

Pisapia, una rincorsa sulla rete partita dalle primarie

Pubblicato: Martedì 31 Maggio 2011



Chi di Pisapia ferisce, di Pisapia perisce. Firmato: gli utenti della rete. La vera rivoluzione delle elezioni comunali (milanesi) è stata quella giocata con gli strumenti del web, in particolare quelli più sociali e capaci di **generare condivisione, e idee.**

Pochi passaggi per la città: basta avere in tasca il **telefonino** e immortalare una ragazza che protesta contro lady Letizia e viene “identificata” dalla polizia nel corso di un giro per le strade della Moratti. Oppure immortalare la candidata sindaco mentre addirittura passa col rosso!

Ancora è stato sufficiente avere una **webcam** – incorporata in molti portatili – per [spedire video di risposta](#) alla figuraccia web [della figlia di Red Ronnie](#) che tenta una disperata difesa del padre (“**colpa di Pisapia**”: vi dice nulla?).

Così, un candidato dato in difficoltà già alla vigilia delle primarie contro il più accreditato Boeri, è riuscito ad imporsi grazie ad uno sforzo collettivo. Già, le primarie: sono state questa la vera rincorsa che ha permesso a Pisapia di arrivare a tutti gli utenti della rete attraverso il suo sito (“[pisapiaxmilano](#)”, lo stesso utilizzato per la campagna alle primarie e sfruttato come marchio e colori, l’arancione, anche per la corsa contro la Moratti) e **la sua pagina facebook.**

La Moratti, dal canto suo non è stata a guardare, ma su questa partita ha preferito un approccio più tradizionalista nel chiedere il voto, salvo poi rincorrere senza successi l’antagonista sulle pagine facebook, quando oramai era troppo tardi. **La partita sul più famoso dei social network è finita 111 mila amici, contro i 42 mila scarsi della Moratti.** Ma il punto non è solo il numero di amici a fare la differenza, bensì la loro attività nel fare campagna elettorale a “bassa intensità” sulla rete.

Così il miglior antidoto alla “**zingaropoli**”, al “**furto d’auto**”, al “**Pisapia estremista**” su cui il centrodestra ha impostato la campagna elettorale si è trasformata nel “**Fantastico mondo di Pisapie**”, un vero cortometraggio che su facebook ha spopolato, regalando il voto degli indecisi con l’arma dell’ironia.

Un caso? Forse Milano è stata anche questa volta avanguardia di questo nuovo approccio, ma in realtà



Napoli, altra roccaforte dove de Magistris arrivò in svantaggio al ballottaggio, può essere un esempio. **De Magistris nella sua campagna ha puntato molto su facebook**, totalizzando un numero di contatti addirittura superiore a quello di Pisapia: **oltre 213 mila**. Mentre la pagina di Giovanni Lettieri è già disattivata, quella del nuovo sindaco di Napoli è ricca non solo di messaggi d’auguri, bensì anche dei primi consigli per amministrare la città.

E nei centri minori? Un caso curioso è quello di **Rho**, dove il centrosinistra ha vinto con **Pietro Romano**, candidato appoggiato da Pd e Italia dei valori col 50,8%, battendo il candidato di Pdl e Lega, Fabrizio Cecchetti: in questo caso non sono bastati a quest’ultimo gli oltre 4.200 amici alla pagina



“**Cecchetti sindaco**” (foto a destra) ufficiale del primo.

contro neppure i 300 della pagina

Ma rischia di essere un caso più unico che raro: se guardiamo al Nordest, e per esempio, la riconferma arriva da **Trieste: Roberto Cosolini (foto)**, il candidato del centrosinistra vince, anche su facebook (nella pagina dedicata alle elezioni), la sfida dei mi piace: 1769: il suo antagonista, **Roberto Antonione**, si ferma a 429.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it