

INNOVATORE

Prima dei Cinque Stelle si occupò del sito dell'Italia dei valori di Di Pietro

La tentata rivoluzione sul web: "1 vale 1"

» VIRGINIA DELLA SALA

Il popolo di Internet vuole così: chi ha vissuto in prima linea gli anni in cui Gianroberto Casaleggio si è occupato del blog di Antonio Di Pietro e delle piattaforme online di Italia dei Valori, ricorda che bastava questa frase per mettere tutti d'accordo. "Me lo ha detto Casaleggio - si sentiva dire quando litigavano - è il popolo di Internet che vuole così". E il popolo di Internet, nove volte su dieci, la spuntava.

TRA IL 2008 e il 2010 l'impronta accentratrice della Casaleggio Associati, assunta come società di comunicazione per gestire il blog di Di Pietro, iniziava già a farsi sentire. Le prime frizioni con l'ufficio stampa, la richiesta di poter accedere ai contatti con giornalisti e testate, la voglia di far capire quale fosse la nuova

opportunità di democrazia diretta offerta da Internet alla politica. E le contraddizioni. Tanto che, un giorno, durante un evento del partito a Castellammare di Stabia, in Campania, gli uomini della Casaleggio fecero notare che avevano partecipato troppi giornalisti. L'evento ebbe grande risonanza.

Contraddizioni a parte, la Casaleggio ha segnato in Italia la rivoluzione definitiva del rapporto tra Internet e politica. "L'apporto di Casaleg-

gio al M5s - spiega Elisabetta Gualmini, politologa e studiosa del fenomeno grillino oggi in politica col Pd - è legato agli strumenti della Rete. Non tanto come forma di comunicazione politica, bensì come modello organizzativo". Prima i meet up e poi i blog, Casaleggio ha contribuito alla creazione di un luogo virtuale in cui riunirsi e discutere. "La comunicazione politica online c'era già ed era ben roduta. Il passo in più è stato creare un luogo organizzativo, bastassezioni e circoli. C'era il web".

I METODI comunicativi non sempre erano condivisi da tutti. A giugno 2008, quando il leader Idv decise di fare gruppo a parte rispetto al Pd (con cui era entrato in parlamento) sul sito di Di Pietro comparve una foto di D'Alema, Ricucci Berlusconi dal titolo: "I furbetti del quartierino", racconta un pezzo de *L'Unità*. Il

sito ebbe un record di contatti, il contenuto, forse forte oltre le intenzioni di Di Pietro, diventò virale. "Per la comunicazione politica è stato un innovatore - spiega Andrea Alicandro, portavoce del gruppo misto alla Camera ed esperto di comunicazione politica - ha dato l'illusione della democrazia diretta, dell'uno vale uno, che con il web si potesse operare in modo diretto sulla politica".

Professionista attento e preciso, aveva capito l'importanza dei social network. Come quando ha curato il sito della casa editrice **Chiarelettere** (azionista del *Fatto*): il sito non era solo una vetrina, ma anche un luogo di

informazione. "Raggiungemmo i 50 mila contatti al giorno - spiega il direttore editoriale Lorenzo Fazio - era abile nel fare marketing virale, aveva capito subito che la Rete era fondamentale".

E il costante controllo sulla linea da seguire, denunciato soprattutto da chi ha lasciato il Movimento? "Non era autoritario, ma autorevole - spiega Fazio - Quando portava le sue idee aveva la passione e la determinazione di chi ci crede e quindi non mol-

la. Con il Movimento Cinque Stelle ha lanciato una bomba nella politica italiana, paragonabile a Tangentopoli o alla Lega".



Il blog beppegrillo.it

L'immagine
Quando l'Idv decise di non far gruppo coi dem comparve la foto D'Alema-Ricucci-Silvio B.



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

