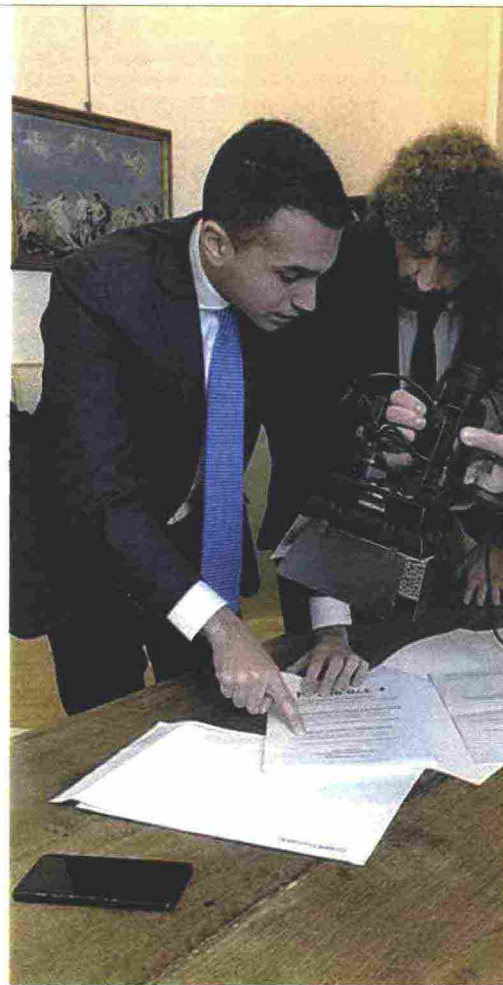


ITALIA • VOTA ANTONIO

# UNA VOLTA QUI ERA TUTTA CAMPAGNA (ELETTORALE)



di Marco Braconi

Qualche tweet e selfie, uno scoop (*Fanpage*) e zero confronti. Edoardo Novelli ha studiato le competizioni politiche dal 1948 a oggi. L'idea forte di quest'ultima? «Non c'è»

**R**OMA. Tanto rumore per (poco) o nulla. Tweet roboanti e strepitare di selfie, qualche botto non a caso giunto "dall'esterno", come lo scoop di *Fanpage* o le iniziative delle Iene, ma tutto sommato quella che finisce oggi è stata una campagna elettorale in tono minore. Niente a che vedere con quel pezzo di Novecento in cui i comizi elettorali erano uno spazio sacro, quasi rituale, "festa e battaglia" recita non a caso la quarta di copertina di *Le campagne elettorali in Italia* di Edoardo Novelli. In casa dell'autore, professore all'Università di RomaTre e, sul tema, uno dei massimi esperti in Italia, campeggiano manifesti d'altri tempi firmati Spes o Federazione Comunista di Modena: «Era l'epoca in cui si iniziava a utilizzare la grafica in modo più professionalizzato, e i partiti di massa cominciavano a guardarsi attorno affidandosi a professionisti. Poi la diga si

è aperta e l'esercito dei consulenti esterni si è ingrossato a dismisura.

**Dopo gli anni Settanta, scrive nel libro, la politica si è "in scatolata" dentro i media. Vale lo stesso oggi col web?**

«Internet sta avendo un ruolo, ma non sappiamo bene che impatto abbia. Il nuovo habitat digitale è una giungla dove è in corso una guerriglia, con imboscate da ogni parte».

**Altan dice che l'ombrello che tormenta Cipputi c'è ancora, ma non si sa da dove arriva.**

«Appunto. In più la rete favorisce l'autoreferenzialità. Ognuno vede e sente una campagna *ad personam* e sa poco del resto».

**Il contrario di uno scontro di idee.**

«Già, e dobbiamo tener conto che su internet si partecipa non per farsi una idea, ma per specchiarsi nella propria opinione o per ribadirla».

**Quindi si sopravvaluta l'impatto della rete a fini di conquista dei voti.**

«Secondo me sì. Cosa diversa è il web come strumento di diffusione dei messaggi, che sostituisce manifesti e altre

forme novecentesche; o anche l'uso come strumento logistico-organizzativo».

**Non più porta a porta, ma account per account. Era più chiaro il messaggio fisico rispetto a quello ridondante e in tempo reale dei new media?**

«Certo l'arena era meno affollata. Comunicavano in pochissimi, diffondevano in pochi e consumavano in tantissimi. Oggi da un lato non ci sono più campagne strutturate e dall'altro tutti noi possiamo fare campagna elettorale. E così la rete impone i suoi temi, basti pensare al caso del pagamento delle buste di plastica nei supermercati».

