

Nuove opere, infrastrutture, rifiuti, energia #NO2.0. Il web come megafono di un dissenso in crescita

Presenza web e impatto dei movimenti di opposizione a infrastrutture, grandi reti e investimenti industriali: i risultati del secondo Rapporto “#NO2.0, come il dissenso comunica sul Web” diffusi oggi a Roma.

Presentata presso la sala Capranichetta dell’Hotel Nazionale, a Roma, la seconda edizione di #NO2.0 – Come il dissenso comunica sul Web: Rapporto sui fenomeni di opposizione a infrastrutture, grandi reti e investimenti industriali visti dalla Rete. Il Rapporto, realizzato da Flead Digital Consulting (agenzia di comunicazione corporate, specializzata nel monitoraggio e nell’analisi della rete) e Public Affairs Advisors (società di consulenza strategica specializzata nelle relazioni istituzionali, nello stakeholder engagement e nei progetti di accettabilità), si basa sull’analisi di oltre 100mila fonti Web in lingua italiana in relazione a un perimetro cronologico di un anno (da maggio 2015 ad aprile 2016) e lascia emergere molteplici spunti di riflessione, dalle dinamiche della comunicazione a quelle più generali di politica industriale e del territorio.

La prima direttrice di ricerca si è basata, in fase di analisi, sulle numerosissime terminologie che, a vario titolo, identificano sulla Rete i fenomeni di opposizione oggetto d’indagine: dal NO TAV, al NO TRIV, al NO Grandi Opere, al NO Terzo Valico e No Inceneritore, in un dedalo fittissimo di gruppi territoriali e nazionali che si accreditano nella società e nel panorama mediatico con modalità differenti ma contraddistinte dall’essere “dal basso”.

La seconda direttrice di ricerca si è concentrata sulla semantica e sul linguaggio “veloce” e talvolta colloquiale, propri delle interazioni Web: dai tweet di Twitter ai commenti nei forum, concentrandosi su parole-chiave aperte come “Devastazione territorio”, “Opposizione territoriale”, “Comitato contro” ecc.

I risultati dell’analisi consegnano i seguenti elementi distintivi:

Un dissenso in crescita, soprattutto in Rete. La crescita delle proteste di cittadini e di organizzazioni contro progetti di nuove opere, infrastrutture, investimenti industriali è costante e presenta un significativo aumento rispetto alla rilevazione dello scorso anno, a conferma di una tendenza dal forte impatto locale, regionale e nazionale.

Un NO che unisce. Seppure nella diversità d’intenti e modalità, ciò che risulta comune ai molti e diversi movimenti di opposizione è la sinergia in termini di partecipazione, supporto e condivisione di informazioni: il «NO» assume la connotazione di concetto universale che unisce indipendentemente dalle differenti istanze di partenza.

La protesta “istituzionalizzata”. Dei primi dieci account Twitter - per numero di Tweet prodotti sui temi mappati- ben sette sono riferibili al Movimento 5 Stelle. L’evoluzione del M5S da movimento di protesta esterno alle istituzioni a movimento politico interno alle istituzioni ha fatto sì che la protesta abbia assunto una vera e propria rappresentanza formale e che quindi, di fatto, si sia “istituzionalizzata”.

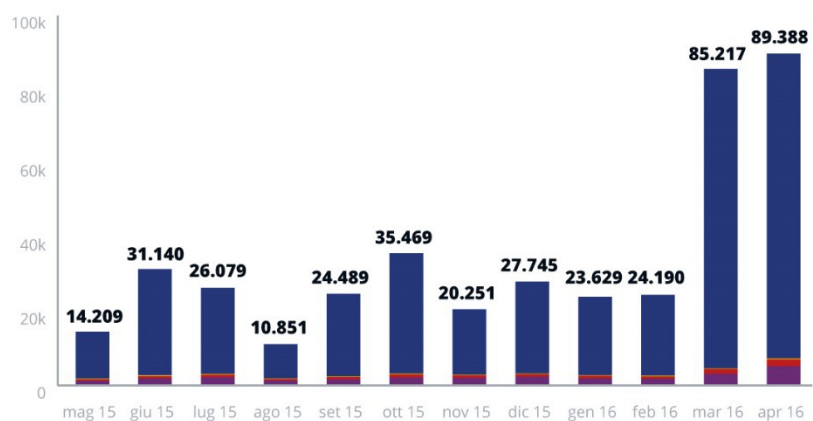
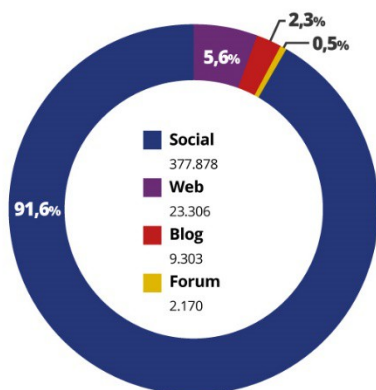
Mancanza di comunicazione. Il denominatore comune dei movimenti di protesta è la loro capacità di sapersi compattare a fronte di un vuoto comunicativo da parte di chi è a capo dell'opera da realizzare, che sia un'Istituzione, una persona fisica o un'azienda. L'assenza di una reale condivisione del progetto e delle opportunità che potrebbe presentare per il territorio, determina la nascita di gran parte delle proteste analizzate. Quando i soggetti proponenti opere che impattano sul territorio non attivano in maniera preventiva azioni di stakeholder engagement e di informazione capillare sul territorio, la nascita di fenomeni di contestazione appare come una conseguenza inevitabile.

Un percepito negativo e trasversale. I temi del dissenso, trasversalmente comuni a molti dei movimenti presi in esame sono: l'inutilità delle nuove infrastrutture, il forte impatto ambientale e la conseguente scarsa sostenibilità, i costi eccessivi rispetto ai presunti benefici, la gestione di appalti e investimenti.

I Social Network. Oltre il 90% dei contenuti di opposizione rilevati sulla Rete proviene dai social network, con un picco registrato da Twitter, utilizzato per lo più come megafono di mobilitazione istantanea, oltre che di espressione immediata del proprio dissenso. Con oltre 370mila tweet (91,2% del totale dei contenuti rilevati), Twitter si attesta come la fonte più attiva sul web per quanto riguarda i movimenti di opposizione.

VOLUMI PER CANALE

(1° Maggio 2015 - 30 aprile 2016, Monitoraggio web Italia, Numero discussioni)



#NO2.0 COME IL DISSENSO
COMUNICA SUL WEB

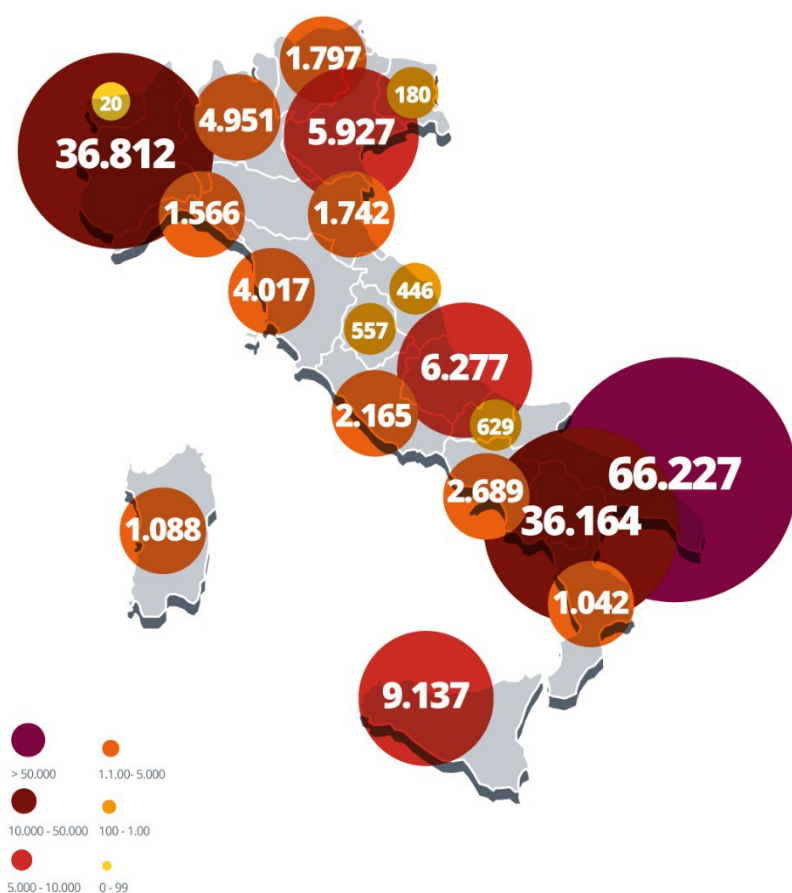
PUBLIC AFFAIRS
ADVISORS

fleed
digital consulting

La localizzazione geografica dei contenuti per i panel nazionali studiati in maniera più approfondita dal Rapporto (NO Tav, NO Triv, NO TTIP, problema Xylella per gli ulivi in Puglia, Grandi Opere/Infrastrutture/Rifiuti), è soprattutto - ma non unicamente - legata ai territori di riferimento, come ad esempio la Puglia per il tema NO Triv ma si espande anche altrove, soprattutto per fenomeni più trasversali come il TAV.

