

Nucleare: Giurì bocchia lo spot. Ecco la nuova versione

Di *Marco Milano*

Una partita a scacchi. Due giocatori, gemelli. Pedine bianche e nere. Lo scambio di battute in sottofondo non lascia dubbi su quale sia la posta in gioco: il futuro dell'energia e le sue alternative. Si tratta di uno spot che da qualche mese gira in rete e si conclude con un interrogativo inequivocabile: *“pro o contro il nucleare?”*. Una scelta pubblicitaria spiazzante nel proporre (o riproporre) un tema scomodo, a lungo evitato. Lo spot è stato l'apripista per una piattaforma web dedicata, il **“Forum Nucleare Italiano”** www.forumnucleare.it

Dopo quasi due mesi di diffusione, l'*Istituto*

dell'Autodisciplina Pubblicitaria, ha stabilito la non conformità di questa pubblicità agli articoli 2 e

46 del codice di autodisciplina della comunicazione: *“Non comunica al telespettatore gli obiettivi sociali che l'associazione inserzionista intende raggiungere”*. Ingannevole, in sostanza. Il Giurì ha bocciato lo spot il 18 febbraio scorso, nella pronuncia n.12/2011, ma la notizia ha avuto una diffusione solo qualche giorno dopo al grande pubblico. *“Forum Nucleare Italiano”*, è nato per iniziativa di soggetti direttamente coinvolti nell'*affaire* nucleare, comprendendo nelle partnership compagnie quali **Enel**, **Edf**, **Ansaldo Nucleare**, **Terna** e **Westinghouse**. A presiedere quest'associazione – ufficialmente no profit – è **Chicco Testa**, l'ex segretario nazionale di *Legambiente* e già leader proprio



di quella mobilitazione ambientalista antinucleare organizzata nel nostro Paese, dopo i fatti di Chernobyl. *“Centro di promozione e divulgazione dell’informazione tecnico-scientifica sul tema del nucleare”*. Le righe descrittive del sito introducono allo spirito ufficiale della piattaforma: un luogo di informazione arricchito dalla possibilità di confronto e dibattito sul tema dell’atomo, trovando, in parte, quanto annunciato e promesso dallo spot.

Una proposta comunicativa sicuramente di rottura, considerando la prolungata carenza di comunicazione a riguardo, giustificata dalla chiara scelta referendaria italiana di tagliarsi fuori dall’opzione nucleare. La dichiarata possibilità di fruire di uno spazio democratico e condiviso gioca un ruolo determinante. Molte delle piattaforme internet di analoga concezione, infatti, offrono agli utenti una partecipazione ‘attiva’, attraverso l’inserimento di commenti, proposte o anche obiezioni. Il web 2.0, insomma, sembra dover cercare soggetti protagonisti e non solo ricettori passivi dell’informazione. Prova ne sono i nuovi formati dei più comuni quotidiani, altre pagine di informazione scientifica o i blog e forum classici, concepiti principalmente su questa idea. *Forum Nucleare Italiano* ha trovato in quest’ idea di comunicazione un alleato strategico per la sua diffusione. E da questo punto di vista, la scommessa mediatica è risultata in parte vincente: il tam tam della rete si è mobilitato in tempi relativamente brevi, facendo registrare un discreto numero di accessi.

Un successo non sufficiente, però, a smascherare i veri obiettivi dell’iniziativa. O a rendere trasparente lo schieramento pro-nucleare, di cui non si fa comunque mistero nei contenuti multimediali offerti dal sito. La decisione del Giurì arriva dopo le denunce inevitabili di *GreenPeace*, che a gennaio ha risposto con un contro spot e un sito web (<http://www.greenpeace.it/stopnucleare/>) nei quali si mettono in evidenza la contraddizione principale del *forum*: ricchezza

di contenuti dedicati esclusivamente al nucleare contro un difficile accesso al dibattito promesso – una pagina dedicata alle ‘obiezioni’ parla di oltre 15mila commenti inviati dai cittadini al blog, proponendone solo una sintesi filtrata. Lo spot non girerà più in televisione, in rete o sugli schermi in sala. Ma il 2011 è un anno cruciale nella battaglia dell’atomo: un referendum che può bloccare i nuovi progetti di centrali nucleari è previsto tra pochi mesi. La ‘squadra nucleare’ non si dà per vinta, la reazione al provvedimento è stata quella di annunciare una nuova versione dello spot, che è stata già realizzata tenendo conto delle obiezioni del Giurì, includendo stavolta “un chiaro riferimento alla propria posizione pro-nucleare”. In qualche modo però, il tabù comunicativo sul nucleare è caduto: gli scacchisti gemelli hanno già vinto la partita in rete.

Il nuovo spot del Forum Nucleare:

Il vecchio spot, bocciato dal Giurì: