

Messaggio

numero	data	Dipartimento
8010	16 giugno 2021	CANCELLERIA DELLO STATO
Concerne		

Rapporto del Consiglio di Stato sulla mozione 26 gennaio 2021 presentata da Maura Mossi Nembrini e Tamara Merlo per Più Donne "Comunicare attraverso i social media anche sugli aiuti Covid-19"

Signor Presidente,
signore e signori deputati,

con il presente messaggio prendiamo posizione sulla mozione presentata d il 26 gennaio 2021 dalle deputate Maura Mossi Nembrini e Tamara Merlo per più Donne, la quale chiede di sfruttare i profili ufficiali dell'Amministrazione cantonale sui social media (*facebook*, *twitter*, *Instagram*, ...) per comunicare in merito a prestazioni e aiuti creati per aiutare la popolazione e le imprese ad affrontare le conseguenze della pandemia. La mozione chiede in particolare di «allargare l'offerta delle pagine ufficiali in modo rapido ed essenziale, andando al sodo, badando essenzialmente al contenuto».

I. PREMESSA

Il Cantone Ticino utilizza dal 2014 i social media come strumento ufficiale di comunicazione, e negli anni ha ampliato costantemente la propria offerta. Oggi esistono infatti 16 pagine *facebook*, 5 pagine *instagram* (ancora in sperimentazione), 4 pagine *twitter* e un canale ufficiale su *youtube*.

L'attività dell'Amministrazione cantonale sui social media si è sempre posta l'obiettivo di completare l'offerta informativa, senza sostituire i canali tradizionali di informazione che rimangono un punto di riferimento per l'intera popolazione. I social media permettono al Cantone di diversificare la diffusione delle informazioni ufficiali – adattandosi alle nuove abitudini informative della popolazione – e si integrano in maniera ottimale con gli altri canali (il sito web, le informative cartacee, i documenti ufficiali, la consulenza telefonica e via posta elettronica, ecc).

Questo principio di «integrazione senza sostituzione» è sempre stato considerato fondamentale, poiché l'informazione pubblica deve sempre essere liberamente accessibile a tutta la cittadinanza. In altre parole, l'accesso alle informazioni di carattere pubblico non deve essere subordinato all'iscrizione alle piattaforme sociali, ovvero alla scelta di sottoscrivere di fatto un contratto con aziende private che hanno sede all'estero. Non va poi dimenticato che le stesse aziende utilizzano i dati come vera e propria materia prima per le proprie attività commerciali; è dunque dovere istituzionale utilizzare tutta la prudenza del caso nell'uso di strumenti non completamente trasparenti nella gestione di dati sensibili.

Stabilito questo principio di fondo, il Cantone ha elaborato e applicato una strategia che permette di gestire in modo efficiente l'attività dello Stato sui social media, offrendo nel contempo un valore aggiunto all'utenza, mediante informazioni utili e interessanti.

È stato così deciso di autorizzare l'apertura di profili ufficiali dedicati a servizi dell'Amministrazione cantonale che, in qualche modo, offrissero già un'informazione attiva al pubblico. Questo ha permesso di completare l'offerta informativa dei servizi interessati – secondo il già citato principio della «non sostituzione» – e, d'altra parte, di definire chiaramente le responsabilità per ogni singola pagina, a livello gestionale e di contenuti. Ogni servizio, prima di ricevere l'autorizzazione ad aprire il proprio profilo, ha dovuto garantire di disporre delle risorse necessarie per mantenere un'attività adeguata sul lungo periodo. È stato inoltre necessario creare e aggiornare periodicamente – tramite formazioni interne – le competenze specifiche necessarie per gestire efficacemente una pagina sui social media. Nell'analisi che precede l'apertura di una nuova pagina viene infatti sempre considerato che si tratta di un'attività che diventa parte integrante delle comunicazioni dell'ufficio interessato.

I rapporti di analisi realizzati dal Gruppo di Supervisione per i Social Media, a cadenza dapprima annuale e successivamente biennale, mostrano che la crescita di interesse da parte degli utenti è lenta ma costante nel tempo.

II. VALUTAZIONE DELLA PROPOSTA

Gli aiuti economici alle imprese e alla popolazione rappresentano senza dubbio, nel contesto della pandemia, un ambito centrale per le attività comunicative delle autorità cantonali. Le autorità hanno quindi cercato di informare in maniera tempestiva, trasparente nella forma più semplice possibile, anche se spesso le prassi e le questioni da seguire sono tecnicamente complesse e soprattutto si tratta di nuove procedure che non esistevano in passato. Va inoltre tenuto presente che, a complicare ulteriormente il messaggio, vi è anche la frammentazione degli aiuti, che vengono erogati in maniera molto diversificata.

