

# IL POLITICO "SOCIAL"? DEVE STUDIARE MEGLIO LA COMMUNITY

◆ *Giovanni Marinetti*

**I**politici italiani e Twitter: una moda o l'inizio di un amore duraturo? Lo chiediamo al professor Francesco Pira, docente dell'Università di Udine e autore di un libro, *La Net Comunicazione politica* (Franco Angeli), che aiuta a capire il vero rapporto tra la politica e la rete, analizzando a fondo anche l'evoluzione della comunicazione politica italiana e non.

—■ **Perché Twitter sta registrando questo successo?**

In realtà i dati danno Twitter ancora molto indietro rispetto a Facebook. Twitter ha successo perché riesce a far capire che nella rete non c'è solo rumore e aiuta a cogliere alcuni messaggi. Secondo me, e ho cercato di dimostrarlo nel libro, la strategia di comunicazione politica deve essere fatta acquisendo sicuramente profili e spazi sui social network, ma soprattutto attraverso una strategia continuativa, come ha fatto Obama: senza strategia anche i social network rimangono cose isolate. Diciamo che piace molto ai politici perché con poche parole possono esprimere dei concetti, lanciano un messaggio spot, ma il problema di Twitter è che bisognerebbe lavorare molto sui contenuti. Per esempio, mi ha molto colpito, e ne ho scritto, la decisione del Vaticano di lanciare il messaggio della Quaresima in 40 tweet; una decisione sicuramente importante dal punto di vista strategico della comunicazione vaticana, e fa capire un po' quello che il Papa aveva detto su alternanza di mezzo e parola.

—■ **Il fenomeno Twitter piace molto ai giornali.** Certo, perché è molto più veloce riprendere un tweet perché ha poche parole, quindi per un giornale è un concetto da riproporre facilmente. Anche su questo però bisogna fare una riflessione: è giusto che i giornali riprendano una frase su twitter o anche su un profilo Facebook? Oppure si dovrebbe tornare alle vecchie regole del giornalismo, come sentire le fonti? Sicuramente è vero che i giornali possono "prendere" da Twitter quello che gli serve, ma è anche vero che la politica potrebbe organizzarsi e mettere solo i contenuti che vuole.

—■ **I politici italiani le sembrano avvezzi al mezzo?**

In questo sono molto parco sui giudizi. Qualche tempo fa mi hanno chiesto un parere sul nuovo sito del Pdl: che abbia creato un portale con due caratteristiche principali - è mobile con contenuti facilmente scaricabili attraverso smartphone e ha messo in linea Twitter, Facebook e Youtube, permettendo di creare un sistema partecipativo - è un segnale che non tutta la politica sta cogliendo.

—■ **Un tweet ha pochi caratteri, i messaggi sono spot. Quindi è una continuazione della politica spot tanto criticata con altri mezzi?**

Quello che sostengo è che se la politica continuerà

a comunicare così sui social network, vincerà l'antipolitica. La preoccupazione è questa. Il politico che si limita a dire solo "ho fatto questo", non mi sembra che faccia una buona comunicazione, non credo che agevererà la politica ma incrementerà l'antipolitica. La politica non ha ancora capito che i social network vanno studiati bene.

—■ **Se Twitter è un termometro degli umori della gente, sostituirà i sondaggi, obbligando i politici, più di prima, a inseguire la pancia dell'elettorato?**

Nell'inseguire la pancia dell'elettorato non c'è nulla di nuovo. No, non credo che Twitter sia un sondaggio più veloce. Però il meccanismo che sta passando anche tra i comunicatori politici è che "mi piace" su Facebook o il commento positivo su Twitter diventano automaticamente voto. Chi si convince che avere 200 amici su Facebook significhi avere 200 voti non ha capito come funzionano i social network. E le delusioni alle prossime amministrative saranno tante.

—■ **La rivolta del Mediterraneo ci dice che Twitter può essere strumento di democrazia. In Italia potrebbe diventare uno strumento di pressione nei confronti della politica?**

Non ci sono ricerche che ci dicano in modo scientifico che le rivoluzioni possono nascere e crescere sulla rete. Certamente la rete è uno degli strumenti utili. Che nei paesi arabi siano stati utilizzati strumenti occidentali come i social network ci fa capire come l'opera di informazione andava fatta innanzitutto su certe fasce. Però da qui a dire che Twitter ha generato la rivoluzione mi sembra esagerato. È come quando si dice che Obama ha vinto la campagna elettorale coi social network: no, Obama ha fatto tanta raccolta soldi coi social network ed è riuscito a prendere segmenti di elettorato sui social network, ma aveva una strategia più complessa.

—■ **Qual è il politico italiano che utilizza meglio i social network?**

La premessa è che ci sono moltissime ricerche quantitative e pochissime qualitative su quest'argomento. Sarebbe interessante seguire i dialoghi tra i politici in rete, e infatti i media recentemente hanno ripreso lo scambio tra Bersani e Alfano come quello tra Di Pietro e Casini. Secondo me oggi un politico che ha usato bene i social network è il sindaco di Milano, Pisapia. Ma non dimentichiamo Formigoni e Vendola. In generale bisognerebbe verificare quanto i profili dei politici siano gestiti in maniera diretta e quanto dalle loro strutture di comunicazione, e chi legge dovrebbe saperlo.

—■ **I nostri politici sono molto anziani. L'uso dei social network potrebbe essere visto come una voglia di mostrarsi giovani, creando così un effetto boomerang?**

Mah, quello che conta è di quanti numeri parliamo. Io ho posto due elementi che sono fondamentali per un politico: la credibilità e la reputazione. Il problema dell'effetto boomerang quindi potrebbe nascere in alcuni casi.

—■ I social network possono accelerare un pro-

cesso di ricambio generazionale della classe politica?

Magari, ma non credo. Anche perché questo è un paese che vede una classe dirigente molto legata alla poltrona. Però è pure vero che conosco persone di 80 anni che utilizzano i social network in maniera eccelsa, il fenomeno dei social network non è quindi collegabile all'età.

Francesco Pira, studioso della comunicazione politica sul web, spiega perché Twitter sta riscuotendo molto successo: aiuta a decifrare il messaggio dal rumore di sottofondo

«Il sito del Pdl è innovativo, ma se ci si limita a dire "ho fatto questo" non si comunica un messaggio formativo. Avere 200 "mi piace" su FB non equivale ad avere 200 voti»

