

# Comunicare sui Social Network al tempo della pandemia

---

di Rosy Battaglia

Milano, 31 marzo 2020

Giornalista professionista, social media specialist, formatrice.

Sono l'ideatrice di Cittadini Reattivi, progetto di crowdsourcing e civic journalism su salute, ambiente e legalità, divenuta poi associazione nel 2015.

Formatrice sui temi dell'innovazione sociale e della digital innovation, applicata alle comunità e al giornalismo civico.



Chi sono

Rosy Battaglia

E' cambiata LA priorità

---

La salute, prima di tutto

# L'uso dei Social Media prima della pandemia



## Cambiano le modalità

A causa del distanziamento sociale, indispensabile per contenere il contagio da COVID-19, si comunica quasi esclusivamente attraverso il web e i canali Social, le piattaforme live, come questa.

Non è semplice, per chi non era abituato, neppure per i professionisti. Ma è una modalità che deve diventare abituale.

Anche l'uso delle chat, come Whatsapp è salito all'inverosimile (anche se non sempre ciò è positivo, vedi il proliferare di bufale e fakenews).

# I Social Network diventano un “male necessario”

HOME CHI SONO COSA FACCIO I MIEI PROGETTI DOWNLOAD CONTATTI ISCRIVITI AL BLOG

## Nonprofit Blog

Educare, formare e fare cultura sul Fundraising in Italia.



## NONPROFIT E SOCIAL NETWORK, UN “MALE” NECESSARIO

GUEST POST, ULTIMI POST / febbraio 6, 2020 / 0 Comments



Ancora mi sorprende a incontrare persone che non sono su Facebook. Sì, perché pensano – in modo un po' ottuso, a mio parere – che il mondo sia solo “fuori” e che la Rete sia una perdita di tempo, un po' come quei negozi che sono online ma che rimangono rigorosamente aperti solo dalle 9 alle 17. Siamo connessi sempre, facciamocene una ragione. Impariamo dunque a sfruttare a nostro vantaggio le grandi opportunità che ne derivano. [Rosy Battaglia](#), giornalista professionista, social media specialist, ideatrice di Cittadini Reattivi e ora docente della Fundraising Academy, ci spiega perché in questo post e ti aspetta il 28 e 29 febbraio in aula per un corso dedicato all'uso dei social network per un ente nonprofit che si preannuncia bellissimo.

CLICCA E SCORRI I POST PRECEDENTI



NONPROFIT E SOCIAL NETWORK, UN “MALE” NECESSARIO  
febbraio 6, 2020



CAMBIAMO LA TESTA, PENSIAMO INTEGRATO  
febbraio 2, 2020



IL MIGLIOR DONATORE? IL TUO VICINO DI CASA. RACCOLGIERE ADESIONI NEL LOCALE  
gennaio 29, 2020

CATEGORIE DEGLI ARGOMENTI

- ▶ ATTUALITÀ E DINAMICHE
- ▶ EDITORIALI
- ▶ GUEST POST
- ▶ INIZIATIVE E CAMPAGNE SOCIALI
- ▶ LA ZANZARELLA
- ▶ PROFESSIONE E FORMAZIONE
- ▶ STRATEGIE E STRUMENTI
- ▶ ULTIMI POST

## Cambiano le parole e il loro significato

Pensate solo alla parola “positivo” o “positiva”.

In questo momento, ha un'accezione diversa, legata al collegamento con l'esito dei test e dei tamponi legati all'epidemia

Ora più che mai, bisogna riflettere bene sulle nostre parole, che assumono un effetto molto più importante ed evocativo. Anche in un semplice post.

# #IoRestoaCasa

 MENU

 **Governo Italiano**  
**Presidenza del Consiglio dei Ministri**

Seguici su:     

Cerca... 

[Il Presidente](#) [Il Governo](#) [Presidenza del Consiglio dei Ministri](#)

## Decreto #IoRestoaCasa, domande frequenti sulle misure adottate dal Governo

28 Marzo 2020

Attenzione: pagina in aggiornamento in seguito all'entrata in vigore del Dpcm 22 marzo 2020 (il cui

Condividi



### Per saperne di più

[Nuovo Coronavirus: domande frequenti sulle misure per le persone con disabilità](#)

[Coronavirus, firmato il Dpcm 22 marzo 2020](#)

[Ordinanza del Ministro della Salute e del](#)

## Cambiano i toni

Comunicare, in questo momento, vuol dire, anche, usare la nostra empatia, rispettare ciò che la nostra comunità sta attraversando.

