

Home / Visions / Lobbying 2.0 /

Le Olimpiadi di Sochi e la rana psichedelica

30 gennaio 2014 By Gianluca Sgueo 0 commenti

Tweet 14 Mi piace 17 1 Pin.it Condividi 17 Share 1

Questa storia ha dell'incredibile. Ma è accaduta davvero. Siamo in Russia, anno 2010. Già da qualche anno Vladimir Putin ha messo su una macchina organizzativa poderosa che sta lavorando ai giochi olimpici del 2014. Per la precisione è dal 2007 che la propaganda russa celebra l'evento. Incontri ufficiali, tavole rotonde, pubblicità e, naturalmente, un comitato olimpico.

L'idea geniale viene proprio a quelli del Comitato. Perché non facciamo una consultazione online tra i cittadini per chiedere loro che mascotte vorrebbero per le Olimpiadi invernali di Sochi? Detto, fatto: in tre mesi arriva di tutto. Tigri, orsi, lupi, sciatori e fiocchi di neve. Chi non è bravo a disegnare può partecipare ugualmente, votando i disegni più belli. Il più votato – promettono gli organizzatori del concorso-consultazione – diventerà la mascotte ufficiale. Democrazia pura.



Ed è qui che accade l'imprevisto. Appare un disegno piuttosto brutto. È una rana azzurra, ha una racchetta da sci in bocca, una corona zarista, ed è ricoperta di pelo. Come se non bastasse, non ha le braccia e negli occhi le girano vorticosamente i cerchi olimpici. La rana psichedelica si chiama Zoich e si autopromuove su youtube con un filmato a metà tra il ridicolo e il grottesco. Dopo essersi lanciata con il paracadute, prende a calci le mascotte disegnate dagli avversari (potete guardarla qui)

Strana è strana, non ci sono dubbi. Ma Zoich piace ai russi, forse perché non è convenzionale come le altre mascotte. E così salta in testa alla classifica. Il filmato Youtube lo visualizzano in oltre 700mila persone. La rana psichedelica è saldamente in testa alla classifica.

A questo punto la faccenda si complica. Il comitato olimpico decide di nominare un altro comitato, di "esperti", per selezionare i disegni migliori che accederanno alla finale. Una sorta di (inutile) comitato di saggi come quelli che vanno di moda ultimamente in Italia. Il comitato ristretto si pronuncia a Natale 2010: ce la fanno in 11 su 24. Zoich non è tra questi. Ma le stranezze non finiscono qui. Pochi giorni più tardi il disegnatore della rana, un moscovita ventisettenne, dichiara alla stampa di essere stato pagato dallo stesso Comitato olimpico per disegnare qualcosa di strano e volutamente provocatorio. Insomma, rivela Zoich per quello che è: una strategia di marketing sfuggita di mano agli organizzatori e tagliata via per evitare ulteriori imbarazzi.

Cosa si insegna la storia della rana psichedelica? Anzitutto che ricorrere a qualche truccetto di comunicazione è prassi comune anche quando si fanno esperimenti di democrazia partecipativa. È successo anche nel caso delle consultazioni italiane, anche se gli organizzatori non lo ammetteranno mai. Tutto sommato, comunque, piccoli stratagemmi innocenti non sono poi la fine del mondo se non alterano il risultato e consentono di catalizzare l'attenzione del pubblico. Il problema – ed è il secondo insegnamento – è che possono andare oltre le previsioni. E lì sono guai. La viralità non fa sconti a nessuno. E in quel caso l'aiutino diventa un problema serio da gestire. Per cui, alla fine, ne va di mezzo la credibilità della consultazione e dell'istituzione che l'ha organizzata.

A conti fatti, la domanda è: conviene ricorrere a questi stratagemmi? A proposito, la mascotte delle Olimpiadi invernali russe sarà un leopardo delle nevi.



Gianluca Sgueo

Giornalista, post-doc in Democrazia e Innovazione Sociale – Center for Social Studies, University of Coimbra. E' direttore dell'area Istituzioni di I-Com, l'Istituto per la Competitività. Nel 2012 ha pubblicato "Lobbying&Lobbismi" con Egea.



Ricerca

 Cerca

INTERNET OF EVERYTHING

Un canale in collaborazione con: CISCO

CISCO

la nuova rivoluzione industriale

Inizia il futuro di Internet

Internet of Everything Italian Forum

#IoEforumIta

Seguici su Facebook e Google+



Redazione TechEconomy

Mi piace

Redazione TechEconomy piace a 13.929 persone.



Plug-in sociale di Facebook



TechEconomy

Segui

+ 1.327

Ultimi Tweet

Segui @techecon 11,1K follower

Tweet



coppolapaolo

@coppolapaolo

Non parliamo più del Ministro per l'Agenda Digital



Massimo Apicella

@MaxApi

Non parliamo più del Ministro per l'Agenda Digital

Scrivi un nuovo Tweet...

Le ultime Visions