



OLTRE FACEBOOK

LE GIUSTE PIATTAFORME PER LA
COMUNITÀ AUMENTATA

1 dicembre 2023

Stefano Brilli

stefano.brilli@uniurb.it

Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

Scuola popolare di Quartiere Santo Stefano –
La dimensione digitale del Welfare di
Comunità



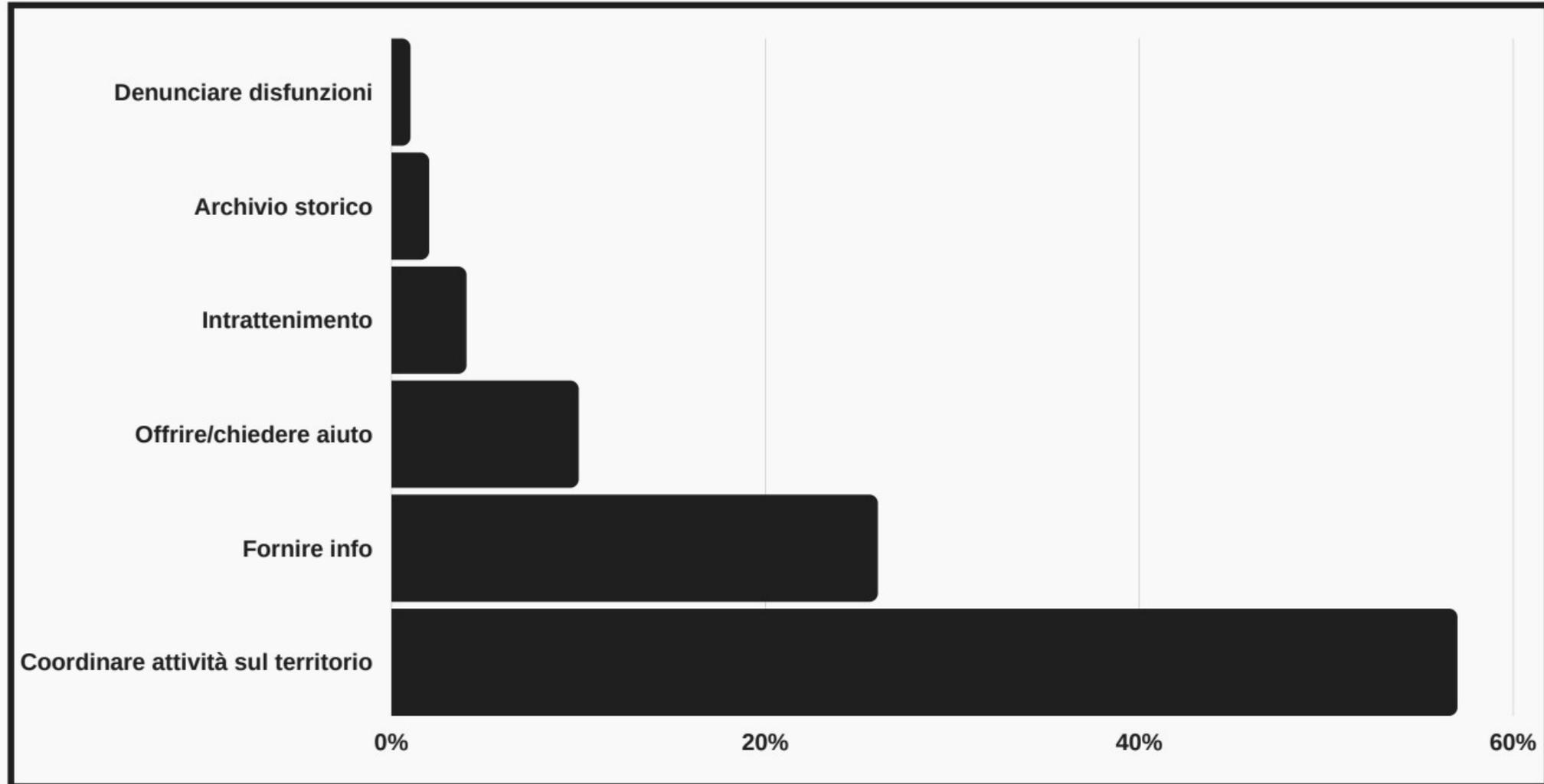
1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO

DISCUI
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE,
STUDI UMANISTICI E
INTERNAZIONALI

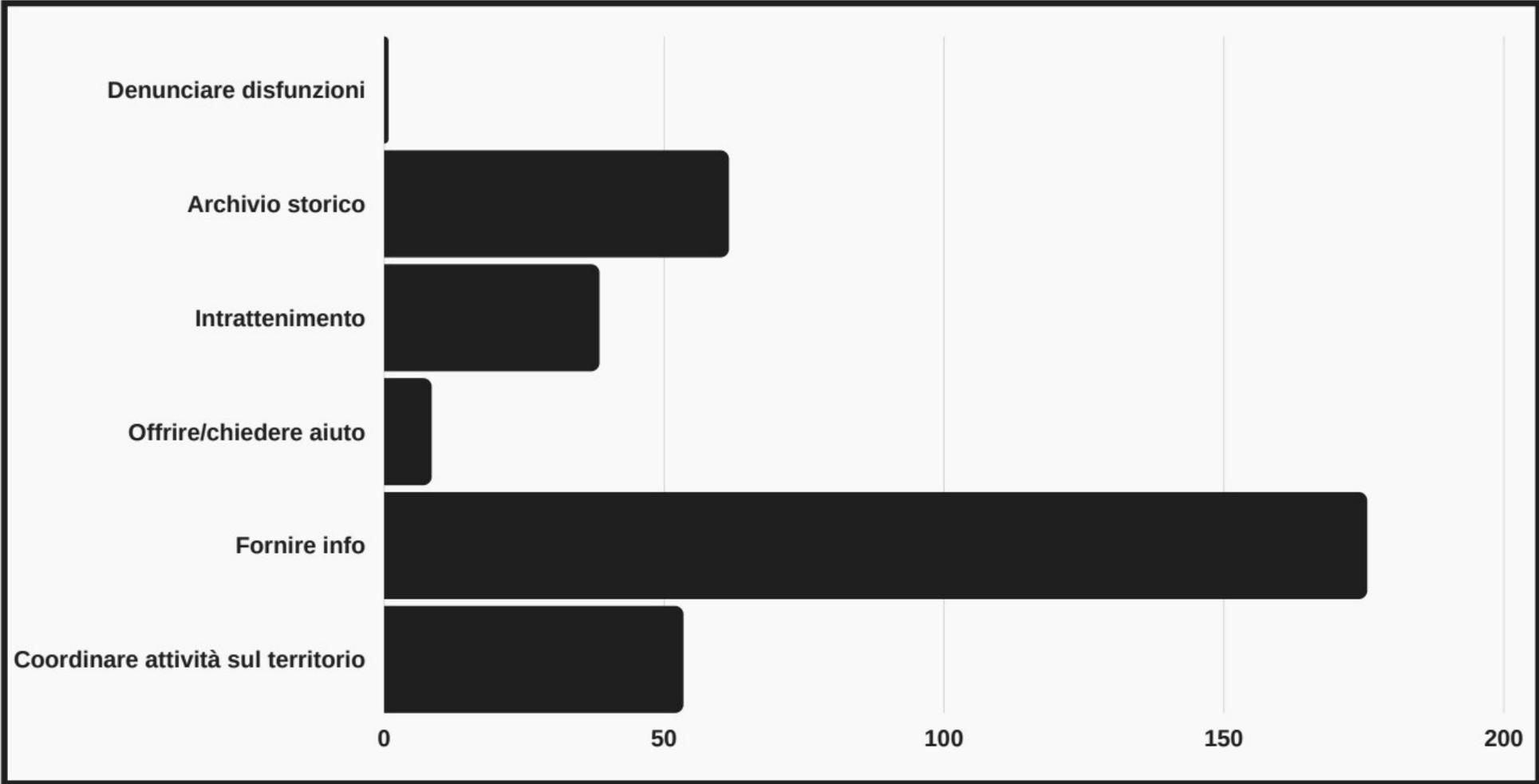
LA COMUNITÀ AUMENTATA DI BOLOGNA SU FACEBOOK DOPO IL PRIMO LOCKDOWN



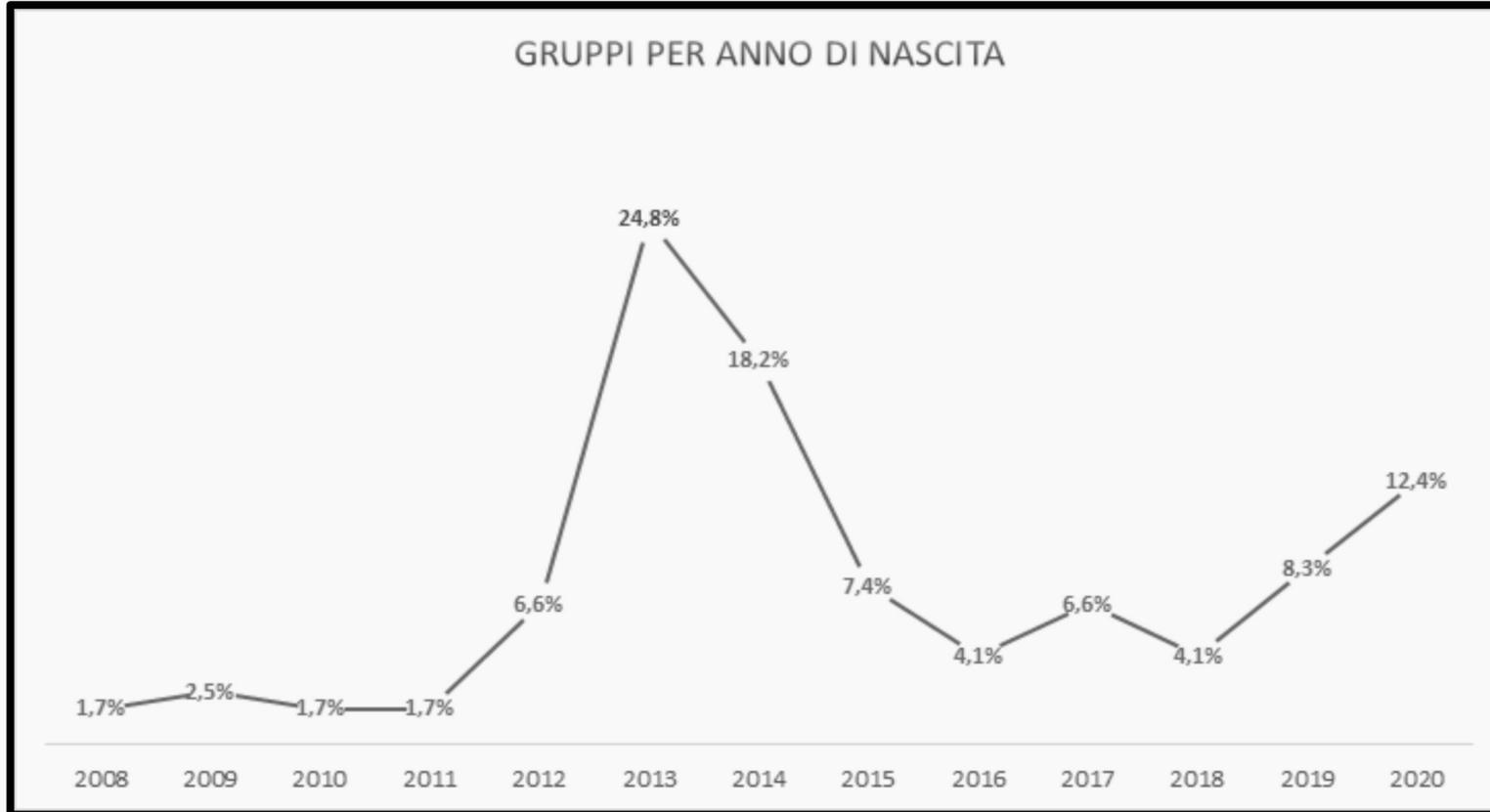
DISTRIBUZIONE DEI GRUPPI/PAGINE PER FINALITÀ



LIVELLO DI ATTIVITÀ DEI GRUPPI



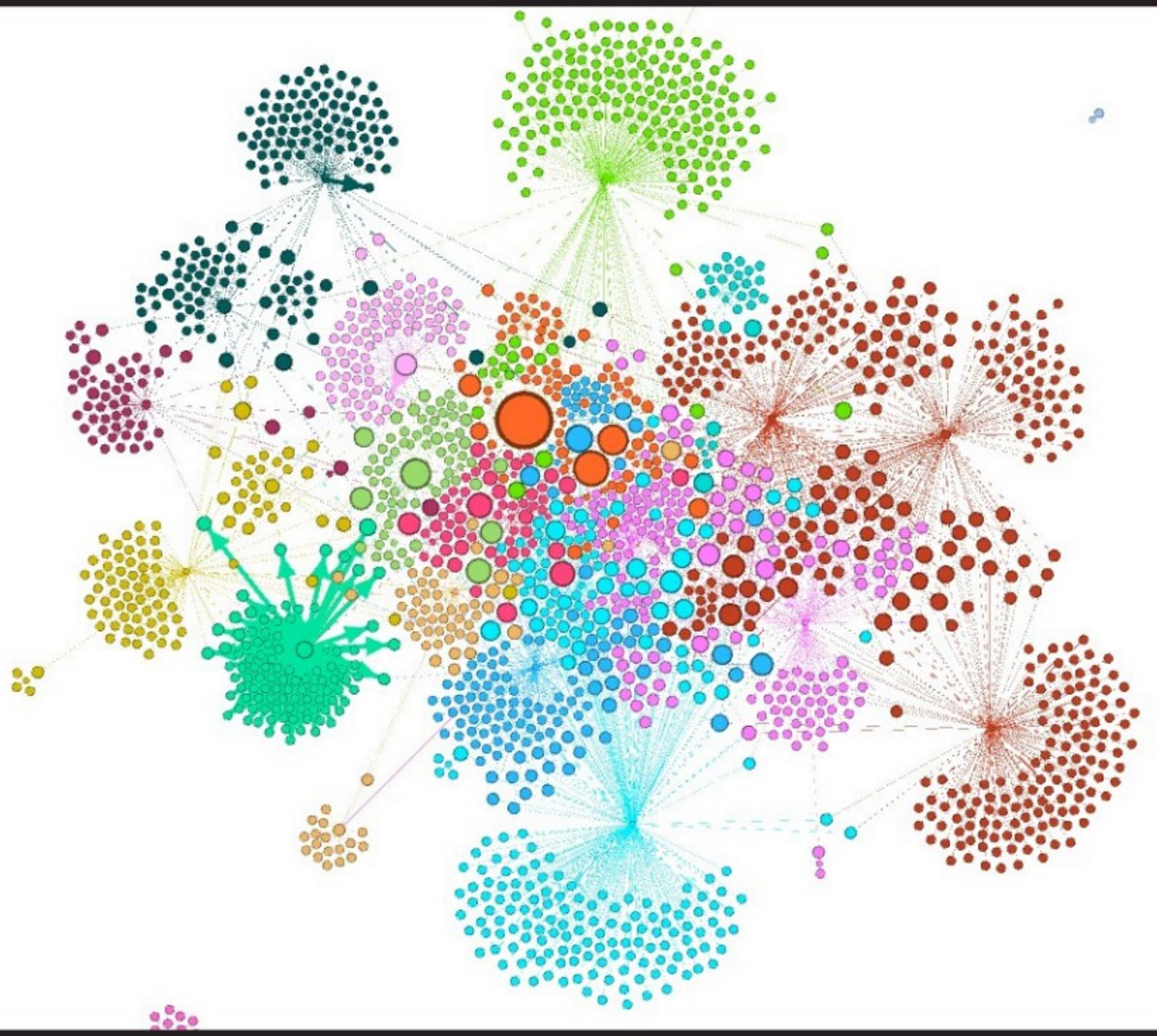
SVILUPPO DEI GRUPPI



- **Primi gruppi** sono quelli legati alla vita cittadina “Sei di Bologna se...” fra il 2008 e il 2010
- Picco di gruppi fra il **2013** e il **2014** in corrispondenza con la diffusione delle **social street**
- **11,5%** dei gruppi raccolti sono nati appositamente per l’**emergenza** COVID-19, quasi tutti sorti nel mese di **marzo**, quindi nella prima fase dell’emergenza,
- **Aumento delle attività delle social street**: confrontando il mese di **ottobre 2019** (prima rilevazione) con **maggio 2020** si nota il **57,7%** delle pagine presenta una **maggiore frequenza di post** giornalieri

IL NETWORK DELLE INIZIATIVE

gruppi di eventi
(marrone), **social street**
(rosa/viola), **gruppi assistenza**
mamme/bambini (verde scuro), **gruppi servizi a domicilio** (verde chiaro)
vita cittadina
(celeste/azzurro/giallo)



CONTENUTO PER GLI ABBONATI

La crisi nera di Twitter e Facebook è solo l'inizio. Il web presto sarà molto diverso

/ di Emilio Barucci 

RivistaStudio

Attualità Cultura

Cose che succedono | Social

Per la prima volta in diciotto anni Facebook perde utenti

Social Media

Tutti i problemi che stanno lentamente sgretolando Facebook



Silvia Tagliaferri

22 Gennaio 2022

 Tocca mettersi comodi

f

ANDREA DANIELE SIGNORELLI

POLITICA 28.10.2021

La crisi esistenziale di Facebook

Mentre Mark Zuckerberg sogna il metaverso del futuro, abbiamo le prove di tutti i problemi che ha causato al nostro mondo nel recente passato

The future is private.



