

La trappola dei ragazzini pianificata via social: «Prenotiamo per finta»

Così il presidente ha creduto nel tutto esaurito

Dietro le quinte

di Massimo Gaggi

In America sono in molti a chiedersi se i giovani di idee progressiste che nel 2016 hanno disertato le urne, quest'anno andranno a votare per Joe Biden. Nessuno lo sa, ma a loro modo molti teenager e ventenni un contributo l'hanno già dato non con un sostegno esplicito al candidato democratico, ma costruendo una riuscitissima trappola digitale che ha trasformato il comizio fortemente voluto da Donald Trump per rilanciare la sua immagine, in un clamoroso flop.

Smacco cocente per un presidente arrivato Tulsa convinto di trovare centinaia di migliaia di fan, tanto che aveva fatto montare un palco all'aperto per parlare anche a chi sarebbe rimasto fuori, una volta esauriti i 19 mila posti del Bok Center, il palasport della città dell'Oklahoma. «Abbiamo ricevuto un milione di richieste online», aveva annunciato, trionfale, la campagna di Trump. Invece è arrivata poca gente alla spicciolata e la Casa Bianca ha fatto frettolosamente smontare il palco all'aperto e il presidente ha tenuto il suo comizio davanti ad appena 6.200 sostenitori: dato certificato dai vigili del fuoco.

Chi ne esce con le ossa rotte è soprattutto il manager della campagna, Brad Parscale, il genio digitale che è stato lo stratega della vittoria di Trump nel 2016. Considerato un diavolo imbattibile nell'uso occulto della tecnologia,

stavolta Parscale è stato sconfitto al suo stesso gioco da una folla di ragazzini-troll. Quando il capo della campagna ha provato a sostenere che la diserzione era dovuta alle disinformazione dei media e ad agitatori di sinistra che avrebbero bloccato i tornelli all'ingresso dell'arena, è stato subito smentito, mentre Alexandria Ocasio Cortez, la giovane deputata, portabandiera della sinistra radicale, lo ha trafitto con un tweet: «Sei stato beffato da una folla di ragazzini che hanno inondato la campagna di Trump con false prenotazioni per farvi credere che in pieno Covid ci fosse un milione di persone che vi venivano a vedere».

È proprio quello che è successo: l'idea pare sia venuta a Mary Jo Loupp, una docente di 51 anni dell'Iowa che, durante le primarie, aveva fatto la volontaria per Pete Buttigieg. Dieci giorni fa aveva postato un video sulla piattafor-

ma TikTok, proponendo ai suoi follower di iscriversi al comizio di Tulsa senza poi andarci. La mattina dopo il suo video era stato visto due milioni di volte e aveva raccolto 700 mila like. I teen ager di TikTok si sono subito attivati, mobilitando anche la grande tribù dei seguaci del K-pop coreano. La beffa ha poi attecchito anche su altre piattaforme, da Instagram a Snapchat.

La campagna di Trump lo sapeva (la Cnn aveva raccontato il caso), ma ha sottovalutato, anche perché i ragazzini erano molto rapidi nel far sparire dalla rete i loro appelli una volta raggiunti i loro amici. Beffato da ragazzini che usano metodi ancora più innovativi dei suoi, Brad ora certamente reagirà. Ma non è più l'invincibile del 2016: furioso per i sondaggi negativi, un mese fa Trump ha già minacciato di licenziarlo. E questa beffa non aiuta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Il network****TIK TOK**

Tik Tok è un social network cinese lanciato nel settembre 2016. Gli utenti postano brevi video musicali di massimo 60 secondi. Il social appartiene al gruppo ByteDance di proprietà del fondatore Yiming Zhang e si è diffuso in tutto il mondo. Non si sa quanti siano gli utenti attualmente, nel 2018 erano 700 milioni. Lo scorso febbraio la App è stata scaricata 113 milioni di volte nel mondo.

**Corriere.it**

Sul sito del «Corriere della Sera» tutti gli aggiornamenti, i video e le foto della campagna in vista delle presidenziali Usa