

Campagna elettorale, il futuro è in un “clic”

Pubblicato: Martedì 3 Gennaio 2006

Le **elezioni di aprile** si avvicinano a passi da gigante, la campagna elettorale, seppur non ufficialmente è cominciata da settimane. Il tempo dei manifesti, dei messaggi autogestiti alla televisione, dei comizi nelle trasmissioni da seconda serata sembra essere però definitivamente finito. A dominare, nel futuro, stando ai risultati riportati dalla ricerca sulle nuove forme di comunicazione e di partecipazione politica online condotta da **CE&Co**, sembra che sarà il **“clic” su banner e siti politici**, dove le facce dei candidati campeggeranno copiose per tutto il periodo pre-elettorale. I lettori di VareseNews hanno già vissuto questa esperienza, con il fiorire di banner e link in occasione dell'ultima tornata per le consultazioni regionali: da Buscemi a Tosi, da Adamoli a Cattaneo, tutto l'arco costituzionale ha voluto essere presente sul web, evidentemente considerato come il **mezzo più immediato per comunicare** e far conoscere programmi e idee. Realizzata su un campione di mille fra uomini e donne tra i 18 e 55 anni d'età, la ricerca condotta da CE&Co, conferma la tendenza degli ultimi anni: **internet è il futuro**, anche per la comunicazione politica, e potrebbe spostare un elevato numero di indecisi navigatori telematici. Il 43 per cento degli intervistati vedono con favore la comunicazione politica e in particolare **la possibilità di interagire con il candidato di turno**: Berlusconi, il re della comunicazione, è in testa ai desideri degli intervistati con il 17 per cento degli elettori del centrodestra e il 16 per cento di quelli del centrosinistra, seguito da Fini con il 15 per cento degli elettori del centrodestra e solo il 3 per cento degli altri e Prodi con il 5 per cento del centrodestra e il 9 per cento del centrosinistra. A seguire Bertinotti, Fassino, Rutelli, D'Alema, Casini, Follini, comici e conduttori televisivi. I mezzi preferiti sono **videoblog, community virtuali e reali, sms interattivi**.

Il dato che emerge è che il web è **tra le fonti di informazione politica più immediate e raggiungibili**. La possibilità di analizzare programmi e interagire con i candidati evita poi la sensazione che tanti provano ascoltando le tradizionali trasmissioni a sfondo politico: un senso di impotenza, spesso accompagnato dalla netta sensazione di essere presi in giro dal cosiddetto "politichese" che troppo spesso rimane il registro più usato dai nostri governanti. Un altro dato interessante è **l'appiattirsi delle differenze fra elettori di centrodestra e centrosinistra**. I primi, storicamente sono considerati i più tradizionalisti, da sempre prediligono tv e manifesti, mentre i secondi sono più legati a carta stampata e radio. Internet mette tutti d'accordo: tutti dimostrano apprezzamento per mezzi alternativi e innovativi. Le differenze, se ci sono, vanno cercate tra uomini e donne: gli uomini apprezzano l'interattività, il coinvolgimento e la partecipazione, le donne pretendono chiarezza, semplicità e verità. **Nessuna differenza sostanziale a livello geografico**: da Nord a Sud, nei piccoli come nei grandi centri urbani si chiede che vengano affrontati temi concreti e problemi quotidiani.

In sostanza, **il web è la chiave per sbloccare una comunicazione che sa di stantio**, e i politici sembrano aver capito l'antifona: i siti sono sempre più aggiornati, più chiari e precisi, addirittura invitanti con strategie studiate a tavolino da esperti profumatamente pagati.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it