L'ESPLOSIONE DELLE APP PER IL VICINATO...



Nextdoor
The private social network for
your neighborhood.

The image shows the Nextdoor logo, which consists of a white house icon followed by the word "Nextdoor" in a bold, sans-serif font. Below the logo is the tagline "The private social network for your neighborhood." The background is a vibrant green with faint icons of hearts, stars, and a house.



CITIZEN

The image shows the CITIZEN logo, which features a stylized white icon of two curved shapes facing each other with a central dot, resembling a pair of eyes or a camera lens. Below the icon is the word "CITIZEN" in a bold, white, sans-serif font. The background is solid black.



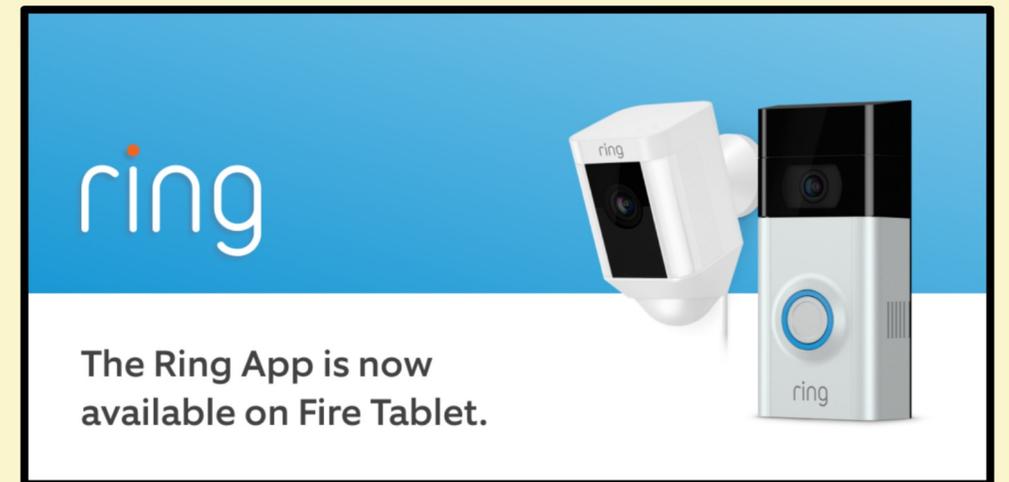
VICINIMIEI.IT
Connettiti con i tuoi vicini

Entra a far parte del tuo quartiere:

Inserisci il tuo CAP

WWW.ELEONORABIANCHI.IT

The image is a promotional banner for the VICINIMIEI.IT app. It features a photograph of a European-style street with a canal and buildings. The text is overlaid on the image. At the top, it says "VICINIMIEI.IT" and "Connettiti con i tuoi vicini". Below that, it says "Entra a far parte del tuo quartiere:" followed by a search input field with the placeholder text "Inserisci il tuo CAP" and a magnifying glass icon. At the bottom, it says "WWW.ELEONORABIANCHI.IT".



ring

The Ring App is now available on Fire Tablet.



The image is a promotional banner for the Ring app. It features the Ring logo in white on a blue background. Below the logo, it says "The Ring App is now available on Fire Tablet." To the right, there is a photograph of a Ring camera and its base station. The camera is white and the base station is silver and black.

L'ESPLOSIONE DELLE APP PER IL VICINATO...

Internet, 'Vicinimiei.it': arriva il social che dà un'anima ai quartieri

Sbarca in Italia la piattaforma europea che conta un milione di utenti

Publicato: 13-09-2018 13:47

Ultimo aggiornamento: 17-12-2020 13:33

...E L'IMPLOSIONE

 ViciniMiei.it
5 aprile · 🌐

Arrivederci viciniMiei.it ❤️

La rete di quartiere non è più disponibile. Avremo sempre un bel ricordo dei tanti incontri e momenti speciali resi possibili grazie a voi sulla piattaforma.

Un saluto affettuoso,
Il vostro team di viciniMiei.it



 1

aprile 2023

NEXTDOOR

Conferma il tuo account

Questo garantisce che i vicini Nextdoor siano persone reali con indirizzi reali.



Conferma l'account usando la posizione

Conferma l'account più tardi

S Cerca in Nextdoor

Vuoi continuare a leggere? **Conferma il tuo account** per iscriverti a questo quartiere.

Gruppi nelle vicinanze

Tutto

- IL NETWORK DEL BENESSERE
- Bellissime Foto di Bologna, curiosità

A [redacted] Bologna, EMR · 19 h · 🏠

Problemi della piattaforma

Ma come mai c'è sempre qualche persona diciamo una che deve sempre criticare commentare negativamente Su tutto e su tutti. E possibile? Questa è una piattaforma per aiutarsi

Home Scopri **Publica** In vendita Notifiche

← Gruppi Creazione

Cerca gruppi

Gruppi nelle vicinanze

- IL NETWORK DEL BENESSERE 91 utenti **Unisciti**
- Offerte di lavoro 1645 utenti **Unisciti**
- #Ciappjnari 836 utenti **Unisciti**
- AVREI BISOGNO DI..... 1342 utenti **Unisciti**
- Bellissime Foto di Bologna, curiosità, servizi fotografici, quadri di Bologna 367 utenti **Unisciti**

Home Scopri **Publica** In vendita Notifiche

NEXTDOOR

Mappe per **attività commerciali, eventi, in vendita e assistenza**

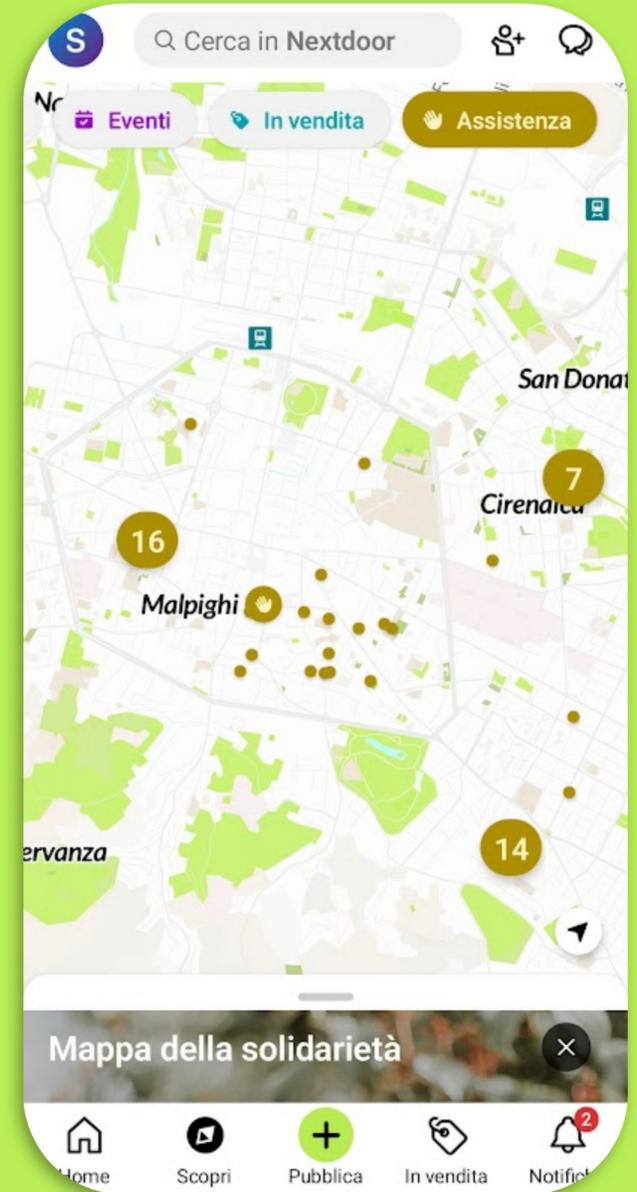
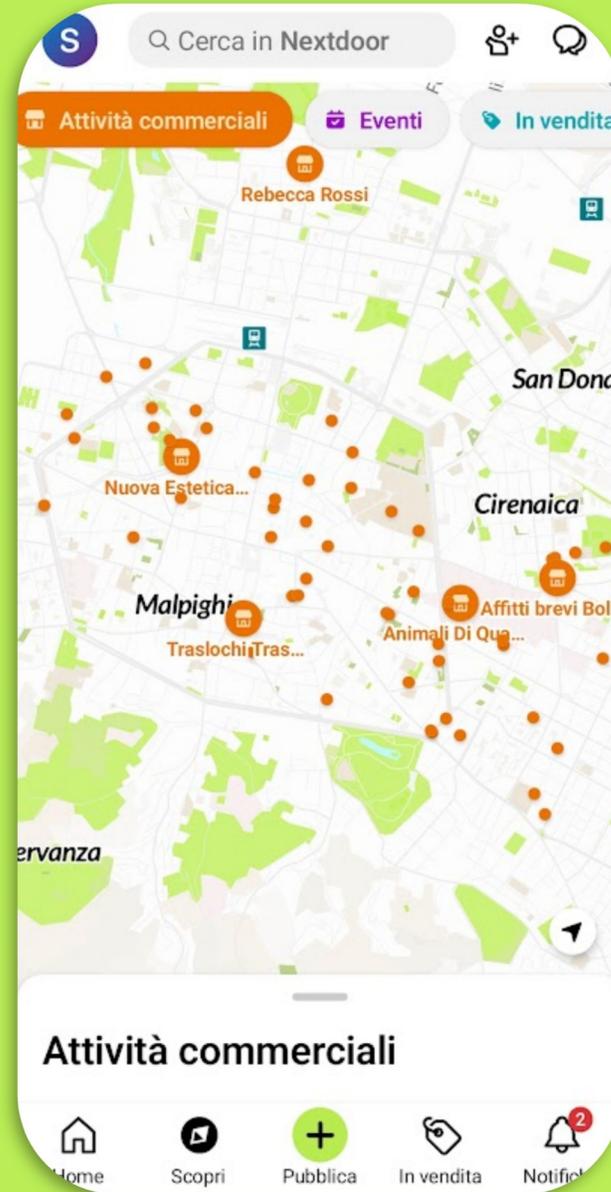




