**Effetto arancio**

Che l’arancione portasse bene lo avevamo capito l’anno scorso, a Napoli e a Milano. De Magistris e Pisapia scelsero questo colore per la propria campagna elettorale, e fu un trionfo. Alcuni mesi dopo, a Genova, Marco Doria ha colorato nello stesso modo i propri volantini, ed ha sbalordito tutti.

Domenica 12 febbraio si sono tenute le primarie del centrosinistra, per selezionare il candidato sindaco alle elezioni amministrative di maggio. Il Pd si è presentato, scelta opinabile, con due candidati, l’una contro l’altra armati: il sindaco uscente Marta Vincenzi e la senatrice Roberta Pinotti. Poi c’era Marco Doria, Professore ordinario di Storia Economica nella Facoltà di Economia, un indipendente, anche se sostenuto da Sel. Completavano il quadro Angela Burlando ed Andrea Sassano.

I sondaggi erano particolarmente incerti; si sapeva che sarebbe stata una gara difficile per tutti e che avrebbe riservato sorprese. Il risultato però è stato clamoroso: ha vinto Marco Doria con quasi dodici mila preferenze, contro le sei mila scarse della Vincenzi e le cinque mila della Pinotti. Un uomo “normale”, non particolarmente carismatico né affascinante, ha strapazzato i suoi avversari, spendendo 8000 euro soltanto in campagna elettorale, e costringendo il Pd all’ennesimo regolamento di conti.

Come è stato possibile? Ho avuto la fortuna di seguire in parte il percorso di Doria e di conoscere persone che hanno lavorato con lui. Di Doria è piaciuta la faccia pulita, l’estraneità alla vita dei partiti, la disponibilità all’incontro e al dialogo. Emblematici in tal senso i numerosi incontri organizzati con i giovani, culminati in un venerdì sera nei “vicoli”, centro della movida genovese. Ha colpito il suo peregrinare incessante per la città, finalizzato ad ascoltare proposte e lamentele dei cittadini più che ad imporre le proprie convinzioni. I suoi detrattori gli contestano la scarsa personalità e la mancanza di idee chiare; altri invece apprezzano l’umiltà dimostrata nell’affrontare questa sfida, intrapresa con autentico spirito di servizio. Doria non ha voluto presentarsi come salvatore della città, bensì come strumento attraverso il quale poter migliorare, tutti insieme, Genova. Forse ha vinto per questo.

Inoltre, ha potuto contare su una grande forza, che i suoi rivali hanno trascurato: la potenza della comunicazione 2.0, ovvero il “tram-tram” dei social network. La Vincenzi aveva dalla sua un mandato tutto sommato positivo e una squadra consolidata, ma non è andata oltre 6000 voti (forse pagando oltremisura l’alluvione di novembre). La Pinotti godeva dell’appoggio diretto e manifesto di alcune importante personalità in città, quali l’ex sindaco Pericu e l’avvocato Roppo, oltre alla maggior parte del Pd ligure (Claudio Burlando in primis). E Doria? Per Doria si è speso unicamente e convintamente Don Gallo. Da solo non sarebbe bastato. Egli ha saputo però circondarsi di persone valide, di varie età, e ha fatto breccia in particolare tra i giovani. La sua pagina Facebook è stato un punto di riferimento costante e un’occasione di confronto, come testimoniano i numerosissimi “post” di questi mesi e i più di 3000 like. Idem si può dire del suo account Twitter e dei video caricati su Youtube. Il resto l’hanno fatto il passaparola della gente e una serie infinita di incontri con la cittadinanza.

Quello che è emerso, ancora una volta, è che la politica è cambiata. E’ tramontata inesorabilmente l’era delle segreterie di partito e dei gabinetti; non servono più le tessere, tanto meno i manifesti 6x3 sui muri. Il mondo è cambiato e vive soprattutto su internet. Per vincere, occorre conquistarsi la rete. Chiunque non capisce questo, ha vita dura. Peraltro dopo un ventennio di coma vegetativo la collettività si è risvegliata. Lo cogliamo e lo capiamo da un po’ di mesi, dal 2011 in particolare, l’anno del referendum e delle amministrative in mezza Italia. I partiti tradizionali hanno perso il proprio appeal, a causa del loro distacco totale dalla realtà e di una serie di comportamenti individuali discutibili. Sempre meno si vota un simbolo, sempre più ci si affida ad una persona. Questo può essere un rischio se non si è in grado di discernere l’intima natura dei singoli, ma più spesso garantisce risultati. Finalmente sembra di poter dire che la maggior parte di noi esige requisiti di professionalità, onestà e trasparenza dai propri rappresentanti. E questi requisiti non sembrano più rintracciabili nei partiti tradizionali, che hanno offerto pessimo spettacolo negli ultimi anni. Se ci pensiamo, è una bella notizia per tutti noi. Si aprono nuovi scenari di partecipazione alla vita pubblica, in cui tutti potremo fare la nostra parte.

A Genova è andata così. Pur non biasimando i candidati del Pd, avevamo voglia di cambiare pagina, e dare fiducia a un individuo diverso; con tutte le sue paure e incertezze, ma molto più vicino a noi.

Per questo ha vinto Doria.

Luca Traversa