



# CINOFILIA ED INTERNET

di Cesare Bonasegale

*La moderna cinofilia si evolve mediante l'informazione telematica che consente grandi risparmi economici ma richiede un'appropriata sensibilità tecnologica dei suoi operatori.*

Il partito dei nemici dell'informatica ha dato una nuova dimostrazione della pigrizia mentale dei suoi componenti.

Un'indagine è stata effettuata su 72.000 nuclei familiari distribuiti in 31 comuni da Roma a Genova, da Alba a Scandicci, (cioè un campione rappresentativo per grandezza di centri e dislocazione geografica) al fine di appurare le modalità più funzionali con cui effettuare il censimento nazionale previsto per il 2011 (sempre che ci siano i 590 milioni di Euro necessari per coprire la previsione dei costi!).

Più precisamente a quelle famiglie è stato inviato per posta un questionario che – dopo la sua compilazione – poteva essere ritornato sempre per posta utilizzando una busta pre-affrancata, o portandolo in Comune, o aspettando che un incaricato venisse a ritirarlo, oppure inviandolo via email.

Per la modalità di posta elettronica, il modulo conteneva una password con la quale si poteva scaricare il modulo stesso da Internet e – dopo averlo compilato – trasmetterlo via email all'istituto di statistica emittente.

“Ebbene – proclamano enfaticamente i nemici del computer – solo il 9% degli interessati ha scel-

to la modalità email”, dal qual risultato è sortito lo sconsolato responso che l'Italia non è pronta per l'informatica.

Ed è una conclusione tanto inopportuna quanto lo è stato il modo con cui si è svolta l'indagine.

Scusate tanto, ma anch'io – se fossi stato incluso nel test – non avrei scelto la modalità della risposta email: mi viene consegnato un modulo cartaceo su cui apporre delle semplici crocette, una busta già affrancata per rispedirlo al mittente, ed invece io avrei dovuto andare su Internet, trovare il sito da cui scaricare il modulo inserendo la password assegnatami, compilare il modulo informatico (probabilmente più complicato di quello cartaceo) e inviarlo via email!

Perché mai avrei dovuto prendermi un simile mal di pancia?

Per dimostrare che sono un cittadino informatizzato?

L'indagine avrebbe dovuto essere impostata in modo diverso e cioè: il modulo spedito alle famiglie avrebbe dovuto chiedere se il cittadino usufruiva di posta elettronica ed in caso affermativo, di non compilare il questionario, limitandosi a fornire il proprio indirizzo telematico, spiegando che ciò avrebbe contribuito a far rispar-

miare un sacco di soldi allo Stato ed avrebbe consentito di abbreviare enormemente i tempi del censimento perché – utilizzando il questionario che gli sarebbe stato successivamente inviato per posta elettronica – sarebbe stato possibile elaborarne i dati senza ridigitarli.

Con ogni probabilità, così facendo una percentuale di cittadini ben maggiore del misero 9% avrebbe fornito l'indirizzo di posta elettronica ed avrebbe accondisceso a scaricare direttamente ed a trasmettere il modulo a mezzo email. Ho citato questo caso come esempio dell'avversione verso l'informatica da parte di una certa classe dirigente.

A proposito di quel risicato 9%, mi pare illuminante fare qualche altra considerazione parallela: posto che 12,5 milioni di italiani sono utenti di Facebook, mi parrebbe plausibile che la stima del numero di utilizzatori di Internet nel nostro Paese sia decisamente superiore ai frequentatori di questo sito, cioè un numero probabilmente compreso fra i 20 ed i 30 milioni di cittadini, cioè nell'ordine del 40/50% della popolazione italiana.

Ciò non toglie però che – se vogliamo stimolare qualcuno a col-

laborare telematicamente – dobbiamo dargliene un buon motivo. Trasferendo il tema in chiave cinofila, gli iscritti alle Società Specializzate lamentano – giustamente – la concentrazione dell'attività delle loro Associazioni nell'organizzazione di manifestazioni (prove ed expo) trascurando invece iniziative educazionali, di aggiornamento zootecnico e di promozione della razza che dovrebbero avere una funzione primaria.

Ma tali obiettivi fondamentali implicano un'efficienza comunicazionale che, se svolta in forma cartacea, ha costi proibitivi: in termini di oneri di segreteria, materiale di cancelleria, stampa e spedizione postale, una semplice lettera circolare costa suppergiù un Euro per ogni Socio; quindi basta l'invio di una dozzina di comunicazioni all'anno per assorbire circa il 30/40% di quanto riscosso col tesseramento.

Se invece la comunicazione avvenisse per via telematica, il costo sarebbe ... ZERO!

Da cui il giusto impegno delle più avvedute Società Specializzate per identificare il più alto numero possibile di Soci dotati di email o quantomeno raggiungibili presso un indirizzo di posta elettronica intestato ad un familiare o a persona comunque disponibile a far da tramite.

Altrettanto dicasi per le pubblicazioni trimestrali di giornaletti cartacei che notoriamente hanno costi proibitivi... e che una volta ancora – se fossero pubblicati su Internet – non costerebbero altro che l'impegno del cervello di chi li scrive e li mette on line.

E questo accenno apre la porta a considerazioni sulla qualità della comunicazione.

Il principale impegno dei respon-

sabili di un giornale venduto in edicola è incentrato sulla qualità dei contenuti, perché da essi dipende la tiratura, cioè la sussistenza della testata.

I giornali cartacei gratuiti diffusi a mezzo posta lasciano invece il destinatario in posizione di ricevitore passivo, tanto che è frequente il caso di chi riceve il giornale ... e lo mette in un angolo senza neppure togliergli la celofanatura (evito di fare esempi imbarazzanti). E questo perché gli editori della stampa cartacea gratuita non hanno lo stimolo nel pubblicare materiale interessante, in quanto la "tiratura" è indipendente dalla qualità dei contenuti del giornale. La loro principale preoccupazione è di "riempire le pagine" – non importa con che cosa.

Tutt'altra è invece la storia di un giornale informatico che – anche se gratuito – ottiene un congruo numero di lettori solo se l'interesse dei suoi contenuti è tale da far superare il disturbo di collegarsi ad Internet e di stampare le relative pagine. In altre parole in questi casi il lettore ha una posizione attiva ed un impegno paragonabile a quello di chi deve sborsare qualche Euro dal giornalaio.

Questo mio giornale è del resto la dimostrazione lampante di quanto ho più sopra affermato: l'unica motivazione propulsiva dei lettori è l'interesse per i suoi contenuti ... col risultato di essere diventato il più letto periodico della cinofilia ... alla faccia dei miei non pochi oppositori!

Da notare che anche in questo caso – ad eccezione dell'impegno mio e di chi collabora con me scrivendo degli articoli – il costo è praticamente zero!

Ma torniamo al tema iniziale, cioè all'informatica come mezzo di comunicazione a beneficio delle

Società Specializzate.

L'obiettivo da raggiungere è l'ottenimento del maggior numero possibile di indirizzi email dei destinatari dei messaggi che si vuole diffondere.

Ed a questo riguardo un notevole aiuto può venir fornito dall'enorme diffusione dei telefoni cellulari che oggi credo praticamente tutti i cinofili (o quasi) hanno.

Le strutture periferiche delle associazioni cinofile (leggi Delegazioni Regionali) dovrebbero attivarsi per contattare i Soci residenti nel loro territorio ed ottenere il numero del loro cellulare al quale indirizzare degli SMS in virtù di contratti fatti con Società di telefonia che vendono la possibilità di inviare migliaia di messaggi a costi irrisori. I contractors forniscono anche il programma informatico per collegare il messaggio da spedire con il file degli indirizzi: dopo di che tutto avviene automaticamente senza costi di segreteria o perdite di tempo.

Il fatto che una Società Specializzata si prenda la briga di inviare ai suoi iscritti degli SMS di contenuti per lui interessanti (per esempio l'invito a partecipare ad una manifestazione o anche solo di cortesia come gli auguri per qualche ricorrenza) instaura un rapporto personalizzato che contribuisce non poco a fidelizzare il rapporto fra Associazione ed associati; in questo contesto la possibilità di convincere il Socio a fornire l'indirizzo email suo o di persona della sua famiglia avrà maggiori probabilità di successo, cosa che costruirà il gratuito veicolo per comunicazioni ricche di contenuti tecnici, nonché di nuove affascinanti prospettive su cui vi intratterò in altra occasione.