

LIBROINGOCCE

GIORGIO DELL'ARTI

Tra mascarpone e socialisti, mai votare in inverno

Sivota. "Si vota per il futuro, non per il passato. Si vota per una persona, non per un partito. Si vota per un'idea, non per un'ideologia" (Jacques Séguéla, pubblicitario francese, primo in Europa a occuparsi di comunicazione politica).

Mascarpone. Già nel 2011, quando era ancora un europarlamentare senza uno staff che si occupasse dei social, Salvini annunciava a tutti su Facebook la sua passione per la crema al mascarpone.

Tre. "Se ci metti più di tre minuti a capirlo, il messaggio è sbagliato" (Silvio Berlusconi ai tempi di Publitalia).

Quattro. L'elettore medio americano s'informa di politica per quattro minuti a settimana (stima dello spin doctor Jim Messina).

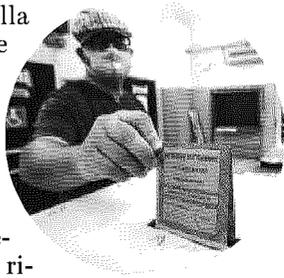
Uno. "L'opinione è dei molti, il consiglio è dei pochi e la decisione di uno solo" (Benedetto Croce).

Inverno. Joe Napolitan (1919-2013) sosteneva che "le elezioni che si tengono col tempo cattivo, dopo un lungo inverno, di solito favoriscono i partiti d'opposizione" perché l'elettore è più stanco e irritato, mentre in primavera è sensibile ai messaggi positivi.

Cent. "Ottenere cento vittorie su cento battaglie non è il massimo dell'abilità. Vincere il nemico senza bisogno di combattere, quello è il trionfo massimo" (Sun Tzu).

Zeta. "L'ex primo ministro spagnolo José Luis Rodríguez Zapatero portava con sé un piccolo difetto di pronuncia, forse tipico della sua terra: pronunciava la lettera 'd', quando situata al termine della parola, come fosse una 'z'. Così *e-quadid* diventava *equidaz*, *solidaridad* diventava *solidaridaz*, e via dicendo... Nel 2008, nella

campagna elettorale per la rielezione, il suo principale spot di campagna fu tutto incentrato su un autoironico utilizzo di parole che accentuassero questa sua pronuncia, ri-



chiamata poi ancor più chiaramente dallo slogan *Con z de Zapatero*".

Strategia. "Se non la puoi mettere per iscritto, non hai una strategia" (Joe Napolitan).

Socialisti. Il problema del Psi nella campagna elettorale del 1992: tutti i dirigenti socialisti erano in grado di riassumere il messaggio della Lega, nessuno era capace di riassumere il messaggio del Partito socialista.

Sorpresa. "La cosa fondamentale è la sorpresa e la rapidità dell'attacco" (Ernesto Che Guevara).

Età. Nel dibattito Reagan-Mondale del 1984 il candidato democratico sollevò il tema dell'età contro il presidente uscente, che era all'epoca il più anziano presidente della storia degli Stati Uniti. Risposta di Reagan: "Mi impegno a non fare dell'età anagrafica un tema di questa campagna. Non ho intenzione di sfruttare politicamente a mio vantaggio la gioventù e l'inesperienza del mio avversario".

Imprevisto. "I piani che non lasciano uno spazio all'imprevisto possono portare al disastro" (Carl von Clausewitz).

Televisione. Italiani che guardano quotidianamente la televisione: 68,8%; che usano i social network: 41,8%; che ascoltano la radio: 24,6%; che leggono i giornali: 17,3% (dati dell'Agcom).

Campo. "Di solito, chi ha occupato per primo il campo di battaglia e attende il nemico è riposato; chi invece arriva più tardi e si impegna all'ultimo momento nella battaglia è affaticato. Per questo il generale esperto non va, ma fa in modo che sia il nemico a venire: non si lascia condurre da lui" (Sun Tzu).

Notizie tratte da Giovanni Diamanti, "I segreti dell'urna. Storie, strategie e passi falsi delle campagne elettorali", Utet, pagine 160, euro 15

