

Home > Visions > Lobbying 2.0 > La democrazia fantasma

La democrazia fantasma

31 luglio 2014 By Gianluca Sgueo 0 commenti

Tweet 16 Mi piace 9 G+ 1 Pin.it Condividi 9 Share 5

Già in passato avevamo sollevato il problema del sito "We the People": sulla carta il più ambizioso progetto di democrazia partecipativa digitale in circolazione; in realtà una iniziativa affossata dalla sua stessa ambizione. We the People è partito con il botto, registrando centinaia di proposte di petizione, tant'è che ha dovuto alzare la soglia di sbarramento (superata la quale, è bene ricordarlo, l'amministrazione si dichiara obbligata a rispondere). Ma poi, col passare del tempo, l'entusiasmo è venuto meno. In parte la maggiore difficoltà a raggiungere il limite minimo di firme, e in parte i tanti silenzi dell'amministrazione (evidentemente poco propensa a rispondere a petizioni palesemente campate per aria) hanno scoraggiato i potenziali partecipanti.



Oggi gli analisti più smalzati non esitano a definire We the People una "ghost town", città fantasma. Da aprile a oggi ci hanno provato solamente in 85. Di queste, nessuna si è nemmeno vagamente avvicinata alla soglia delle 100mila firme. Anzi, la metà ne ha ottenute meno di 500. Nel merito, poi, Techpresident ha calcolato che il 40% delle petizioni presentate era chiaramente fuori dal mandato presidenziale. Per cui, anche qualora fosse

stato raggiunto il quorum, non avrebbe prodotto altro che, nella migliore delle ipotesi, un secco diniego, e nella peggiore un silenzio imbarazzante.

Vi sembra poco? Lo è. Ma prima di stupirvi aspettate a vedere questi numeri. **Nel solo mese di aprile MoveOn e Change.org, due siti di petizioni online "privati", hanno totalizzato rispettivamente 2053 e 7093 petizioni.** Segno che non è lo strumento a essere vecchio o inutile, ma il modo in cui viene percepito dagli utenti. Un ulteriore dato a dimostrazione di quanto appena detto: **da quando è stato creato We the People ha avuto 5,4 milioni di persone che hanno creato un account e 9,2 milioni di firme. Significa poco meno di 2 firme a utente.** Il che, letto da un punto di vista più generale, significa che in media l'utente del sito si interessa sporadicamente a quello che accade sul sito. Gli esperti di marketing direbbero che non viene "fidelizzato".

We the People non è tanto meglio dei siti italiani di petizioni online. Soffrono lo stesso problema, anzi, gli stessi due problemi. Il primo: per essere accattivanti devono promettere qualcosa. Cioè un vincolo di qualche tipo sull'amministrazione che consulta. Ma questa è una promessa che le amministrazioni finora non hanno saputo mantenere. Oppure hanno mantenuto solo in parte, perdendo credibilità. Il secondo problema è nella comunicazione. A differenza delle iniziative private che investono molto in comunicazione durante tutta la campagna, e anche dopo, i siti pubblici come We the People vivono di picchi. Generalmente sono comunicati al momento del lancio, e poi di nuovo verso la fine. Dopo se ne dimenticano tutti. E non c'è nulla di meglio (o peggio, a seconda di come la vediate) per allontanare il cittadino digitale. Con tutti i problemi che ci danno i servizi pubblici veri e propri, figuriamoci se abbiamo tempo da perdere dietro quelli digitali.



Gianluca Sgueo

Giornalista, post-doc in Democrazia e Innovazione Sociale – Center for Social Studies, University of Coimbra. E' direttore dell'area Istituzioni di I-Com, l'Istituto per la Competitività. Nel 2012 ha pubblicato "Lobbying&Lobbismi" con Egea.



Ricerca

INTERNET OF EVERYTHING
Un canale in collaborazione con: CISCO

Con Telecom Italia e Sparkle, accendi il tuo business anche all'estero.
Scopri di più.
SPARKLE TELECOM ITALIA

Seguici su Facebook e Google+



Redazione TechEconomy

Mi piace

Redazione TechEconomy piace a 15.223 persone.



Plug-in sociale di Facebook



TechEconomy

Segui

+ 1.692

Ultimi Tweet

Segui @techecon 12K follower

Tweet



Dario Flaccovio

@DarioFlaccovio

2 Set

Non innova chi cambia gli obiettivi techeconomy.it/2014/07/11/wsd... ma chi cambia il modo per raggiungerli
Via @TechEcon
pic.twitter.com/T9BM4Zxc3K

Ritwittato da Giovanni Boccaccio

Mostra Foto

Scrivi un nuovo Tweet...