

LE PAGELLE

# I siti. Bocciati Berti, Cenni e Faenzi Antichi e Fontanelli promossi a pieni voti

*Davide Guadagni, pisano, esperto di comunicazione, ha analizzato il modo in cui sei leader politici toscani utilizzano gli strumenti online. Ecco le pagelle che ha attribuito.*

**ALESSANDRO ANTI-CHI**, consigliere regionale.

*Strumenti:* sito, Facebook.

*Commento:* Per il sito. Fatto in casa. Grafica datata. Attivo da tempo e si percepisce la verve artigiana. Post nel blog abbastanza frequenti, e per nulla banali, fermi al 2 aprile dopo una maratona elettorale con tanto di proiezioni.

Per Facebook: ha due postazioni. Una personale dove è attivo - si capisce che opera in proprio - e conta oltre tremilacinquecento amici. Una pagina dei fans con altrettanti sostenitori, ferma al 16 marzo. Di tutti mostra di essere il più navigato e capace di muoversi in proprio.

*Voto:* 7, perché viene da lontano.

**RENZO BERTI**, sindaco di Pistoia.

*Strumenti:* blog e sito.

*Commento:* per il sito elettorale grafica di maniera e piena di promesse (sui contenuti dello stesso) non mantenute, viaggia abbandonato sul web dal 14 gennaio 2009.

Per il sito: grafica primordiale, contenuti incomprensibili, risulta abbandonato del 2007. Rintracciabili online video di suoi interventi: non esaltanti.

*Voto:* 3, per la malinconia.

**ROBERTO CENNI**, sindaco di Prato.

*Strumenti:* sito, Face-

book.

*Commento:* per il sito elettorale grafica datatissima. Sopravvive alle elezioni ma conta pochi interventi e solo in occasioni particolari. E' fermo al 17 febbraio scorso.

Per Facebook: ha una pagina personale dove ha fatto il pieno di amici (5.000) e dove si raccolgono gli annunci dei cittadini a cui lui risponde con sufficiente attenzione. Contraria però allo spirito di Facebook, è la pagina del sindaco non dell'uomo.

*Voto:* 5 per la buona volontà.

**MONICA FAENZI**, consigliere regionale, sindaco di Castiglione della Pescaia.

*Strumenti:* sito, Facebook.

*Commento:* per il sito-elettorale. Grafica eccessiva, contenuti discreti, salvo parti di pura propaganda. Aggiornato al 26 marzo. Quando si è votato?

Per Facebook: Ha una pagina dei fans (non ufficiale), assolutamente priva di contenuti che conta circa un decimo (590) dei fans di Rossi. Un'altra (ufficiale) che porta tracce di interventi solo nel giorno in cui è stata creata (17 febbraio 2010) e che di fans ne ha anche meno (516).

*Voto:* 4 per il rapporto costi benefici.

**PAOLO FONTANELLI**, parlamentare.

*Strumenti:* sito, blog.

*Commento:* sito fatto in casa. Grafica datata. Un po' farraginoso nell'ingresso ma piuttosto efficace nei contenuti. Costruito per le elezioni, sta proseguendo (rarietà) regolarmente. Fontanelli è arrivato tardi al mezzo ma fa da sé e si sa muovere, fa addirittura, sul blog contenuto nel sito, cro-

nache in diretta dalla Camera e commenta con la sua tipica e verbosa puntualità i fatti nazionali e locali. Si indispettisce se alcuni commenti escono dalle righe ma di più se escono sui giornali. Letto dagli addetti ai lavori, detta la linea.

*Voto:* 7, soprattutto per il presidio diretto.

**ENRICO ROSSI**, presidente della Regione.

*Strumenti:* sito, Facebook.

*Commento:* per il sito-elettorale. Grafica e struttura professionali colme di contenuti e aggiornati a oggi e in tempo reale. Non si percepisce la sua presenza e il suo contributo personale.

Per il blog. "La Toscana che voglio". Forse è un blog, ma chiede l'iscrizione a priori e io non mi sono iscritto.

Per Facebook. Ha due postazioni: la pagina dei fans personali (oltre 5500) - dove le sue dichiarazioni sono messe tra virgolette - e quelli de "La Toscana che voglio" che raccoglie le dichiarazioni di coloro che corrono in soccorso del vincitore. Entrambi molto agiografici, altrettanto spersonalizzati, ma estremamente strutturati e puntuali.

*Voto:* 7, per l'efficienza dello staff.