E agire di conseguenza.

I toni moderati, mentre tutto è urlato, sono vincenti.

📌 Tweet fissato



**Quirinale**  @Quirinale · 27 mar

Dichiarazione del Presidente [#Mattarella](#) sull'emergenza [#coronavirus](#)



 715

 2.900

 10.934



Comunicare al  
tempo di  
crisi...cosa vuol  
dire?

1

Mettere a disposizione anche le nostre competenze contro l'infodemia.

Aiutare le persone a non essere vittime di bufale e fakenews e indirizzarle verso le fonti corrette.

Essere noi stessi veicolo di buona informazione, sempre verificata e attendibile, attraverso i nostri canali social personali e associativi.

Comunicare al  
tempo di  
crisi...cosa vuol  
dire?

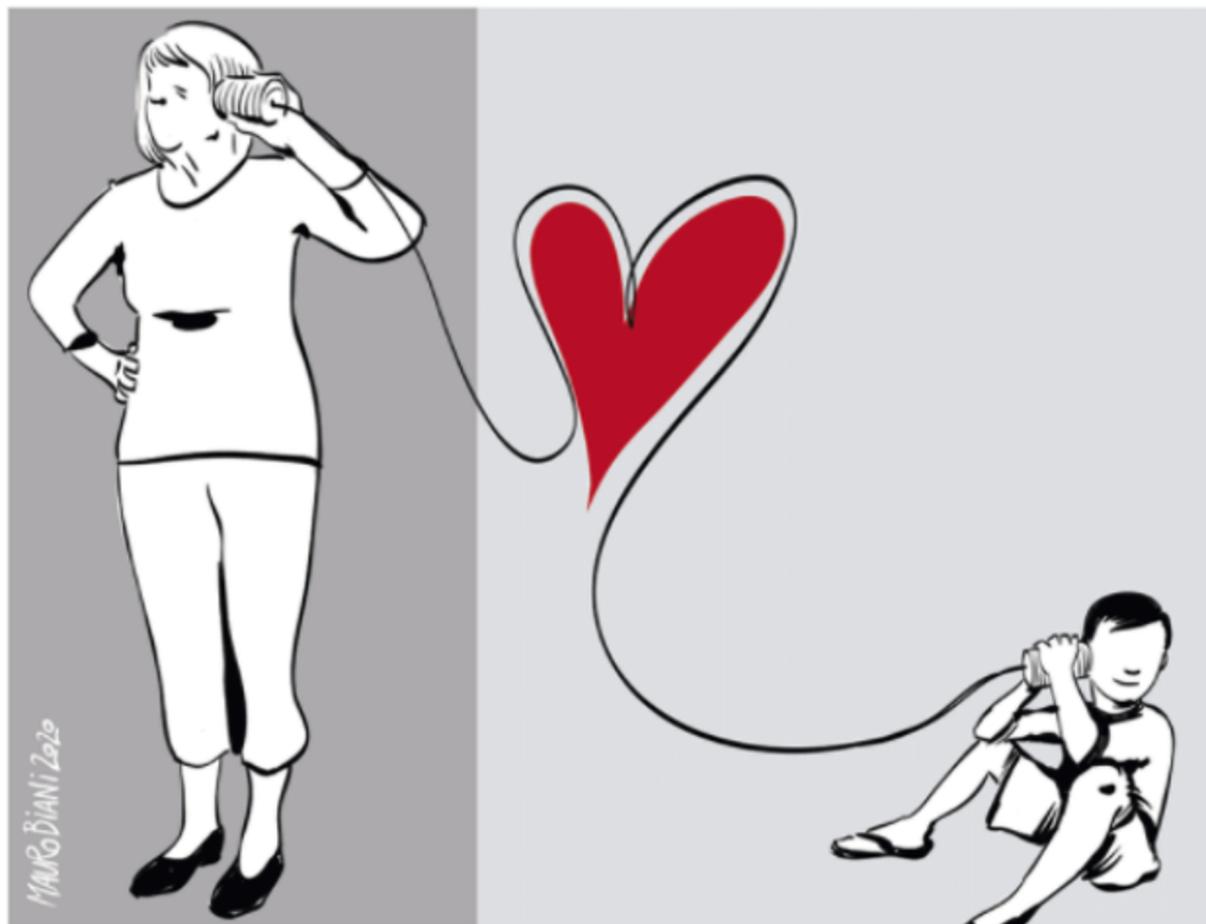
2

Vuol dire attivare la solidarietà concreta

Ascoltare

Stare vicino a chi è in difficoltà

Promuovere idee, progetti nell'ottica  
dell'aiuto reciproco



**Covid19Italia Help**

Un progetto per condividere informazioni utili e attivarsi a sostegno dell'emergenza coronavirus in Italia.