Illustration by William Joel / The Verge

POLICY

Inside Nextdoor's 'Karen problem'

Can Nextdoor really be a social network for communities if black people don't feel safe on it?

By **Makena Kelly**, a reporter who covers the politics and power influencing the tech industry. Before joining The Verge in 2018, she covered Congress and breaking news.

Jun 8, 2020, 7:44 PM GMT+2 | [0 Comments](#) / [0 New](#)



<https://www.theverge.com/21283993/nextdoor-app-racism-community-moderation-guidance-protests>

“I’d like to talk to the manager”



NEXTDOOR

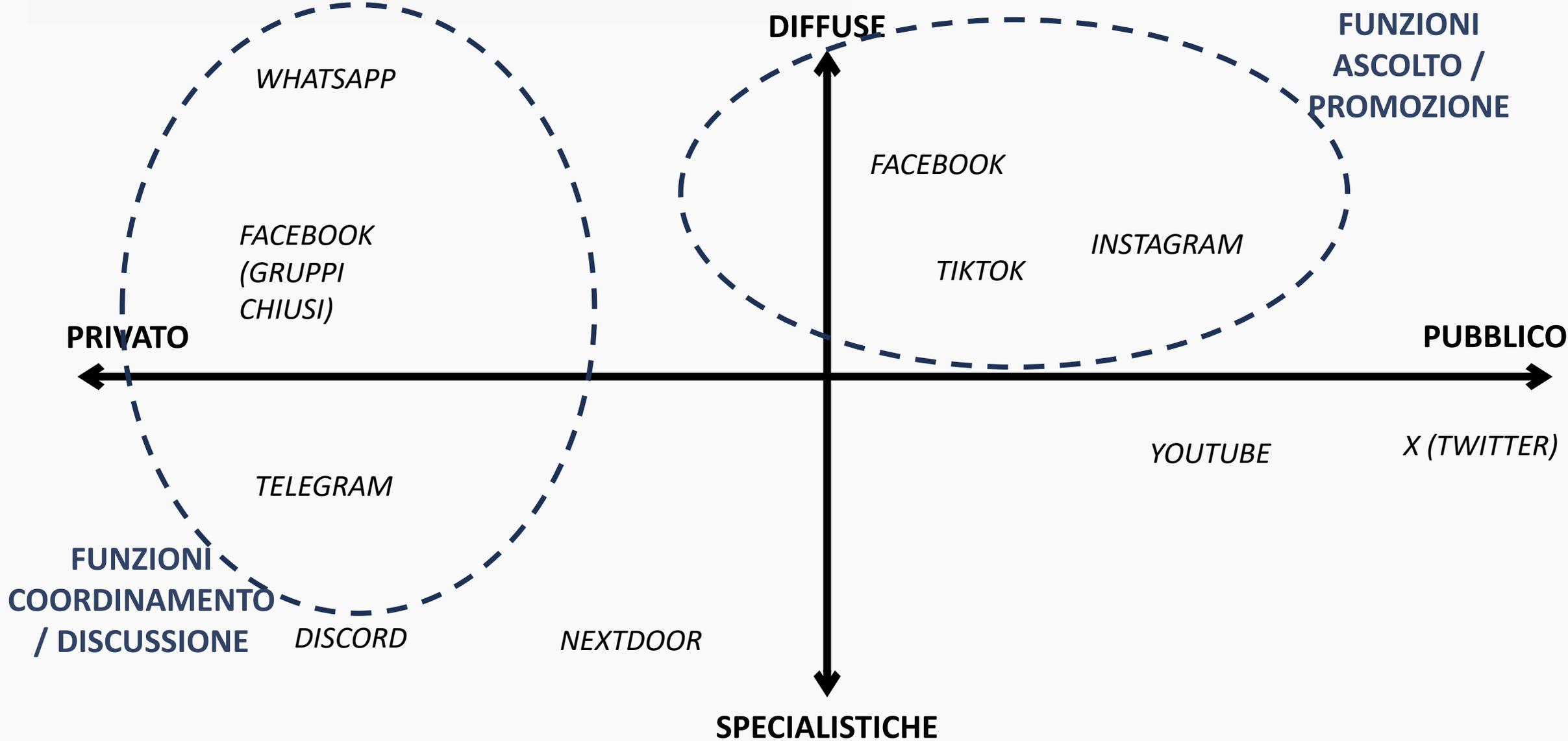
Punti di forza:

- App di vicinato più popolare
- Assistenza e continuità (relativa)
- Focus sul territorio e sicurezza della localizzazione
- Funzionalità delle mappe migliore rispetto ad altre piattaforme

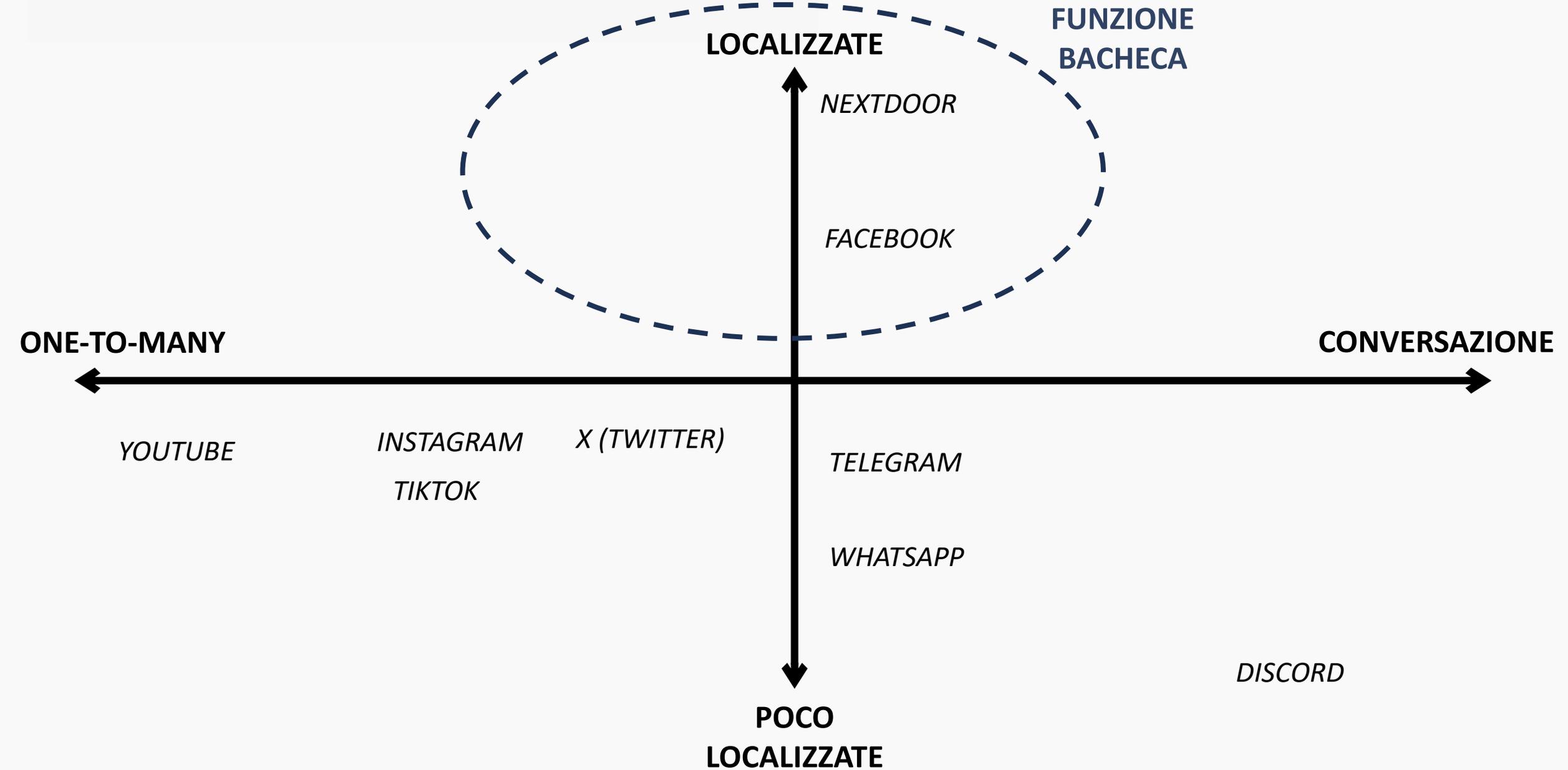
Punti di debolezza:

