



# COME COMUNICARE IN UN PROGETTO DI CITIZEN SCIENCE PROGETTO



utilizzato da:  
(comuni / apicoltori)

# COMUNICARE UN PROGETTO DI CITIZEN SCIENCE

La comunicazione è il cuore pulsante della Citizen Science (CS): è il modo in cui si attirano, si coinvolgono e si ispirano i partecipanti. È il modo in cui si diffondono i risultati e si ha un impatto significativo sul progetto di CS.

È la chiave per condividere i risultati della ricerca e diffondere la consapevolezza tra il pubblico, educandolo all'obiettivo del progetto e al processo scientifico.

Non sottovalutate il tempo che investite per entrare in contatto con i cittadini e la comunità in generale. Dovrebbe essere un processo continuo, dalla definizione della domanda di ricerca alla presentazione dei risultati.

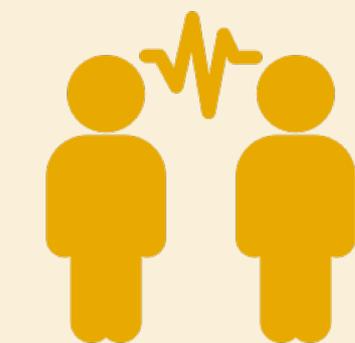


# Costruire una base: Il vostro piano di comunicazione

Ogni progetto di citizen science di successo ha bisogno di un solido piano di comunicazione, elaborato prima di immergersi nella ricerca.

Immaginatelo come una tabella di marcia fatta di blocchi. Questo opuscolo illustra le fasi per coinvolgere il pubblico del progetto, dalla definizione degli obiettivi alla comprensione del pubblico e alla comprensione di ciò che lo motiva.

Ricordate che il vostro piano di comunicazione deve essere come un documento vivente: lo modellate durante la pianificazione e lo perfezionate man mano che il progetto si sviluppa.



# Costruire una base: Il vostro piano di comunicazione

## 1. Definire gli obiettivi:

Chiarire gli obiettivi del progetto e i risultati desiderati.

## 2. Identificare i destinatari:

Individuare i gruppi target - partecipanti, stakeholder e comunità in generale - e identificare i modi migliori per raggiungerli.

## 3. Creare messaggi chiave:

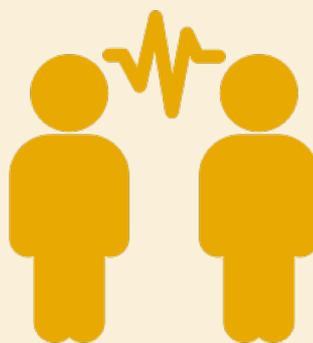
Sviluppare messaggi chiari e concisi in linea con gli obiettivi del progetto.

## 4. Selezionare i canali:

Scegliere le piattaforme di comunicazione: social media, stampa, eventi comunitari, media, ecc.

## 5. Adattare i contenuti:

Personalizzare i messaggi per i diversi tipi di pubblico e le diverse piattaforme e assicurarsi di prendere in considerazione: la comunicazione generica (che si rivolge in generale a diversi soggetti) e la comunicazione mirata (che è un messaggio personalizzato per segmenti di pubblico specifici e definiti).



# Costruire una base: Il vostro piano di comunicazione

6. Creare un piano di coinvolgimento:  
Elaborare strategie per coinvolgere e fidelizzare i partecipanti.

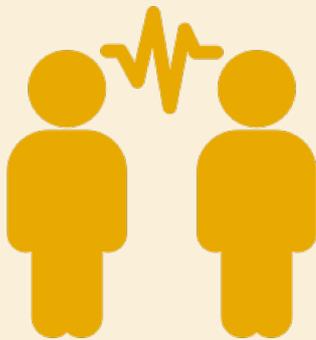
7. Considerare la privacy e l'etica:  
Determinare se ci sono problemi di privacy e di etica e affrontarli in modo trasparente.