**Quindi il web è sopravvalutato dal punto di vista dell'impatto e sottovalutato su quello dell'egemonia...**

«Direi di sì, perché oggi internet ha la capacità di spostare l'agenda dove vuole, sottraendo spesso alla politica (e ai media) la scelta dei temi della campagna».

**Negli Anni Novanta i conduttori dei**



**+**  
A SINISTRA, EDOARDO NOVELLI. ACCANTO LA COPERTINA DEL LIBRO EDITO DA LATERZA (PP. 191. EURO 20)



Matteo Renzi @matteorenzi  
Il primo confronto della campagna elettorale l'ho fatto con le mie spin-doctor, le mie nonne. Come mi hanno insegnato loro: #passodopopasso e concretezza. Avanti



2



1 3



4

1 LUIGI DI MAIO, CANDIDATO PREMIER DEI CINQUESTELLE. MOSTRA LE RICEVUTE DEI BONIFICI DEI PARLAMENTARI 5 STELLE DAVANTI ALLE TELECAMERE DELLE IENE 2 MATTEO RENZI CON LE SUE NONNE, (MARIA 97 ANNI E ANNAMARIA, 87) SCELTE COME CONSIGLIERE DELLA CAMPAGNA ELETTORALE 3 UN FRAME DELLA CAMPAGNA VINCISALVINI 4 DUE MANIFESTI DELLE ELEZIONI DEL 1948: A SINISTRA, LA DC; A DESTRA, IL PCI

auto, è stata troppo difensiva».

**E quella dei grillini?**

«Lei ha capito quali sono state le idee forza? Io no, al di là delle parole d'ordine di sempre».

**Ma chi è stato il migliore?**

«Malgrado lo spot VinciSalvini, che ha portato al parossismo il marketing della politica, direi proprio Salvini».

**Perché?**

«Il suo messaggio è estremo, chiaro, diretto, senza equivoci. Del resto è la forza del populismo»

**E la peggiore?**

«Credo LeU, non sono riusciti a imporre alcunché»

**Poi c'è Potere al Popolo...**

«Il manifesto con Sollier che fa il pugno chiuso sui campi di calcio degli anni Settanta è stata un'idea».

**Nel libro cita Pajetta che dice: "Ma questi dei sondaggi che vogliono?"**

«Era il primato della politica. Ora è diverso. In questa campagna c'è stato il maggior numero di sondaggi di sempre. E non servono a capire, ma ad orientare. Sono parte della campagna a tutti gli ef-

fetti».

**Come saranno le campagne elettorali tra dieci anni?**

«Chi può dirlo. Quando è arrivato Twitter ha stravolto la mediazione tra candidati ed elettori. Che altro Twitter ci capiterà da qui ad allora?»

**talk show erano attori dello scontro. Oggi anche il loro ruolo è ridimensionato...**

«Nel 2013 si diceva: "Arriva internet e cambia tutto". Invece la tv risultò decisiva. Ricordate Berlusconi da Santoro? Cinque anni dopo non mi pare che in questa campagna la tv sia stata protagonista».

**E chi allora?**

«Nessuno in particolare. Lo scontro si disperde in mille rivoli. Da questo punto di vista una delle cose più interessanti è stata l'operazione di Fanpage sulla vicenda De Luca. Dimostra le potenzialità del web».

**Una campagna senza idee forti, il contrario del 1948...**

«L'unica cosa simile è la retorica. Però questo è tipico in Italia».

**Allora c'erano Togliatti e De Gasperi, eppure nessuno personalizzava.**

«Dal modello della personalizzazione

non si esce. Guardate cosa ha fatto LeU con Grasso. Pur contrastando l'idea dell'uomo solo al comando, ha scelto e usato lo stesso meccanismo».

**È stata anche una campagna povera di immagini simbolo.**

«Sì, poche cose: la foto di Berlusconi, Salvini e Meloni a Natale, quella di Di Maio che controlla gli scontrini sotto la telecamera, Renzi con le nonne... Ma sono frutto di episodi, non di una strategia».

**Si deve a questa liquidità l'assenza di confronti diretti in tv?**

«Anche. Però non va dimenticata la particolarità di uno scontro senza precisi candidati premier e con una legge elettorale che suggerisce forme di trasversalismo dopo il voto».

**La campagna di Renzi?**

«Se penso allo spot con la famiglia in

**«MAI VISTI COSÌ TANTI SONDAGGI. NON SONO SERVITI PER CAPIRE MA A ORIENTARE»**