

LA NOSTRA VOCE È ANCHE LA VOSTRA

Sono passati quasi quindici anni da quando i partiti politici italiani sono sbarcati sul Web. Forza Italia ha fatto da apripista sulla Rete e oggi, in vista della nascita del Pdl continua a seguirne con attenzione le evoluzioni. Per una comunicazione diretta, immediata, libera e approfondita con cittadini e sostenitori come assicura Antonio Palmieri, responsabile delle comunicazione elettorale e Internet di Forza Italia

SOFIA SASSI

Sin dall'inizio abbiamo proposto agli italiani un programma di cambiamento con un leader come Silvio Berlusconi che ne è al tempo stesso il garante e il testimone in forza della sua vita, dapprima imprenditoriale e poi politica». Antonio Palmieri è l'uomo che sta dietro alle campagne elettorali nazionali di Forza Italia, che ha seguito sin dal '94. Milanese, deputato del Pdl, Palmieri è anche il creatore del sito www.forzaitalia.it oltre che il responsabile nazionale della comunicazione elettorale e Internet. «Abbiamo sempre usato un linguaggio immediato, semplice, diretto e concreto, adoperando tutti gli strumenti della moderna comunicazione ammessi dalle leggi – ricorda Antonio Palmieri –. Leggi che il centrosinistra ha modificato prima nel 1995 e poi nel 2000 per impedire che noi potessimo parlare agli italiani. L'obiettivo della nostra comunicazione, infatti, è quello di parlare direttamente con la gente, superando la mediazione dei mass media, che di solito ci sono ostili. Il rapporto diretto con la gente è e resta la caratteristica di un grande movimento popolare come è stato Forza Italia e come sarà anche il nascente Popolo della Libertà. Le caratteristiche di fondo della nostra comunicazione e del nostro marke-

ting politico rimarranno invariate anche con il Pdl.».

Proprio in quest'ottica, quanto si è rivelata importante per voi la comunicazione politica ed elettorale sul web?

«Da sempre siamo stati attenti a Internet, basti pensare che siamo online dal 14 febbraio 1995 con il sito di Forza Italia, siamo stati la seconda forza politica italiana subito dopo i Radicali a sbarcare sul web. Oggi sono cambiate molte cose, perché è evidente che il peso di Internet nel 2009 è molto superiore a quello che aveva, per esempio, nel 1999. Ci sono tuttavia alcuni elementi che restano immutati: informare direttamente i nostri elettori e supporter, senza mediazioni; poter approfondire i temi con documentazione e discorsi integrali; mobilitare i nostri supporter per iniziative sul territorio, grandi manifestazioni oppure per azioni virali in Internet; ascoltare ciò che pensa la nostra gente, come avviene attraverso Spazio Azzurro, il forum del sito meta ogni giorno di migliaia di persone che in 168 caratteri dicono la loro in assoluta libertà. In questo abbiamo anticipato la tendenza del cosiddetto "microblogging", di Facebook e Twitter che hanno un numero limitato di caratteri a disposizione. Il microblogging noi l'abbiamo iniziato già 5 anni fa.



ANTONIO PALMIERI
*responsabile della
comunicazione
elettorale e Internet
di Forza Italia*





Credo però che l'aspetto più importante sia la mobilitazione che svolgiamo on line. Abbiamo tutta una serie di iniziative di questo tipo che sfruttano la facilità d'uso di Internet per attivare le persone».

Come stanno cambiando la comunicazione e il modo di fare politica con il sempre crescente utilizzo di strumenti come blog e social network?

