

# L'ONOREVOLE NON VOTA PC

Siti web desolanti. Blog abbandonati. Pochissimo dialogo con gli utenti. Una ricerca dell'Università la Sapienza fa luce sul rapporto dei parlamentari italiani con la Rete

DI ALESSANDRO GILIOLI

**A**nche su Internet Clemente Mastella è il politico tipo. Ha un blog, ma non lo aggiorna da gennaio. Gli ultimi cinque interventi sono altrettanti articoli di giornale copia-incollati, tra cui un'intervista al Mastella medesimo. Commenti recenti dei lettori: zero. Interazione con gli utenti: zero. Video, foto o note sui fatti del giorno: zero. Benvenuti nel mondo della politica on line, dove i rappresentanti del popolo cercano di farsi largo con il mezzo che, come vuole il luogo comune, «ha permesso a Obama di vincere le elezioni». In Italia un Obama on line non c'è, ma nell'ultimo anno anche i nostri politici hanno scoperto la Rete. Peccato che non sappiano che cosa farsene. A mappare per la prima volta tutte le attività sul Web di 952 deputati e senatori è una ricerca condotta da Stefano Epifani, docente di Comunicazione d'impresa alla Sapienza di Roma. Con sprezzo della noia, Epifani e i suoi allievi hanno cercato uno per uno tutti i parlamentari italiani in Internet, per vedere se e come ci abitano. I risultati della ricerca, che «L'espresso» anticipa, raccontano che un Palazzo virtuale s'avanza: il 42 per cento degli attuali eletti, infatti, ha almeno un sito Internet. La questione semmai è che cosa ci fanno, e qui iniziano i dolori. Intanto dai 404 siti presi in considerazione, va scremato subito un 16 per cento: sono quelli aperti in campagna elettorale e abbandonati a poltrona ottenuta. Tra quelli rimanenti, un quarto è composto da siti statici, cioè «vetrine» prive di dialogo, poco più che opuscoli elettronici. Ma anche tra le pagine on line che si avvicinano un filo di più alla comunicazione contemporanea, l'interattività latita: quasi metà dei parlamentari on line (il 44 per cento) non la prevede in alcuna forma. E tra quelli che concedono uno straccio di dialogo con il mondo esterno, il sistema più usato è il classico «Scrivimi», che di solito apre una mail agli indirizzi ufficiali alla Camera o al Senato. No-

tevole poi che l'82 per cento di questi siti non consenta agli utenti-cittadini di commentare in alcun modo quello che il politico ha scritto: il rischio di essere contraddetti, se non addirittura corretti, è evidentemente uno spauracchio. Ancora meno comune la voce (usata in America) «invia il tuo contributo», con cui l'utente segnala eventi o problemi connessi con l'attività del politico. Ai rappresentanti, insomma, di quel che pensano i rappresentanti sembra interessare pochino.

Qualche esempio aiuta a comprendere meglio il modo in cui da noi si comporta on line la maggior parte dei parlamentari. Prendete Massimo D'Alema: il suo sito propone - dall'alto in basso - un close up dei baffi di D'Alema, una foto tessera di D'Alema, la pubblicità di un libro di D'Alema, qualche dichiarazione alle agenzie di D'Alema e infine un'altra foto di D'Alema. L'utente può sollazzarsi con alcuni audiovisivi di D'Alema, ma non commentare le sue parole, né suggerirgli qualcosa o muovergli alcuna critica. Metafora uguale e contraria nel centrodestra è il sito di Giulio Tremonti. Quanto il ministro gli presti attenzione è rivelato da un dettaglio, in alto: dove invece del simbolo del Pdl, c'è a tutt'oggi quello di Forza Italia. Per il resto, è la solita sequela di dichiarazioni e interviste, aggiornata a oltre un anno fa e nessuna commentabile. Segue l'immane pubblicità dei suoi libri. Dialogo con l'utente, niente.

