

Elezioni, addio santini: a Genova la campagna lampo si gioca a colpi di “cuore” e hashtag

di **Giulia Mietta**

01 Febbraio 2018 - 17:47



Genova. La campagna elettorale più breve della storia (se per campagna elettorale intendiamo quella cominciata ufficialmente dopo la presentazione di liste e simboli, perché per molte figure poi candidate il *warm up* è iniziato da tempo). **Un mese e qualche giorno.** Tanto - anzi, poco - avranno a disposizione i politici da destra a sinistra per convincere gli elettori a 1) andare a votare 2) votare per loro.

Nonostante il collo della clessidra sia più largo che mai, a livello locale l'avvio della campagna elettorale non è dei più sprintosi. **Pochi manifesti per strada** (qualche 6X3 di Pietro Grasso, altri spot di Salvini e della Meloni). **Zero “santini”** o comunicazioni in cassetta postale. E pochi candidati già pronti con slogan e immagini coordinate. **Ma c'è chi è già partito in quarta.**

Nel Pd il parlamentare uscente **Mario Tullo**, che tenta il terzo mandato e che è candidato all'uninominale per la Camera al collegio 3 (Serra Riccò), poche ore dopo la conferma di essere stato inserito nelle liste, ha detto ai suoi contatti Facebook **“ci metto la faccia”**, promettendo: “Il mio scooter è pronto a percorrere le strade del ponente, della Valpolcevera e di Sampierdarena”. Qualcuno ricorderà che lo scooter di Gianni Crivello, candidato sindaco, non portò granché fortuna al centrosinistra. Tant'è.

Metterci la faccia. Insieme al **“cuore”** sembra essere uno degli stilemi preferiti in questa corsa elettorale. Non ci vuole un esperto di comunicazione per capire che riavvicinare i cittadini alla politica sarà una delle sfide più complicate per i candidati.

Basterà l'uso massiccio dei social network, il ricorso ai meme, qualche filtro

Instagram per entrare in sintonia con gli elettori? Naturalmente no. Però, come diceva Nanni Moretti, “le parole sono importanti”.

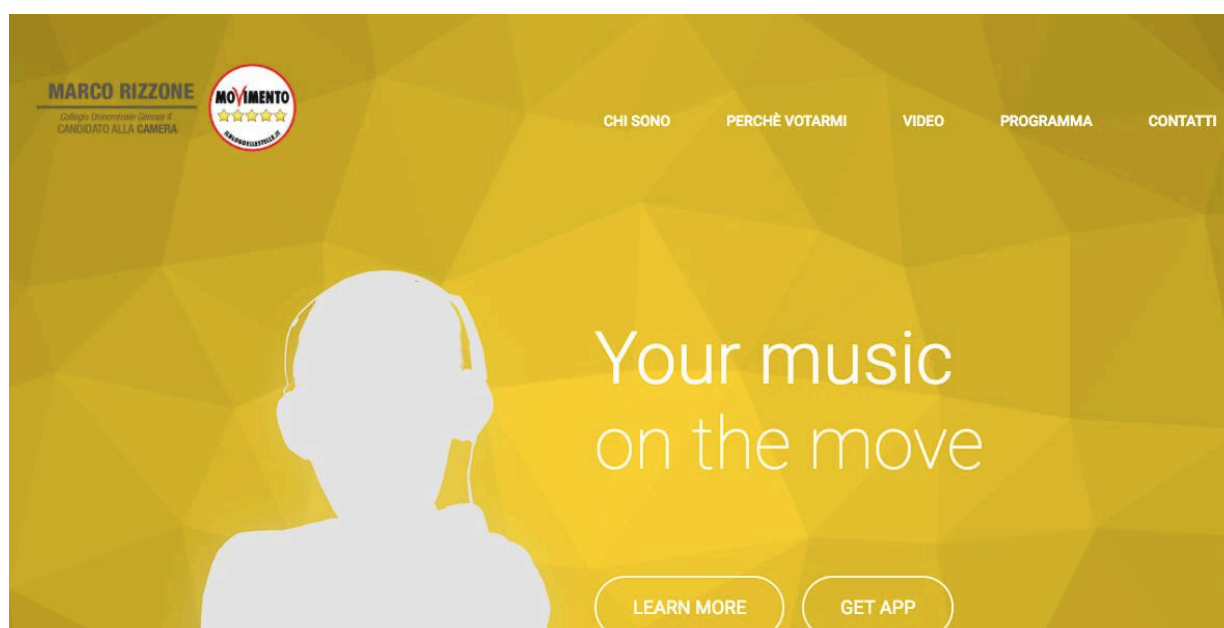
“**Testa e cuore**” è lo slogan scelto da un altro candidato Pd, **Pippo Rossetti**, chiamato al duello tra i più avvincenti, quello per il collegio 4 (Genova Bargagli) uninominale per la Camera, dove l’avversario è l’agguerritissimo **Edoardo Rixi**, Lega.



