

P
come

Donna *2a*
edizione

Strumenti per un ruolo sostanziale della donna nella politica
**Corso di comunicazione politica, strategia e marketing
elettorale tra vecchi e nuovi media TV-stampa-digitale**



martedì 7 MARZO 2023 ore 17.00

COMUNICAZIONE POLITICA E MARKETING ELETTORALE

La comunicazione politica, il marketing elettorale e la strategia
Le strategie di comunicazione tra vecchi e nuovi media (TV, stampa, digitale)
introduce **Silvia Cavallarin**, consigliera di parità della Città metropolitana di Venezia
interviene **Linda Damiano**, presidente del Consiglio comunale di Venezia

martedì 14 MARZO 2023 ore 17.00

LE FORME DI COMUNICAZIONE: ISTITUZIONALE, ADVOCACY E COMUNICAZIONE DI EMERGENZA

PUBLIC/POLITICS: comunicare tra amministrazione e ruolo politico
NUOVI STRUMENTI: la comunicazione politica e istituzionale in tempo di emergenza
interviene **Elisa Venturini**, consigliera regionale del Veneto

martedì 21 MARZO 2023 ore 17.00

IMPARARE DAGLI ERRORI, PRENDERSI DEI RISCHI

Disinformazione e fake news
Insulti, troll e leoni da tastiera
interviene **Martina Semenzato**, parlamentare della Camera dei Deputati
interviene **Anna Brondino**, presidente del CIF provinciale di Venezia

Ciao!

Martina Carone, Direttrice della Comunicazione di YouTrend / Agenzia Quorum, realtà online dedicate all'analisi politica e alle ricerche sociali sui fenomeni di tendenza in campo politico e sociale. Cura il coordinamento dei progetti e delle attività di comunicazione istituzionale, politica, editoriale, commerciale dell'agenzia. Svolge attività di consulenza in comunicazione strategica, pianificazione, copywriting, naming, formazione, organizzazione eventi, project management, social media strategy. Ha coordinato le attività di consulenza politica per ministri, sindaci, presidenti di Regione, partiti e candidati a vario livello.

Strategist specializzata in comunicazione pubblica e marketing politico-elettorale, è analista e opinionista politica su numerose testate nazionali su carta e online ed ha una collaborazione attiva con Rainews24, dove commenta l'attualità politica. Scrive e collabora per formiche.net, Huffington Post, L'Espresso, Linkiesta, Radio Radicale, Studio24 e Rai News24.

Docente di Analisi dei media e titolare della didattica integrativa al corso di Sociologia dei media presso l'Università di Padova, per il corso di laurea triennale in Scienze sociologiche.

Ciao!

Martina Carone, Direttrice della Comunicazione e Brand / Agenzia Quorum, realtà online dedicate all'analisi politica e alle ricerche sociali. Esperienza in campo politico e sociale. Cura il coordinamento dei progetti e delle attività funzionali, politica, editoriale, commerciale dell'agenzia. Svolge attività di consulenza strategica, pianificazione, copywriting, naming, formazione, organizzazione eventi e media strategy. Ha coordinato le attività di consulenza politica per ministri, sindaci e candidati a vario livello.

Strategist specializzata in comunicazione politico-elettorale, è analista e opinionista politica su numerose testate nazionali. Collaborazione attiva con Rainews24, dove commenta l'attualità politica. Scrive per Washington Post, L'Espresso, Linkiesta, Radio Radicale, Studio24 e Rai News24.

Docente di Analisi dei media e titolare della materia al corso di Sociologia dei media presso l'Università di Padova, per il corso di laurea in Scienze sociologiche.



Sintesi: faccio un sacco di cose.

