

[ELEZIONI]

ITALIA

La politica parla online...

Le elezioni in America, con il massiccio impatto della **'strategia Obama'**, hanno messo in moto un cambiamento epocale per la **comunicazione politica**. In Italia partiti e candidati cominciano a **comprendere le dinamiche e le potenzialità di mezzi, come il web**, che prima apparivano sconosciuti e ai quali si guardava con diffidenza

di Mimma Scigliano

E' un dato di fatto, "i nuovi media non sono il messaggio, sono lo strumento per agevolare l'accesso alla politica". A dirlo è Joe Rospars, deus ex machina e new media director della campagna elettorale online di Barack Obama. Una campagna, che ha rovesciato il vecchio meccanismo di una comunicazione dal basso verso l'alto e ha dato voce alle persone. L'obiettivo è stato quello di creare una relazione con i supporter e dei supporter tra loro. Email, blog, sms, cellulari, social community hanno costituito una rete per stimolare le persone a scendere per le strade e a contribuire fisicamente. Obama ha cercato la collaborazione della gente e il suo è stato un successo storico. Probabilmente quello che è accaduto in America ha messo in moto un cambiamento epocale per la comunicazione politica. In Italia partiti e candidati cominciano a comprendere le dinamiche e le potenzialità di mezzi che prima apparivano sconosciuti e ai quali si guardava con diffidenza. Si pensava, sbagliando, che potessero mettere distanze tra le persone invece di avvicinarle e che non potessero sostituire i rapporti umani diretti. Oggi la prospettiva è cambiata. Tutti comprendono che internet

e i suoi fratelli rappresentano uno strumento di lavoro utile ed efficace per dialogare con i potenziali elettori. Forse non sposterà voti, ma è certo che non si può fare a meno di contemplarlo nella pianificazione mediatica di una campagna elettorale e non solo... la politica parla online e apre nuovi canali di comunicazione, per raggiungere i propri target e instaurare con loro rapporti continuativi.

Contenuti e multimedialità le linee di Idv

Sono numerosi i temi toccati dalla campagna elettorale dell'Italia dei Valori, che ha puntato molto con il suo fondatore **Antonio Di Pietro** sui contenuti. "Molte forze politiche - spiega **Luca Eleuteri**, partner e socio fondatore di Casaleggio Associati, società che si occupa della comunicazione di Idv - affrontano la sfida delle Europee senza un programma. Il contenuto, invece, per noi è rilevante e sta alla base della nostra filosofia, che persegue obiettivi legati a interessi civili rimasti senza voce dopo la debacle della Sinistra e dei Verdi". Il lavoro e l'occupazione, le energie rinnovabili, il rinnovamento della classe politica sono alcuni degli argomenti trattati dalla campagna, che si rivolge in particolare a una fascia produttiva del Paese

giovane per la quale "conta il proprio futuro e quello dei propri figli". Il manifesto ideato per la campagna delle elezioni europee mostra un'Europa rovesciata con il claim 'Torniamo in Europa'. "Perché in realtà - dice Eleuteri



LUCA ELEUTERI

- l'Italia in Europa non ci sta. L'unico elemento in comune con gli altri paesi della Comunità è la moneta, per il resto non siamo per nulla allineati. Non abbiamo una visione allargata sulle libertà civili e su quelle scelte che ci possono trasformare in un vero paese europeo. Con questo messaggio chiediamo ai cittadini di ribaltare la prospettiva che fino ad ora ci ha caratterizzato". Alle affissioni è stato destinato gran parte del budget elettorale, ma l'Idv crede molto a internet: "E' un mezzo innovativo - sottolinea Eleuteri - non compreso pienamente in Italia, un modo nuovo di comunicare e di promuovere i contenuti, potenzialità che

il nostro partito ha intuito da tempo, aprendosi a tutti i formati multimediali, dai siti locali ai blog alle piattaforme dei social network". Canali che stimolano l'attivismo e che si traducono in un sostegno concreto alla campagna dal punto di vista territoriale