Vista la natura delle informazioni da presentare, la priorità è stata pertanto assegnata alla creazione di supporti informativi sui canali di comunicazione tradizionali. Un grande sforzo è stato compiuto per progettare pagine web facilmente comprensibili, per esempio riguardo agli aiuti per i casi di rigore (www.ti.ch/casidirigore) oppure sulla Prestazione ponte COVID (www.ti.ch/prestazioneponte). Per ognuno di questi aiuti è inoltre stato prodotto materiale informativo specifico (flyer, ecc.), sono stati pubblicati comunicati stampa e organizzate conferenze stampa. L'obiettivo di una consulenza il più vicina possibile al cittadino è stato perseguito anche con la creazione di numeri di telefono e indirizzi di posta elettronica dedicati. Per dare una panoramica generale, è stata inoltre creata una pagina web riassuntiva (www.ti.ch/coronavirus – Popolazione – Aiuti finanziari).

Inoltre, si ritiene opportuno ricordare che informazioni sugli aiuti finanziari sono state inserite anche in altre pagine web più specifiche come, ad esempio, sulla pagina informativa www.ticinoperbambini.ch/coronavirus. Una pagina creata nel marzo 2020 dall'Associazione Ticinoperbambini, con il supporto e la consulenza della Divisione dell'azione sociale e delle famiglie (DASF) del Dipartimento della sanità e della socialità (DSS) e in collaborazione con altre associazioni sul territorio allo scopo di rendere più facilmente reperibili le informazioni utili alle famiglie anche nell'ambito di aiuti familiari.

Per contro, sui canali ufficiali social dell'Amministrazione cantonale non esiste al momento una pagina che affronti tematiche di questo genere. Come indicato in precedenza, le pagine ufficiali del Cantone sono legate a servizi con contenuti coerenti con il tipo di attività di quel servizio. Questo permette di offrire informazioni pertinenti con una tematica ben precisa. Il cittadino può quindi decidere se è interessato o meno a quella tematica e se desidera ricevere informazioni sul quel tema anche attraverso le pagine social media. La comunicazione attraverso i social media risulta quindi essere mirata a un determinato gruppo di riferimento («target»).

Preso atto che non è attualmente presente una pagina ufficiale sui social media che affronta questi aspetti e che proporre questi temi su altre pagine non sarebbe coerente con la strategia finora applicata, sarebbe stato necessario creare una o più pagine nuove, la cui gestione avrebbe necessitato di notevoli risorse supplementari. Come indicato in precedenza, per creare un vero e proprio valore aggiunto sarebbe inoltre servirebbe un tempo non trascurabile.

Considerato che lo scopo ultimo della comunicazione istituzionale, e dimostratosi di estrema importanza proprio durante la pandemia, è quello di comunicare in modo rapido ed essenziale, badando essenzialmente al contenuto, con tutti i servizi di comunicazione preposti all'interno dell'Amministrazione cantonale abbiamo cercato di rispondere in modo rapido ed efficiente a queste accresciute esigenze informative da parte del cittadino, anche per quanto attiene alla comunicazione in merito a prestazioni e aiuti per la popolazione e le imprese.

Alla luce di queste considerazioni, siamo convinti che la creazione ex novo di un'offerta informativa specifica sui social media avrebbe comportato un significativo carico di lavoro supplementare, nel contesto di una crisi che richiedeva già tempestività e completezza di informazione. La natura stessa degli aiuti finanziari, determinati e limitati nel tempo e rivolti a gruppi di riferimenti diversificati, rende inoltre la tematica di per sé incompatibile con l'attuale strategia di utilizzo dell'Amministrazione cantonale. In questo contesto si è deciso di utilizzare tutta una serie di altri canali che hanno permesso di comunicare in maniera attiva, semplice, trasparente e altrettanto capillare ma con un bilancio tra costi e benefici nettamente superiore rispetto alla creazione di una nuova pagina.

Va comunque sottolineato che la comunicazione via social media in merito agli aiuti non è stata del tutto assente, anche se probabilmente non nella forma richiesta da questa mozione. Tutti i comunicati stampa sono stati diffusi sul canale *twitter* del Servizio dell'informazione e della comunicazione del Consiglio di Stato (SIC) e le registrazioni delle conferenze stampa sono tuttora presenti sul canale *YouTube* della Repubblica e Cantone Ticino (www.youtube.com/cantoneTI).