**Se vuoi saperne di più, @cartinamarone su IG e
@Martina_Carone su TW**

3

Quorum

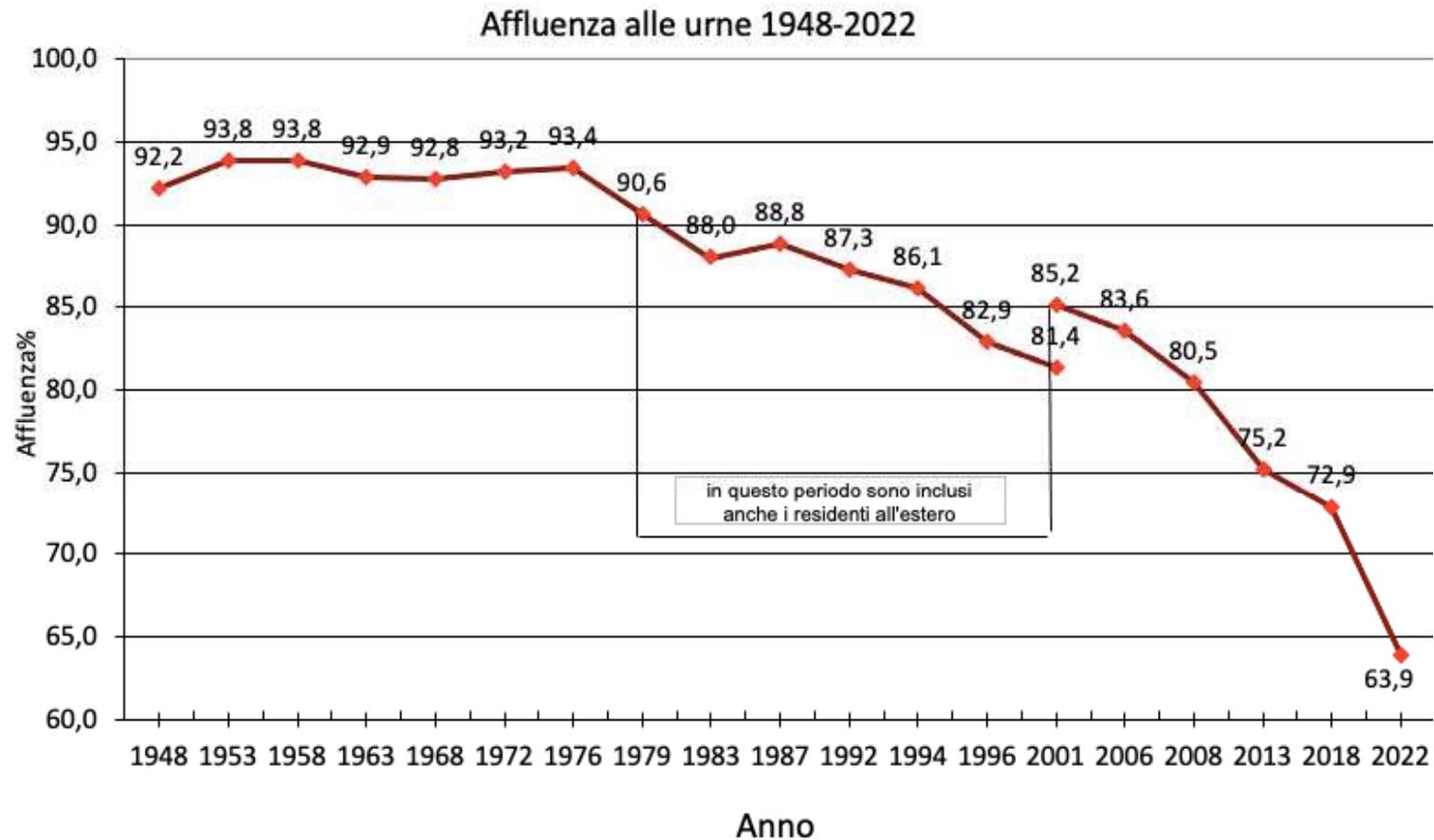
Tutti i diritti riservati ©

Partiamo dalle basi...
(e dai numeri!)

