Caltanissetta: “Partiti, movimenti e cittadini elettori”

Si parlerà di partiti, movimenti e cittadini elettori domenica prossima, 23 dicembre, alle 18 a Caltanissetta. L’appuntamento è all’Istituto Testasecca con la presentazione de “La net comunicazione politica”, il nuovo libro di Francesco Pira.

Introdurrà i lavori il consigliere comunale di Caltanissetta, Oscar Aiele. L’autore discuterà del tema del suo libro con il docente di psicologia del lavoro e delle organizzazioni complesse, Emilio Gammasso e con l’avvocato Emanuela Cigna, vice procuratore onorario presso la procuratura della Repubblica di Enna. Il 22% degli americani adulti che sono online (3 adulti su 4) è stato coinvolto nella campagna politica del 2010 di midterms sul social network. In Italia la politica subisce il fascino della Rete, ma non la utilizza per come dovrebbe essere usata.


Nel nostro paese i social network sono utilizzati dal 58% dei politici italiani e in prevalenza da giovani politici under 30. Sottolinea l’autore: “Se i social network sembrano essere più graditi ai nostri politici tanto che un parlamentare su tre è presente su Facebook, il modo con il quale si relazionano e per meglio dire non si relazionano resta il punto centrale”. Secondo Francesco Pira: “a tutti i livelli, politica locale, regionale, nazionale, la Rete vive come strumento di supporto al marketing elettorale, ma non svolge quel ruolo che sarebbe il suo naturale, per la costruzione della partecipazione, discussion e rafforzamento, del consenso nel tempo. Per la nostra politica è difficile pensare di entrare nella logica della comunicazione in rete, dove non si è più fonte (soprattutto per i giornalisti) ma uno dei nodi”.

Oltre il 60% dei Deputati e Senatori (secondo le ricerche esaminate nel libro) hanno avviato uno strumento di comunicazione on line. Tra i sindaci il 62%. Ma i dati non devono farci illudere, secondo Pira: “la politica italiana non ha fatto propri i nuovi strumenti e modelli relazionali. Sono ancora tante le ombre”.

Ma nelle conclusioni l’autore spiega quale è lo scenario attuale e quello possibile. Per Pira: “La Rete non attrasse la politica ma piuttosto l’antipolitica. Il rapporto di leader e partiti con il web, al momento, è quello di un gioco che non determina con certezza consensi. E quindi l’intero utilizzo vissuto da discutere, ri-discusso, capito e ponderato.”

**Cronaca**

**Rubriche**

- appuntamenti
- arte
- cronaca
- cultura
- economia
- eventi
- fatti e notizie
- musica
- politica
- regione
- sport

**Altre pagine sugli argomenti**

- cronaca
- cattolicesi

---

*Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.*
Come in quel vecchio film della commedia italiana "Tenente pigiamocella con camorrad", i politici italiani e i loro collaboratori muovono timidi passi, perché l'Italia non è l'America e perché nonostante gli italiani connessi su Facebook siano 20 milioni, di cui molti under 18, e quelli che utilizzano la rete, appena la metà della popolazione.

Quindi conta di più la televisione, incidono maggiormente i giornali sull'opinione pubblica, è opportuno fare un lavoro sulle radio.

In pochi hanno compreso che i social network sono utili se fanno parte di una comunicazione integrata e quindi sono parte importante della strategia, al pari di altri mezzi. Ma soprattutto è necessario ritrovare l'etica della politica, uscire dalle logiche della politica scandalistica, dal linguaggio popolato per approdare ad un modello comunicativo relazionale, nel quale ai messaggi siano consequenziali gli atti. Certamente il tutto organizzato all'interno di una strategia comunicativa ben progettata.

Il volume, attraverso un lavoro di ricerca, tenta di rispondere a queste domande partendo dal concetto di comunicazione politica, in piena trasformazione ed in rapida evoluzione. Da volantini, manifesti, comizi e cene, ai più veloci ma non meno rischiosi blog, portali, Facebook, Twitter e Youtube. E quindi alla comunicazione politica ed elettorale integrata.

Una sorta di viaggio dalle tradizionali alle nuove tecniche di comunicazione virale per comprendere processi di questo nuovo aspetto della sociologia della comunicazione.


Facebook e Youtube studiati per capire quanto aiutano alla protesta e alla proposta: tra prepolitica, subpolitica e antipolitica. La rete può servire a leader, candidati e partiti per esprimere pensieri e posizioni, o rischia di diventare un innovativo mezzo di propaganda?

Per la politica italiana una nuova sfida che merita ricerche e approfondimenti. Questo volume rappresenta una prima piccola risposta a tanti quesiti che si pongono i cittadini-elettori.

19 / 12 / 2012