

SE TWITTER È UN BOOMERANG MEGLIO STUDIARE I DOSSIER

Da un paio di mesi Renzi ha alzato i toni quando parla di Europa. I suoi principali bersagli sono Jean-Claude Juncker, il presidente della Commissione, e Angela Merkel. La campagna comunicativa ha probabilmente ambizioni più larghe, come dimostra l'editoriale a firma del nostro presidente del Consiglio uscito sul *Guardian* del 21 gennaio. Si sa che Renzi è un grande utilizzatore di Twitter. Proviamo allora a chiederci: quale impatto ha avuto sui social media il duello con Juncker di metà gennaio?

Da una recente indagine di Euvisions, emergono due interessanti indicazioni. Fra il 15 e il 21 gennaio, il duello ha provocato alcune ondate di tweet (per un totale di quasi 9.000), la stragrande maggioranza in lingua italiana. Poca, dunque, l'attenzione da parte del pubblico di altri Paesi, quasi nessuna in Germania. Poco male, si potrebbe dire: meglio che gli elettori tedeschi non si irritino ancor di più contro di noi. Dal punto di vista di Renzi, invece, è un bene che il suo messaggio «virile» (come l'ha definito Juncker) abbia fatto un po' di

scalpore fra gli elettori di casa nostra.

La seconda indicazione della ricerca di Tortola, Pagano e Ricci è però meno confortante: il sentimento prevalente fra i tweet è stato di segno negativo. L'attacco a Juncker è stato visto come «inutile», anzi la solita «manfrina» ispirata da interessi di bottega. Le polemiche sulla flessibilità sono «poco credibili», visto che provengono da un «burattino» delle «lobby finanziarie». Quelle virgolettate sono le parole di gran lunga più utilizzate nei commenti. Manfred Weber, il potente capogruppo dei popolari nel Parlamento Ue, ha insinuato che le mosse di Renzi (altrimenti «incomprensibili») siano legate al desiderio di conquistare un po' di elettorato euroscettico. Almeno a giudicare dai social media, l'esito sembra essere stato quello opposto. Al presidente del Consiglio converrebbe forse concentrarsi sui dossier più rilevanti per l'Italia e fare proposte mirate e dettagliate. La ricerca di facile popolarità mediatica può infatti rivelarsi un boomerang.

Maurizio Ferrera

© RIPRODUZIONE RISERVATA