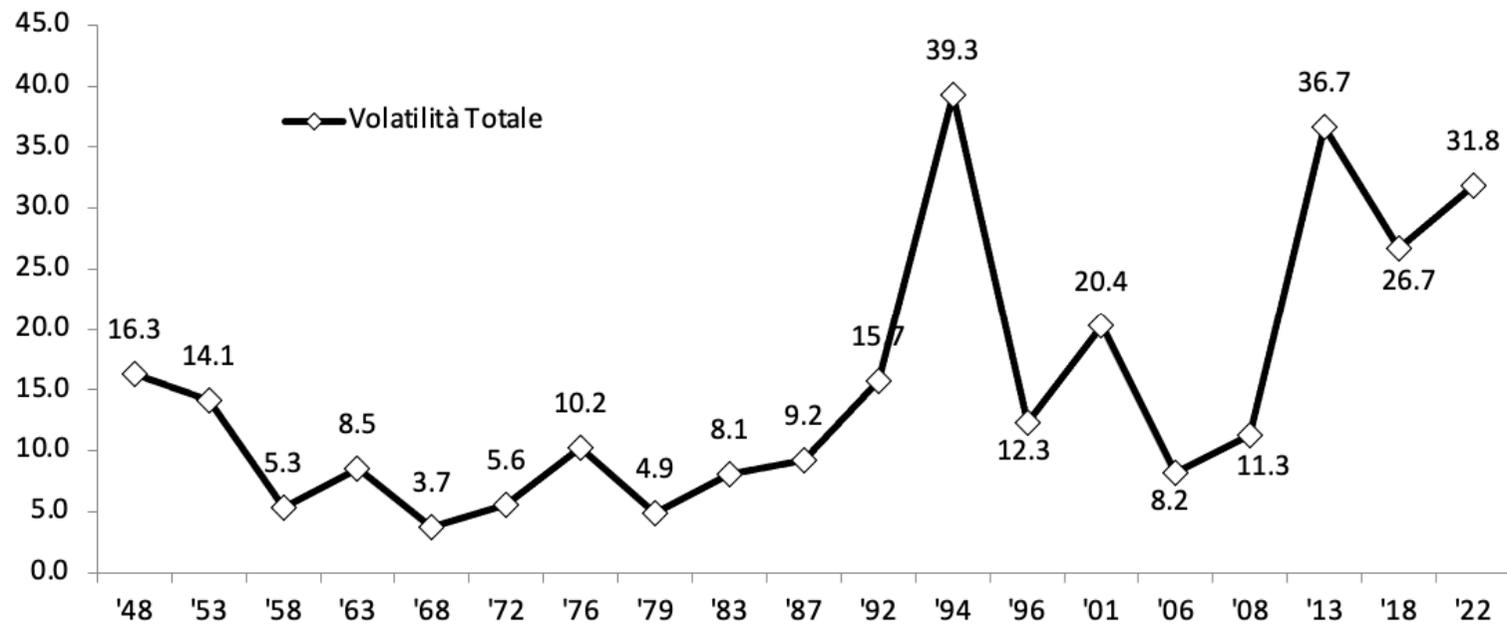
Le tendenze politiche recenti

1

DISAFFEZIONE

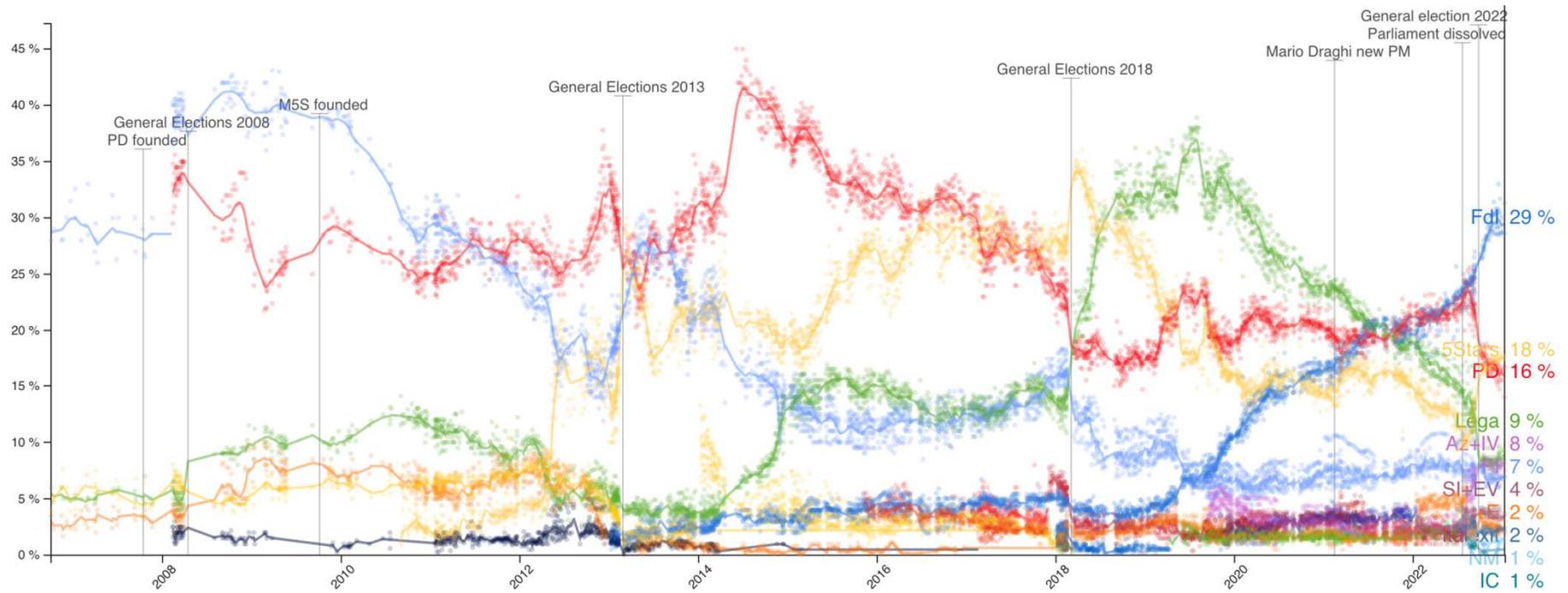


Affluenza alle elezioni politiche 1948-2022
(fonte: CISE)



Tasso di volatilità alle elezioni politiche 1948-2022