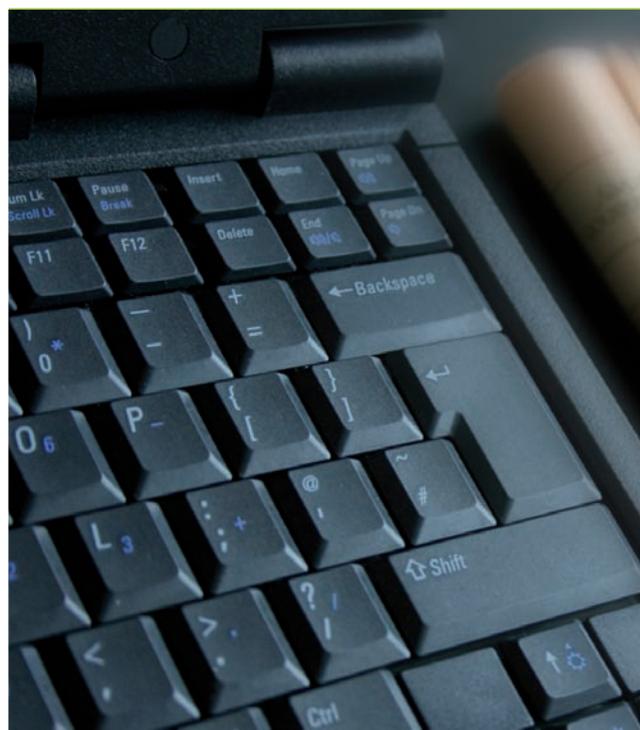
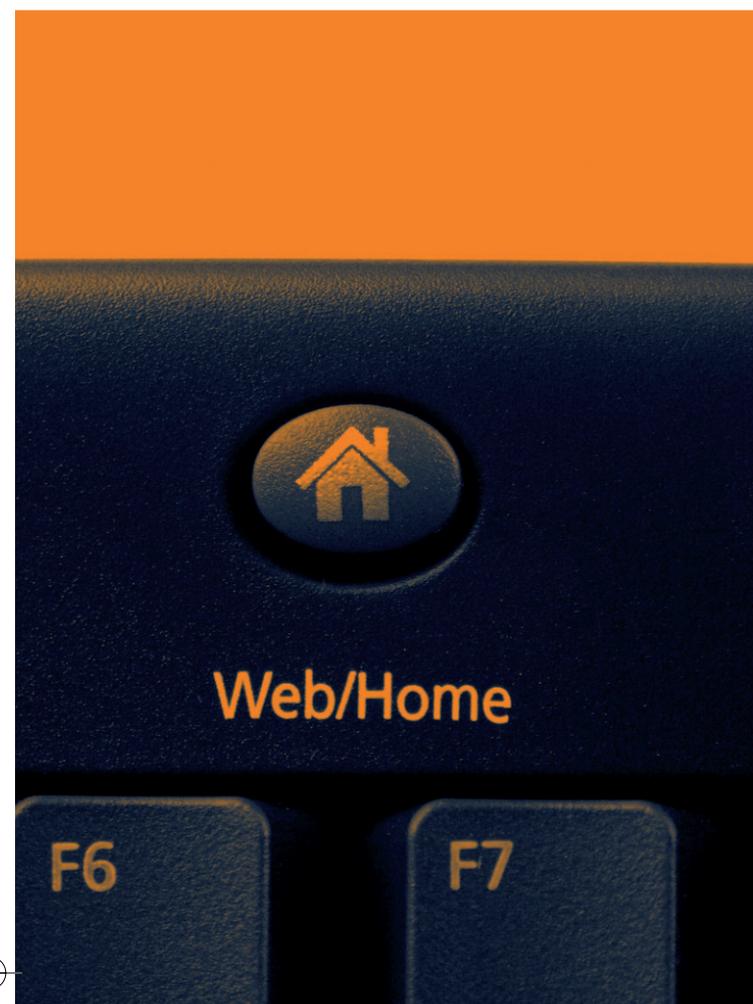
«Abbiamo sempre monitorato tutte le novità emerse in Internet e scelto di volta in volta di utilizzare quelle che potevano essere più proficue in termini di impatto informativo e di mobilitazione dei nostri elettori. Non abbiamo mai seguito le mode, perché in molti casi rappresentavano uno sforzo sproporzionato rispetto all'effettivo vantaggio comunicativo che poteva derivarne. Oggi siamo su Facebook, come si può vedere dalla homepage del sito nazionale, con la pagina dedicata a governoberlusconi.it, la versione per Facebook del sito www.governoberlusconi.it.

Questo sito è complementare a quello del partito e lo adoperiamo per seguire l'attività del governo, raccontandola in modo comprensibile e sintetico e spiegando le motivazioni politiche che guidano le scelte governative. Su Facebook siamo presenti anche grazie a decine di gruppi spontanei e con la pagina dedicata a Silvio Berlusconi che è di gran lunga il politico italiano con più sostenitori. Vi sono, inoltre, molti parlamentari Pdl che magari non hanno un sito personale, ma hanno una loro pagina su Facebook. Siamo presenti anche su Twitter e Youtube dove abbiamo creato una sezione che comprende una serie di clip tratte dalle conferenze stampa di Silvio Berlusconi e dei ministri del governo, che abbiamo creato per meglio sintetizzare le iniziative di questo esecutivo. Cerchiamo di essere presenti dappertutto, ma sempre seguendo il criterio di aprire siti e servizi che possiamo aggiornare con continuità e che giudichiamo

funzionali al nostro progetto comunicativo».