Il rassicurante “Testa e cuore” di Rossetti, dunque, versus i toni muscolari del Carroccio. La Lega sembra avere già scelto il suo hashtag della campagna elettorale, ed è **#andiamoacomandare** (con le ruspe in tangenziale?). Social network a parte, i partiti metteranno in campo una serie serrata di appuntamenti non virtuali sul territorio, soprattutto sui difficili collegi 4 e 3. E se non sarà una campagna porta a porta poco ci manca.

Nello stesso collegio di Rixi e Rossetti si gioca non poche chance anche il trentenne **Marco Rizzone**, candidato dal MoVimento 5 Stelle non ancora noto al grande pubblico. Ma sembra piuttosto chiaro che, più che sugli individui, i Cinquestelle punteranno sulla forza del brand.

Anche perché, altrimenti, l’imprenditore nel settore web Marco Rizzone, farà bene a portare il proprio sito internet oltre lo stadio di un modello wordpress. Oppure a eliminare il link.



Tra i più veloci a entrare in azione, uno dei pochi “paracadutati” in Liguria. **Giorgio Mulé**, ex direttore di Panorama, amico di vecchia data del governatore della Liguria Giovanni Toti, è il candidato uninominale al collegio 1 di Imperia e capolista nel plurinominale Liguria 1. Mulé, che ha dichiarato “il giornalismo mi ha dato tanto, ora devo dare qualcosa io”, ha iniziato da subito a comunicare con i media locali e non solo.

Peccato che, giornalista, sia scivolato proprio su una *fake news* (quella sulle presunte facilitazioni da parte del Comune di Ventimiglia ai profughi che volessero rilevare una tabaccheria). Non certo un avvio scoppiettante, anche se - una volta scoperto che la notizia era falsa - Mulé ha riconosciuto pubblicamente il proprio errore. Oggi come oggi, comunque una qualità.

Sempre nel centrodestra, già “carico” anche **Stefano Balleari**. Il vicesindaco di Genova, candidato da Fratelli D’Italia come capolista nel plurinominale 2 alla Camera, per giorni ha escluso categoricamente di essere in lizza per il Parlamento (#GenovaPrima, scriveva). Poi la sorpresa. Più o meno. Ad ogni modo, Balleari, è pronto a impegnarsi nella campagna come alfiere sul territorio di Giorgia Meloni al suon di “**#Tempodipatrioti** e anche di **#PatriotiLiguri**”. Tra emoticon e “kaffé”.

E poi c’è il capitolo **Potere al Popolo**. La formazione politica nata, come altre, in vista delle elezioni 2018 e che mette insieme diverse realtà della sinistra radicale e movimentista, ha scelto di portare avanti la campagna in maniera assembleare e collettiva. Sul fronte della comunicazione politica il rischio che corrono è quello di far concentrare la platea elettorale molto sul metodo e meno sul merito. Negli ultimi giorni i sostenitori di Potere al Popolo, per esempio, sono sembrati molto impegnati a denunciare come i media non diano loro spazio sufficiente. E quindi ci troviamo - ed è un cane che si morde la coda - a dare spazio a Potere al Popolo che sostiene che i media non gli diano spazio.