VareseNews

Candidato sindaco, come comunichi?

Pubblicato: Domenica 29 Maggio 2016

Quelle del 2016 sono **le prime vere elezioni social per il comune di Varese**. Se nel 2011 cominciavano timidamente a emergere nello scenario della comunicazione alcune iniziative sui social o con i video pubblicati in rete, a questa tornata **tutti i candidati sindaco hanno almeno un profilo Facebook** e in alcuni casi le attività di comunicazione digitale sono strutturate e comprendono una presenza **social**, un **sito internet** e lo svolgimento di azioni di **marketing politico** attraverso i vari canali. In che modo comunicano i candidati sindaco della città, e con quali strumenti? Esistono delle differenze tra i modi di comunicare e interagire su internet?

Il team di studenti di comunicazione dell'**Università Insubria** ha analizzato la presenza digitale dei sei candidati sindaco (più quella di Gennaro Gesuito che però non partecipa alla tornata elettorale) osservando le peculiarità comunicative digitali di ciascuno.

Ricerca su Google

In uno scenario molto plausibile, tra le prime azioni che i cittadini di Varese connessi a internet possono fare per approfondire le proprie conoscenze su un candidato sindaco c'è sicuramente la ricerca del nome del candidato su un motore di ricerca. I candidati sindaco sono ben posizionati nei risultati di ricerca? Se si cerca **Davide Galimberti** (centrosinistra), il primo risultato è proprio il suo sito della campagna elettorale. Lo stesso avviene se si digita **Paolo Orrigoni** (centrodestra), con una nota: nelle scorse settimane la ricerca non restituiva immediatamente il sito internet del candidato e al primo posto proponeva articoli di giornale. Con il passare sei giorni il suo sito web è risalito nelle posizioni e adesso

è il primo risultato. Nel caso di **Stefano Malerba** (Lega Civica), al momento il suo sito internet non è il primo risultato della ricerca su Google. Precede la sua pagina Facebook e anche in questo caso alcuni link ad articoli o pagine di giornale. **Flavio Pandolfo** (La sinistra per Varese Futura) non ha un sito internet e il primo risultato di ricerca su Google è il suo profilo Facebook. Nemmeno **Andrea Badoglio** (Varese Civica) ha un sito web e una ricerca su Google restituisce link ai siti dei quotidiani che parlano di lui. **Francesco Marcello** (Fronte nazionale per l'Italia) ha un sito ma non compare nella prima pagina dei risultati di Google. Aggiungendo la parola chiave "Varese" il suo sito compare in fondo ai risultati della prima pagina.

Sito internet

Nel caso di **Davide Galimberti**, il sito web è ben strutturato. La sua home page è dinamica in quanto c'è un continuo aggiornamento di contenuti e immagini, tutti riguardanti la campagna e gli eventi del tour elettorale. Grande attenzione è posta allo stile grafico: il tutto è decorato con i colori del partito (verde, bianco e blu). Presente una sua biografia dove sottolinea il suo amore per la città di Varese. Inoltre approfondisce tale affetto in una lettera scritta da lui stesso in cui utilizza parole cordiali e convincenti per esporre il suo programma, e sostiene che niente sarebbe possibile senza il diretto coinvolgimento delle persone. Presenti alcuni inviti all'azione come "Informati" e "Partecipa". Il sito di **Paolo Orrigoni** è chiaro, lineare e facile da usare e in linea con lo stile comunicativo semplice della campagna. Il menù si snoda in alcune pagine principali: Paolo Orrigoni (che contiene una lettera ai cittadini), + opportunità, news ed eventi, le persone (con i profili dei candidati), noi amiamo Varese e contatti. Non è presente nessun invito all'azione. Il sito di **Stefano Malerba** è dinamico e riprende i colori della campagna. Il menù ha tante voci (la lista, programma, news ed eventi, le celebri vignette, e una pagina dedicata a Lega Civica Varese) e già nella home page è possibile interagire con diversi elementi multimediali. Presenti alcuni inviti all'azione, anche molto diretti, come "Contattami", "raccontami di te" e "entriamo in contatto". **Francesco Marcello** ha un sito internet semplice ma ricco di elementi grafici e sonori (c'è una musica di sottofondo) che contiene link al programma, alla squadra e agli appuntamenti ("Incontriamoci qui").

