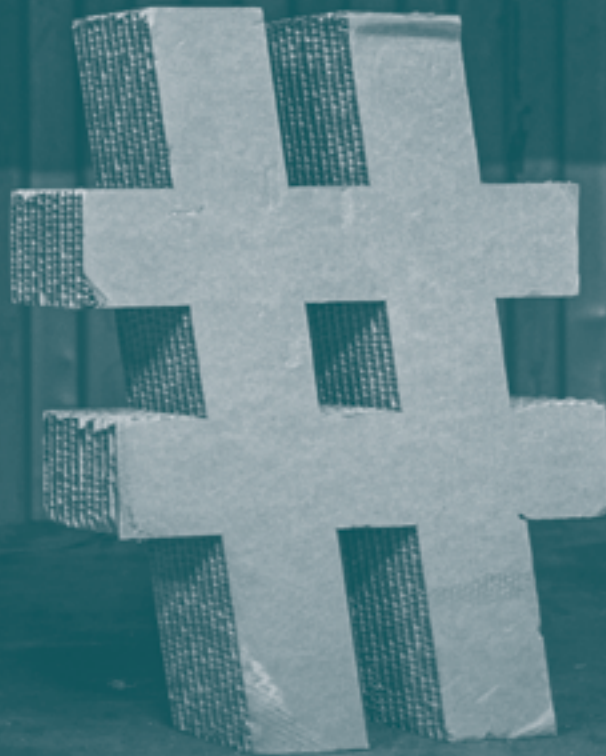


LA MALEDIZIONE DEL SOCIAL MEDIA MANAGER

Domenico Giordano
Enrico Maria Casini



arcadia[®]

Breve decalogo terapeutico per gli aspiranti smm

Le definizioni molto spesso sono come i mantici delle fisarmoniche, si gonfiano e si allargano tanto che possono includere di tutto e di più, talvolta l'inverosimile e se hai due bei polmoni a pompare ci metti dentro pure l'impossibile. Un secondo dopo, diventano strettissimi, ripiegati pigramente su sé stessi, così ogni definizione si trasforma nell'altare sacrificale dove rendere omaggio alla dea brevità.

Nel caso del social media manager, divenuto negli anni una vera e propria creatura mitologica al pari delle sirene, dei minotauri e dei cerberi, trovare una definizione unitaria, condivisa, pacifica e soprattutto esaustiva è per lo più un miraggio, un sogno per i più romantici e un incubo per i realisti.

Il social media manager è tutto e nulla, come si diceva una volta non è né carne né pesce, deve avere competenze e pazienza trasversali, è uno e trino, è Gattuso e Maradona, è Gigi D'Alessio travestito da Damiano dei Mäneskin, è Giorgia Meloni che sposa Matteo Renzi.

Il punto vero però, la scomunica sine die che si porta dietro qualunque social media manager, alle prime esperienze o per sua sfortuna già navigato, non è tanto la ricerca di un equilibrio sottile tra le molteplici personalità alle quali sapere dar voce, quanto al contrario, nel non perdere e rinunciare alla sua, l'unica bussola alla quale affidarsi per raggiungere il Nord dell'anima.

Con la presunzione di riuscire a fornire gli strumenti terapeutici non per lavorare agiatamente, ma solo per affrontare con la serenità del bradipo la discesa agli inferi dei tanti social media manager che vagano per il Belpaese, abbiamo recuperato dalla cesta delle nostre insignificanti esperienze dieci suggerimenti dieci che possono esser letti con leggerezza e subito dopo cestinati senza remore.

1. Mi chiedi troppo! Famo 500?

Il social media manager, in particolare chi ha scelto di fare l'esperienza traumatica di una campagna elettorale, si è imbattuto presto o tardi nella richiesta, tanto innocente quanto speculativa, da parte del candidato: *famo 500 dai, mi chiedi troppo!* (il romanesco non sottrae anzi aggiunge sale grosso alla comprensione di questa, insana ma comunque affascinante proposta), come se fossimo a gironzolare tra i banchi al mercato della frutta e verdura a Campo de' fiori.