8. Budget:

Allocare le risorse in modo oculato e pianificare le attività di comunicazione durante e dopo il progetto per diffondere i risultati.

9. Tempistica:

Nel vostro piano, evidenziate i momenti chiave della durata del progetto in cui sarebbe più opportuno e utile promuovere il progetto. Ricordate inoltre che la comunicazione dei risultati è una tappa fondamentale di questo percorso.



# Costruire una base: Il vostro piano di comunicazione

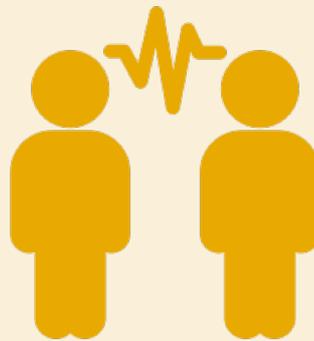
## 10. Valutazione:

Valutare regolarmente l'efficacia della strategia di comunicazione. Assicuratevi di essere sempre flessibili e adattabili. Rimanete aperti agli aggiustamenti in base ai progressi e ai feedback del progetto.

Trovate informazioni più dettagliate sulla comunicazione e la divulgazione nella Citizen Science qui:

[https://link.springer.com/  
chapter/](https://link.springer.com/chapter/)

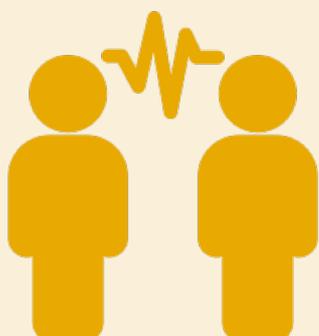
10.1007/978-3-030-58278-  
4\_24#Sec2



# Costruire una base: Il vostro piano di comunicazione

Ecco alcuni esempi di potenziali attività di comunicazione:

- Evento di avvio
  - Workshop
- Incontri in municipio
- Sessioni informative online
  - Volantini
  - Video tutorial
- Sondaggi di feedback
  - Comunicati stampa
- Presentazioni pubbliche alla comunità
  - Interviste di feedback
  - Workshop politici
- Forum della comunità



Per ulteriori esempi e per capire come collegarli al progetto: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-58278-4\\_24/figures/1](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-58278-4_24/figures/1)



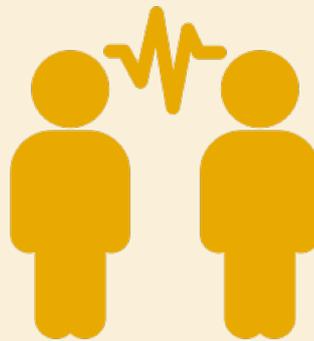
# Media sociali

I social media sono una fonte di energia utile. Consentono di raccontare una storia, condividere immagini, usare hashtag e lanciare campagne coinvolgenti per entrare in contatto con i partecipanti attivi, i potenziali aderenti e altre parti interessate.

Le forme utili di social media includono:

- Facebook
- Twitter
- TikTok
- LinkedIn
- YouTube
- Instagram
- Snapchat

Tuttavia, ricordate che la comunicazione non è fatta solo di pixel su uno schermo. Si tratta di connessioni personali e di sforzi mirati. Pensate al di là delle piattaforme online per coinvolgere davvero la vostra comunità e sfruttate al massimo le reti esistenti per contribuire a diffondere il messaggio.



## Ulteriori informazioni

Per ulteriori approfondimenti e una guida passo-passo sulla comunicazione nei progetti di Citizen Science, consultate questa utile guida:

<http://www.scivil.be/sites/default/files/paragraph/files/2020-01/Scivil%20Communication%20Guide.pdf>

Assicuratevi di utilizzare tutti gli strumenti disponibili per voi e per il vostro team, adattabili e pratici. Aprite la porta a una comunicazione efficace e fate brillare il vostro progetto di citizen science!