(fonte: CISE)

Disaffezione / 3



Andamento dei sondaggi sulle intenzioni di voto dal 2008 a oggi
(fonte: Politico.eu)

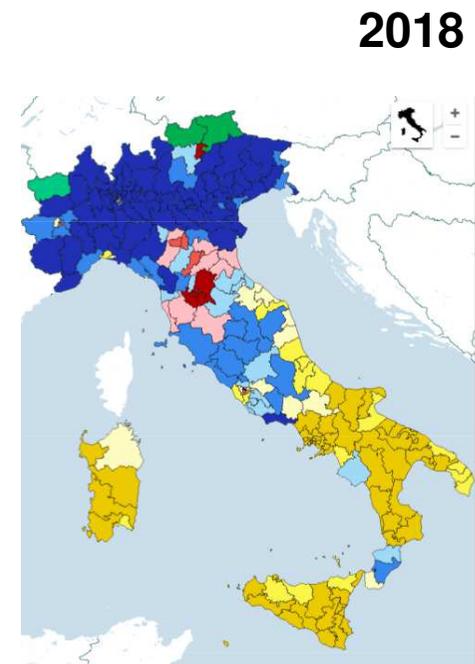
1

DISAFFEZIONE

2

BIPOLARISMO ADDIO?

Bipolarismo addio?



