

SPECIALE ELEZIONI - Candidati governatori, sfida tra consulenti. Per conquistare voti Chiodi si affida a De Dominicis, Costantini a Casaleggio

PESCARA Sito personale, blog, video su YouTube, messaggini, comunicatori ed esperti d'immagine. La corsa alla presidenza della Regione passa anche da qui. E' stato Obama, neo eletto presidente degli Stati Uniti, il primo ad usare la rete per fare campagna elettorale e a ricorrere ad una massiccia comunicazione per accendere nei cittadini la voglia di esserci. E visti i risultati, si saranno detti i politici di casa nostra, meglio non lasciare nulla di intentato. Così, mentre Gianni Chiodi (Pdl) si affida a uno staff di esperti in marketing e pubblicità, Carlo Costantini (centrosinistra) sceglie il guru del web Gianroberto Casaleggio, lo stesso di Beppe Grillo.

Costantini crede molto nelle potenzialità di internet «dove», dice, «si è nudi, privi di difese», tanto che in questa sua campagna elettorale si fa seguire con una telecamera da uno dei migliori blogger italiani, Claudio Messori. Per la comunicazione tradizionale, quella fatta di volantini e porta a porta, si affida invece a un gruppo di volontari, mentre per il programma ha messo al lavoro un pool di superesperti di cui però non rivela i nomi. Ed è top secret (o quasi) anche il gruppo di assistenti, pubblicitari e consiglieri che aiutano Chiodi in questi giorni. Certo è che il candidato del centrodestra è sempre circondato da uomini e donne che ne curano l'immagine, gli spostamenti, le apparizioni pubbliche. Tra coloro che non lo perdono mai di vista c'è Giuseppe De Dominicis, titolare dell'agenzia di pubblicità teramana "Bdd". E' lui che approva o dissente, che indica agli altri dello staff cosa fare, che cura gli aspetti promozionali. Ma non è il solo. Si fa vedere con Chiodi anche il senese Girolamo Melis, spin doctor, ossia consulente e consigliere, della sua campagna elettorale. Melis è noto per il suo approccio diretto e per le invettive che lancia dal suo blog, dove tra le altre cose dà dello «scemo» a Veltroni e definisce Chiodi «il Ronaldinho teramano». Stile e investimenti economici diversi per Teodoro Buontempo (La Destra) e per Ilaria Del Biondo (Pcl). «Ho un sito con documenti audio e video» dice la Del Biondo, «ma la mia campagna elettorale è per strada, con i banchetti e con i militanti del mio partito». Per Buontempo «quelli che ricorrono ad esperti e consulenti sono candidati virtuali, prigionieri politici». Lui ha con sé solo un amico che svolge le funzioni di segretario, «di tutto il resto» dice, «si occupano le federazioni presenti sul territorio, i militanti del partito, i cittadini che si sono messi a disposizione spontaneamente». Tutti giovani, per lo più ragazze, nella segreteria di Rodolfo De Laurentiis (Unione di Centro).

«Il sito è bloccato da tempo», ci dicono, «ma il problema è stato aggirato con l'aiuto di blog amici, dei gruppi su facebook, delle newsletter quotidiane e dei messaggini che partono direttamente dal telefono del candidato, perché i fondi sono pochi e si fa quel che si può».