

Il ruolo del ghostwriter nella politica europea I Eurocomunicazione

- Condividi questo articolo

La comunicazione deve intercettare con immediatezza la popolazione con l'ausilio della tecnologia. C'è l'esigenza di approfondire tematiche sociali ed economiche



Il ruolo del ghostwriter nella politica europea rivoluziona la comunicazione poiché il XXI secolo archivia quelle vecchie abitudini per fare spazio alle nuove strategie. **Il ghostwriter si impone con determinazione proprio per essere vicino al politico nelle scelte di comunicazione**, senza tralasciare determinati contesti dove è necessario tramutare il personale commento con un efficace scritto. L'ampia attività da svolgere è più delicata e decisamente più complessa perché **supporta imprenditori e manager** nella stesura di libri, nella cura di un blog, fino ad arrivare alla gestione di un profilo social. Provvede addirittura a tradurre i testi in inglese, tedesco, francese o arabo, adattandoli a specifiche consuetudini e culture locali per **rendere più mirato ed efficace il messaggio**.

Il ghostwriter diventa una figura centrale nel XXI secolo per i politici che credono in un certo tipo di comunicazione, in grado di aumentare il proprio elettorato. «Oggi possiamo avere preziosi strumenti di comunicazione di massa – commenta **Raffaele Picilli**, consulente in fundraising per la politica e

coautore con Marina Ripoli, del libro *Comunicazione e fundraising per la politica*, Rubbettino Editore 2014 – come la televisione, Internet e web radio ma questa notevole **risorsa non è ancora sufficiente**. Quando Amintore Fanfani, nel 1954, diventò segretario della Democrazia cristiana capì subito che doveva dare una diffusione capillare al partito politico attraverso l'apertura di sedi locali; nel giro di pochi anni, ogni piccolo comune ebbe, oltre alla farmacia, alla stazione dei carabinieri e al droghiere, la sede della Democrazia cristiana. **Gli altri partiti politici cominciarono ad adeguarsi e diedero vita a una rete composta di sedi locali dei partiti che oggi comincia, purtroppo, a scomparire lentamente**. Erano certamente altri tempi ma almeno le persone si parlavano, si confrontavano e comunicavano. Oggi siamo tutti militanti mediante il web».



Con la comunicazione si rischia di saltare il passaggio del **contenuto** del programma politico e delle scelte che ciascun parlamentare europeo vuole intraprendere per il bene dell'Europa. «Mi occupo di raccolta fondi per la politica – continua Raffaele Picilli (nella foto a sinistra) – e sono convinto che sia tutto legato al programma elettorale e al sostegno che si richiede per realizzarlo. Bisogna tornare a domandare alle persone di partecipare pienamente alla politica e in questo, il fundraising e il people raising, possono essere di grande aiuto per coinvolgere la popolazione. Forse sono l'ultimo porto sicuro e garantito. **I politici devono tornare nelle piazze a incontrare le persone, a cercare il confronto**. Una volta, in Italia, questo tipo di comunicazione funzionava benissimo e all'estero continua a funzionare. Saremo forse diventati pigri. Un ex senatore e parlamentare europeo, **Alfonso Andria**, mi raccontava di quanto fosse faticoso girare l'Italia per incontrare le persone e chiedere il loro voto. Era un macinatore di chilometri e alle **elezioni europee** (il suo collegio era molto vasto) riscosse tantissime preferenze. Oggi si può essere eletti anche restando tranquillamente nella propria casa. Trovare le parole giuste per esprimere le personali opinioni è fondamentale, specialmente in politica. Adattare le parole al contesto sociale è sicuramente necessario. Se non si hanno gli strumenti opportuni è utile avere al proprio fianco qualcuno che sappia esprimere, per noi, concetti complessi con parole semplici.

Parlare alle persone è sicuramente una grande arte, come cucire un vestito o cucinare una buona pietanza da mangiare. Quando una persona si affaccia sulla scena politica, saper comunicare è alla base di qualsiasi strategia. Trovo naturale che un politico si rivolga a un **professionista della**

comunicazione per ricevere un fondamentale aiuto, come trovo naturale che si rivolga a un *fundraiser* per organizzare una campagna di raccolta fondi. Certo, tutto si può fare da soli, ma ciò che si semina è quello che si raccoglie. L'interesse non manca ma, come spesso accade, si preferisce il "fai da te" e l'improvvisazione. La politica non è un gioco e per questo, la sola buona fede, non è più sufficiente. **Puoi avere grandi idee, anche vincenti e interessanti, ma non essere in grado di esprimerle in maniera chiara e nel contesto adatto.** Questo è un fattore decisamente penalizzante alle urne».

Il ruolo della comunicazione stravolge la politica e rischia di minimizzare i concetti ideologici dei politici perché spesso manca un buon approfondimento. Sicuramente la nuova società cambia il modo di pensare grazie alla tecnologia ma è un rischio troppo elevato per coloro che debbono amministrare.

«**Nelle Istituzioni europee ci sono troppi ghostwriter, troppe chiacchiere e poche politiche e soluzioni concrete**». **Roberto Race** (nella foto a destra), guru delle relazioni pubbliche e fondatore *The Ghost Team*, la prima agenzia di ghostwriting multilingue e multiculturale, non usa mezzi termini e critica i politici che siedono al Parlamento europeo. L'agenzia, nata per affiancare manager e imprenditori nella stesura di libri o interventi e nella cura del proprio blog, nasce dalla collaborazione di più di quaranta professionisti tra giornalisti, traduttori e designer provenienti dai cinque continenti, specializzati nelle attività di consulenza a manager, imprenditori, politici, diplomatici e militari. The Ghost Team ha **coordinamenti operativi a New York, Londra, Dubai, Roma, a Parigi** e anche a **Bruxelles**.

«Nella capitale europea i ghostwriter che lavorano nel nostro team – continua Roberto Race – hanno come clienti aziende che hanno la necessità di fare attività di lobbying nelle Istituzioni e di raccontare al meglio quel che fanno, come lo fanno e come il loro business può migliorare la vita delle persone. Il ghostwriter si confronta con prodotti e soluzioni concrete. **Nelle Istituzioni europee**, non per colpa dei ghostwriter ma per colpa dei governi, **assistiamo ad una drammatica mancanza del prodotto di qualità da comunicare**. Di fronte ad una complessa e preoccupante emergenza umanitaria come quella conseguente al flusso migratorio dai Paesi destabilizzati dall'Is assistiamo ad un'incapacità di dare una risposta all'altezza. Si fanno solo consigli di Capi di governo ogni quindici giorni a vuoto. **I ghostwriter e i comunicatori servono a poco se non c'è un prodotto di qualità**. Questo vale in politica come nella moda. Solo che in questo caso ci rimettono i cittadini».

Francesco Fravolini

- **Condividi questo articolo**
- **Iscriviti tramite e-mail**

Success! An email was just sent to confirm your subscription. Please find the email now and click activate to start subscribing.

•