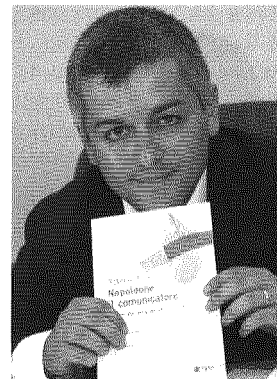


Come conquistare consenso in politica

L'INTERVISTA/ ROBERTO RACE

Non basta avere un'idea vincente, è necessario saperla presentare. Il giornalista ed esperto in comunicazione lo spiega bene nel suo libro, partendo dalla figura di Napoleone



STEFANIA GIUDICE

Come è possibile comunicare con efficacia un buon prodotto politico? A spiegarlo è Roberto Race, giornalista e consulente di alcune importanti aziende nazionali e multinazionali e ghost writer per politici e imprenditori, nel suo libro pubblicato dalla casa editrice dell'Università Bocconi *Napoleone il comunicatore. Passare alla storia non solo con le armi* (Egea editore, 16 euro, pp. 144). Un volume che analizza la figura di Napoleone Bonaparte, «colui il quale ha inventato l'opinione pubblica così come siamo abituati a intenderla oggi». Un uomo che «ha saputo promuovere la sua immagine con una straordinaria, modernissima, visionaria, profetica capacità di comunicare». *Il Punto* ha incontrato l'autore di questo interessante volume e ha scoperto qualcosa in più. **Perché un libro su Napoleone e la comunicazione?**

«Mi sono accorto che la modernità di Napoleone aveva a che fare in buona parte proprio con la percezione diretta, immediata, quasi metastorica, con cui ci arrivava tutto ciò che lo riguardava. D'altra parte, basta guardarsi in giro. Vettrine, gadget, brand e moda. Prima o poi ci imbattiamo nel suo mito. E poi è l'unico grande perdente che ha potuto far riscrivere la sua storia con *Il Memoriale di Sant'Elena* di Emmanuel de Las Cases e lanciare un messaggio di grande modernità al mondo».

A chi è rivolto questo libro?

«Di sicuro non è rivolto agli storici, anche se ha avuto un buon riscontro

nella comunità scientifica. Il target comprende imprenditori, manager e politici che hanno bisogno di libri del genere per avere nuovi stimoli per affrontare le sfide professionali».

Quali sono stati secondo lei i momenti nella vita del "Grande Corso" che hanno messo in luce le sue grandi capacità di comunicazione?

«Napoleone ha sempre comunicato. In questo senso ha inventato l'opinione pubblica, perché nessun leader prima di lui aveva considerato così importante il consenso delle masse. Il periodo in cui Napoleone compie l'operazione comunicativamente più riuscita è comunque quello finale della sua esistenza. A Sant'Elena, con il Memoriale di Las Cases, riesce a ribaltare una sconfitta in un trionfo d'immagine per i posteri, ergendosi a campione delle libertà civili e dei popoli oppressi».

Nel libro afferma che la figura di Napoleone può fornire «qualche prezioso insegnamento». Quale ad esempio?

«Bonaparte racconta se stesso proponendosi come modello. Un *parvenu* giunto a dominare la scena europea, in pratica quella mondiale vista l'epoca. Introducendo concetti come quello che si può fare carriera per meriti e non per appartenenze ereditarie. Napoleone entusiasma e motiva i suoi soldati così come la cittadinanza in generale. Il racconto di sé è ancora oggi una delle tecniche di comunicazione più adottate da chi

vuole conquistarsi consenso in politica». **Veniamo all'attualità. Quali caratteristiche deve possedere oggi un buon comunicatore?**

«Dirò una cosa non scontata. Mettere l'etica al centro del suo lavoro. Napoleone era un guru della propaganda e si può mutuare tanto da lui ma sono passati duecento anni ed ora abbiamo bisogno di un ruolo più responsabile della comunicazione. Non si può, come hanno fatto tanti colleghi negli ultimi anni, creare bolle mediatiche. Si deve partire dalla "bontà" del prodotto da comunicare. Anche a costo di perdere un cliente».

Nonostante il clima di estrema incertezza, tra pochi mesi torneremo alle urne. In Italia la politica ha ancora un ruolo chiave?

«Certamente. Lo dimostra la voglia di partecipare dei cittadini espressa in mille modi. Dalle piazze che, dopo anni di torpore, cominciano a riempirsi per esprimere il disagio, al crescente successo delle primarie del Partito Democratico e di movimenti come quello di Grillo. La politica è tornata al centro del dibattito nelle famiglie. Dobbiamo augurarci però che si possa lavorare senza settarismi al rilancio del Paese e al dare non solo speranze ma anche qualche certezza ai tanti che ora subiscono gli effetti della crisi».

s.giudice@ilpuntontc.com