

PARTITO DEMOCRATICO

IL CASO YOUTUBE

Un klik o un blog per comunicare politica

Dopo la scelta di Enrico Letta analisi di un fenomeno che scavalca i media e l'informazione

di Roberto Cotroneo / Segue dalla prima

CI SONO una serie di motivi per cui un politico come Letta sceglie You Tube per formalizzare la sua candidatura. Il primo motivo è per una ragione di modernità. Sappiamo da sempre, anche se poi è anche un po' un luogo comune, che web significa modernità. Il

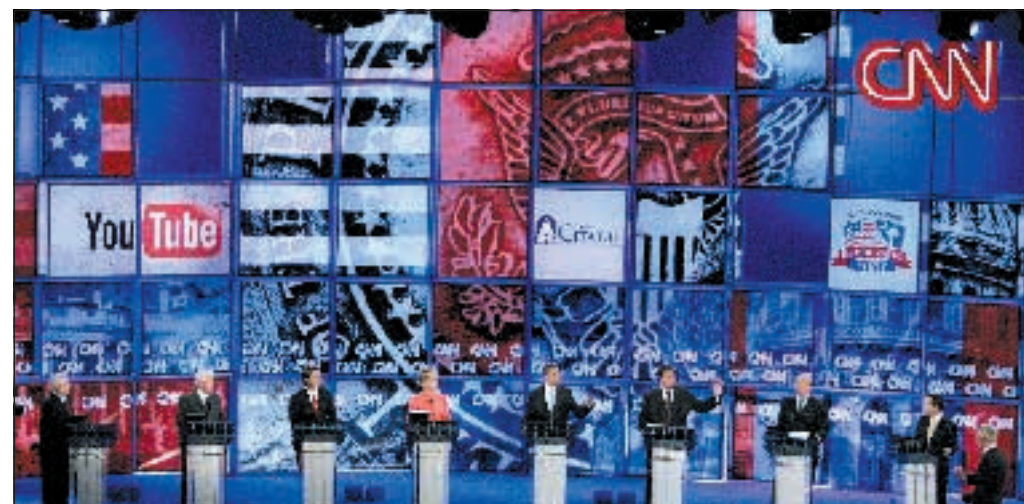
futuro passa da lì, non più dalle tv, dai giornali, dalle campagne di comunicazione. Il web è dei giovani. E i giovani sono il futuro. Fin qui, non ci sono dubbi. Il web è dei giovani che sanno utilizzare, e spesso sono nati, con il computer. Il web è uno strumento di informazione e di comunicazione rapido e globale. Lo abbiamo visto nel passato con i Blog, lo vediamo oggi con

il successo di You Tube in tutto il mondo. Non c'è evento importante, grande, o anche minimo, che non abbia un riflesso, un rimbalzo su You Tube. Ma la modernità di You Tube viene anche da un altro aspetto, che non va sottovalutato. Ovvero: dal linguaggio. Già i blog avevano, per molti aspetti, innovato il linguaggio giornalistico, e cambiato il modo di raccontare le notizie. Spesso erano diari personali che diventavano veri reportage. Basti pensare ai blog dei soldati americani in Iraq, o anche ai blog più o meno clandestini dei cittadini cinesi che volevano far sapere al mondo quanto fosse difficile in-

formarsi, capire o comunicare in rete vivendo sotto una dittatura. Ma se il blog è scrittura, e se il web da molti anni ormai, ospita i siti di esponenti politici, che aggiornano quasi quotidianamente gli elettori sul loro lavoro legislativo e politico, You Tube è un sito che raccoglie video. Video che richiedono un montaggio, una scelta di immagini, una microsceneggiatura, anche se semplice ed elementare. Enrico Letta, ad esempio, ha scelto Alessandro Piva, promettente regista barese, per confezionare il suo filmato. Cosa significa questo? Significa che si entra in un mondo della comunicazione che vuole artifi-

La rete, i blog hanno cambiato il linguaggio scritto, ora rapido e globale. Per i video avverrà lo stesso?

