

Politica e internet. Uno studio dell'Università di Udine dà i voti ai gruppi che siedono nelle Camere

# La rete dei partiti ancora piena di buchi

Fabrizio Patti

Alla sufficienza arrivano tutti, ma le differenze di impostazione sono evidenti: Pd e Italia dei Valori più attenti alla partecipazione, Pdl più legato alla comunicazione delle priorità del programma, Udc e Lega legate a un'utilizzo di internet di tipo tradizionale. Così la ricerca annuale dell'Università di Udine sui siti dei partiti, di cui il Sole 24 Ore del lunedì dà un'anticipazione, descrive la situazione delle principali formazioni politiche (quest'anno sono compresi solo quelli presenti in Parlamento).

Una ricerca che quest'anno assume un significato particolare, dopo la travolgente vittoria di Ba-

levanza della parte "Pd network", che permette sia di commentare le notizie sia di inviare articoli e video. Aspetti incrementati nella nuova versione del sito, in rete da mercoledì scorso, che ha visto l'introduzione della RadioDem, in aggiunta alla tv YouDem, e il rimando ai commenti dei lettori sotto ogni notizia.

Il principale punto debole del sito è invece il basso numero di partecipanti. «Gli iscritti alla community - spiega il professore - sono 29mila e quelli a YouDem 4.900. Numeri che dovranno crescere molto perché il sito diventi realmente il luogo di discussione e partecipazione delle azioni e del partito». Oggi, secondo i dati Nielsen Online, il sito del Pd è comunque il più visto tra quelli dei partiti. L'obiettivo, comunica Francesco Verducci, responsabile della comunicazione online del Pd, è di raggiungere i 50mila iscritti alla community da qui alle amministrative della prossima primavera e i 100mila utenti unici giornalieri al giorno.

## Pdl da combattimento

Nei mesi delle elezioni, invece, a essere più cliccati erano stati i siti legati al Popolo della libertà. Al portale del partito di Berlusconi la ricerca riconosce come punto di forza i contenuti pubblicati, «in particolare la sezione Programma, ideata come grande sondaggio d'opinione, che ha il pregio dell'immediatezza comunicativa, anche se mancano gli approfondimenti sui diversi punti proposti». Il punto debole è invece l'interattività, «troppo tradizionale e senza nessun vero spazio di dialogo e partecipazione».

Spiega il senso del sito Antonio Palmieri, responsabile della comunicazione elettorale e online di Fi/Pdl, che ha appena organizzato un convegno sulla campa-

## La ricerca

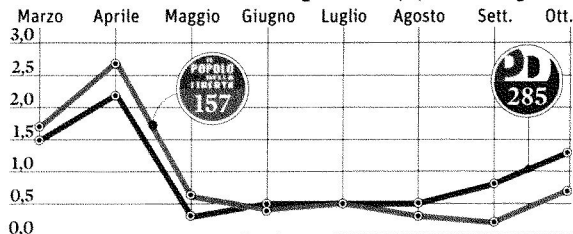
La valutazione dei siti dei partiti secondo le diverse categorie e il giudizio globale

@ = Scarso; @@ = Insufficiente; @@@ = Sufficiente; @@@@ = Buono; @@@@@ = Ottimo

Griglia di valutazione	Grafica	Usabilità	Contenuti	Comunicaz. Interattiva	Giudizio globale
Partito democratico	@@@@	@@@@	@@@@	@@@@1/2	@@@@
Il Popolo della libertà	@@@@	@@@@	@@@@1/2	@@1/2	@@@@
Lega Nord	@@@@1/2	@@@@1/2	@@@@1/2	@@1/2	@@@@
Udc	@@@@	@@1/2	@@@@	@@1/2	@@@@
Italia dei valori	@@@@	@@@@	@@@@	@@@@	@@@@

## La sfida

L'andamento degli accessi ai siti collegati a Pd e Pdl da marzo a ottobre 2008. Penetrazione sui navigatori attivi (%) e dati in migliaia



## I numeri

Gli accessi ai principali siti dei partiti politici nello scorso ottobre

	Utenti unici (000)	Penetrazione sui navigatori attivi (%)
partitodemocratico.it	168	0,8
italiadeivalori.antoniodipietro.com	160	0,7
forzaitalia.it	106	0,5
italiadeivalori.it*	58	0,3
ilpopolodellaliberta.it*	37	0,2
udc-italia.it**	17	0,1
leganord.org**	13	0,1

\* dati sotto il livello di attendibilità statistica; \*\* dati molto al di sotto del livello di attendibilità statistica

Fonte: tabella in alto Università di Udine, al centro e in basso Nielsen Online

gnà di Barack Obama: «Noi modifichiamo la comunicazione a seconda dei periodi. Sotto elezioni, per esempio, rafforziamo la spinta alla mobilitazione, ricreando online i nostri gazebo».

Anche per il Pdl è in arrivo un nuovo sito, che darà più spazio ai social network. «Ma noi non crediamo al mito della partecipazione online - continua Palmieri -. Piuttosto che un simulacro di partecipazione, vogliamo essere un "deposito delle munizioni", cioè di argomenti e materiali, per i nostri militanti, che visitano poi altri luoghi della rete».

## Di Pietro il precursore

Ma il vero protagonista della Rete, secondo la ricerca, è Antonio Di Pietro. Il giudizio sul sito dell'Italia dei Valori, cambiato negli scorsi mesi, «è più che positivo e in linea con la strategia comunicativa che l'onorevole Di Pietro aveva messo a punto sul blog. Navigazione fluida, linguaggio diretto e forte coinvolgimento sono gli elementi che sono stati ben replicati anche sul sito del partito». Un esempio su tutti, l'invito a inserire i video del consiglio comunale online. «In realtà, gli utenti li pubblicano su YouTube, noi li segnaliamo - dice Luca Eleuteri, partner della società Casaleggio associati, che cura la comunicazione dell'Idv -. La rete, infatti, esiste a prescindere dal nostro sito. La via corretta di usare internet, come ha fatto Obama, è di rispettarne i codici e non occuparla come un ennesimo canale di comunicazione. Noi, per esempio, abbiamo una pagina in cui tutti i parlamentari rispondono alle e-mail. L'Idv può farlo perché segue una linea di comunicazione senza vincoli, che è l'unica che funziona su internet. Altri partiti non possono permetterselo».

fabrizio.patti@ilssole24ore.com

## POCHI INVESTIMENTI

Nel nostro Paese il budget che viene stanziato per la comunicazione online è molto basso rispetto agli altri Stati europei

rack Obama alla presidenza Usa, in buona parte conquistata grazie al web e a Facebook e YouTube in particolare.

In generale, spiega Antonio Pira, docente di comunicazione e relazioni pubbliche dell'Università di Udine, curatore della ricerca, «gli investimenti sono ancora molto bassi, non solo in confronto agli Usa, ma anche alla Francia, dove i partiti hanno speso per la comunicazione online il 10% del budget per le ultime elezioni». I partiti non sono però fermi.

## Il Pd cerca l'interattività

Al Partito democratico, per esempio, lo studio riconosce la volontà di «uscire dalla logica di sito vetrina e di aprirsi al dialogo». In questo senso va interpretata la ri-