

Gianluca Giansante

Le parole sono importanti

I politici italiani alla prova della comunicazione



Carocci editore

www.caroccieditore.it

Indice

Introduzione	11
1. La (nuova) comunicazione politica	15
Il contesto: dal <i>politichese</i> all'antipolitica	15
Perché serve una comunicazione più efficace?	17
Nuove modalità di comunicazione	18
Emozioni e politica	20
Adattarsi all'uditorio	23
Il potere della metafora	25
Metafora e politica	27
Creare loghi linguistici	30
Parlare al livello concreto	32
C'era una volta, ovvero la narrazione politica	33
Storie e metastorie	37
Perché le storie funzionano in politica	39
<i>Repetita iuvant</i>	41
Cinque miti da sfatare	43
2. Berlusconi 1: una narrazione (con)vincente	47
Il nostro marchio è la crisi	48
Metastorie napoletane	51
Costruire l'avversario	53
L'umorismo di Berlusconi è una cosa seria	56
Niente paura, entra in scena l'eroe	58
La strategia della campagna: il <i>message box</i>	60

3. Il linguaggio democratico da Veltroni a Bersani 63
 - Non basta dire “le cose come stanno” 63
 - Un eccesso di “metapolitica” 64
 - Dov'è finito l'eroe? 66
 - Il gusto per l'astrazione 69
 - Una lingua per addetti ai lavori 71
 - Una comunicazione ideologica e aristocratica 73
 - Homo symbolicus vs homo oeconomicus* 76

4. Rozzo sarà lei: la comunicazione politica della Lega 79
 - Vicinanza come fattore di conoscenza 80
 - L'alterità linguistica di un movimento di rottura 82
 - Una narrazione chiara e coerente 83
 - Un manifesto che non si dimentica 86
 - Un successo non casuale: Lega e marketing politico 88

5. Una narrazione “diversa”: Nichi Vendola 91
 - Una retorica della differenza 92
 - Discorsi da ascoltare con gli occhi 93
 - Una fiaba che conquista le masse 94
 - Un leader concreto 96
 - Un eroe postmoderno 98
 - L'immagine coordinata di un poeta 98
 - Una partita aperta 102

6. “Estremisti” di successo: Di Pietro e Grillo 103
 - Semplice ma non casuale 104
 - La chiarezza delle immagini 105
 - Proposte concrete 107

Patatine e politica	109
Il trionfo di un comico in politica	110
7. La serietà paga? Prodi, Fini e Casini	113
Prodi: il grande aggregatore	113
Fini: un linguaggio politico dal tono esoterico	115
Casini: un protagonista del piccolo schermo	119
8. Berlusconi 2: il contributo di Ruby e Noemi alla comunicazione politica	123
<i>Noemigate</i> : la madre di tutti gli scandali	123
Scandali sessuali e politica	125
La miglior difesa è l'attacco	127
Un'immagine vale più di mille parole	129
Nota a margine	135
L'ultimo (?) capitolo: <i>Rubygate</i> e dintorni	135
Piccolo glossario di comunicazione politica	139
Note	149
Bibliografia	159
Indice dei nomi	169