Il sito del Pdl www.ilpopolodelaliberta.it è attivo già da un anno, ed è stato lanciato in occasione della campagna elettorale del 2008. Da quali idee è necessario partire per creare il sito di un nuovo partito politico?

«Non esiste un modello standard. Il Pdl, come già Forza Italia, è caratterizzato da una leadership forte e attorno all'azione politica di Silvio Berlusconi abbiamo costruito e impostato anche il nuovo sito. A questo abbiamo aggiunto l'importanza del contributo dei nostri sostenitori e la possibilità di avere accesso all'attività dei nostri eletti, in primis i parlamentari. I tre capisaldi sono dunque l'attività del leader, quella degli eletti e le opinioni dei nostri sostenitori espresse in "Spazio Azzurro", il forum del sito più una serie di altri servizi: l'agenda di appuntamenti sul territorio, le news, le campagne virali e di mobilitazione on



line, la Carta dei Valori del Pdl e molto altro. Tutti strumenti utili, che contribuiscono a diffondere anche l'identità culturale del nuovo partito».

Sa già anticiparci come seguirete sul sito del Popolo della Libertà l'imminente primo congresso nazionale del partito?

«Ci comporteremo come abbiamo sempre fatto, ovvero seguendo il grande congresso nazionale del 27-29 marzo con una diretta streaming on line di tre giorni. Per chi non potrà essere presente a Milano ci sarà dunque la possibilità di seguire il congresso in continuità e di poterne poi rivedere tutte le fasi in differita sul sito www.ilpopolodellaliberta.it».

Il Pd ha creato la televisione on line Youdem.tv. Anche il centrodestra si è dimostrato sensibile alla veicolazione di comunicazioni istituzionali video via Internet come ha dimostrato di recente il ministro Gelmini.

Avete mai pensato alla creazione di un canale Tv on line anche per il Pdl oppure non lo ritenete una priorità?

«Giudico una Web Tv uno spreco di risorse. Noi diamo la diretta streaming dei grandi eventi sul sito di Forza Italia e continueremo con il Pdl. Siamo stati i primi, nel 1998, con la diretta on line di tre giorni del primo congresso nazionale di Forza Italia, compresa la manifestazione finale di Piazza Duomo a Milano. Preferiamo focalizzare l'attenzione di chi viene nel nostro sito sui grandi eventi invece che disperdere risorse ed energie in una Web Tv, perché la maggior parte delle persone cerca una comunicazione televisiva altrove, sulle Tv "vere". Noi puntiamo all'efficacia, non ad essere à la page».

Un'altra novità recente in ambito di moderna comunicazione politica e presenza sul territorio l'ha portata il Pd inaugurando in Italia la stagione delle primarie. Il

centrodestra, invece, ha scelto la strada dei gazebo nelle piazze. Quali sono le differenze sostanziali fra queste due forme di partecipazione e di radicamento sul territorio?

«Fermo restando il rispetto per chi si è speso come volontario fra i nostri gazebo e le loro primarie, ci sono parecchie differenze fra i due modelli di partecipazione e presenza sul territorio. Nel caso del Partito Democratico, le primarie nazionali rappresentavano un puro fatto di comunicazione, "l'elezione" di un leader già definito. Le primarie per il Pd sono servite a riunire una militanza e una base elettorale confusa e parzialmente dispersa dopo gli impacci e gli impicci del Governo Prodi. Nel nostro caso, invece, c'era l'intento di ascoltare le persone. Ad esempio nei gazebo della campagna elettorale delle politiche 2008 ogni settimana noi sottoponevamo un tema del nostro programma con cinque punti specifici chiedendo ai cittadini di indicare la loro preferenza in termini di priorità. Per noi i gazebo sono stati un'occasione di divulgazione, informazione e ascolto. E oltre ai gazebo fisici avevamo anche il supergazebo on line, con le stesse finalità e funzioni, attivo 24 ore su 24 e 7 giorni su 7». ■