

“La menzogna diventa realtà e passa alla storia”

Da Orwell ad Alex Anderson: la fake candidatura alle presidenziali degli Stati Uniti

Un incontro davvero interessante quello di venerdì scorso al Master in Media Relation e Comunicazione d'impresa.

L'ospite è Alessandro Nardone, esperto di marketing digitale, docente, autore di libri e fautore di un'impresa senza precedenti.

Con l'intento di lanciare sul mercato anglofono il suo romanzo “Il Predestinato”, Alessandro Nardone decide di candidare il suo protagonista, Alex Anderson, alle primarie repubblicane, creando un'incredibile case history che ha interessato i media di mezzo mondo.



Alessandro Nardone, oltre alla sua passione per la narrativa e ai libri incentrati sulla case history della candidatura fake di Alex Anderson, ci ha presentato il suo ultimo libro, “Orwell”, da cui prende il nome la startup dedicata ai temi dell'informazione e della comunicazione di cui è CEO e fondatore.

“Orwell” rappresenta un po' il compendio del percorso che egli ha compiuto da quando ragazzino entrò in contatto con i videogame e la tecnologia. È un libro che racconta il digitale in maniera autobiografica, dall'Atari2600 al Commodore64, dall'Amiga500 con cui iniziò a programmare fino ad arrivare all'avvento dell'iPhone. E poi l'informazione moderna, di cui Nardone spiega le caratteristiche e le contraddizioni grazie al curioso caso di Alex Anderson, che ha evidenziato la presenza di una falla sia nel sistema elettorale americano sia nel mondo dei social.



La parte storiografica della lezione è stata indispensabile per delineare in maniera corretta una realtà di cui la nostra generazione non ha fatto esperienza diretta. L'intento di Nardone è stato quello di farci capire che per poter parlare correttamente di digital oggi e per utilizzare al meglio tali strumenti è bene aver chiaro il processo evolutivo che nel giro di pochissimi anni ci ha portati in un presente in cui viviamo perennemente connessi, utilizzando strumenti tanto utili quanto potenzialmente pericolosi. Molto importante il tema della privacy e dei dati personali, su cui Nardone si

è soffermato, sottolineando che non dobbiamo mai dimenticare che tutto ciò che mettiamo in rete ci rappresenta nel presente e ci rappresenterà nel futuro.

Grazie allo smartphone, oggi siamo sempre e comunque raggiungibili, bombardati da una miriade di notifiche durante tutto l'arco della giornata. I recenti dati dimostrano che, in Italia, siamo connessi sei ore al giorno. Sei ore di esposizione ad una grande quantità di input continui. Oggi la merce siamo noi, è la nostra attenzione, i nostri contenuti. Nardone è partito da queste premesse per metterci davanti a due questioni di grande importanza. La prima è rappresentata dalla necessità di muoversi nella rete con consapevolezza, cercando di tutelarci e di non cadere nel terreno delle *fake news*. La seconda questione, è di come la **costanza** sia una delle "conditio sine qua non" che determinano il successo di una campagna di comunicazione.

Allo stesso modo, sottolinea come l'utilizzo di un certo tipo di **linguaggio** per perorare una determinata causa sia uno strumento essenziale per la nostra comunicazione, e che altrettanto fondamentale si rivela la **qualità** dei contenuti che mettiamo in rete. *La pubblicazione continuativa e costante di contenuti che abbiano un alto standard qualitativo* è, secondo Alessandro Nardone, la ricetta per fare la differenza nella comunicazione digitale. Trump nella sua campagna di personal branding, la più grande mai messa in atto nella storia, ha messo in pratica questa strategia. Rinunciando quasi totalmente alla sua privacy, Trump è riuscito a fidelizzare e a portare dalla sua parte tanto i repubblicani quanto i democratici.



Ed è a questo punto che Alessandro Nardone ha cominciato a parlarci del suo alter ego, il congressman della California Alex Anderson. Un politico che, dalle pagine di un romanzo, ha preso vita attraverso il proprio creatore ed è diventato un candidato alle primarie repubblicane.

Nardone ci ha descritto tutte le fasi di questa finta candidatura: dal contesto iniziale in cui, senza budget, ha escogitato un sistema per dare visibilità al suo libro, fino al momento in cui è dovuto uscire allo scoperto in seguito all'invito a partecipare ad un dibattito con i veri candidati alle elezioni.

Una case history a dir poco incredibile quella di Alex Anderson, così come incredibile il meticoloso piano di comunicazione sviluppato dal suo autore. Durante l'incontro sono stati evidenziati i punti

di forza della sua impresa elettorale, partendo da un sito web dedicato, dove veniva presentato come fosse un brand, il personaggio inventato da lui stesso, con una biografia ben determinata e tantissime foto. Da lì, la scelta di utilizzare, tra tutti i social, *twitter*. Una scelta dettata sia dall'esigenza di arrivare nel minor tempo possibile ad instaurare un rapporto diretto con il maggior numero di elettori americani e sia dalla capacità propria di *twitter* di trasformare un contenuto in *notizia*.

Dopo gli strumenti, ci sono i contenuti, un programma concreto e valori specifici: la creazione dell'immagine di Alex Anderson. Un'immagine giovane, profondamente diversa da quella dei suoi competitor; un'immagine che fa parlare di sé, legata alla figura di Edward Snowden, ex tecnico della CIA, noto per avere rivelato pubblicamente dettagli di programmi top secret di sorveglianza di massa del governo statunitense e britannico, e ai suoi sostenitori; un'immagine amata, sempre circondata da un largo pubblico; un'immagine social, costantemente presente e attiva; un'immagine vincente!

Poi, l'esplosione dal punto di vista mediatico nel giorno in cui, attraverso la BBC, Alex Anderson esce allo scoperto. A quel punto, ingaggiato da Vanity Fair, Alessandro Nardone, che non si era mai spostato da Como per tutto il corso della campagna, si reca finalmente sul campo per seguire da vicino tutte le fasi della campagna elettorale. Una storia, quella di Alex Anderson, da cui trarre innumerevoli insegnamenti e altrettanti spunti di riflessione.

"Gutta cavat lapidem", questo è il messaggio finale che ci rivolge Alessandro Nardone per insegnarci che, qualsiasi sia l'obiettivo che ci prefiggiamo, ciò che è fondamentale è la **costanza**, senza la quale ogni nostro sforzo rischia di essere vanificato da qualcun'altro che ne avrà più di noi. Da questa lezione abbiamo, inoltre, imparato che bisogna essere pragmatici ma avere anche la capacità di non precluderci mai i nostri obiettivi e i nostri sogni, fare di tutto per rendere possibile ciò che sembra impossibile: "Se ve lo dice uno che è riuscito a candidarsi alle elezioni americane, allora credeteci".

Maria Mondelli