Rimane a nostro avviso importante cercare di ampliare il più possibile l'offerta di pagine ufficiali sui social media, laddove risulti sensato dal profilo informativo e, soprattutto, esistano le risorse necessarie. Con queste premesse, è infatti possibile rispettare i principi di costanza e continuità che risultano necessari per ottenere successo sui social media.

Da ultimo, ricordiamo che alcune pagine del Cantone sono state molto attive nel promuovere l'informazione in ambito sanitario e la sensibilizzazione sul tema del coronavirus. Queste pagine, che esistevano prima della crisi, si sono rivelate centrali per completare la comunicazione del Cantone. Possiamo citare a questo proposito le pagine *facebook* e *instagram* (quest'ultimo profilo creato il 20 marzo 2020) del Servizio di promozione e valutazione sanitaria dell'Ufficio del medico cantonale (Dipartimento della sanità e della

socialità) e, soprattutto nella prima fase, anche quelle della Polizia cantonale (Dipartimento delle istituzioni), che hanno permesso di declinare e diffondere ulteriormente le informazioni e il materiale pubblicato sui canali tradizionali.

III. CONCLUSIONI

Le tematiche sollevate dalla mozione sono importanti; tuttavia, la natura delle informazioni da diffondere (specifiche, limitate nel tempo e pubblicabili anche su canali più tradizionali) e gli oneri legati alla creazione di nuove pagine, non rendono sensato procedere in questo modo, né da un punto di vista comunicativo né nel quadro delle risorse investite. Va ricordato che, nonostante non vi sia stato un utilizzo sistematico dei social media su queste tematiche specifiche, le autorità cantonali hanno sfruttato in modo tempestivo le risorse a loro disposizione per rivolgersi a tutte le fasce della popolazione, con un linguaggio semplice e comprensibile.

Sulla base delle considerazioni qui esposte, il Consiglio di Stato invita quindi il Parlamento a considerare evasa la mozione.

Vogliate gradire, signor Presidente, signore e signori deputati, l'espressione della nostra massima stima.

Per il Consiglio di Stato:

Il Presidente, Manuele Bertoli
Il Cancelliere, Arnoldo Coduri

MOZIONE

Comunicare attraverso i social media anche sugli aiuti Covid-19

del 26 gennaio 2021

Sul sito del Cantone si legge: le piattaforme sociali ("social media") sono un vettore di comunicazione trasversale che si è ormai imposto - nella società contemporanea - come strumento che incoraggia il dialogo, la trasparenza e le relazioni interpersonali. Dal 2014 l'amministrazione cantonale è presente sui social media (Facebook e Twitter) con nove pagine ufficiali. Questa offerta si aggiunge agli attuali strumenti per la comunicazione fra istituzioni e cittadinanza, e mira a comunicare in maniera più diretta, veloce e trasparente con le cittadine e i cittadini.

Chi ha avuto modo di seguire attraverso Facebook le dirette delle conferenze stampa federali e cantonali sulla pandemia, ha potuto anche verificare l'interesse, le domande e il bisogno di chiarimenti da parte degli utenti.

I social media sono in questo momento un canale molto interessante e diretto per raggiungere le cittadine e i cittadini, e per rispondere alle loro legittime richieste di chiarezza sui temi della pandemia, in particolare in relazione agli aiuti cui potrebbero eventualmente avere accesso.

Grazie a questi canali di comunicazione, si abbassa in un certo senso la soglia di accesso alle informazioni, oltremodo essenziali, su temi pressanti per molte cittadine e cittadini, consentendo di raggiungere così un numero maggiore di persone rispetto ai canali tradizionali; ciò in particolare se si avrà cura di utilizzare un linguaggio particolarmente accessibile e chiaro a tutti.

Di conseguenza, invitiamo il Consiglio di Stato a predisporre dei canali di comunicazione via social (Facebook, Twitter, Instagram, ...) - e allargare l'offerta delle pagine ufficiali in modo rapido ed essenziale, andando al sodo, badando essenzialmente al contenuto - per dare le informazioni necessarie alla cittadinanza per affrontare la pandemia, anche e in particolare sotto il profilo delle prestazioni e degli aiuti che, man mano, si rendono disponibili.

Maura Mossi Nembrini e Tamara Merlo
Per Più Donne