

Sulla tipologia dei siti e delle risorse politiche in rete

Gino Roncaglia

Il testo che segue costituisce la versione rivista per la pubblicazione dell'intervento tenuto al seminario su *Internet e politica*, svoltosi a Saint-Vincent il 18 e 19 maggio 2001. Gli atti del seminario sono stati editi nel settembre 2001 a cura di Jader Jacobelli e per i tipi dell'[editore Rubbettino](#), con il titolo *Politica e Internet*.

Che Internet sia, ormai da diversi anni, *anche* uno strumento di comunicazione politica è fuor di dubbio. L'analisi delle forme e dei modi di questa comunicazione è tuttavia appena iniziata [\[1\]](#), ed è resa particolarmente complessa dalla continua evoluzione degli strumenti di rete. Nonostante tale evoluzione si rifletta sempre con un certo ritardo (e talvolta attraverso il filtro di mode e comportamenti imitativi) sulle risorse politiche disponibili nel Web, le variazioni riscontrabili da un anno all'altro – e talvolta da un mese all'altro – sono infatti tali da rendere difficile l'identificazione di tipologie e modelli stabili.

Pure, l'importanza della rete come veicolo di informazione e interazione politica è chiaramente in crescita. I risultati di un recente sondaggio, svolto dall'Ispo in collaborazione con il portale tematico Polix, offrono al riguardo dati di notevole interesse [\[2\]](#). Come osserva Renato Mannheimer, che questi dati ha analizzato, nel confronto con i media tradizionali rispetto a qualità e rilevanza dell'informazione politica la rete viene considerata “una fonte di informazione più vasta, completa, diversificata e senza i troppi compromessi e vincoli cui gli altri mezzi di comunicazione possono essere soggetti”. In particolare, “l'elemento veramente innovativo di Internet rispetto agli altri strumenti di comunicazione [risulta essere] l'opportunità di raffrontare tra loro rapidamente programmi, iscritti, prese di posizione emesse da fonti diverse”. Infine, un'attenzione particolare è rivolta alle possibilità interattive offerte dalla rete: “Solo Internet può offrire un'opportunità di relazione interattiva efficace. Gli elettori si sono già abituati a questo genere di utilizzo. I politici dovranno farlo, volenti o nolenti” [\[3\]](#).

Proprio la qualità dell'interazione è stata spesso considerata il criterio fondamentale per valutare l'effettivo interesse di una risorsa politica di rete, dal sito di un partito o di un candidato ai siti istituzionali o di informazione indipendente. Io stesso, assieme agli altri autori dei manuali Internet editi da Laterza, avevo suggerito di distinguere – nell'analizzare i contenuti dei siti di partiti politici e candidati – fra siti che “nell'impostazione, non si discostino in fondo dai classici volantini o depliant, con programmi politici o biografie e ritratti di candidati, deputati e leader” e siti “che integrino nelle pagine Web sistemi interattivi” come forum o sondaggi [\[4\]](#). Queste categorie sono certo applicabili con lo scopo di una prima, sommaria valutazione, ma mi appaiono oggi almeno parzialmente inadeguate. Rischiano infatti di confondere due caratteristiche concettualmente diverse di una risorsa di rete: la qualità e la ricchezza dell'*informazione* (evidentemente assai bassa nel caso dei cosiddetti siti-vetrina, quei siti che – per restare in campo politico – potremmo forse meglio chiamare siti-volantino o siti-manifesto) e la qualità e ricchezza dell'*interazione*.

In linea di principio, queste due caratteristiche non vanno confuse: è ben possibile, infatti, avere siti che propongano un contenuto informativo valido e articolato – rivelandosi dunque strumenti utili e talvolta preziosi per la formazione delle opinioni e delle scelte politiche – pur senza offrire (o offrendo in maniera solo parziale) strumenti di interazione diretta con gli utenti; così come è possibile avere siti altamente interattivi dal punto di vista delle funzionalità offerte, ma mal articolati e contenutisticamente poveri. D'altro canto, come vedremo, le stesse modalità

dell'interazione offerta possono variare di caso in caso.