| Le tendenze politiche recenti

1

DISAFFEZIONE

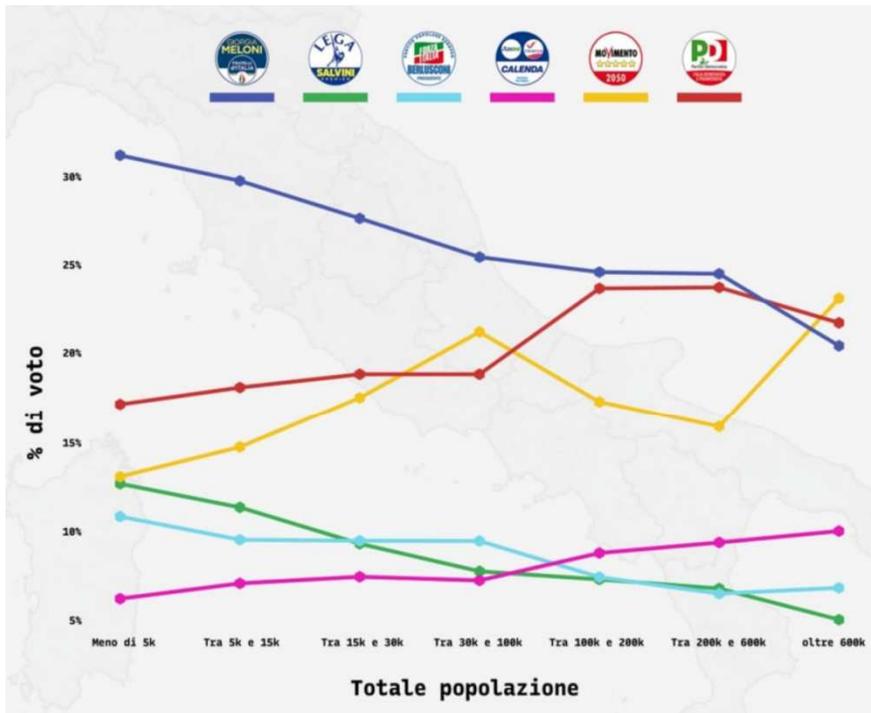
2

BIPOLARISMO ADDIO?

