



Comunicazione politica

Campagne elettorali

Definizione di comunicazione politica

- lo scambio e il confronto dei contenuti (*issues*) di interesse pubblico prodotti dal sistema politico, dal sistema dei media e dal cittadino-elettore, al fine di conquistare, esercitare o **condizionare il potere** [G. Mazzoleni]
- **multidisciplinare**: scienza politica, sociologia e scienza della comunicazione, psicologia sociale, scienze del linguaggio
- La natura **ibrida della COM POL** è da ricondurre al fatto che essa si pone su uno spartiacque che divide due grandi sfere dell'attività umana: la **comunicazione** e la **politica**
- Attualmente esiste un alto livello di **interdipendenza fra le due sfere**: impensabile sino a un secolo fa



**Educare il popolo
comunicazione e tirannia**

- **La Storia della comunicazione politica**

- Il successo dei regimi **totalitari** sia dovuto all'utilizzo strategico dei mezzi di comunicazione di massa quali la radio, la stampa e il cinema: **educare il popolo** attraverso mezzi di propaganda morale, sociale e politica
- la moderna comunicazione politica nasce negli USA negli anni '50 del '900. Nel 1956 troviamo i primi tentativi di indicare la 'comunicazione politica' come uno dei fattori determinanti, assieme alla **leadership** e alla definizione dei **gruppi sociali**, della mobilitazione e della **trasmissione** dell'influenza politica
- È sempre negli Stati Uniti nasce il **marketing** politico: un connubio tra pubblicità, marketing, informazione e sondaggi d'opinione [Video spot: Eisenhower 1952-56; Kennedy 1960]

Professione comunicatore politico

- ***spin doctor***: professionalizzazione del rapporto con l'opinione pubblica, colui che si occupa della comunicazione politica di un candidato (*full-time*). Così l'arte del governatore si è trasformata nell'arte di gestire l'informazione pubblica. Oggi ciascun partito possiede un consulente che si occupa della comunicazione
- **competizione** tra i contenuti dei media e l'informazione politica: l'informazione giornalistica è più attenta al business, alla moda e al gossip. I media cambiano la visione della politica (talk-show politici)
- **populismo**: le *issues* non sono più discusse tra politici: con il declino delle ideologie, correnti di populismo attraversano la società e i media. I media puntano sempre più sui sentimenti, sul privato e **popolarizzano** la politica, con lo scopo di renderla più conforme ai gusti e alle mode correnti

Il rapporto fra POLITICA e COMUNICAZIONE

- Mantenimento del consenso popolare
- Manifestazione pubblica delle proprie idee
- Acquisizione di visibilità nei media
- Creazione di simboli e rituali (identità)

Simboli e politica: le campagne elettorali



Definizione di campagna elettorale

- dispositivo comunicativo e organizzativo che ha come scopo la costruzione del **consenso**.
- fenomeno della comunicazione che racchiude in sé quasi tutto il campo della comunicazione politica. Infatti, interseca e si sovrappone a più riprese con le dinamiche comunicative legate alla raccolta del consenso e alla **mobilitazione della volontà popolare** (consultazioni).
- consistono nell'insieme delle attività di **propaganda** svolte dai partiti politici in favore di candidati ad una qualsiasi carica elettiva per conquistare la fiducia degli elettori e convincerli a concedere il proprio voto.
- strumenti: comizi, affissione di manifesti, consegna di gadget e volantini. Essendo un fenomeno strettamente legato alla comunicazione, le c.e. si sono evolute parallelamente alla diffusione dei mass media.

La diverse fasi storiche delle campagne elettorali [P. Norris]

- **Le campagne premoderne:** tra la seconda metà dell'Ottocento e la prima metà del Novecento. Sono caratterizzate da un'organizzazione fondata su forme dirette e attive di comunicazione interpersonale tra candidati e cittadini, con una pianificazione di **breve termine** ad hoc da parte della leadership del partito (*piazza* e comizio)
- **Le campagne moderne:** tra gli anni Sessanta e Ottanta del Novecento. Un'organizzazione partitica coordinata dai leader si dota della supervisione di consulenti esterni (sondaggisti, pubblicitari, esperti di marketing). Nel campo dei mezzi di informazione, la **televisione** diviene il principale mezzo in cui si svolgono gli eventi della c.e., integrata da altri media. Lo spot televisivo e i dibattiti televisivi diventano l'emblema delle c.e. moderne
- **Per campagne postmoderne:** dagli anni Novanta del Novecento. In questo periodo avviene la **professionalizzazione** di tutte le attività di pianificazione della comunicazione. L'elettorato viene studiato in profondità, si individuano i vari **target** e si fa uso del **marketing**, così da poter contattare ogni singolo possibile elettore

M. Castell: Emozione, cognizione e politica

L'emozione influenza il giudizio politico attraverso due percorsi:

- a) Fedeltà ideologica (attaccamento, totale adesione a candidati e leader)
- b) Disamina critica dei fatti e delle emozioni

L'ansia determina un'elevata soglia di attenzione verso le informazioni e un maggior sforzo per raccoglierne, ma anche un abbassamento della razionale valutazione dei fatti (isteria collettiva)

Il modello dei «taccagni cognitivi» [Popkin, 1991]: gli individui tendono a selezionare informazioni che confermano le proprie convinzioni e abitudini.

Alla ricerca di «opinioni congeniali»: la presenza di idee contrastanti tende a ridurre la partecipazione.

Speranza e Paura si combinano spesso nel processo politico (fiducia/odio nel candidato/avversario)

Emozione e cognizione nelle campagne politiche

Le campagne presidenziali USA dal 1980-1996: sentimenti verso il partito verso il candidato (determinano 2/3 del voto)

Su un campione di 1.400 messaggi elettorali fra il 1999-2000 (USA) per le cariche di deputato al Congresso o di Governatore, il frame era dominato dal contenuto emozionale o dall'entusiasmo

Emozioni e informazioni ragionate sono spesso collegate [Brader, 2006]

Gli interessi economici non hanno un effetto significativo sui comportamenti di voto, tranne quando
Gli interessi coincidono con i valori e le convinzioni degli elettori

I valori plasmano le decisioni molto di più rispetto agli interessi materiali