- Non così popolare
- Funzionamento non immediato
- Rischio di vigilantismo (come tutte le app di vicinato!)
- Socialità di piattaforma vs. socialità di comunità

CLASSIFICAZIONE DELLE PIATTAFORME



CLASSIFICAZIONE DELLE PIATTAFORME



BACHECA ANNUNCI

- *Funzione*: dare visibilità a richieste o offerte di beni o servizi
- *Caratteristiche ideali delle piattaforme*:
 - **visibilità locale** (visibilità «generale» può far perdere tempo)
 - **sicurezza** (possibilità pseudo-anonimato, controllo dei fake, eventuale sicurezza delle transazioni)
 - **chiarezza delle regole** (evitare fraintendimenti sulle richieste)
 - **ricercabilità degli annunci** (gli annunci si perdono nel flusso di una chat)
- *Piattaforme adatte*: Gruppi Facebook chiusi, Nextdoor



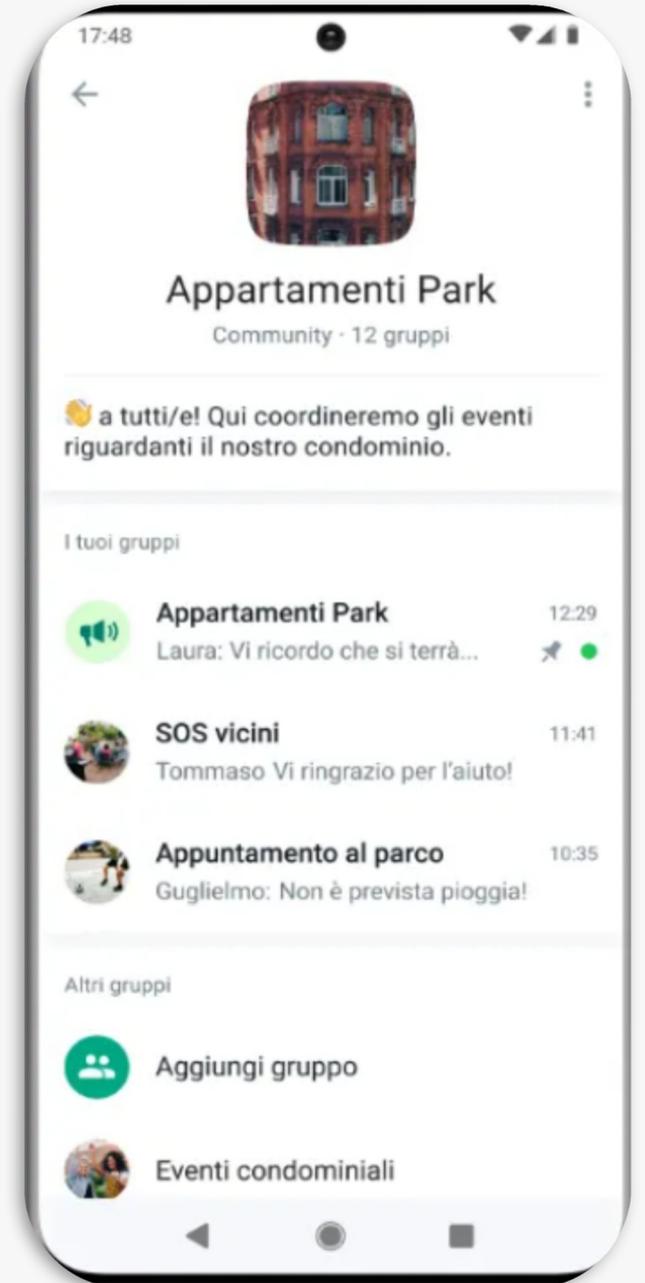
PROMUOVERE

- *Funzione*: pubblicizzare un'iniziativa, uno spazio o un comportamento verso il pubblico di riferimento
- *Caratteristiche ideali delle piattaforme*:
 - **visibilità generale** (la piattaforma deve essere popolare)
 - **targetizzazione e promozione a pagamento** (l'annuncio deve poter raggiungere le persone giuste)
 - **multimedialità** (la promozione deve essere coinvolgente e quindi garantire l'uso di più media)
 - **possibilità di feedback** (possibilità di richiedere informazioni)
- *Piattaforme adatte*: Instagram, Facebook (promozioni a pagamento), TikTok (su un certo target), YouTube (con fondi)



COORDINAMENTO

- *Funzione:* organizzare iniziative, distribuire i compiti, segnalare mancanze
- *Caratteristiche ideali delle piattaforme:*
 - **garantire il «backstage»** (l'accesso allo spazio di coordinamento deve essere controllato)
 - **opzioni avanzate di amministrazione e moderazione** (la conversazione deve essere focalizzata, gli admin devono poterla incasellare)
 - **combinazione di messaggi a una via e a due vie** (a seconda delle diverse fasi dell'azione di coordinamento può servire o una o l'altra modalità)
- *Piattaforme adatte:* WhatsApp (community), Facebook (gruppi chiusi), Telegram (gruppi + canali), Discord



DISCUSSIONE

- *Funzione*: conversazione leggera non necessariamente legata a obiettivi definiti
- *Caratteristiche ideali delle piattaforme*:
 - **regole dell'interazione e privacy** (agli utenti devono essere chiare le regole di quello spazio e cosa succede a ciò che condividono là dentro)
 - **moderazione, anche automatica** (si tratta di funzione che più si espone a pericoli per il singolo utente, per cui la moderazione deve essere facilitata)
 - **interazione polisemica** (gli scambi comunicativi devono avere la possibilità di usare non solo il testo)
 - **accessibilità** (possibilità di convertire il testo in modo da essere comprensibile per tutti)
- *Piattaforme adatte*: Facebook (gruppi chiusi), Gruppi Telegram, Gruppi WhatsApp



ASCOLTO

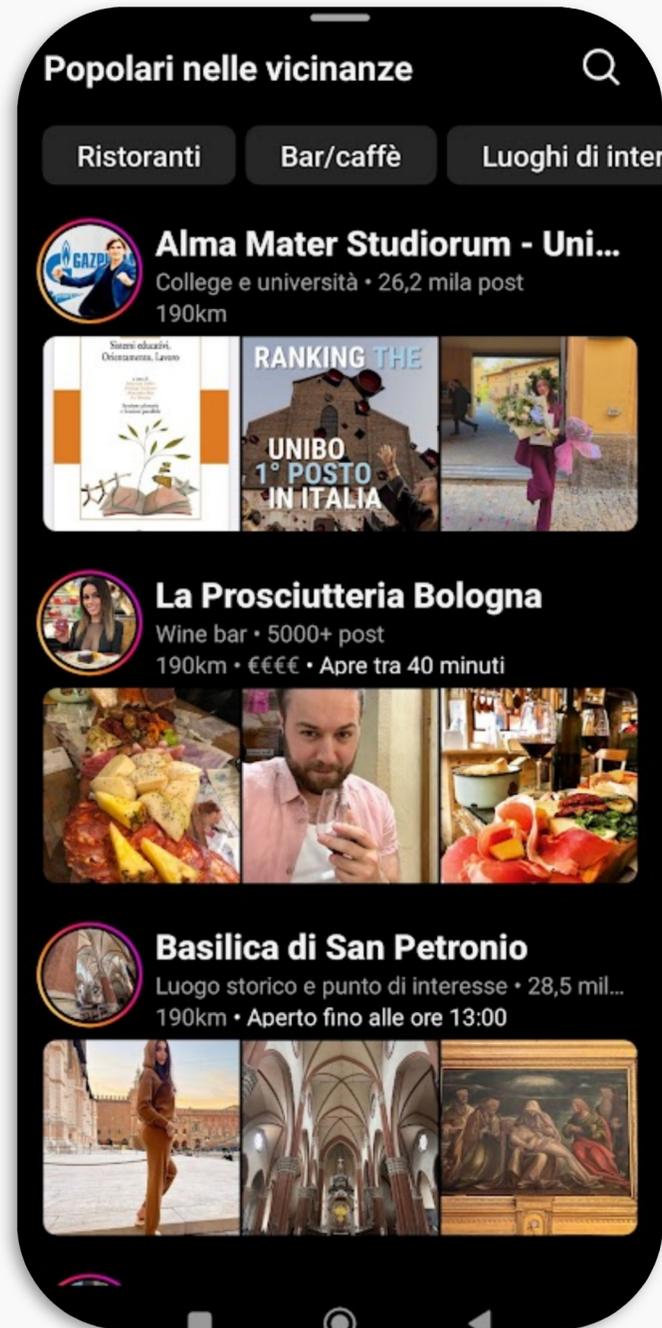
- *Funzione*: studiare come il territorio viene visto e rappresentato dagli utenti, cercare collaborazioni
- *Caratteristiche ideali delle piattaforme*:
 - **popolarità e quantità di contenuti** (piattaforme poco utilizzate restituiscono una immagine poco rappresentativa dei nuovi pubblici)
 - **tagging e localizzazione** (i contenuti devono essere legati a zone specifiche)
 - **target differenti dagli abituali** (l'ascolto ben fatto si deve aprire a gruppi di utenti che non sono quelli abituali con cui ci relazioniamo)
 - **contatto con i creatori di contenuti** (possibilità di mettere in contatto con i profili più seguiti per attivare collaborazioni)
- *Piattaforme adatte*: Instagram (luoghi), TikTok (post), Facebook



