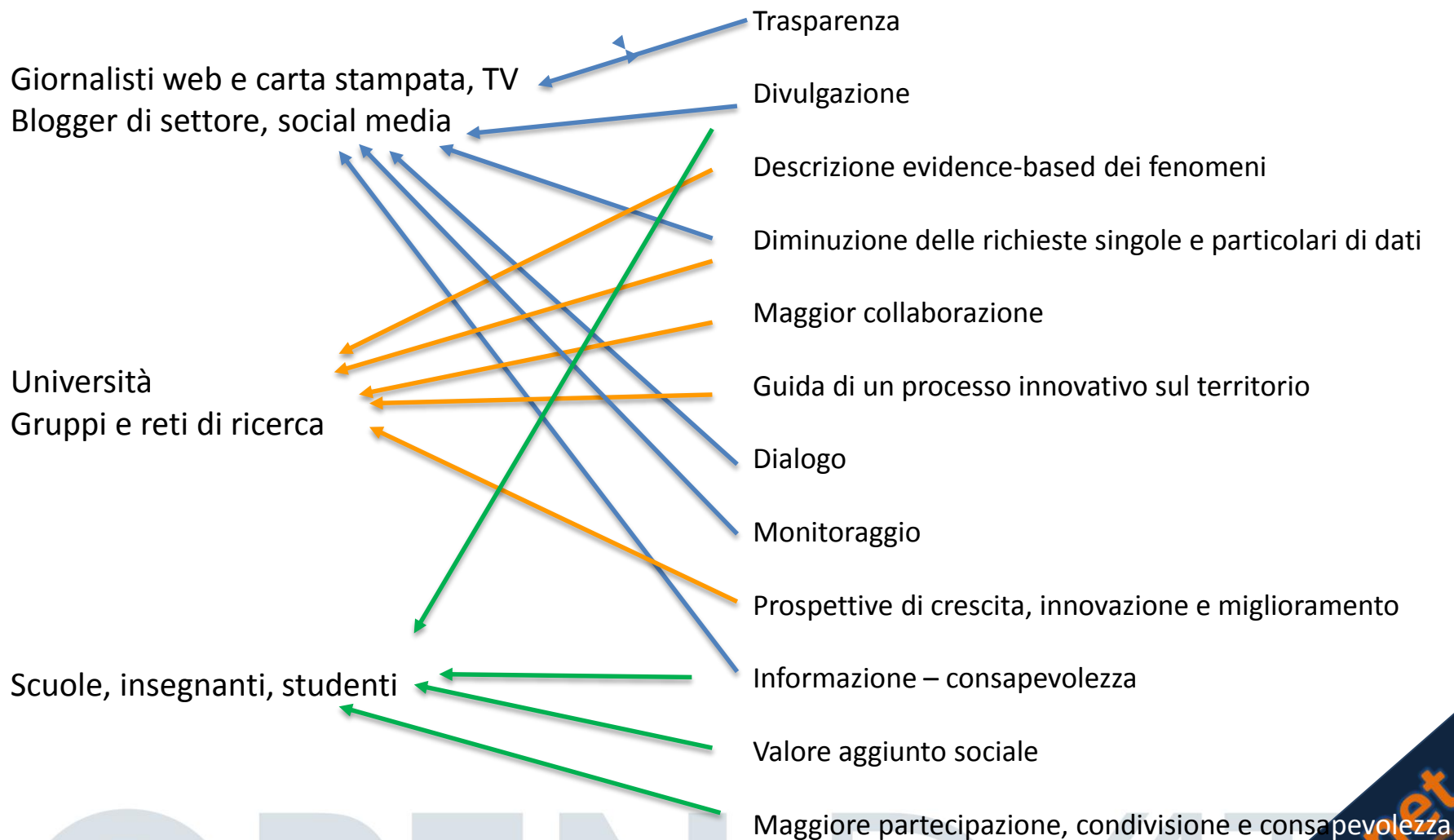


Chi

Media e Comunità scientifica

- giornalisti web e carta stampata, TV,
- blogger di settore, social media
- università,
- gruppi e reti di ricerca,
- scuole, insegnanti, studenti