Il lavoro si paga e la professionalità pure: poco compenso significa poco lavoro e poco lavoro significa che stai per utilizzare i social giusto per, senza una strategia misurabile. Allora, la prossima volta che ti vien detto: *dai famo 500*, non ci rimane che fare un salto al mercato e ritornare dal candidato con un bustone di melanzane, peperoni, patate e broccoletti!

2. Quante ore lavori?

La domanda arriva puntuale, come una cartella di Equitalia, appena ci ritroviamo seduti uno di fronte all'altro per quantificare economicamente l'incarico che il candidato o il politico vuole affidarci per seguirgli le pagine: *senti, scusa ma quante ore lavori?* La risposta migliore, ovvero l'unica che l'interlocutore aspetta di sentire è questa: *quante ore? In verità non dormo, lavoro sempre, anche di notte, festivi e festini compresi.*

Ecco fatto, prendi e porta a casa!

Perché solo in questo modo puoi scandalizzare la sua disattenzione sul senso di questo lavoro, affascinante e ingrato, un'attività che non può essere pensata e confinata in una dimensione da sudditanza impiegatizia.

Il lavoro di un social media manager non può avere cartellini da timbrare e comunque, cosa ancor più importante, non è neanche un triplo turno in miniera.

3. Già che ci sei, mi fai anche...

Nel nostro lavoro c'è sempre un cliente che con tutta la pudicizia del caso ti chiede di fargli il tweet per il cugino, un biglietto di compleanno per il figlio, un post su Facebook per il parrucchiere della moglie oppure una sponsorizzata al volo per l'amico dell'amico del suo amico pescivendolo di fiducia che ha un'offerta imperdibile sulle orate surgelate.

Già che ci sei, tanto che ti costa è una trappola insidiosa, perché implicitamente nasce come un piacere occasionale, uno piccolo sacrificio che ci verrà chiesto una sola volta e che sarebbe scortese non fare, ma che poi si rivela un'abitudine costante tanto che dal pescivendolo si passa al pizzaiolo, al personal trainer, al parroco e al garagista, così passando in rassegna tutte i mestieri del quartiere.

Al prossimo *già che ci sei*, quindi, tira fuori subito il preventivo da amico.

4. Facciamo una chat whatsapp!

Le chat sono un dedalo psichiatrico, il primo passo verso l'inferno delle notifiche, lo spogliatoio virtuale per gli esperti a tutto campo. Un enorme calderone di portaborse, segretari, assistenti, amici, parenti, mariti, amanti in cui non tutto sono autorizzati a commentare, stroncare, sentenziare.

A volte sono come “i circoli del cucito”, altre si trasformano nei “club degli inutili indispensabili”, un momento di confronto asimmetrico che ha un solo obiettivo: sprecare tempo e ottenere l'imprecazione soffocata dall'educazione.

Quindi, poche chat, e se proprio sono necessarie quando non possibile avere un rapporto *one to one* con il cliente, fare in modo di castrarle a un massimo di cinque partecipanti, per evitare un principio di cirrosi epatica dopo le 77 revisioni dei contenuti (a volte commettendo typo per l'exasperazione).

5. Mhmm, non mi piace, meglio così!

Hai atteso pazientemente tre giorni con il rubinetto che gocciolava e poi quando finalmente l'idraulico è coricato sotto al lavello per sistemarti la perdita per nulla al mondo ti verrebbe da dirgli: *Mario montalo così, secondo me funziona meglio!*

No, per nessuna ragione perché non sei un idraulico e per te un tubo rimane un cilindro metallico dove al più passa l'acqua e nient'altro.

Quello del social media manager è un mestiere che impasta teoria e soprattutto tanta pratica, fatica e fallimenti migliorativi. Non nasce la sera per la mattina e non può essere improvvisazione, quindi, prima che il cliente ci dica: *non mi piace, meglio così*, è necessario sempre motivare le proprie idee, dare una spiegazione al post da pubblicare, valorizzare l'esperienza e la casetta degli attrezzi che ci portiamo dietro.