Facebook

Tutti i candidati sindaco sono presenti su Facebook con il proprio profilo e in alcuni casi con il profilo privato e la pagina pubblica da candidato. Nel caso di **Paolo Orrigoni**, la pagina pubblica ha da poco superato i 7000 like e in generale like, condivisioni e visualizzazioni sono in costante crescita. La pagina posta a ritmo quotidiano e quindi gli eventi reali sono accompagnati da una narrazione digitale ben assemblata. Spesso in vista di eventi la pagina Facebook muta in alcune sue parti (foto di copertina) per ricordare o segnalare le iniziative e gli appuntamenti. Basso il livello di interazione con i commenti dei seguaci: il candidato risponde poche volte Orrigoni ha anche un profilo personale. La pagina pubblica di **Davide Galimberti** ha oltre 6000 like e si attesta al momento al secondo posto dietro Orrigoni dopo una parentesi in cui il numero di like era superiore a quelli della pagina del candidato di centrodestra. La pagina di Galimberti pubblica quotidianamente foto, video e post. Da segnalare l'idea delle dirette video su Facebook nelle quali risponde alle domande dei sostenitori. L'interazione con i commenti è molto alta e spesso il candidato o lo staff elettorale rispondono ai commenti dei seguaci. Anche Galimberti ha un profilo personale. La pagina Facebook di **Stefano Malerba** piace a 900 persone. La pubblicazione di contenuti è costante ma l'interazione con i sostenitori, comunque presente, è bassa. **Flavio Pandolfo** ha un profilo personale e una pagina pubblica che piace a oltre 500 persone. Il candidato sindaco pubblica foto, video e link ad articoli di giornale con costanza. Anche l'interazione è costante con "mi piace" e risposte ai commenti dei sostenitori. **Andrea Badoglio** e **Francesco Marcello** hanno i loro profili Facebook personali ed entrambi pubblicano materiale che riguarda la campagna elettorale o commenti sulla cronaca politica, animando discussioni o comunque rispondendo ai commenti.

Twitter

Non tutti i candidati utilizzano questo social network che comunque rimane secondario in un contesto elettorale locale. Hanno un profilo Twitter **Paolo Orrigoni**, **Davide Galimberti**, **Stefano Malerba** e **Flavio Pandolfo**. **Paolo Orrigoni** ha oltre 200 seguaci ma lo usa di rado e non per sviluppare una comunicazione elettorale. **Davide Galimberti** ha oltre 180 seguaci e lo utilizza costantemente per segnalare le sue attività coinvolgendo anche account di giornali locali e persone. **Stefano Malerba** ha poche decine di seguaci sul suo profilo Twitter anche se l'attività di pubblicazione è costante. **Flavio Pandolfo** ha collegato l'account al suo profilo Facebook e quindi ripropone gli stessi contenuti.

Instagram

Solo **Stefano Malerba** e **Flavio Pandolfo** hanno un account sul social network dedicato alle fotografie di proprietà di Facebook. **Stefano Malerba** ha 14 seguaci e pubblica foto del "dietro le quinte" delle sue iniziative o manifesti. Il numero di like è basso. **Flavio Pandolfo** ha 77 seguaci e un'unica foto pubblicata il 30 gennaio che non c'entra con la campagna elettorale.

Questo articolo è stato realizzato in collaborazione con l'Università Insubria nell'ambito del progetto di analisi della comunicazione digitale dei candidati sindaco ideato e coordinato da David Mammano. Hanno contribuito alla stesura e realizzato le analisi Lucrezia Sgarriglia, Ilaria Romani, Matteo Ramelli, Valentina Calabrese, Angela Limido, Marco Monetti, Sara Londer, Mattia Boria, Federico Anselmi, Matteo Berlato, Maria Elisa Altese, Federica Carlomagno, Alessio Furiga, Mara Clerici e Alessandro Zambetti.

Le analisi degli studenti

Davide Galimberti

Paolo Orrigoni

Stefano Malerba

Flavio Pandolfo

Andrea Badoglio

Francesco Marcello

Gennaro Gesuito (non partecipa alle elezioni)

David Mammano

david.mammano@gmail.com