

## Che noia i tweet da Palazzo Gambacorti...

Author : Cinzia Colosimo

Date : 29 gennaio 2014



La scorsa settimana [avevamo lanciato un gioco](#): seguiamo per una settimana l'attività dei politici pisani - assessori e consiglieri comunali - su Twitter e vediamo che succede. Ieri si è chiuso l'esperimento, ecco di seguito le nostre impressioni. Diteci anche voi le vostre!

Il record di presenza lo conquista sicuramente l'assessore Dario Danti (Sel), con 51 tweet in una settimana, seguito dal sindaco Marco Filippeschi (Pd), che di tweet ne ha scritti 34, poi la consigliera Mariachiara De Neri (Pd), con 27, e Raffaele Latrofa (Noi Adesso Pis@) con 14.

Restano pochi altri: l'assessore Salvatore Sanzo (Pd), che ha pubblicato solo 5 cinguettii, il consigliere Marco Ricci (Una città in comune-Rifondazione Comunista) con 4, l'assessora Sandra Capuzzi (Pd) con 4 e il consigliere Francesco Pierotti (Pd) con 2. Assenti tutti gli altri.

Speravamo in una settimana più dinamica per i politici locali, la cui presenza su Twitter è tutto sommato sporadica, disomogenea e affidata alla dimestichezza dei singoli. Si trovano tutti più a loro agio su Facebook.

Venendo ai temi, **Dario Danti** interviene quasi esclusivamente su temi cittadini, e quando non parla di cose locali si dedica comunque alla politica, sia di partito che nazionale. Danti però utilizza Twitter come cassa di risonanza della sua presenza su Facebook, ben più radicata e interattiva, e non spende molto tempo a dare enfasi agli hashtag (le parole chiave) più importanti. L'assessore di Sel però si dimostra attento alla presenza "pisana" su Twitter, e fra gli utenti che segue, moltissimi sono locali.

**Marco Filippeschi** ha un approccio simile: usa Twitter per diffondere i suoi contenuti su Facebook, limitandosi a pubblicare i link con una sorta di "titolo" dell'argomento trattato. Ma i suoi "following" dicono qualcos'altro (i following, per chi non lo sapesse, sono gli utenti di cui si segue l'attività su Twitter): quelli di Filippeschi sono per la maggior parte utenti "addetti ai lavori", e quindi politici, sezioni di partito, giornalisti, amministratori pubblici, aziende partecipate e così via; solo in minima parte sono account di semplici concittadini. Filippeschi inoltre non interagisce quasi mai con gli altri utenti, utilizza il mezzo in modo unidirezionale e verticale, mentre su Facebook commenta, risponde frequentemente.

**Maria Chiara De Neri** è quella che sicuramente ha più dimestichezza con Twitter. Lo utilizza con le dovute accortezze: foto, hashtag, menzioni di altri utenti, immediatezza e brevità. Bella la sua "diretta" della Rowing

Marathon degli scorsi giorni, con tanti scatti fotografici e una visione dietro le quinte dell'evento. Interessanti gli spunti sull'arte e sulle iniziative museali francesi. De Neri risponde, replica, interagisce, insomma si diverte e non si limita a usare il social come megafono. Quanto ai suoi following, Pisa c'è praticamente tutta, non mancano poi associazioni, autorità, siti di informazione e personaggi politici.

**Raffaele Latrofa** è relativamente un neofita del mezzo, ma si dà da fare. Anche lui piuttosto "pisacentrico" nel seguire gli altri account, risponde ai commenti e interagisce. I suoi temi forti sono la politica locale, alcuni temi di politica nazionale, e un lieto evento personale che ha condiviso con il mondo (auguri!). Latrofa e De Neri twittano fra di loro: sono gli unici a farlo.

Restano poi i politici "in fondo alla fila". **Ricci** è sempre attento a rilevare le contraddizioni dell'amministrazione, e pubblica spesso le attività della lista civica di cui è esponente. Ma Twitter non è il suo mezzo preferito: decisamente si esprime meglio altrove. Idem per **Capuzzi** e **Pierotti**, che pur si presenta come "appassionato di comunicazione", mentre **Toti Sanzo** mescola sport a politica, coerentemente con il suo percorso, e dando prova di conoscenza del mezzo.

Fine dell'esperimento con i politici. La prossima settimana proporremo un'altra selezione che stiamo preparando per voi.

Intanto, se siete rimasti delusi da un'analisi che non ha scoperto grandi "chicche" degne della "classifica dei tweet" del più celebre Gazebo, non prendetevela con noi, che i cinguettii ci limitiamo a raccoglierci.