E' bene dunque, prima di valutare la qualità di un sito politico, identificare la tipologia delle funzionalità da esso offerte. E' sulla base di tale tipologia che sarà poi possibile distinguere siti più o meno efficaci, più o meno innovativi, più o meno ricchi di contenuti.

In questa prospettiva, proporrei di identificare cinque categorie, corrispondenti a funzioni di base che possono essere svolte, isolatamente o – più spesso – in maniera integrata e variamente coordinata, dai siti Internet dedicati alla comunicazione politica.

1. Funzioni informative
2. Funzioni di servizio
3. Funzioni di 'political community'
4. Funzioni di 'information gathering'
5. Funzioni propagandistiche o pubblicitarie

La prima categoria andrebbe intesa in senso piuttosto largo, facendovi rientrare ovviamente informazioni di attualità, programmi e progetti dei vari soggetti politici, profili dei candidati e quant'altro, ma anche l'offerta di commenti politici da parte di osservatori e opinionisti, la presenza di rimandi ad altri siti, le rassegne commentate di risorse di rete.

Quanto alle funzioni di servizio, il riferimento più immediato è ai siti istituzionali e della pubblica amministrazione in genere. L'offerta di servizi al cittadino, dal controllo on-line della propria posizione amministrativa all'espletamento di pratiche burocratiche, possiede infatti una specifica valenza politica che viene del resto generalmente – e giustamente – valorizzata dai responsabili politici del servizio. Si pensi ad esempio all'importanza attribuita negli ultimi anni dal Ministero delle Finanze alla possibilità di compilare la dichiarazione dei redditi on-line, o al ruolo assegnato agli strumenti telematici nel piano di semplificazione delle procedure amministrative legato al nome del ministro Bassanini.

Se i siti della pubblica amministrazione rientrano a mio avviso pienamente nella classe dei siti a rilevanza politica, funzioni di servizio possono essere espletate anche dai siti di soggetti politici quali i partiti o i sindacati e perfino da quelli di singoli candidati. Rientrano ad esempio in questa categoria la possibilità di iscrizioni o sottoscrizioni on-line, così come l'uso di procedure di voto elettronico, ma anche il coordinamento delle attività di campagna elettorale attraverso la distribuzione centralizzata di materiali da riprodurre (ad esempio testi di volantini o manifesti).

La terza categoria individua funzioni di 'political community', che possono essere pensate come il trasferimento in ambito politico di quelle funzioni di 'web community' proprie di tanti portali generalisti. Caratteristica peculiare e prioritaria del rapporto di comunità instaurato attraverso il sito è in questo caso la discussione politica, che si configura non solo e non tanto come comunicazione verticale di ritorno, dal singolo cittadino al soggetto promotore del sito (attraverso strumenti quali posta elettronica o sondaggi), ma anche e soprattutto come comunicazione orizzontale e reticolare all'interno di una comunità della quale l'utente si sente membro attivo e partecipe. I forum di discussione costituiscono lo strumento più immediato per questo tipo di comunicazione, che può tuttavia sfruttare anche mezzi quali chat o mailing list. Scarsa fortuna sembrano invece aver avuto nel nostro paese modelli quali quelli dei *focus groups* o delle *consensus conferences* [\[5\]](#), e in generale tutte le forme di interazione nelle quali la discussione mediata da strumenti elettronici viene in qualche modo regolata e indirizzata alla elaborazione di una proposta o di una opinione comune, anziché alla semplice offerta di uno spazio per lo scambio (più o meno libero) di opinioni individuali. Lo stesso modello rappresentato dalle reti civiche, che avrebbe avuto bisogno di sviluppare strumenti capaci non semplicemente di 'dare voce' alle diverse opinioni, ma anche di stimolarne l'elaborazione e la trasformazione in ipotesi di mediazione e – se del caso – in vere e proprie deliberazioni, non è di norma andato oltre l'uso dei forum tematici: strumento certo più efficace di quello rappresentato dai forum generalisti, ma di norma comunque incapace di produrre il necessario lavoro di rielaborazione collettiva delle opinioni espresse.