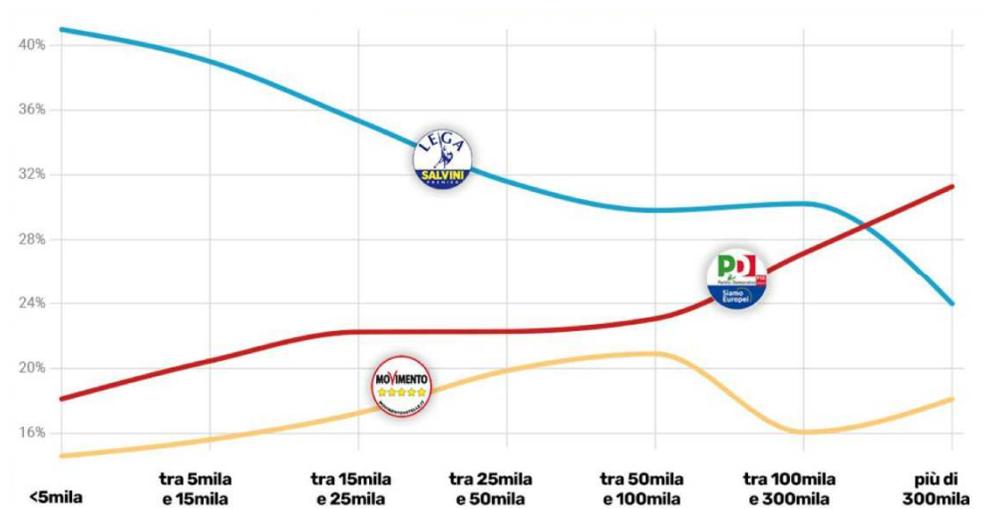
3

GRANDI CITTÀ VS PICCOLI CENTRI

Grandi città vs piccoli centri

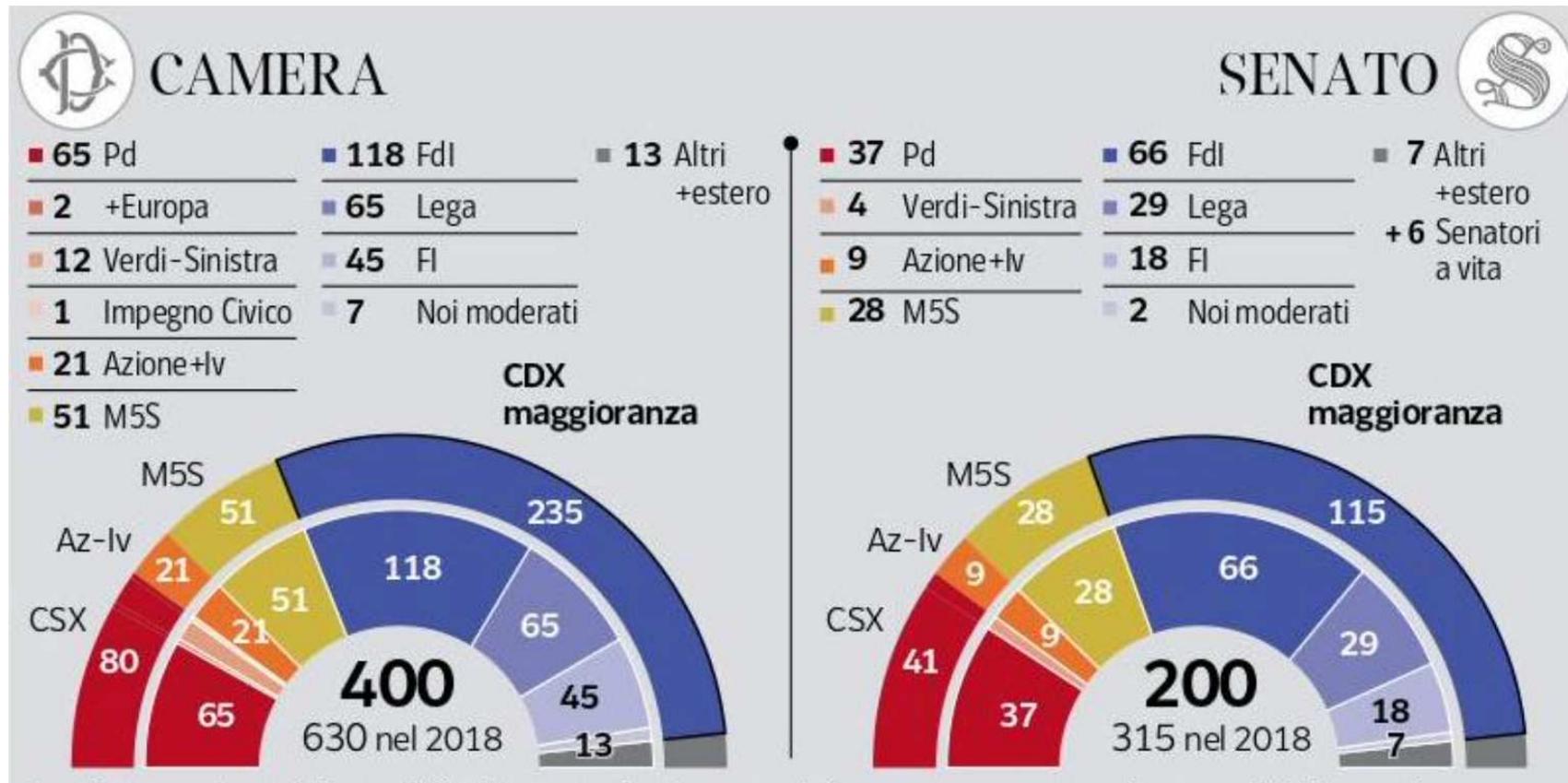