Poi, però, ci sono anche i politici che si cimentano con i blog. Arduo compito, affrontato il più delle volte senza avere idea né dei linguaggi richiesti da questa forma di comunicazione né dello sforzo necessario per tenere un diario on line. Tra i casi più celebri, quello di Romano Prodi, che qualche anno fa ci ha provato con il risultato di aver scritto, in tutto, solo due post: uno per dire che apriva il blog e uno per dire che lo chiudeva. Il ministro Sandro Bondi invece è arrivato a quota tre post, l'ultimo un anno fa. Ma di blog varati e affondati dai politici nel giro di poche settimane - o lasciati come relitti nel mare del Web - è piena la

Rete. E se l'atteggiamento è questo, forse è perfino un bene che l'87 per cento dei parlamentari non pratichi questa forma di racconto di sé e di dialogo con i cittadini, come emerge dalla ricerca della Sapienza. Dei 125 blog di parlamentari esistenti, solo il 4 per cento viene aggiornato almeno una volta al mese. C'è un 21 per cento che non ha mai scritto un post in tutto il 2009. Ancora: la metà esatta dei politici che hanno un blog non ha mai ricevuto o pubblicato alcun commento dei lettori. Nell'altra metà, solo uno su dieci ha più di 20 commenti al mese. E perfino tra chi pubblica i commenti, è uso comune ignorarli (il 76 per cento non ha mai replicato). Chiosa Epifani: «I parlamentari non sembrano aver compreso le logiche e le dinamiche di comunicazione dei blog. Si tratta di spazi autoreferenziali senza interazione».

Ci sono però anche politici che invece hanno capito come tenere un blog. Oltre ad Antonio Di Pietro, nel centrosinistra sono discreti blogger Gianni Cuperlo, Paolo Gentiloni, Antonio Bassolino e ultimamente Piero Fassino. A destra, i più interattivi sono Antonio Palmieri, **Roberto Cassinelli**, Bruno Murgia, Mauro Pili e Francesco Storace (che però ha appena chiuso i commenti). Fuori quota, per l'eccentricità dei suoi post, il blog di Paolo

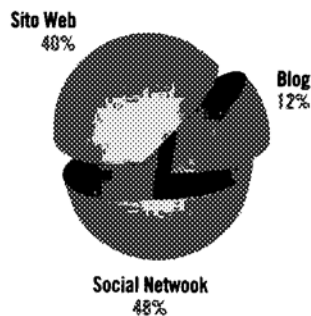
Guzzanti, spesso oggetto di lazzi, così come quello di Gabriella Carlucci.

Meno impegnativo, e più modaiolo, è adesso farsi uno spazio su un social network: in fondo, non si fa brutta figura ad aggiornarlo di rado e qualche centinaio di «amici» li si trova sempre. Dev'essere per questo che il 35 per cento dei parlamentari si è buttato in una rete sociale, quasi il triplo rispetto a chi ha provato a fare un blog. Facebook ha già conquistato due onorevoli su dieci, ma piace anche YouTube: forse perché i politici tendono a confonderlo con la tivù e ci mettono spezzoni di interviste. Pochi hanno scoperto Twitter, ma è probabile che tra un po' ci arrivino. È tuttavia da vedere se poi i politici riusciranno a condensare il loro pensiero nei 140 caratteri previsti, o se tenderanno a sbrodolare subendo l'ineso-

rabile taglio, con uscita tronca e dichiarazione a vuoto. [www.piovonorane.it](http://www.piovonorane.it)

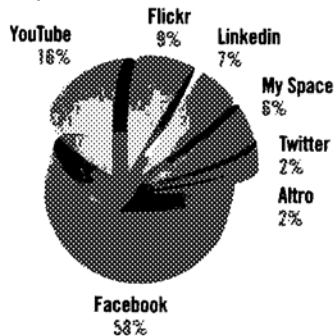
## A caccia di cyber vetrine...

Le tre forme utilizzate dai parlamentari italiani presenti in Internet



## ...e in cerca di amici su Facebook

I social network e le piattaforme di condivisione più usati dai parlamentari



## L'82 per cento degli eletti evita il confronto on line con gli elettori. Nessuno risponde ai loro commenti

### Centrosinistra virtuale

Presenza dei parlamentari in Internet, dati in %

■ Parlamentari ■ Deputati ■ Senatori

