

**su come cambia nel sistema proporzionale
l'utilizzo di internet in una campagna di
comunicazione elettorale nazionale
(pubblicato sul numero di ottobre
di "New Politics", in edicola)**

di Enrico Maria Milič e Fernando Diana

Nuova ricetta: quest'anno si serve nella tavola del cittadino "elezioni al proporzionale"? Palati fini della seconda repubblica assicurano indigestioni partitocratiche per la nostra borsa democrazia. Ma per gli oltre 15 milioni di connessi alla rete - e per quelli che digital saranno - questa diventa una verità parziale.

Per quanto riguarda la comunicazione on-line dei partiti consideriamo l'idea che, se mai entreremo nella Seconda Repubblica, da qualche mese siamo entrati nella Politica 2.0 anche in Italia. I movimenti elettronici di Beppe Grillo e Ivan Scalfarotto sono stati una cartina di tornasole per capire gli effetti dell'utilizzo della rete ai fini della costruzione di comunità politiche e per capire che le deleghe ai partiti nel proporzionale, oggi, sarebbero più stringenti che nel meccanismo pre-Mattarellum.

Grillo e Scalfarotto avrebbero potuto fare sfracelli sul fronte degli strumenti di comunità e invece hanno fatto solo benino con i loro blog, sbagliando impostazione sull'utilizzo di ulteriori strumenti interattivi. Ma Grillo e Scalfarotto hanno azzeccato i temi cari a diverse centinaia di migliaia di navigatori: laicismo, moralità, meritocrazia e ambientalismo, tra i principali.

Il meccanismo proporzionale, rispetto al maggioritario, volge a far evaporare il confronto nazionale tra i carismi dei leader per non dire di quello tra temi e candidati locali. Ancora più che oggi i collegi pluriregionali del proporzionale spingerebbero gli elettori di diverse geografie a interessarsi di temi nazionali uniformi. Un partito che vuole muoversi su internet in questa mega collegi dovrebbe fare come Grillo. Dovrebbe scegliere

meticolosamente le etichette tramite le quali fare da lucciola agli elettori. I soggetti politici che vogliono riempire coi loro discorsi questi collegi con milioni di cittadini dovrebbero partire alla ricerca degli interessi dei navigatori, dialogando con loro.

Collegi di siffatta taglia permetterebbero la creazione di masse critiche di utenti necessarie a creare comunità virtuali effervescenti nella discussione e quindi veicolazione di messaggi politici nazionali. Una lista elettorale nazionale o macroregionale dovrebbe in questo panorama dotarsi marcatamente di strumenti interattivi come blog, forum, gruppi virtuali per far espandere anche tra piccolissimi gruppi di cittadini la discussione sui loro interessi e quindi, così, far scattare appartenenza e militanza per singoli programmi e collegate liste elettorali. Senza l'ansia da controllo nazionale - che comporta il killeraggio di ogni comunità virtuale - i responsabili delle liste dovrebbero andare ad ascoltare cosa dicono i cittadini che si rivolgono a quelle forze politiche per un dialogo pubblico on-line.

Questo comporterà quindi che, se usata con competenza, la rete potrà inchiodare e a sua volta enfatizzare il lavoro di partiti nella tutela di interessi e valori. Nel panorama del proporzionale la rete, da un altro punto di vista, sminuirà il valore a sé di leadership personali e marchio del partito per dare spazio al "prodotto reale" contenuto sotto il marchio.

Nel calderone dei collegi da proporzionale potrebbe sembrare che possano emergere solo inamovibili messaggi studiati da uffici marketing, candidati politici con grande budget per grandi media scelti tra i soliti noti o tra personaggi noti in altri ambiti come è accaduto per esempio con Lilli Gruber nel proporzionale delle europee. Invece è possibile pensare che oltre a quelli trainati dai sistemi tradizionali, dalle liste dei partiti emergano anche candidati con budget più risicati ma che affidino la loro popolarità a strumenti interattivi e alla creazione di comunità di sostegno al candidato.

Internet, invero, è uno strumento decisamente più economico e fidelizzante rispetto ai media tradizionali.

Il sistema Politica 2.0 non è solo una delega più stringente data nel momento pre-elettorale di discussione della campagna e del voto. Dentro questo sistema, tanto è più naturale creare campagne sugli interessi delle persone, tanto è più semplice tracciare le azioni pubbliche dei nostri rappresentanti. Lo sarà sempre di più. Oltre al Google di turno, saranno sempre più disponibili strumenti per il cittadino che permettono di ricordare il comportamento e le dichiarazioni sia dei partiti che del singolo eletto.

Enrico Maria Milič e Fernando Diana lavorano a Prodigy (www.prodigyweb.it), web agency che cura servizi di comunicazione e tecnologici per aziende, soggetti della politica e delle istituzioni, per i portali più visti dal target giovane in Italia