

FATTIDIVITA

Anche con i server israeliani gli italiani non ci sono cascati

RIFORMA 2016
LE CARTE SU
RENZI SVELANO
I TRUCCHI
PER ORIENTARE
IL REFERENDUM:
SOLDI BUTTATI!
SILVIA TRUZZI

Le recenti rivelazioni dell'inchiesta Open svelano il lato più tragico del dibattito pubblico in questo disgraziato Pacsc, che si riassume nella barzelletta dell'ubriaco che va a sbattere contro l'albero e poi se la prende con l'albero. Siccome però alla bugiardissima obiezione - "il Fatto ha pubblicato il conto corrente di Matteo Renzi" - hanno già risposto il direttore e altri colleghi, ci asteniamo dal farlo a nostra volta. Abbiamo avuto però un "istante *déjà vu*" come cantava Guccini e siamo tornati al 2016, nel pieno della campagna referendaria per quel capolavoro che fu la riforma Renzi-Boschi. Tutti conoscevano a menadito "le ragioni" del Sì, balle (alcune criminali, come quelle sulle malattie che si sarebbero curate meglio) ripetute ogni giorno a reti unificate dall'allora premier e dal suo seguito senz'alcuna possibilità di smentita, perché il no è stato lasciato totalmente senza voce. Roba tipo che dal 1° al 31 luglio 2016 Renzi nei telegiornali italiani aveva parlato più delle opposizioni tutte insieme: 11 ore e 6 minuti contro le 10 ore e mezzo del resto del mondo. I dati erano stati pubblicati da Geca Italia, la società che fornisce le rilevazioni all'Agcom, la quale poi era intervenuta, seppur con una "raccomandazione".

Questo episodio ci è tornato in mente leggendo sul sito del Fatto i carteggi tra "Renzi e i suoi", come si usava dire ai tempi del regno del Rignanese. C'è uno scambio meraviglioso con Fabio Pammolli, all'epoca consulente del governo, il quale spiega al premier che in quel momento avevano la possibilità di interagire con un'ottantina di pagine Facebook per un totale di 20 milioni di contatti e che avevano indivi-

duato una strategia basata su messaggi indirizzati da persone non associabili alla campagna per il Sì. C'era però un timore sulla privacy, che il presidente del Consiglio liquidò con "Non perdetevi tempo e partite. Altro che privacy. I nomi li sappiamo. Dà!". *A' la guerre comme à la guerre?* Ma va', per vincere lo squadrone del Sì decide di avvalersi anche di costosi software israeliani, come Tracx e Voyager analytics, che misurano il "sentiment" sui social e individuano gli utenti più seguiti su certi argomenti. Secondo Carrai servono per "monitorare e influenzare la campagna", visto che riescono a trovare per ogni singola persona il gruppo di riferimento, cosa pensa, chi la influenza e come. Fino a rintracciare "possibili Benigni" (l'attore si era dichiarato a favore del Sì). "Sarà una cosa mai vista", scrive Carrai. Ma questi sistemi costano assai: Voyager 260mila dollari, Tracx 60mila euro. Se ne occupa e preoccupa anche Alberto Bianchi, presidente di Open, a causa del *conquibus* che arriva quasi tutto dalla fondazione. Ed è questa la ragione (gli indagati, solo Renzi e Carrai, sono tali per altri fatti) per cui oggi conosciamo l'edificante storiellina: secondo l'accusa dimostra che Open si comportava come un'appendice del partito.

NON RIPETEREMO qui le contraddizioni in cui è caduta la difesa di Renzi, quel che diceva sui *troll*, sul condizionamento democratico, sui conti correnti milionari dei politici (affermazioni fatte in televisione con tanto di proprio estratto conto proletario alla mano). La verità è più forte del rumore che fanno le unghie sugli specchi, anche se queste unghie appartengono a un politico che ancora oggi gode di un'attenzione mediatica non proporzionale al suo peso politico. Il retroscena sulla campagna referendaria ci dice proprio che nonostante la forzatura del confronto, i cittadini non si sono fatti infiocchiare. Da un lato una buona notizia per la nostra democrazia, dall'altro l'ennesima conferma del livello della nostra classe politica. Nota finale: quale sarebbe stato il risultato del referendum del 4 dicembre se ci fosse stato un dibattito vero e democratico?

DATA STAMPA



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 2994

