Ill.mo Signor

Walter Kaswalder

Presidente del Consiglio provinciale

SEDE

Trento, 25 maggio 2020

Interrogazione n.

**Crossposting tra Provincia e Lega Salvini, tutto regolare?**

In occasione dell’emergenza Covid-19 la Giunta provinciale, attraverso l’organizzazione dell’ufficio stampa della Provincia, ha incominciato a convocare quotidianamente conferenze stampa di aggiornamento ed a trasmetterle in diretta sia attraverso social (facebook), sia su emittenti locali.

L’iniziativa, che poteva essere positiva in una prima fase di emergenza, quando la tensione tra la popolazione aveva raggiunto livelli molto elevati e le ordinanze della Provincia si susseguivano intrecciandosi ai provvedimenti nazionali, via via che si è entrati in una fase di “ordinarietà dell’emergenza”, ha perso molto della sua ragion d’essere, e pare essere ormai diventata uno strumento di comunicazione più politica che istituzionale.

Questo emerge dall’affinarsi nel corso del tempo delle strategie di comunicazione, in particolare da parte degli esponenti della Lega Salvini e dello stesso partito. In particolare la commistione tra profilo istituzionale e politico si è fatta sempre più evidente, con un utilizzo disinvolto del simbolo della Provincia, al di là di quanto previsto dalle normative vigenti (tema già oggetto di interrogazione da parte degli scriventi consiglieri).

Da qualche settimana la Lega Salvini ha incominciato a trasmettere ‘in diretta’ alcuni spezzoni delle dirette video del Presidente Fugatti abilmente confezionati per fungere da messaggio propagandistico, con tanto di simbolo della Provincia Autonoma di Trento in bella vista, registrando un numero di visualizzazioni improvvisamente elevatissimo, dieci volte i numeri che faceva normalmente (al massimo 2-3000 visualizzazioni).

E’ necessario svolgere una parentesi tecnica. Esiste tra le diverse tecniche di comunicazione sui social una pratica, quella del crossposting. Cross postare un video su facebook vuol dire dare la possibilità ad uno stesso filmato di essere trasmesso o pubblicato attraverso più pagine contemporaneamente in diretta o in momenti diversi, in una maniera davvero efficace in termini di visibilità.

Infatti il **crossposting** oggi **permette di pubblicare un contenuto su più pagine, come se fosse contenuto “originale”** di ogni pagina che lo pubblica e non come condivisione (quindi con una chiara gerarchia tra chi è l’autore del post e chi lo condivide).

Per fare ciò occorre che la pagina ‘sorgente’ autorizzi la/le pagine che ne fanno richiesta a fare crossposting del suo video, e a loro volta le pagine in questione devono ‘dare il permesso’ alla pagina sorgente di trasmettere il suo video anche tramite le loro pagine. Si tratta quindi di un’operazione complessa che non può svolgersi senza l’esplicito consenso di entrambe le parti: non è una cosa che può accadere ‘per caso’.

Nelle scorse settimane la pagina della Lega Salvini ha trasmesso - e continua a trasmettere - sotto forma di ‘video in diretta’ originali, spezzoni delle dirette del Presidente Fugatti abilmente elaborati ai fini della propaganda di partito.

Questi video non sono però contenuti originali della pagina Lega Salvini Trentino, ma video trasmessi tramite crossposting con la pagina ‘sorgente’, che è quella del Presidente della Provincia Fugatti, il suo profilo ufficiale (<https://www.facebook.com/maurizio.fugatti/>): è quindi il social media manager di Fugatti che ha creato materialmente quei video tagliando e montando pezzi delle conferenze stampa di Fugatti.

Ecco una prima questione: un conto sono le conferenze stampa, che sono una comunicazione istituzionale, dove l’impiego del simbolo della Provincia è giustificato, un altro conto è l’utilizzo di questi filmati istituzionali per la creazione di video propagandistici dove l’impiego dello stesso simbolo è più difficilmente giustificabile; video che poi finiscono per diventare armi di propaganda di un singolo partito, che le utilizza direttamente, come fossero suoi contenuti originali, per le sue dirette ‘fittizie’.

E’ dunque evidente che la pagina della Lega ha chiesto e ottenuto di fare crossposting alla pagina di Fugatti con questi video, avendo l’accortezza di non pubblicarli in contemporanea perfetta con la pagina di Fugatti, ma con qualche minuto di differita, forse per rendere meno evidente la cosa (infatti si può fare crossposting sia in contemporanea, sia attivare una funzione per cui chi amministra la pagina ‘ricevente’ può decidere manualmente quando far partire il crossposting).

Perché la Lega ha scelto di fare crossposting con i video di Fugatti e non di condividerli semplicemente? Se li avesse semplicemente condivisi, cosa legittima, non sarebbe andata incontro alle nostre critiche perché quando si impiega lo strumento della condivisione è chiaro ed esplicito chi è la fonte/l’autore del post che si va a condividere. Invece con il crossposting i video di Fugatti vengono mandati in diretta dalla pagina facebook della Lega come fossero contenuti suoi, originali, creati da lei, non si vede chi è la pagina ‘sorgente’ che li ha creati.

