

W i p

work in progress

Botteghe 2014: ci siamo trovati stanchi, spaventati per alcuni aspetti per tutto quello che ci siamo proposti di fare, ma sereni e contenti per aver trovato un percorso su cui camminare tutti insieme

bottega artigiana comunicazione

numero 3

Viviamo, in tema di comunicazione, una evidente contraddizione: ad una tecnologia sofisticata e superveloce non corrisponde una vera comunicazione (in senso etimologico). V'è una bulimia di mezzi e informazioni, ma una anoressia comunicativa. Abbiamo bisogno di ripensare complessivamente sia agli strumenti che ai contenuti della nostra comunicazione interna (fra le nostre strutture e censiti) e esterna. C'è necessità di riflettere sull'uso di nuovi strumenti di comunicazione, ma anche sulla capacità che la comunicazione faccia cultura



CAMBIA IL TUO MODO DI COMUNICARE

“associativa”. Non è semplice ma è utile e indispensabile. Se Strade Aperte rischia di restare inbustato a prendere polvere sulla scrivania, se il sito non è “frequentato”, se i Quaderni e i libri, restano nelle librerie a far bella mostra di sé, se la “nostra” comunicazione non riesce a fare informazione e formazione (cultura, appunto), abbiamo il dovere di intervenire per renderla efficace, utile, attesa e cercata. Sì, attesa e cercata perché il feed-back della comunicazione è la misura dell'attesa da parte dei nostri censiti della rivista e dei quaderni, ma è anche il cercare le informazioni.

La sintesi della bottega

La bottega della comunicazione del 2014, ha avuto 21 partecipanti, le regioni rappresentate sono state 10, mancavano all'appello regioni importanti come la Lombardia, la Toscana, l'Abruzzo, la Calabria.

Siamo partiti analizzando la carta stampata, la rivista Strade Aperte, i quaderni di Strade Aperte, i libri della collana foulard azzurro e i notiziari regionali.

La rivista Strade Aperte, secondo i partecipanti alla bottega, dovrà contenere un **inserto regionale**. In ogni numero dovranno essere rappresentate almeno due regioni, si dovranno raccontare le attività regionali più significative. Il contenuto per regione dovrà occupare non più di due pagine, rinviando alla rivista on-line maggiori approfondimenti.

La rivista dovrà contenere anche stralci dei libri ad edizione fiordaliso

per invogliare ad una lettura più approfondita del libro trattato.

Nella rivista occorrerà inserire periodicamente anche delle schede mirate alle comunità per esempio: i compiti del magister; la programmazione di attività (cuore, creato, città), eccetera. Una sorta di cassetta degli attrezzi a schede.

Nella redazione di Strade Aperte occorre inserire anche un coordinatore regionale per l'inserimento regionale e per sollecitare l'ausilio dei libri edizione fiordaliso negli incontri regionali come assemblea regionale e consiglio regionale.

Il prossimo formato della rivista che ha già subito un primo restyling, potrebbe essere realizzato su foglio A3.

Questo formato permetterà un notevole risparmio di carta nella stampa, e si potranno mettere anche più articoli e

foto grafie, perché avendo un foglio più grande c'è anche meno spreco di spazio.

La redazione di strade aperte ha necessità anche di comunicare periodicamente con le comunità per conoscere l'utilizzo della rivista e il grado di apprezzamento della stessa. Sarà per-



tanto necessario realizzare una specie di questionario conoscitivo da inviare alle comunità e programmare un ritorno.

Si è parlato della necessità di proporre ancora il calendario a fine anno,

oppure di indirizzarci su qualcos'altro per esempio una agenda, ma intanto abbiamo l'obbligo di fare il calendario per altri due anni, si è pensato allora a due alternative tematiche:

una soluzione potrebbe essere il 60°, l'altra potrebbe essere invece realizzata con schede di lavoro.

Abbiamo tuttavia optato per realizzare il calendario sul tema del 60°, ma di sicuro il calendario dovrà essere pronto per ottobre, in modo da essere distribuito per tempo, e magari regalarlo anche a persone che potrebbero essere interessate a conoscere il Masci. Questo significa che occorre mettersi subito al lavoro per la realizzazione.

E' necessario anche creare una redazione di quattro adulti scout, fra i componenti regionali, parallela a quella di strade aperte, per aiutare anche la realizzazione del calendario stesso.

Per il 60° sarebbe opportuno inserire sulla rivista, interviste a persona di provenienza scout o vicine al Masci, per esempio Massimo Cacciari, Don Ciotti, Paola dal Toso... si vorrebbe sapere da loro cosa si aspettano dal Masci nel futuro.