Elezioni politiche
2022

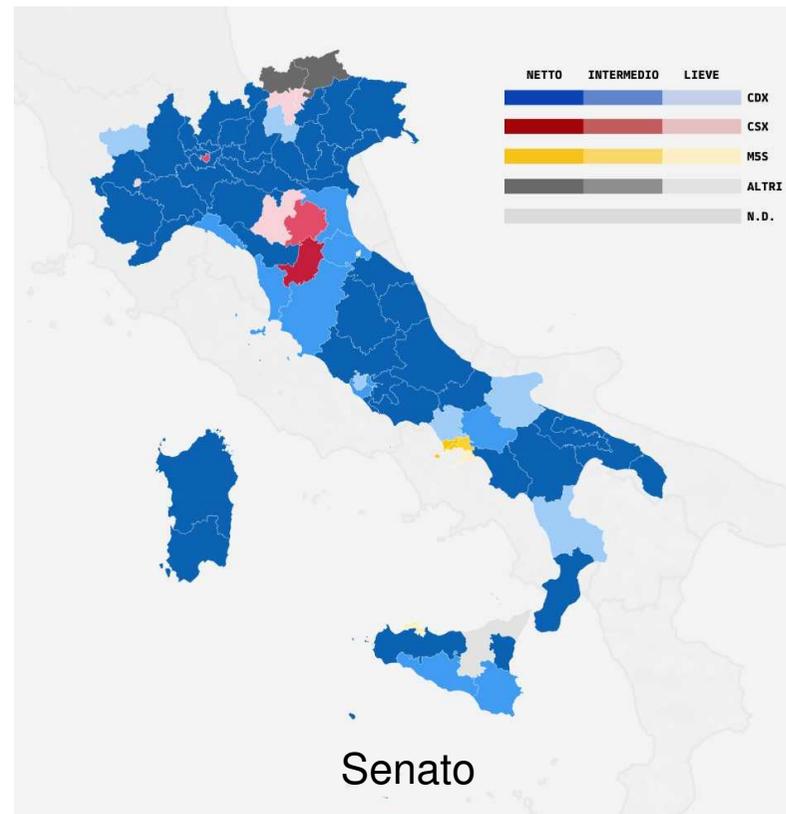
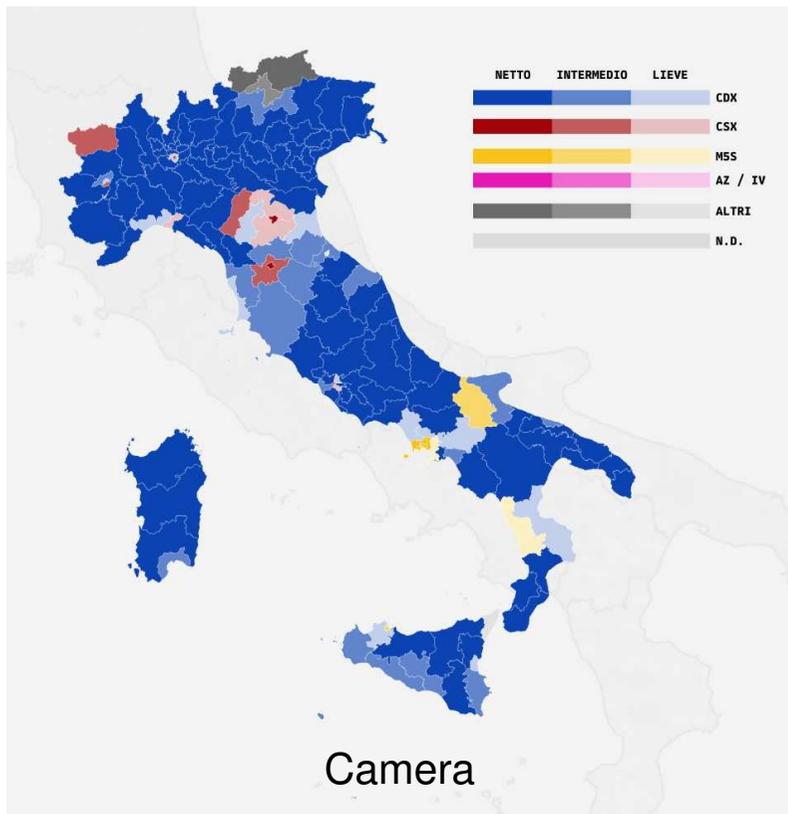