La ‘political community’ che emerge dalle esperienze di rete di questi anni è dunque una comunità nella quale si discute molto e si conclude poco, perché mancano gli strumenti necessari a passare dalla pura rassegna delle opinioni a conclusioni operative. Una carenza, questa, che mi sembra comune sia ai siti appartenenti alla sfera dell’e-government (in particolare per quanto riguarda le amministrazioni locali, ovvero quelle rispetto alle quali – per le minori dimensioni della popolazione interessata e per l’esistenza di temi di discussione di interesse collettivo più immediati e concreti – le aspettative erano maggiori), sia ai siti di partiti e movimenti[6]. Resta da stabilire quanta parte di questa situazione sia imputabile alle caratteristiche degli strumenti tecnici utilizzati, e quanta alla mancanza di volontà politica e di cultura di rete. A mio avviso ognuno di questi fattori ha un proprio specifico rilievo. Da un lato, va considerata l’assoluta inadeguatezza della maggior parte dei software di gestione di forum e discussioni all’organizzazione di una comunicazione effettivamente produttiva (è singolare notare come l’organizzazione delle discussioni in alcuni siti di carattere strettamente tecnico-informatico sia assai più efficiente – in termini di organizzazione dei *thread*, visibilità dei messaggi che hanno suscitato il maggiore consenso o la maggiore discussione, ecc. – di quella utilizzata dai siti politici nostrani, spesso puramente sequenziale). Dall’altro, l’impiego di risorse (umane e finanziarie) nell’organizzazione e moderazione di discussioni in rete non pare essere una priorità per i principali soggetti del settore, che si limitano a usare i forum per ‘dar voce’ ai frequentatori dei propri siti ma non sembrano voler effettivamente coinvolgere questi ultimi in un processo comune di elaborazione politica. Si arriva così ai casilimite di quelli che potremmo battezzare ‘forum autistici’. Nell’assenza di strumenti efficaci per l’organizzazione della discussione, talvolta l’inefficacia del forum deriva proprio dal suo successo. Il sito di Repubblica.it ha ad esempio aperto un forum di discussione relativo al risultato delle recenti elezioni politiche al quale, nei giorni immediatamente successivi al voto, arrivava una media di quattro messaggi al minuto: gli stessi partecipanti al forum erano evidentemente nella totale impossibilità di seguire la discussione. In tal modo il forum stesso si è trasformato in uno spazio nel quale il ‘popolo della sinistra’ ha potuto dar voce alla propria delusione (con una ‘richiesta di parola’ che costituisce un dato certo interessante anche dal punto di vista politico) ma nel quale non solo l’elaborazione politica, ma lo stesso confronto delle opinioni erano praticamente impossibili.

Una quarta tipologia di funzioni che possono essere identificate in molti siti politici è quella di ‘information gathering’, ovvero – sul modello di quanto spesso avviene nel mondo del marketing commerciale – di raccolta di informazioni sui ‘potenziali clienti’ dell’offerta politica del sito. Indirizzi di posta elettronica, preferenze e opinioni vengono in questo caso di norma raccolti (anche attraverso strumenti quali i sondaggi on-line) non tanto come momento di partecipazione attiva del frequentatore del sito all’elaborazione di una strategia politica, quanto con lo scopo di meglio conoscerlo. In questi casi l’interesse del soggetto promotore del sito non è tanto quello di favorire la creazione di legami di ‘community’ e di discussione fra gli utenti, quanto quello di ‘assorbire’ individualmente da questi ultimi informazioni considerate utili. Nei casi migliori, queste informazioni aiuteranno a meglio conoscere e a meglio rispondere alle esigenze dei cittadini-elettori; nei casi peggiori, solo ad ‘aggiustare il tiro’ della propria strategia comunicativa e a ‘vendere meglio’ il proprio prodotto politico.