Perché: quali motivazioni per il coinvolgimento



Come

Linee di azione e strumenti



Perché:

quali motivazioni per il coinvolgimento

Università
Gruppi e reti di ricerca

Descrizione evidence-based dei fenomeni

Diminuzione delle richieste singole e particolari di dati

Maggior collaborazione

Guida di un processo innovativo sul territorio

Prospettive di crescita, innovazione e miglioramento

Come:

linee di azione e strumenti

Fornire dati di buona qualità, formati, descrizioni, metadati

Pubblicare rdf

Usare standard condivisi

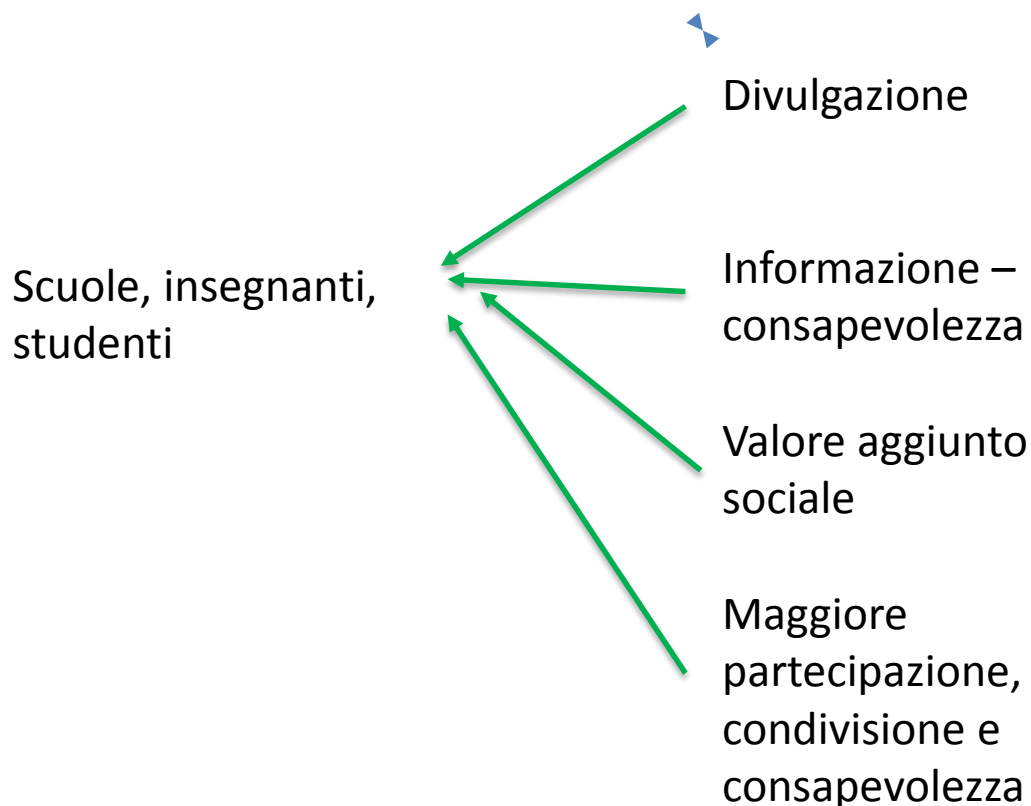
Georeferenziare i dati e le loro rappresentazioni

Iniziative:

- Avvio di concreti progetti di collaborazione scientifica (es. Marine Strategy)
- Azioni «pedagogiche» in occasione della richiesta di dati

Perché:

quali motivazioni per il coinvolgimento



Come:

linee di azione e strumenti

Fornire dati di buona qualità, formati, descrizioni, metadati

Rendere chiari e accessibili i dati a disposizione

Aggiornare il target con news e prodotti di informazioni e divulgazione

Utilizzare tecniche di data storytelling per esplicitarne il valore in termini di conoscenza

