grandi difficoltà, stanno a ruota **Guenzani (Gallarate)**, con +65 nuovi facebook-amici e **Guzzetti (Uboldo)** a 1021 facebook-amici complessivi, con un +11 in questa settimana.

✘ Dopo alcune settimane di avvio del nostro gioco, vogliamo provare a lasciare un attimo i numeri, significativi ma non sempre significanti, per entrare un po' nel merito dei rapporti che si possono creare e dell'uso che si può fare dei social network in termini non di semplice comunicazione bensì anche di vera e propria interazione. L'esempio che abbiamo scelto di mostrare non riguarda un nostro primo cittadino, a loro per ora lasciamo la “gloria” della classifica, bensì **un consigliere comunale, comunque amministratore pubblico** in carica non di un grande comune bensì di uno piccolo, anche per sfatare il semplice “mito dei numeri”. E' bene dire da subito che l'esempio riguarda un esperto informatico, attento osservatore della rete e delle nuove tecnologie, questo però non toglie nulla alla bontà della dimostrazione perché l'esempio mostrato è assolutamente semplice e alla portata di tutti.

In un piccolo comune valcuviano, andato al voto circa due anni fa, parte della campagna elettorale si è “giocata” anche su Facebook, con due delle tre liste contendenti che hanno scelto di aprire sul social network due gruppi di sostegno, uno diretto l'altro indiretto, alle proprie liste.

**Passate le elezioni, uno dei due gruppi, ha continuato ad essere aggiornato**, semplicemente riproponendo le principali news riguardanti quel comune e riprese dalla rete, mantenendo così la propria apprezzabilità da parte degli originali “sottoscrittori”.

Nelle scorse settimane, in quel comune è stato organizzato tra i giovani (dai 18 ai 24 anni circa) un torneo di calcetto. Il curatore di quel gruppo Facebook ha così deciso d'iscrivere e sponsorizzare una squadra di ragazzi del paese, proponendo loro come sponsor proprio il gruppo sul social network (stesso

logo e stesso nome).

Quel gruppo è così uscito dal mondo “virtuale” del social network (dove era nato e vissuto sino a quel momento), **ed è entrato nella vita “reale” di quei ragazzi.**

Non solo, grazie alle recenti funzionalità introdotte dal social network, nel gruppo è stato poi aperto un sondaggio su **“Quale fosse il giocatore più bello della squadra”**, così che poi il gruppo entrasse in rapporto diretto e concreto con il proprio target di riferimento. Dal virtuale al reale per accreditare e aprire un ulteriore canale di comunicazione con il proprio target di riferimento, facendo anzitutto un passo verso di lui. Alcuni ancora considerano il termine “virtuale” come sinonimo di effimero o aleatorio ma così non è più da tempo, sempre che lo sia mai stato davvero. Quei ragazzi sono i cittadini, potenziali elettori e sostenitori, con cui ci si troverà a dover dialogare alle prossime elezioni e questo tipo di azioni sono sicuramente un buon esempio di come sia possibile utilizzare uno strumento nuovo come un social network, per essere loro vicini e iniziare a proporsi come possibile futuro interlocutore.

L’osservatorio di **Varesenews**, per il quale internet è da sempre il principale strumento di interazione e di dialogo quotidiano con i lettori e le associazioni di categoria del territorio, dal comune più piccolo a quello più grande della nostra provincia, è sicuramente un punto d’osservazione privilegiato ma non dobbiamo mai dimenticare che la linfa vitale della rete e di internet sono i suoi fruitori, siamo tutti noi ogni volta che la navighiamo, la scopriamo con attenzione e la innoviamo con creatività.

[Redazione VareseNews](#)

[redazione@varesenews.it](mailto:redazione@varesenews.it)