6. Parla con lui

Quante volte ci siamo trovati a parlare con gente improbabile, persone con le quali avremmo fatto a meno anche di dividere i quindici minuti di una tranquilla pausa caffè; quella eterogenea fauna che popola la foresta del candidato e del politico da tenere debitamente a distanza, non tanto per le nuove paure pandemiche, quanto perché lontane anni luce dalla nostra idea di lavoro. E, invece, all'improvviso, ci viene detto: *parla con lui, senti lei che ne sa più di me!*

E così *nel mezzo del cammin di nostra vita mi ritrovai per una selva oscura*, popolata da uffici stampa e portavoci al limite della decenza, da segretarie sull'orlo di una costante crisi di nervi, dai collaboratori iper logorroici e factotum pluridecorati, insomma un coloratissimo mondo di mezzo – tra la politica e i cittadini – con il quale devi necessariamente imparare a parlare, convivere e in particolare a sopravvivere, sempre però in modalità Zen.

7. Ma una foto più carina?

Quella del social media manager è un mestiere che si fa arte: prendersi cura dell'immagine di un personaggio pubblico, e prima ancora conoscerne le fragilità estetico-caratteriali, è compito delicato e assai complicato. Le velleità del cliente devono essere assecondate nei limiti del possibile e del buon senso, però per assecondarle senza traumi bisogna essere in grado di maneggiare due cose: il pelo sullo stomaco e l'inventiva. Il primo è indispensabile per chiedere al candidato di abbottonarsi la camicia, di chiudere la *vraghetta* dei pantaloni, darsi una sistemata ai capelli, togliere gli occhiali specchiati. La seconda, invece, perché le foto le farai tu. Al social media manager che legge questi appunti di sopravvivenza, non rimane che dotarsi di smartphone quadrupla camera, un cavalletto regolabile, due anelli luminosi e soprattutto uno smagliante sorriso a 32 denti da tirare fuori quando il cliente ci dice: *ma una foto più carina non si può fare?*

8. Ma quanti post facciamo?

Molto spesso, prim'ancora della domanda sulle ore che pensiamo di dedicare alla giornata del candidato o dell'onorevole di turno, c'è il domandone cruciale, quello dal quale tanti clienti pensano dipenda se tu sei uno davvero bravo, un social media nerd o sei soltanto una schiappa, uno tipo bravino, ma niente di eccezionale: *quanti post facciamo?*

Come se il fordismo della pubblicazione - una variante Omicron della nuova schiavitù di questi tempi moderni - li aiutasse a riempire il vuoto di contenuti. Perché ancora in tanti pensano che il modello bulimico salviniano sia adattabile a tutti senza distinzioni di sorta; una matrice però che non è solo numerica, anzi quella è la parte meno interessante, ma invece nasconde una strategia, criticabile o meno, che può essere pericolosa se lasciata per un secondo senza controllo.

Prima di precipitare nella botola di Caduta Libera, quindi, la prossima volta che il cliente ci domanda quanti post facciamo, la risposta è: uno, fatto bene, due solo se necessario, tre se è il tuo compleanno!

9. Scusa l'orario!

Ovvero dal diario personale di Enrico Maria Casini

Ultima campagna elettorale, elezioni amministrative in uno dei tanti comuni a nord del Tevere. Vibra il cellulare, chiamata all'1.17 di notte, a quest'ora molti dormono sereni nei loro letti, mentre io sono qui seduto nel mio pub preferito a sorseggiare la seconda double IPA che spero possa funzionare come terapia per la decompressione da tutto lo stress e la frustrazione della giornata. Così, lancio uno sguardo al telefono che continua a vibrare sul tavolo, è il candidato, siamo alla chiamata 29, ci penso un attimo e poi rispondo. Filippica di 25 minuti per dirmi che tutto ciò che abbiamo detto e fatto non va bene perché il nostro competitor sui social va meglio, è più seguito, è più veloce. Mentre lo ascolto continuo a bere, metto il telefono in modalità mute e inizio a imprecare con un crescendo di toni tra il liberatorio e il catartico. Termino la mia birra, esco e torno a casa con la certezza che questo mestiere non ha orari, ma può avere scappatoie per viverlo meglio. Se volete farlo, cedete a questa verità.