Perché ci soffermiamo su tale tecnica? Perché consente degli enormi vantaggi comunicativi:

- di tempo. Il social media manager di Fugatti crea un prodotto che può immediatamente vendere su due piazze, la pagina del presidente e quella della Lega, come se fosse un contenuto originale per entrambi;

- quando si fa crossposting le visualizzazioni totali che fa un video su tutte le pagine in cui viene proiettato vengono ‘attribuite’ da facebook sia alla pagina sorgente (Presidente Fugatti) sia alla/e pagine ricevente/i (Lega Salvini). La pagina di Fugatti ha in questo periodo molte visualizzazioni proprio in virtù del fatto che è una pagina ufficiale e che ci troviamo in questa fase di emergenza.

Attraverso il crossposting il Presidente Fugatti ‘regala’ questi numeri altissimi di contatti e visualizzazioni dei suoi video (parliamo di oltre 20.000 persone) alla pagina della Lega!

Che ovviamente ne beneficia grandemente: infatti, se facebook nota che una pagina ‘tira’ molto la premia e la privilegia nelle visualizzazioni facendola comparire più spesso sui diari facebook delle persone perché la percepisce come una pagina che ‘piace’.

In sintesi Fugatti usa il suo appeal di figura istituzionale per trainare la pagina facebook del suo partito, che in tal modo moltiplica la sua visibilità direttamente e facendola comparire molto più sui diari dei cittadini trentini. Infatti in questo modo i video che pubblica la Lega Salvini risultano fintamente ‘in diretta’ e quindi hanno più visibilità, anche perché di solito i follower della pagina che sta ‘trasmettendo in diretta’ ricevono un avviso e sono portati ad andare a visualizzare il video in questione.

La dimostrazione dell’utilizzo di questo metodo è il fatto che questi video hanno esattamente lo stesso numero di visualizzazioni sulla pagina del Presidente Fugatti e su quella della Lega, come emerge controllando i dati (presi qualche giorno fa):

- Video “Tamponi a tappeto” pubblicato dal Presidente Fugatti il 23/05 alle 16.49, dalla Lega alle 17.05. Numero visualizzazioni Presidente Fugatti 26.917; numero visualizzazioni Lega 26.917

- Video “nasce la mascherina” pubblicato dal Presidente Fugatti il 20/05 alle 12.22, dalla Lega alle 12.23. Numero visualizzazioni Presidente Fugatti 20.831; numero visualizzazioni Lega 20.831

- Video “il governo faccia riaprire” pubblicato da Presidente Fugatti il 19/05 alle 18.35, dalla Lega alle 18.58. Numero visualizzazioni Presidente Fugatti 23.330; numero visualizzazioni Lega 23.330

- Video “record tamponi” pubblicato da Presidente Fugatti il 19/05 alle 13.24, dalla Lega alle 13.27 Numero visualizzazioni Presidente Fugatti 17.724; numero visualizzazioni Lega 17.724

- Video “obbligatorio …” pubblicato da Presidente Fugatti il 19/05 alle 10.12, dalla Lega alle 10.24 Numero visualizzazioni Presidente 22.438; numero visualizzazioni Lega 22.438

- Video “libertà di movimento” pubblicato da Presidente Fugatti il 18/05 alle 22.04, dalla Lega alle 22.05 Numero visualizzazioni Presidente Fugatti 33.451; numero visualizzazioni Lega 33.451

Tutto ciò premesso, interrogo il presidente della Provincia per sapere:

1. Se consideri legittima la creazione di materiale propagandistico per la pagina facebook ufficiale del presidente Fugatti tramite l’elaborazione di filmati ufficiali della Provincia Autonoma di Trento e se sia stato autorizzato all’impiego del simbolo della Provincia Autonoma di Trento per tali fini;
2. se si consideri opportuno sfruttare l’emergenza covid-19, che tante vittime ha fatto nella nostra provincia, per confezionare video propagandistici sulla pagina ufficiale del presidente della Provincia, che enfatizzano alcuni risultati positivi parziali e omettono quelli negativi e critici;
3. se conferma l’utilizzo della tecnica del crossposting tra la pagina ufficiale del presidente Fugatti e quella del partito Lega Salvini per il Trentino;
4. se consideri legittimo la trasmissione in diretta su una pagina di partito di video propagandistici tratti da filmati ufficiali della Provincia autonoma di Trento, con il simbolo della Provincia, ed in caso di risposta affermativa, in base a quali disposizioni normative;
5. se il social media manager che gestisce la pagina ufficiale su facebook del Presidente Fugatti sia lo stesso che gestisce la pagina del partito Lega Salvini per il Trentino, chi sia, e se viene pagato, anche parzialmente, con risorse pubbliche.

A norma di Regolamento si richiede risposta scritta

Distinti saluti

 cons. Luca Zeni

   cons. Alessio Manica