[www.covid19italia.help](http://www.covid19italia.help)

Comunicare al  
tempo di  
crisi...cosa vuol  
dire?

3

Non amplificare quanto è negativo, ma neppure omettere la realtà che ci circonda

Amplificare quanto ci è di sostegno: dai messaggi istituzionali, a quelli di incoraggiamento, alle buone pratiche possibili.

Vuol dire, anche, trovare il tempo del riposo e del silenzio.

# Prepararsi al dopo

---

Non sappiamo ancora come sarà, non è semplice, la società italiana affronta per la prima volta nell'era moderna una pandemia.

Dobbiamo, quindi, ritagliarci tempo per ripensare il futuro.

Dedicare tempo a noi stessi, al nostro corpo, alla nostra mente. Alla nostra relazione con gli altri.

Tempo necessario per preparare nuove modalità di lavoro e impegno.

# Come?

---

Prendere dimestichezza con tutte le piattaforme digitali. Oltre Facebook, ormai Social di Cittadinanza, anche i Social Network che pensavamo meno utili (Twitter, ad esempio, LinkedIn, Telegram)

Curare e raccogliere le istanze della nostra community, mettersi in ascolto.

Ascoltare la musica, la poesia, leggere, non solo di coronavirus...

# In quanto tempo?

---

Con i propri tempi.

Quelli necessari per riprendere a progettare futuro.

Meglio se non da soli.

# Facciamo, insieme, un uso diverso, anche dei Social Network

---

Approfittiamo di questo periodo per sperimentare relazioni sociali “sui Social”, basate sui nostri valori, sull’empatia, sulla trasparenza, in modo empatico e trasparente.

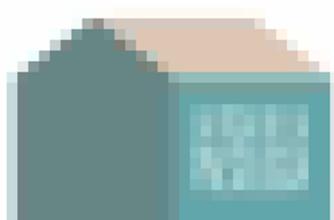
Questo farà la differenza. Anche e soprattutto, dopo.

**Business Strategy**  
**Entrepreneurship**  
**Management**  
**Marketing**  
**Operations**

## CONVULSION MAGNET

**Business Strategy**  
**Entrepreneurship**  
**Management**  
**Marketing**  
**Operations**  
**Business Strategy**  
**Entrepreneurship**  
**Management**  
**Marketing**  
**Operations**

Business Strategy



# Le (mie) parole per affrontare questa crisi

---

## **Responsabilità**

(sul nostro agire sociale, sulle nostre parole)

## **Priorità**

(quali sono? i nostri affetti, il lavoro...)

## **Riflessione**

(su qualità della vita, morte, rischio povertà)

# Le (mie) parole per affrontare il dopo

---

## **Resilienza**

(adattamento al cambiamento)

## **Pausa**

(per accogliere il cambiamento)

## **Futuro**

(pensare al cambiamento)

# Un invito e un suggerimento

---

Pensate alle vostre parole chiave.

Ciò che davvero volete comunicare, in questo periodo, tenendo conto del contesto in cui tutti siamo immersi.

Saranno la vostra guida giornaliera, la vostra “social media policy” nella vostra nuova vita digitale.



**ELENA ZANELLA SRL SOCIO UNICO**

SEDE LEGALE: VIA G. WASHINGTON 98 | 20146 MILANO

SEDE OPERATIVA: VIA STELVIO 2 | 20017 RHO (MI)

T. 02.9302505 | M. 338.9609802 | [elenazanella@elenazanella.it](mailto:elenazanella@elenazanella.it) | <http://fundraisingacademy.it> | <http://elenazanella.it> |

<http://startupfundraising.it/> | <http://www.vita.it/it/blog/la-zanzarella/37/>