ASCOLTO

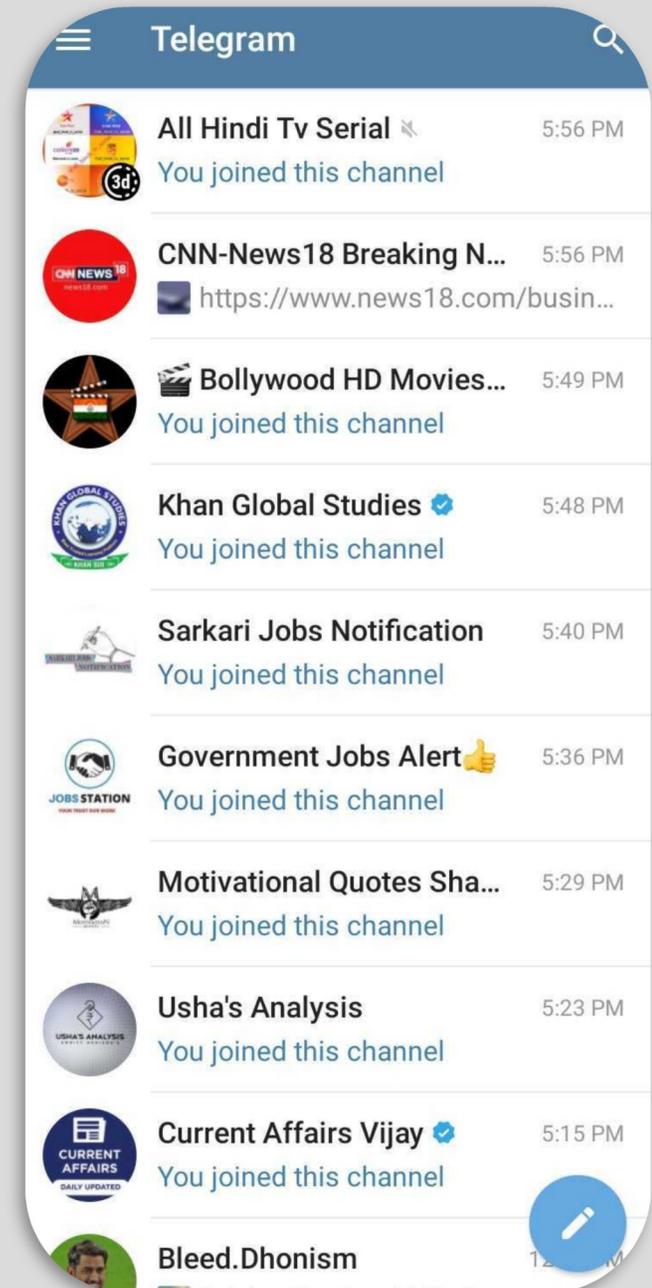
Scegliete una via di Bologna:

- Quali sono gli spazi o gli eventi più "evidenziati" dagli utenti di Instagram e TikTok?
- Immaginate un modo di utilizzare questa informazione per progettare un'azione di promozione o di coinvolgimento della cittadinanza



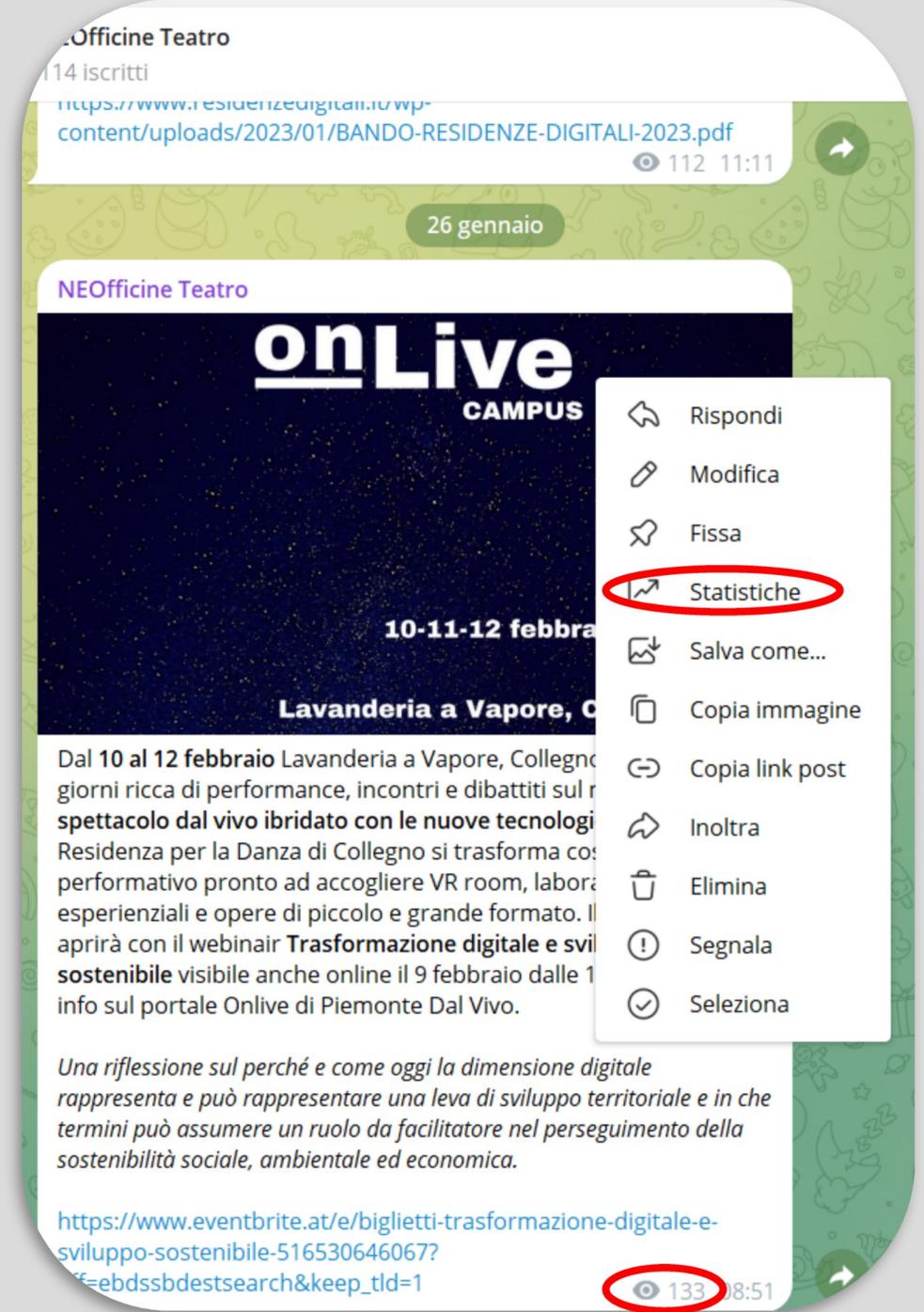
TELEGRAM

- **Canali:** fino a 10 con un account, comunicazione da uno a molti
- **Gruppi:** chat molti a molti
- I canali non hanno limite di follower
- Con un account si possono **invitare** fino a 200 contatti nel canale e fino a 15 amministratori



