

LA POLITICA COMUNICATA: TV,GIORNALI E WEB ALLA PROVA DEL CONSENSO

Quinta parte

Volendo sintetizzare possiamo individuare queste caratteristiche: campagne fortemente centralizzate (il volto e il nome del leader), anche se combattute con declinazioni locali ma la strategia centrale è quella che domina **sulla forma** comunicativa; la centralità del marketing inesistente nel passato e che oggi è molto importante per costruire l'immagine del candidato; l'importanza degli spin doctor; la **personalizzazione** dei temi e ideologie: io non sono più democristiano, comunista, socialista, liberale, repubblicano, socialdemocratico o missino, ma sono con o contro Berlusconi, sono con o contro Bersani, sono con o contro Vendola.

Possiamo dire che il leader è diventato l'elemento centrale del dibattito politico, i disegni vengono personalizzati, **la leaderizzazione** è il processo attraverso cui questi temi diventano patrimonio di un leader.

Ultimo aspetto molto importante, oggi **vengono adottati strumenti** come il marketing non convenzionale il cosiddetto ambient, il marketing virale (sfrutta la capacità comunicativa di pochi soggetti interessati per trasmettere il messaggio ad un numero elevato di utenti finali) e così via, naturalmente questo predispone anche all'utilizzazione dei **cosiddetti social media**. **Questo cosa vuol dire che è finita l'era della propaganda?** No naturalmente.

Nel 1984 negli Stati Uniti ci fu una campagna elettorale durissima, il candidato Michael Dukakis viene messo in ridicolo perché si dice che è d'accordo a far passare il weekend fuori dalla prigione ai delinquenti, anche i peggiori come Willie Horton che ha passato dieci weekend fuori dalla prigione ed ha ucciso, ha stuprato, ha massacrato le persone: questa è la politica dei democratici questa è la politica di Michael Dukakis.

Fu una campagna che fece scalpore e peraltro costò ai repubblicani l'accusa di sciacallaggio, perché giocava proprio su alcuni temi di natura emozionale e utilizzava un linguaggio tipicamente propagandistico.

Allora che cos'è la propaganda? **La propaganda è il tentativo di portare il fruitore della comunicazione cioè il cittadino, dentro il testo, facendogli credere che un cambiamento è possibile, e cercando sempre di rappresentare il proprio messaggio come una verità oggettiva.**

Lo spot utilizzato contro Michael Dukakis è molto interessante da questo punto di vista, la verità oggettiva è che se un criminale esce dalla prigione, sicuramente ucciderà, stuprerà, farà massacri non c'è altra possibilità; poiché la politica dei democratici sulle carceri è quella di facilitare l'uscita dalla galera, votare per loro significa oggettivamente far crescere la delinquenza.

Questo è un caso, non c'è la statistica in questo spot. Se ci fosse la statistica, si doveva indicare la percentuale dei detenuti che nei weekend fuori dal carcere commettevano crimine: per es. sono stati liberati 60 delinquenti e l'80% di essi ha fatto crimine. No, hanno preso **un caso**, emblematico, **sciagurato** e quello **diventa il dato oggettivo, questa è una tipica logica della propaganda.**

La verità oggettiva viene rappresentata come tale, attraverso un trasferimento semantico, ciò che io vi dico è la verità che proviene dalla realtà; ma la realtà oggettiva non si costruisce, sta nei fatti.

Naturalmente la propaganda ha bisogno di considerare un pubblico passivo e naturalmente deve usare strumenti simbolici che già appartengono al gruppo di riferimento, quindi il tema della sicurezza, il tema delle paure e così via. Il confine fra propaganda e spin doctoring è molto tenue, sebbene lo spin doctoring è un'accusa un po' diversa.

Quello dello spin doctor è un meccanismo un po' più raffinato: vengono presi alcuni aspetti che nella realtà esistono, vengono enfatizzati a detrimento di altri, questi diventano l'unica realtà possibile. Il meccanismo **è simile a quello della propaganda, ma qui non c'è programmatica manipolazione sebbene anche in questo caso di manipolazione si tratti.**

Le tecniche principali di spin doctoring sono quelle di vendere esclusive, fare cross drifting che significa scrivo a nome del mio candidato lettere, articoli ecc.; anche se il mio candidato non sa neanche scrivere in italiano, cerco di fare orientamento, la minimizzazione (tipo ma non c'è niente di male, le offese si contestualizzano, dipendono da come si dicono).

Oppure altre forme di minimizzazione tipiche della politica, l'occultamento e la smentita sistematica: sono stato travisato, mi hanno capito male, questa è una cosa che succede normalmente.

Attenzione però lo spin doctor non è onnipotente, sebbene gli spin doctor pensano di esserlo, perché in qualche caso succede che le loro armi possono ritorcersi contro, il caso Campbell da questo punto di vista è esemplare.

Alastair Campbell, uno dei più grandi spin doctor dell'era Blair, nel 2003 fu costretto a dimettersi a causa del suicidio dello scienziato David Kelly (ingegnere esperto nucleare che avanzava precise accuse sull'infondatezza del dossier (circa l'esistenza di armi di distruzione di massa in Iraq) presentato dal Governo Blair. Kelly venne trovato cadavere apparentemente suicida pochi giorni dopo la sua testimonianza d'avanti alla commissione d'inchiesta. La commissione d'inchiesta presieduta da Lord Hutton scagiona il governo inglese).

Nel 2010, pochi mesi fa, un'altra commissione parlamentare la commissione Chilcot, interroga tutti i partecipanti a quella vicenda e Campbell rivendica ancora una volta il

ruolo della comunicazione politica nella gestione della guerra in Iraq.

Piccola nota di cronaca la commissione Chilcot conclude i suoi lavori nel novembre 2010 definendo la guerra in Iraq illegale e immorale, con questo, danno anche un colpo a quella costruzione di immaginario che la comunicazione politica di Campbell aveva realizzato intorno alla giustificazione di quell'evento.

Conclude così la lezione il prof. Sorice descrivendo una delle figure più irrequiete della scena elettorale odierna.

Come si è detto all'inizio di questa lezione: tema abbastanza complesso e scottante che spesso si affronta con molta superficialità. Il prof. Michele Sorice ci ha esposto un quadro dal quale emerge la necessità di un elettorato sempre più maturo, che deve tendere a modificare l'atteggiamento passivo in partecipazione attiva: l'unica soluzione per una società veramente Democratica. Noi che frequentiamo le scuole per l'educazione sociale e politica dell'associazione "Cercasi un fine" ci stiamo provando. Un ringraziamento sentito al prof. Michele Sorice per la lezione illuminante.

Carlo Antonio Resta