10. Perché non avete pubblicato?

Ovvero dal diario personale di Domenico Giordano

Ultima campagna elettorale, elezioni amministrative in uno dei tanti comuni a sud del Tevere. Vibra il cellulare, chiamata alle 13.39 di domenica, a quest'ora molti sono a tavola, mentre io ho scelto di rifugiarmi nei miei 9 km di corsa che spero possano funzionare come terapia per la decompressione da tutto lo stress e la frustrazione accumulati in settimana. Così, lancio uno sguardo al telefono che continua a vibrare impacchettato sull'avambraccio, è il candidato, siamo alla quinta chiamata, ci penso un attimo e poi rispondo. Mi chiede conto del perché alcuni suoi amici gli stanno segnalando che il post che avevamo deciso di pubblicare non è uscito: *perché, perché, perché?* Mi ripete meccanicamente per tre! Allora, senza rallentare il mio ritmo, per la verità già tranquillo sui 6 minuti a km, gli chiedo serafico: *sei sicuro? Non è che stai e state guardando il profilo perché noi pubblichiamo sulla pagina?*

Silenzio tombale per 10 secondi, così senza neanche salutarci stacchiamo tacitamente la telefonata e io posso immergermi con la mia playlist di Spotify consigliata da Gianni Simioli negli ultimi 4 km di decompressione.

Autori

Domenico Giordano

Prima che il crociato anteriore decidesse di ritirarsi a vita privata, il basket del sabato pomeriggio era la sua terapia settimanale per correggere vecchie paturnie e pensare alla prossima campagna elettorale.

È miope quanto basta, sannita di nascita e, nonostante sia cresciuto in una famiglia di “meccanici” è strutturalmente incapace di avvitare, svitare e martellare. Legge di tutto e tanto ma solo se l’inchiostro si sposa con la carta, gli piace il rumore del silenzio che, solo chi vive in provincia, conosce bene.

È cresciuto con Jeeg Robot e Holly e Benji, maturato con Miami Vice e i congressi democristiani, comunisti e socialisti e, oggi, nel mezzo del cammin di nostra vita, è un immigrato digitale, invidioso a sufficienza dei millennials ma presuntuoso a sufficienza per tornare ogni giorno sui banchi di scuola della vita.

Ideatore e organizzatore del Piccolo Festival della Politica, autore di “De Luca, la comunicazione politica di Vincenzo De Luca da sindaco a social star” (Area Blu edizioni 2021)

Enrico Maria Casini

Mi considero un comunicatore atipico. Curioso e caparbio. Per il resto, mi arrangio con un fare multitasking. Adoro il buon vino, ne sono assaggiatore. Disprezzo l’ozio e le troppe chiacchiere. Appassionato sin da piccolo alla politica. Nel tempo libero fotografo e creo quadri deliranti. Ho sempre troppi progetti in cantiere.

Effettuo consulenze e prestazioni nel campo della comunicazione digitale e strategica, con il focus su quella politica. I miei clienti spaziano dal politico, al sindacato fino ad arrivare ad enti, istituzioni ed cooperative. Ho lavorato in staff politici complessi e ricoperto ruoli operativi chiave, nella comunicazione digitale, in recenti campagne elettorali.

Dicono che lavoro bene, rispondo “perchè amo il mio lavoro”.

Pubblicazione: novembre 2021

Autori

Domenico Giordano
Enrico Maria Casini

Altri articoli di comunicazione
politica su votantonio.it

Progetto grafico
arcadiacom.it