Usare formati user friendly

Fornire assistenza

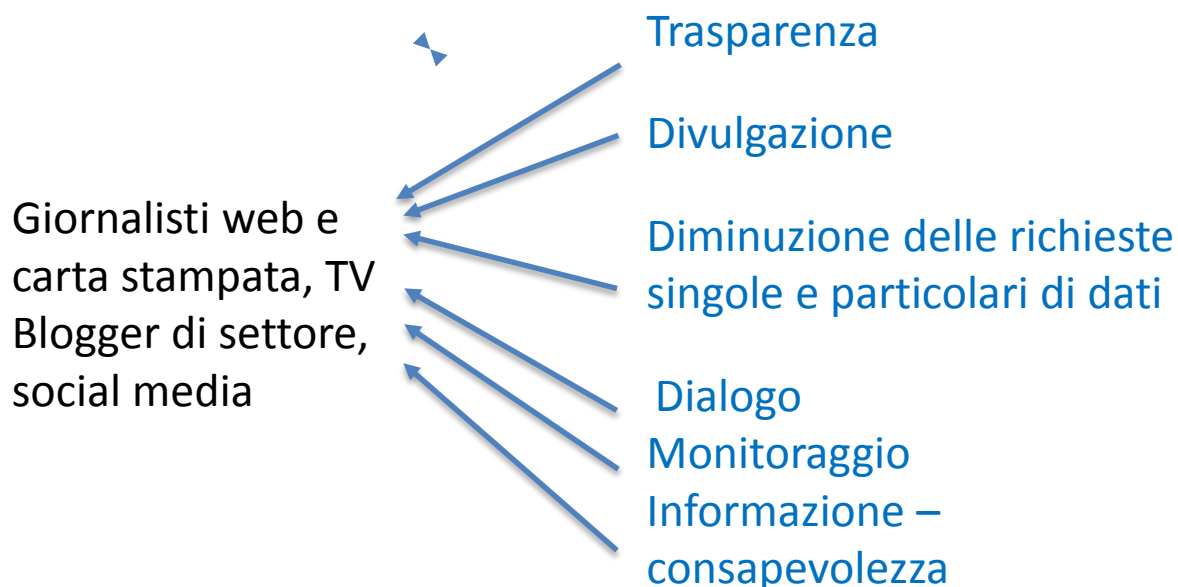
Utilizzare rappresentazioni grafiche dei dati

Iniziativa:

- Diffusione dell'informazione utilizzando strumenti divulgativi tradizionali
- Progetti pilota

Perché:

quali motivazioni per il coinvolgimento



Come:

linee di azione e strumenti

Fornire dati di buona qualità, formati, descrizioni, metadati

Rendere chiari e accessibili i dati

Diffondere esempi di Data Journalism e promuoverne di nuovi centrati sul territorio

Aggiornare il target con news e prodotti di informazioni e divulgazione

Fare attività di comunicazione esterna e ufficio stampa per arrivare anche ai media “tradizionali”

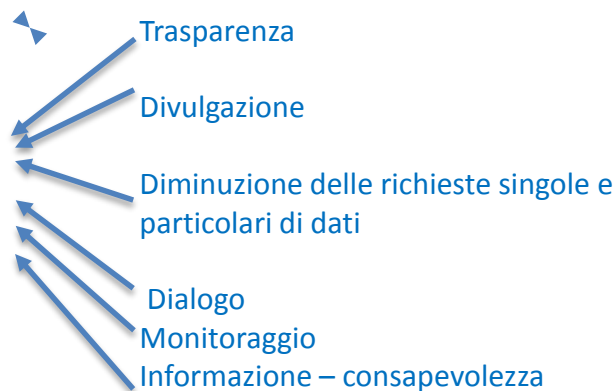
Utilizzare tecniche di data storytelling per esplicitarne il valore in termini di conoscenza

Fornire assistenza

Perché:

quali motivazioni per il coinvolgimento

Giornalisti web e
carta stampata, TV
Blogger di settore,
social media



Come:

linee di azione e strumenti

Fornire dati di buona qualità, formati, descrizioni, metadati

Rendere chiari e accessibili i dati

Diffondere esempi di Data Journalism e promuoverne di nuovi centrati sul territorio

Aggiornare il target con news e prodotti di informazioni e divulgazione

Fare attività di comunicazione esterna e ufficio stampa per arrivare anche ai media “tradizionali”

Utilizzare tecniche di data storytelling per esplicitarne il valore in termini di conoscenza

Fornire assistenza

Iniziative:

- Azioni «pedagogiche» in occasione della richiesta di dati
- Inclusione di riferimenti e informazioni nei prodotti divulgativi
- Revisione della strategia di comunicazione

Criticità:

- Dati poco usati e piegati ad un uso distortivo
- Scarsa conoscenza della complessità delle norme e dei dati ambientali
- Scarsa fiducia nel dato pubblico