Comunali Genova, Pinotti triplica la sua portata su Facebook, superati i 2000 follower su Twitter

di **Comunicato**

26 Gennaio 2012 – 19:00

Genova. I social network come strumento di azione politica stanno prendendo sempre più piede anche in Italia, persone di età ed estrazione diversa usano la rete per informarsi sui candidati sostenerli e porre loro domande. Ma come si misura il successo di una campagna elettorale in rete? I numeri sono importanti ma non esauriscono l'analisi che deve essere anche qualitativa.

Il profilo personale di Roberta Pinotti, completamente pubblico, è seguito da 6272 persone cui vanno ad aggiungersi i 1150 "like" della pagina fan. Entrambi i luoghi sono sempre aggiornati e commentati. Roberta Pinotti, al contrario di quanto spesso avviene, scrive e risponde personalmente, sia su Twitter che su
Facebook. Quando interviene lo staff si firma per trasparenza e rispetto, pratica che ha incontrato il gradimento dell'attento pubblico dei social network.

"La parola magica è portata – spiega Luca Romeo, volontario della campagna elettorale di Roberta Pinotti – se infatti immaginiamo il numero di fan, persone che sulla pagina dei candidati segnano "mi piace" come il sasso gettato in uno stagno, la portata rappresenta quanto grandi e alti e duraturi sono i cerchi nell'acqua generati dal sasso".

Fuor di metafora quanti utenti individuali hanno visualizzato contenuti presenti sulla pagina del candidato in un determinato periodo? La pagina fan di Roberta Pinotti ha un numero di utenti pari a 747 che parlano quotidianamente "di" con una portata più che triplicata nelle ultime due settimane di campagna elettorale. Sul fronte Twitter sono 2170 i followers, persone che ricevono gli aggiornamenti, di Roberta Pinotti, in costante e

progressivo aumento: +16% solo nell'ultima settimana. Ma i Social Network non sono solo numeri, puntano soprattutto alla qualità della comunicazione.

E Roberta Pinotti riceve moltissimi retweet (RT, ripetizione di un messaggio alla propria cerchia di contatti con implicita approvazione, condivisione e diffusione del contenuto) e moltissimi replay (ossia tweet in risposta al messaggio di un altro utente). Rispettivamente + 75% e +27% nell'ultima settimana. Entrambi sono indicatori di comunicazione efficace, dialogo e influenza sui lettori, come si può facilmente intuire anche dalle parole di supporto e stima.

"L'utilizzo della rete da parte dei politici sta cambiando – conclude Luca Romeo – non più solo comunicazione di eventi e dichiarazioni ma dialogo e interazione continua con gli elettori/sostenitori, un modo per superare le barriere tra cittadini e suoi rappresentanti e chi saprà interpretare meglio questa nuova frontiera dei social network potrà intercettare importanti fette di consenso anche elettorale, che in tempi di disaffezione della politica e carenza di partecipazione non è poco".

Per quanto riguarda il sito internet sono oltre 150 gli articoli pubblicati sul portale "Io sto con Genova" (www.iostocongenova.it). Nel portale, oltre ai comunicati stampa e ai materiali di comunicazione, anche l'agenda, il racconto della campagna e le gallerie fotografiche degli eventi. Molta attenzione è data al
territorio, con aggiornamenti "iperlocal" dai 25 quartieri genovesi, ad ognuno dei quali è dedicato una sezione verticale (da Io sto conVoltri a Io sto con Nervi – Quinto – Sant'Ilario). Ogni parte del sito è "interattiva": chiunque può contribuire inviando idee, foto o segnalazioni e tutti gli articoli sono condivisibili su Facebook e Twitter (centinaia gli "share" degli utenti sui propri profili.