Infine, fra le funzioni attribuite in particolare ai siti di partiti, movimenti, uomini politici un ruolo evidentemente importante è quello dell’efficacia retorica e propagandistica, ovvero la dimensione che potremmo dire ‘pubblicitaria’ del sito. Possono evidentemente esserci siti ricchi di contenuto informativo ma poco efficaci dal punto di vista della sua presentazione (scelte grafiche, slogan, capacità di invogliare l’utente alla navigazione delle pagine offerte, capacità di sottolineare i punti capaci di attirare un maggiore consenso...), così come possono esserci siti efficaci dal punto di vista grafico e retorico ma contenutisticamente poveri.

Fin qui, abbiamo cercato di identificare alcune fra le funzioni principali attribuibili agli strumenti per la comunicazione politica di rete, e in particolare ai siti Web. Resta da osservare che ovviamente in molti casi uno stesso strumento può integrare più funzioni, o svolgere funzioni diverse in contesti diversi. Le classificazioni che abbiamo proposto vanno quindi considerate più

come suggerimenti interpretativi flessibili che come griglie chiuse e rigidamente differenziate. La distinzione delle funzioni, tuttavia, può aiutarci a valutare le caratteristiche e i punti di forza e di debolezza di un sito. Rispetto a ognuna delle caratteristiche che abbiamo proposto, infatti, un singolo sito può rivelarsi più o meno evoluto e funzionale: la dimensione informativa può essere povera o ricca, l'offerta di servizi può essere presente o assente (e più o meno efficace), possono essere o non essere offerti strumenti (più o meno adeguati e funzionali) di 'political community', la dimensione dell'information gathering può essere anch'essa presente o assente e più o meno 'spinta', e infine, come si accennava, un sito può essere più o meno efficace dal punto di vista della 'vendita' dei propri prodotti politici.

Le distinzioni proposte possono forse aiutarci anche a meglio precisare la nozione un po' elusiva di 'portale' politico[7]: potremmo pensare di applicare questa etichetta a un sito che unisca, in maniera efficace, almeno le prime tre fra le funzionalità che abbiamo individuato: un contenuto informativo ricco e articolato, alcuni servizi utili ai propri frequentatori, e strumenti di interazione e di 'political community'.

[giugno 2001]

[1] Per quanto riguarda la situazione italiana, si veda in particolare S. Bentivegna, *La politica in rete*, Meltemi 1999.

[2] Il sondaggio e i suoi risultati sono presentati in un'apposita sezione del sito di Polix, all'indirizzo <http://www.polix.it/home/sondaggi/sondaggiinternetpolitica> (questa pagina e le altre qui citate sono considerate nella forma che presentano in data 27 maggio 2001).

[3] <http://www.polix.it/home/sondaggi/sondaggiinternetpolitica/2025.html>

[4] M. Calvo, F. Ciotti, G. Roncaglia, M. Zela, *Internet 2000*, Laterza, Roma-Bari 1999, p. 293.

[5] Cfr. al riguardo S. Rodotà, *Tecnopolitica. La democrazia e le nuove tecnologie della comunicazione*, Laterza, Roma-Bari, 1997.

[6] L'esperienza delle votazioni on-line realizzate dal Partito Radicale costituisce a mio avviso – per la tipologia degli strumenti utilizzati – un'eccezione solo parziale rispetto alla situazione fin qui delineata. Personalmente ritengo infatti che il problema principale non sia quello di trasformare la rete in uno strumento di voto elettronico (condivido le perplessità di quanti – soprattutto nelle condizioni politiche attuali – ritengono la 'democrazia elettronica diretta' una strada a forte rischio di deriva populistica) ma quello di offrire strumenti di rete che facilitino lo sviluppo di discussioni *costruttive*, e non semplicemente lo scambio di opinioni.

[7] Sul concetto di portale nella sua dimensione generale si veda M. Calvo, F. Ciotti, G. Roncaglia, M.A. Zela, *Frontiere di rete*, Laterza, Roma-Bari 2001.