Sempre per il 60° è interessante anche inserire articoli significativi pubblicati sulla rivista Strade Aperte durante questi sessant'anni.

Ancora si potrebbe ricercare del materiale regionale sulla nascita delle comunità Masci in regione con le testimonianze di persone ancora viventi sia scritte che video. Si è poi passati ad esaminare le nuove tecnologie.

I nostri strumenti Web sono:

www.masci.it,

www.stradeaperteonline.it, i siti regionali, ed i siti di comunità.

Strade aperte on-line era nato con l'intento di fare conoscere le iniziative e le attività delle comunità e delle regioni che non trovavano spazio sul giornale cartaceo.

Dopo un inizio abbastanza promettente, si è avuto un fermo, è necessario pertanto pensare ad un rilancio del sito come new magazine .

Occorre inviare a tutti i censiti un avviso sulla possibilità di inserire articoli on-line, e anche le modalità per farlo.

Sicuramente le comunità hanno voglia di vedere le loro iniziative e i loro progetti, pubblicate sul giornale cartaceo, pertanto si potrebbe mettere su strade aperte, il titolo e due righe, riguardanti ogni articolo pubblicato on-line, con un rimando, un link al giornale on-line, ed eventualmente si può pensare anche ad un qr code.

Il QRcode è un sistema che permette di visualizzare un articolo on-line semplicemente tramite smartphone o tablet.

È stato inoltre ribadito che i siti regionali e quelli di comunità sono sotto la diretta responsabilità del segretario regionale e del magister così anche le pagine Facebook regionali e di comunità.

Abbiamo inoltre notato una grande confusione nei siti regionali è anche nei notiziari regionali cartacei riguardo la nostra immagine.

Pertanto abbiamo provveduto a registrare l'acronimo del Masci e il logo ufficiale e quindi a breve tutti i siti regionali dovranno adeguarsi a questo logo e anche all'acronimo e verrà fornito anche un prototipo di come dovrebbe essere realizzata la scritta, con quale font e anche la dimensione del carattere.

Questo per uniformare i siti regionali ed anche per dare un'unica visione del movimento che deve essere unico e non differente da una regione all'altra.

Inoltre, ogni pagina regionale deve avere il rimando al sito nazionale sulla home page. Si suggerisce anche di inserire su ogni sito regionale un richiamo agli eventi nazionali.

Si è pensato di realizzare una pagina Facebook nazionale e pertanto ufficiale, gestita da una persona che sarà individuata dal presidente e dal segretario.

Questa sarà una pagina chiusa dove non potrà essere possibile intervenire con post o allegati se non prima di

aver ottenuto una approvazione dall'amministratore.

La pagina Facebook nazionale e quindi ufficiale, è pensata soprattutto come strumento di sviluppo, infatti dovrà contenere informazioni sulle attività del Masci sia a livello nazionale che regionale o locale, molte notizie saranno simili a quelle che sono inserite appunto sul sito nazionale e regionale.

Abbiamo comunque pensato che è il momento di dotarci di un codice etico di comportamento sull'uso dei social network e del Web. Prenderemo ad esempio quello realizzato dalla regione Masci Liguria sempre con un occhio attento allo sviluppo e in ottemperanza alle linee programmatiche di Bardonecchia, si pensa anche di realizzare un'applicazione Web del Masci.

In ultimo abbiamo parlato della strategia comunicativa per festeggiare il 60° anniversario del Masci.

È necessario avere a disposizione una lista di contatti stampa e Web, per regione, al fine di inviare dei comunicati stampa periodici.

È necessario anche programmare e realizzare la mostra fotografica e realizzare una videoclip con un flash mob che coinvolga tutte le regioni. Il video con il flash mob sarà lanciato a giugno per la celebrazione alla Domus Pacis a Roma, evento che sarà realizzato in streaming e quindi visibile da tutti gli adulti scout e non solo.

Si vuole lanciare anche un concorso fotografico, sullo stesso genere di quello realizzato per lo slogan. I manifesti utilizzati per la mostra, potrebbero essere ripresi nel calendario del prossimo anno.



LA PATTUGLIA NAZIONALE COMUNICAZIONE

Lorena Accollettati - Consigliere Nazionale; Liliana Guarino - Comitato Esecutivo; Giovanni Morello - Direttore Strade Aperte; Bice Farella - Puglia
Manlio Cianca - Webmaster; Marco Silvestro - Piemonte; Daniela Menegon - Veneto; Maurizio Piccinini - Marche