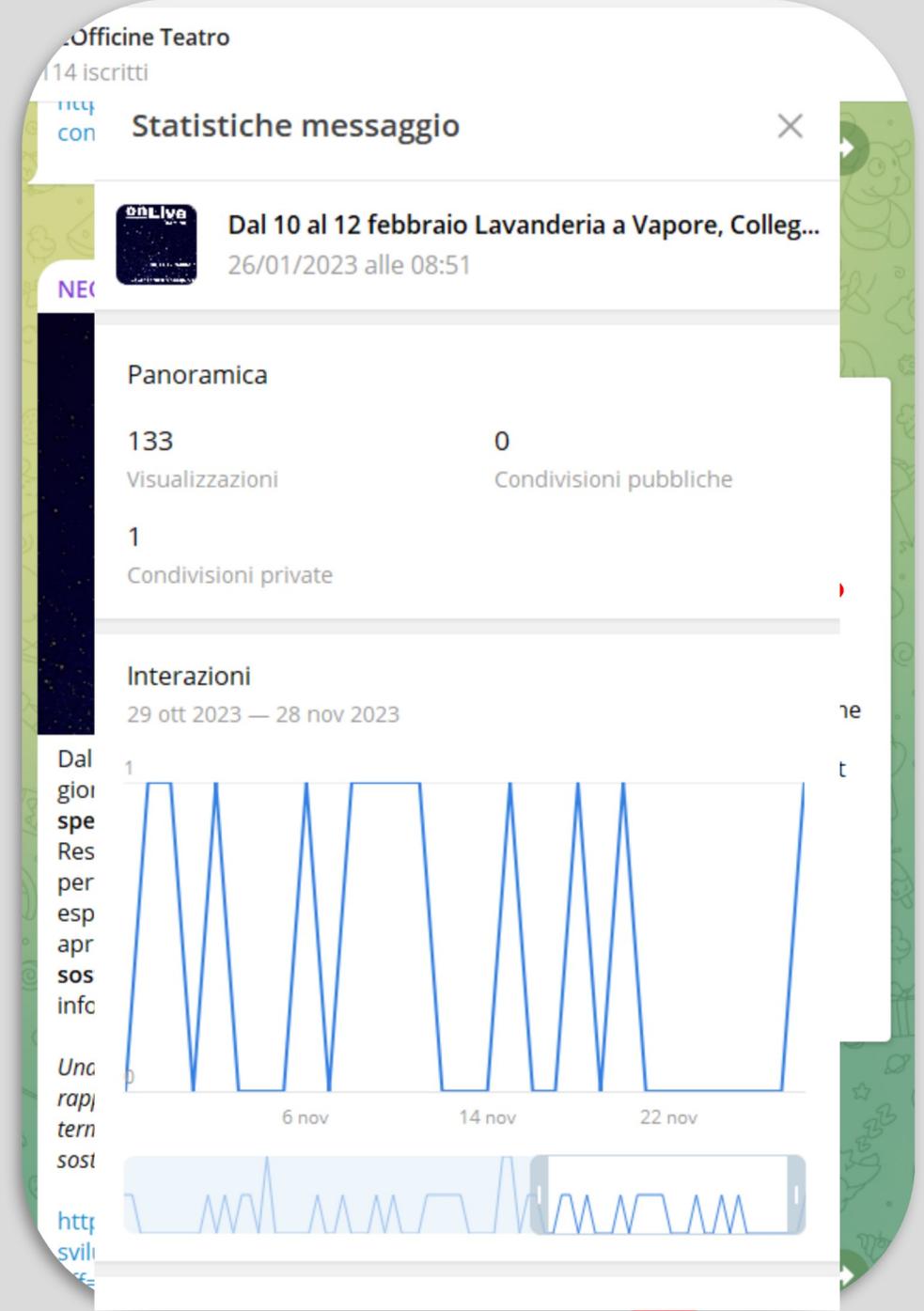
TELEGRAM

- **Canali:** fino a 10 con un account, comunicazione da uno a molti
- **Gruppi:** chat molti a molti
- I canali non hanno limite di follower
- Con un account si possono **invitare** fino a 200 contatti nel canale e fino a 15 amministratori
- **Statistiche** sulle visualizzazioni di immediata fruizione (soprattutto da desktop)



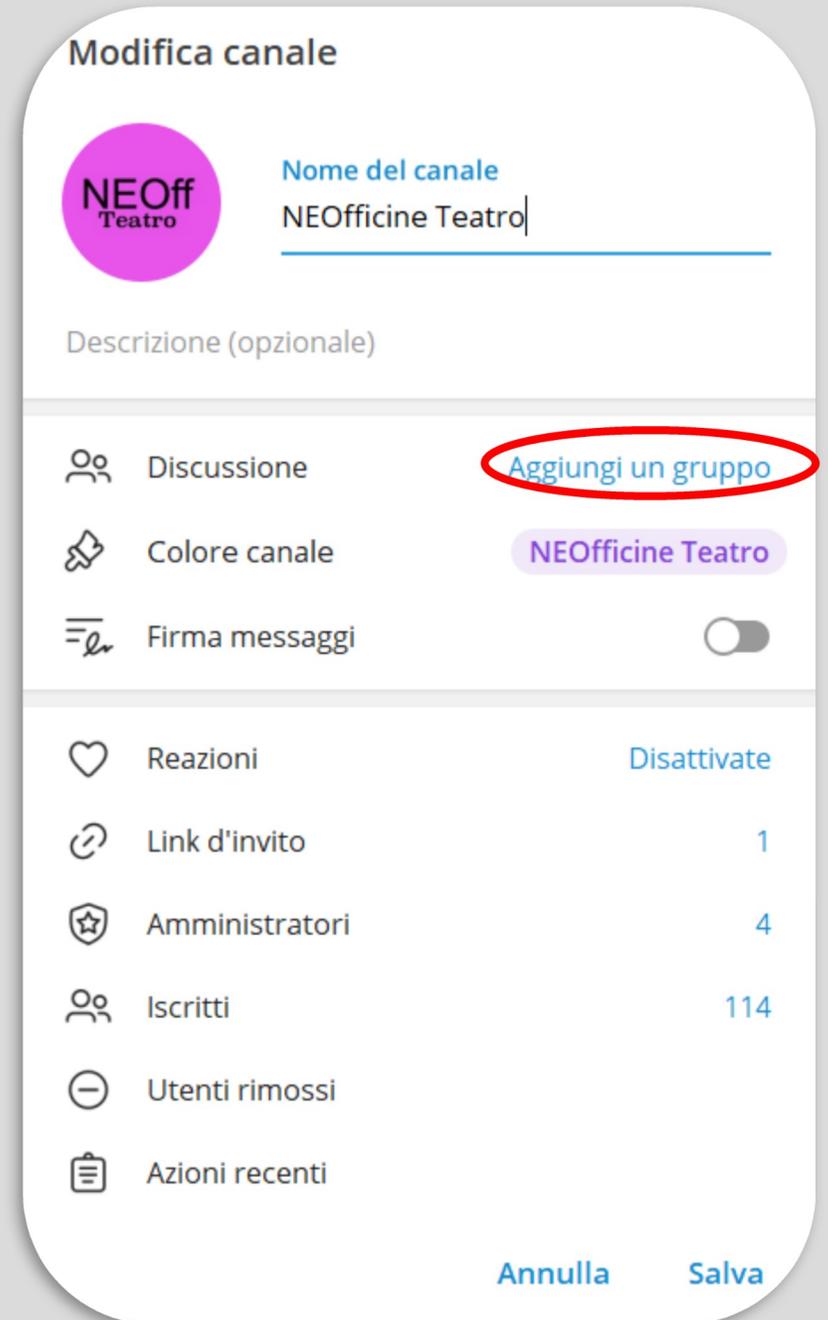
TELEGRAM

- **Canali:** fino a 10 con un account, comunicazione da uno a molti
- **Gruppi:** chat molti a molti
- I canali non hanno limite di follower
- Con un account si possono **invitare** fino a 200 contatti nel canale e fino a 15 amministratori
- **Statistiche** sulle visualizzazioni di immediata fruizione (soprattutto da desktop)



TELEGRAM

- **Canali:** fino a 10 con un account, comunicazione da uno a molti
- **Gruppi:** chat molti a molti
- I canali non hanno limite di follower
- Con un account si possono **invitare** fino a 200 contatti nel canale e fino a 15 amministratori
- **Statistiche** sulle visualizzazioni di immediata fruizione (soprattutto da desktop)
- Possibilità di decidere il **tipo di interazione** consentito con il contenuto



