

ITALIA

Più deputati e senatori sul web ma poco dialogo con gli utenti

Tra Palazzo Madama e Montecitorio è una corsa ai social media. Ma pochi politici sanno davvero che uso farne. Dal 2007 al 2012 il numero dei parlamentari su Twitter è passato da due (Antonio Di Pietro e Antonio Palmieri) a 198. «A questo crescente approdo sui social network – spiega Sara Bentivegna, docente di Comunicazione politica alla Sapienza di Roma – non corrisponde un investimento strategico né una conoscenza

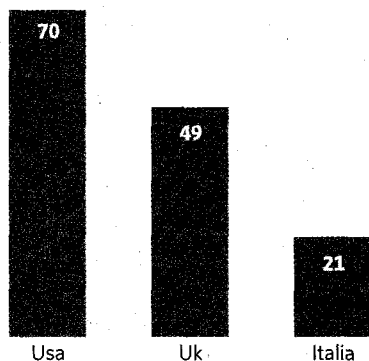
Su Facebook quasi il 60% degli onorevoli non ha mai pubblicato risposte a commenti

delle regole d'uso del mezzo e delle sue potenzialità».

Facebook è la piattaforma web più usata dai parlamentari italiani nel 2011 (35,6%), seguita a grande distanza dal sito (21,1%), dal blog (14,6%), da YouTube (13,3%) e Twitter (9,7% nel 2011), secondo i dati raccolti da Bentivegna nel libro «Parlamento 2.0», appena pubblicato per **Francisco Angeli**. La maggior parte dei parlamentari utilizza la piattaforma di Mark Zuckerberg per una presentazione del proprio

I CINGUETTII DEI PARLAMENTARI

Percentuale sul totale di parlamentari con un account su Twitter - Dati 2012



Fonte: Sara Bentivegna, «Parlamento 2.0»

profilo, informazioni biografiche, interessi personali. Ma il 22% non ha mai postato nulla sulla propria bacheca, il 28,7% non ha mai ricevuto commenti il 59,9% non ha mai pubblicato risposte. «Da un lato c'è la difficoltà dei rappresentanti politici a condividere il palcoscenico, avere un rapporto alla pari con le persone, esponendosi così al rischio di commenti e di critica» aggiunge Bentivegna. «Dall'altra c'è una peculiarità: mentre il sistema elettorale co-

stringe i candidati inglesi e americani all'*accountability*, in Italia il candidato scelto dal partito non deve convincere gli elettori e non deve rendere conto. Preferisce quindi presenze "paludate"».

Anche sul versante Twitter i parlamentari non sono molto attivi e il microblogging è più diffuso nel centro-sinistra rispetto al centro-destra. In generale i parlamentari sono seguiti in media da 2.265 follower – secondo lo studio di Bentivegna –, ma seguono altri utenti con molto meno entusiasmo (323 in media). Scrivono 11 tweet a settimana, sono poco retweetati da altri utenti (10 re-tweet a settimana) e poco menzionati (20 citazioni settimanali). «Con la corsa a Twitter c'è stato un ulteriore deterioramento dell'informazione – spiega Fabrizio D'Agosta, uno dei curatori del sito www.lademocrazia.it –. Più che a vere e proprie conversazioni, si assiste a un chiacchiericcio confuso». Non di meno YouTube si presta a diventare uno strumento abusato. «I video dei politici rischiano di essere oggetto di una super parodia virale – spiega D'Agosta –. Non a caso Sarkozy ha preferito DailyMotion a YouTube».

Lo studio curato da Bentivegna rivela che, accanto ai 139 blog aggiornati e gestiti tuttora, ce ne sono 41 in uno stato di abbandono (pari al 32,8%).

Un segnale di maturità arriva invece nella gestione dei mezzi. «I politici capiscono che ormai non possono far conto solo sui volontari per la comunicazione – conclude D'Agosta –, ma hanno bisogno del ricorso crescente ad agenzie professionali specializzate nel marketing politico.» (a.mac.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I CASI STRANIERI**SPAGNA****Non solo YouTube**

Attivismo. Altro che cinguettii, su Twitter gli spagnoli diventano aquile mentre su YouTube si scatenano con la retorica. La Spagna è alla prese con la disinvoltura dei suoi politici. Tanto che il Psoe, il partito socialista è intervenuto con un decalogo

sull'utilizzo di Twitter da mandare ai responsabili dei circoli locali e ai rappresentanti più seguiti. E ha creato un Osservatorio della rete per tenere sott'occhio l'attività dei disturbatori di professione. Alle elezioni del novembre scorso invece, il Psoe ha puntato molto su una serie di video virali contro il Partito Popolare. Il quale ha risposto di tutto punto con una campagna video che ha puntato sull'emotività.

**RUSSIA****Il doppio volto del web**

Ambiguità. Le immagini dei brogli alle ultime lezioni russe hanno fatto il giro del mondo. Ma per molti osservatori la Russia resta un mondo poco aperto. Facebook e Twitter hanno conquistato solo il 18% e il 9% degli utenti, mentre dominano social

network come Odnoklassniki e VKontakte. «Queste elezioni per la prima volta si sono svolte in una situazione reale di flussi comunicativi paralleli, quello ufficiale e quello di massa delle reti civiche», ha detto Anna Kachkàeva, giornalista specializzata in comunicazione alternativa. Centinaia di video virali sulle proteste sono stati postati dagli utenti Twitter russi.

**FRANCIA****Sarkozy più social**

Verso le presidenziali. Dopo aver annunciato la candidatura alle elezioni per l'Eliseo il 15 febbraio, Nicolas Sarkozy ha creato il suo account su Twitter @NicolasSarkozy. Dal mondo del web è stata interpretata come una svolta verso la rete. Ma pochi giorni

dopo Sarkozy ha chiesto (e ottenuto) al social network la cancellazione di 4 account che usavano il suo nome per cinguettii satirici. Il mondo del web ha urlato alla censura. Il presidente ha un canale video su Dailymotion (www.nicolas-sarkozy-2012.fr). Il candidato del centro-sinistra François Hollande ha un sito poco social, ma su Tweeter ha quattro volte più follower rispetto a Sarkozy.