LOCALIZZAZIONE GEOGRAFICA DEI CONTENUTI

(1° Maggio 2015 – 30 aprile 2016, Monitoraggio web Italia, Numero discussioni)



REGIONI PIÙ ATTIVE

(Numero di Discussioni)

NO TRIV

PUGLIA	12.302
BASILICATA	10.190
ABRUZZO	5.701

NO TAV

PIEMONTE	35.869
VENETO	4.837
TRENTINO ALTO ADIGE	1.659

XYLELLA

PUGLIA	51.910
LIGURIA	196
TOSCANA	155

NO TTIP

LOMBARDIA	2.644
LAZIO	689
TOSCANA	444

#NO2.0 COME IL DISSENSO
COMUNICA SUL WEB



Tra gli account Twitter più retwittati spiccano, in valore assoluto notav_info, account “ufficiale” della protesta NO TAV, con oltre 11mila retweet derivati da circa 700 tweet originali; StopTTIP_Italia, account “ufficiale” della protesta contro il Trattato di liberalizzazione commerciale transatlantico, con quasi 7mila retweet derivati da circa 700 tweet originali.

Vera personalità politica di riferimento di Twitter è Alessandro Di Battista, che con il proprio profilo ale_dibattista (quasi 6mila retweet) si pone come megafono della protesta. Interessanti anche i dati di Greenpeace_ITA (8.474 retweet, molti dei quali incentrati sulle tematiche No Triv) che testimoniano come anche uno storico movimento di protesta noto per le proprie azioni eclatanti, abbia in qualche modo compreso l'importanza della capillarità permessa da Twitter e aggiornato in ottica social la propria comunicazione.

“Il merito di questo Rapporto consiste nel consegnare una fotografia nitida e particolareggiata di ciò che sta accadendo all'interno della nostra società, globalizzata e al tempo stesso individualista, sempre più liquida e senza reali punti di riferimento – afferma Giovanni Galgano, Direttore di Public Affairs Advisors – Comunicazione scarsa e poco efficiente, a livello istituzionale, spesso aziendale, mancanza di condivisione: queste sembrano essere le coordinate che disegnano un

perimetro di protesta sempre più difficile da monitorare. Un dissenso trasversale a origini, fasce sociali, luoghi, temi che trova la sua identità proprio nell'identificazione del nemico comune: il "NO" al progetto, alla grande opera, con le istituzioni e il sapere ufficiale che sembrano perdere di credibilità, giorno dopo giorno, quasi inermi di fronte alla protesta che vede nel web il suo megafono: una piazza virtuale dove i cittadini si sentono protagonisti in prima persona di scelte che in altri tempi avrebbero delegato ai soggetti competenti."

"Il nostro Rapporto, che non intende mettere in discussione il merito delle proteste e la giustizia o meno delle opposizioni manifestatesi- ha concluso Galgano - vuole essere anche un invito a riflettere sulla necessità di istituzionalizzare percorsi partecipativi per la localizzazione di nuove infrastrutture o opere, come pur si inizia a fare, evitando con cura di allungare ulteriormente i tempi delle scelte".

"La dimensione pubblica del dibattito che nasce e viene condiviso sul web potrebbe essere un'opportunità, se utilizzata in maniera proattiva - ha dichiarato Alessandro Giovannini, Managing Director di Flead Digital Consulting - Uno spazio di condivisione importante per le molte istanze moderate e apolitiche che ad oggi non trovano visibilità. Non bisogna, infatti, dimenticare che molto spesso il ritardo con cui le aziende si relazionano con gli stakeholder coinvolti nella realizzazione di opere che impattano sul territorio può rivelarsi come un boomerang consentendo a chi intende opporsi al progetto proposto, a torto o a ragione, di essere assoluto protagonista del dibattito pubblico".

Fonte: Powerzine.it