cio, gusto delle immagini, e soprattutto che è fatto per colpire, interessare lo spettatore, in un modo abbastanza simile a quello che avviene per uno spettatore che va al cinema. I cortometraggi di You Tube, perché di questo si tratta, hanno l'apparenza dell'immediatezza, vogliono essere considerati autentici e naturali, ma in realtà sono qualcosa di molto più complesso. Sono strumento di seduzione, come la letteratura, il cinema, il teatro o il concerto musicale. L'ultimo aspetto è quello ancora più serio, e in qualche modo riguarda noi giornalisti. C'erano due modi tradizionali per scendere in campo e candidarsi a qualcosa. O facendo un discorso, diciamo così, di tipo programmatico. Dunque mettendo nero su bianco le proprie intenzioni e quello che si intende fare. Oppure dando un'intervista a un giornale o a un canale tv, più o meno importante, per spiegare quello che si intende e si vuole fare. Tutti e due i modi presuppongono un "media".



Enrico Letta annuncia la sua candidatura alle primarie del Partito Democratico su internet. In alto: I candidati Democratici americani durante un dibattito su CNN/YouTube

Nel caso del discorso, si deve scegliere la sede, capire che pubblico lo ascolterà, avere i giornalisti che riportano, e "mediano" quello che il candidato sta esponendo. E rilevare se il discorso ha avuto successo, se c'era molto o poco pubblico, e magari anche i commenti alla fine del discorso. Nel caso di un'intervista è il giornalista a mediare, a fare domande ulteriori, a rilevare

punti di forza o contraddizioni. Ma You Tube non è un media, non ha bisogno di un pubblico riconoscibile, non chiede un giudizio di un professionista dell'informazione che appunto media tra chi parla e i lettori che deve informare. You Tube è un calderone dove ognuno fa ciò che vuole. E per di più è un calderone privo di contesto. Ieri per cercare il video di Enrico Let-

ta sono incappato in una ciuciolata di Golden Retriever, in un video che dava la soluzione migliore per risolvere il rompicato del cubo di Rubik, e in un gatto parlante che fa un inno alle ciabatte. Niente di più normale. La libertà del web è questa. E il successo di You Tube sta proprio nel suo essere eccentrico, sorprendente e persino imprevedibile. Ma i filmati fai da te sono una cosa. Comunicare la politica in un contesto simile, è un'altra. Nessuno pensa di criticare Enrico Letta per questa scelta, scelta che hanno fatto candidati importanti anche negli Stati Uniti: è il sogno di tutti arrivare ai propri elettori e simpatizzanti con un semplice click del mouse dal computer di casa. E senza mediazioni. Ma siamo così sicuri che la comunicazione politica senza "media", non sia alla lunga un boomerang, oltre che l'ulteriore segnale di una crisi sempre più forte tra politica e informazione?

roberto@robertocotroneo.it



Dalla parte dei più giovani. Sul serio.

L'IMPEGNO DI SINISTRA DEMOCRATICA PER CAMBIARE LA POSIZIONE DEL GOVERNO SUL LAVORO CONTINUA.

Sulle pensioni un passo avanti.

- Le pensioni basse crescono
- l'indennità di disoccupazione aumenta
- i giovani possono sommare contributi diversi e riscattare la laurea con facilità
- l'età pensionabile delle donne non si alza
- la pensione per chi è giovane non potrà scendere sotto il 60% dell'ultimo stipendio
- lo "scalone" viene diluito nel tempo
- chi svolge lavori usuranti va in pensione prima

SI POTEVA AVERE DI PIÙ MA GLI ASPETTI POSITIVI PREVALGONO.

Sulla precarietà il passo avanti non c'è.

- rimane l'abuso dei contratti a termine
- non si intacca la Legge 30 sul lavoro
- si incoraggiano gli straordinari

LA PRECARIETÀ PESA SULLA VITA DEI GIOVANI (E MENO GIOVANI).

TUTTO QUESTO VA CAMBIATO. LE LEGGI SUL LAVORO DEL CENTRODESTRA VANNO SMONTATE NON ABPELLITE.

www.sinistra-democratica.it

A cura dei gruppi parlamentari SD, Camera dei Deputati e Senato della Repubblica