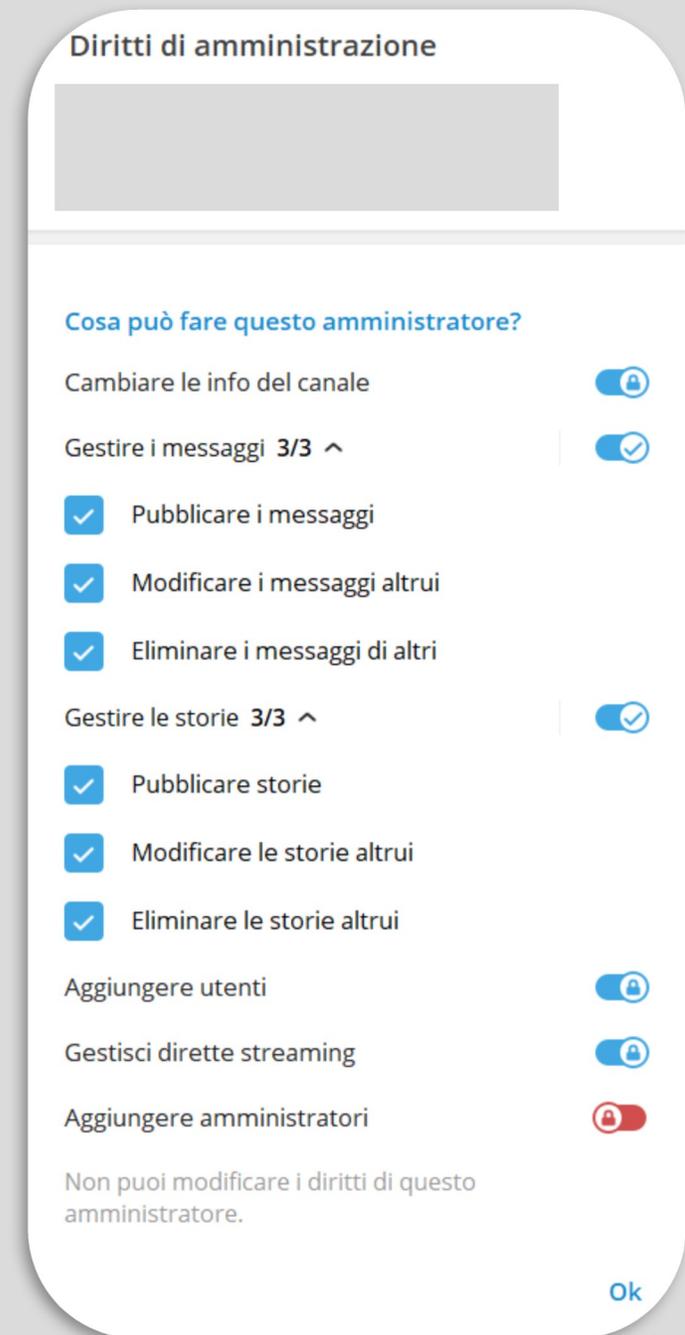
TELEGRAM

- **Canali:** fino a 10 con un account, comunicazione da uno a molti
- **Gruppi:** chat molti a molti
- I canali non hanno limite di follower
- Con un account si possono **invitare** fino a 200 contatti nel canale e fino a 15 amministratori
- **Statistiche** sulle visualizzazioni di immediata fruizione (soprattutto da desktop)
- Possibilità di decidere il **tipo di interazione** consentito con il contenuto



TELEGRAM

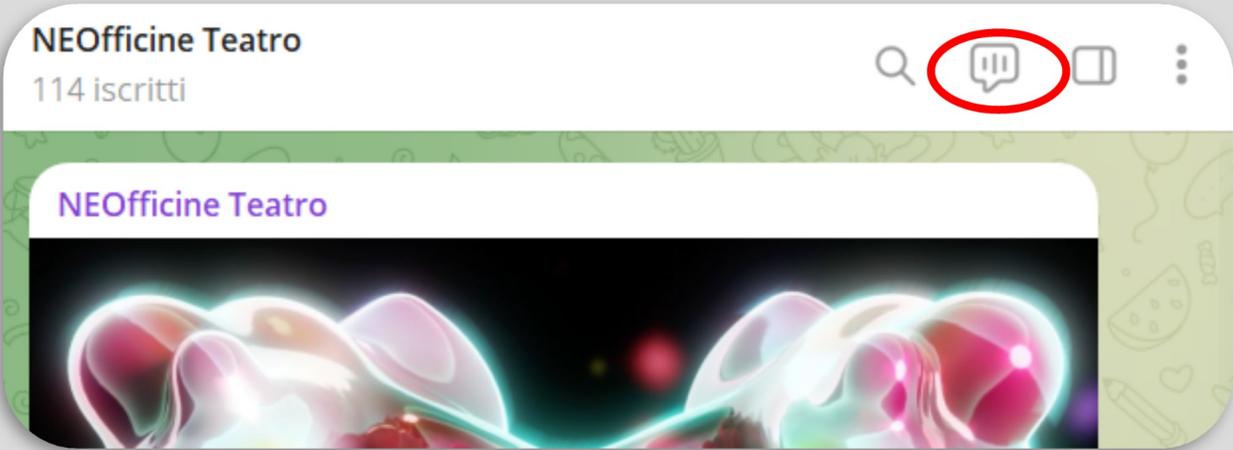
- **Canali:** fino a 10 con un account, comunicazione da uno a molti
- **Gruppi:** chat molti a molti
- I canali non hanno limite di follower
- Con un account si possono **invitare** fino a 200 contatti nel canale e fino a 15 amministratori
- **Statistiche** sulle visualizzazioni di immediata fruizione (soprattutto da desktop)
- Possibilità di decidere il **tipo di interazione** consentito con il contenuto



TELEGRAM: ALCUNI SUGGERIMENTI

- La **descrizione** è uno spazio importante per spiegare gli obiettivi del gruppo/canale e per linkare alle altre pagine e contatti del progetto (limite di 255 caratteri)
- La descrizione è troppo breve per spiegare le regole del canale, per cui serve utilizzare un **post appuntato**
- **Statistiche** e **sondaggi** sono un ottimo modo per raccogliere feedback, ricordando però che solo gli utenti più attivi partecipano ai sondaggi (le statistiche non mostrano purtroppo gli utenti che visualizzano meno i contenuti)
- Ragionare sulla scelta tra canale **pubblico** o **privato**: prevale la funzione di coordinamento, di discussione o di promozione?
- La funzione **diretta streaming** può essere molto utile per organizzare incontri periodici o anche dirette informative

TELEGRAM: DIRETTA STREAMING



TELEGRAM: COME PROMUOVERE CANALI E GRUPPI

- **Invito diretto dei propri contatti** → massimo di 200 contatti
- **Diffusione su altri social media del link d'invito** → va spiegato che cosa troveranno di diverso su Telegram (altrimenti gli utenti disattivano le notifiche)
- **Promozione in altri gruppi e canali telegram (cross-promotion)** → richiede ci siano canali/gruppi con interessi simili e che ci sia l'accordo con gli amministratori
- **Pubblicizzare il canale sui siti catalogo** (<https://tlgrm.eu/channels> | <https://www.telegramitalia.it/>) → sono siti frequentati più da persone che cercano canali/gruppi di interessi generici (sconti, informazione, sport ecc.)

Immaginate una strategia di raccolta contatti per i vostri spazi Telegram o WhatsApp

PROVIAMO A COSTRUIRE UN SOCIAL MEDIA MIX

Scegliete massimo tre piattaforme per ognuno di queste tre azioni e motivate la scelta:

1 – far **conoscere** l'apertura di una nuova sala aperta alla cittadinanza dove svolgete le vostre attività (potete scegliere l'attività che volete)

2 – **organizzare** una iniziativa di baratto nel quartiere

3 – **trovare** profili o spazi online che possono pubblicizzare la vostra pagina

Legenda: verde > whatsapp, blu > facebook, viola > telegram, rosa > tiktok, arancione > instagram, giallo > piattaforma bonus

ALCUNE RISORSE PER AGGIORNARSI SU TREND E DATI SULLE PIATTAFORME

- **Blog ufficiali delle piattaforme:** [Facebook Newsroom](#), [Twitter Blog](#), [Instagram Business Blog](#), [LinkedIn Blog](#), [TikTok Newsroom](#), [Twitch Blog](#)
- **Siti di aziende private con notizie quotidiane, analisi e report sui social media e I trend della comunicazione digitale:** [Social Media Today](#), [Hootsuite](#), [Buffer Blog](#), [Social Media Examiner](#), [HubSpot Blog](#), [We Are Social](#), [Emplifi](#) (ex SocialBakers), [Brandwatch](#), [Datareportal](#), [Global We Index](#) , [Sprout Social](#), [Marketing Land](#) (solitamente i report gratuiti li trovate sotto «resources», «insights» o «report»)
- **Dati socio demografici e ricerche di mercato (globale/US-based):** [Pew Research Center](#), [Statista](#), [Exploding Topics](#), [Our World in Data](#), [IbisWorld](#), [Google Dataset Search](#)

ALCUNE RISORSE PER AGGIORNARSI SU TREND E DATI SULLE PIATTAFORME

- **Fonti italiane:** [Audiweb](#), [GFK](#), [Rapporto Censis sulla Comunicazione](#), [Osservatorio Nazionale Influencer Marketing](#), [Istat](#), [Vincos](#)
- **Report più noti:** [Digital 2022](#) (Hootsuite e We Are Social), [Mary Meeker's Internet Trends Report](#) (fino al 2019 purtroppo), [Econsultancy Trends Report](#) (Digital Transformation Monthly, Ecommerce Quarterly, Social Quarterly), [State of the Internet Report di Akamai](#) (su sicurezza e traffico a livello globale), [Future of the Internet del Pew Research Center](#) (raccolte di opinioni di esperti sui trend futuri di Internet)