Elezioni europee
2019

Le elezioni politiche del 25 settembre 2022



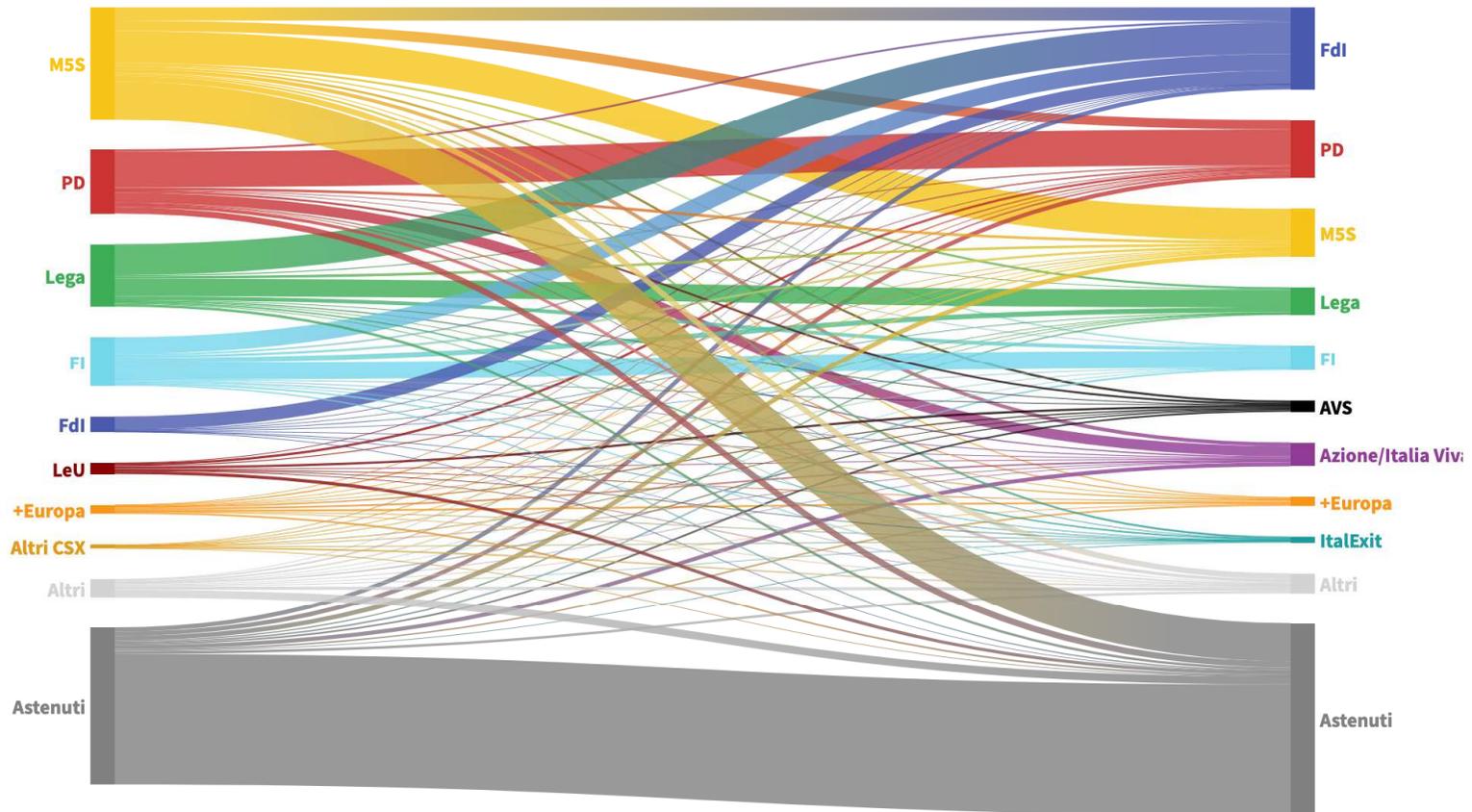
Le elezioni politiche del 25 settembre 2022



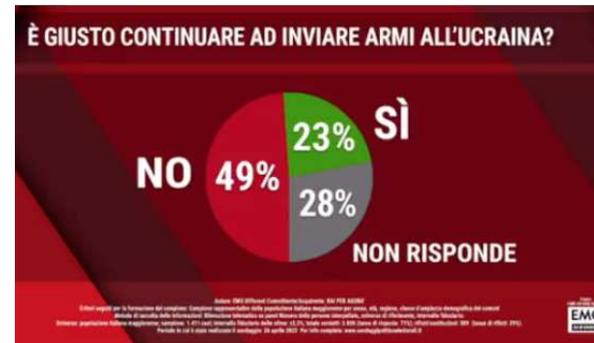
Le elezioni politiche del 25 settembre 2022

Flussi elettorali tra 2018 (a sinistra) e 2022 (a destra)

YOU TREND



Sondaggi, sondaggi e ancora sondaggi...



Governare “con” i sondaggi o “contro” i sondaggi



POLITICA

Renzi: Meglio punto in meno nei sondaggi che perdere dignità

Il presidente del Consiglio è intervenuto per una lectio magistralis a Buenos Aires

di REDAZIONE WEB | 15 febbraio 2016

di REDAZIONE WEB | 12 febbraio 2016

Buenos Aires

Il presidente del Consiglio è intervenuto per una lectio magistralis a

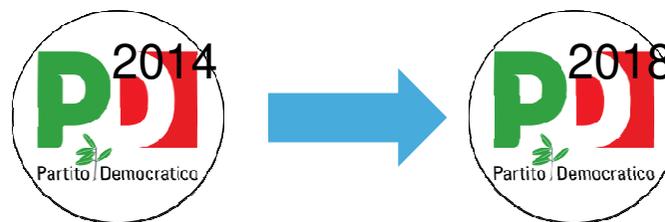
perdere dignità

Renzi: Meglio punto in meno nei sondaggi che

POLITICA

«Un leader è chi, leggendo i sondaggi, prova a cambiarli, non a contestarli»

«Preferisco perdere un punto nei sondaggi piuttosto che perdere la dignità di appartenere alla razza umana»



40,8%

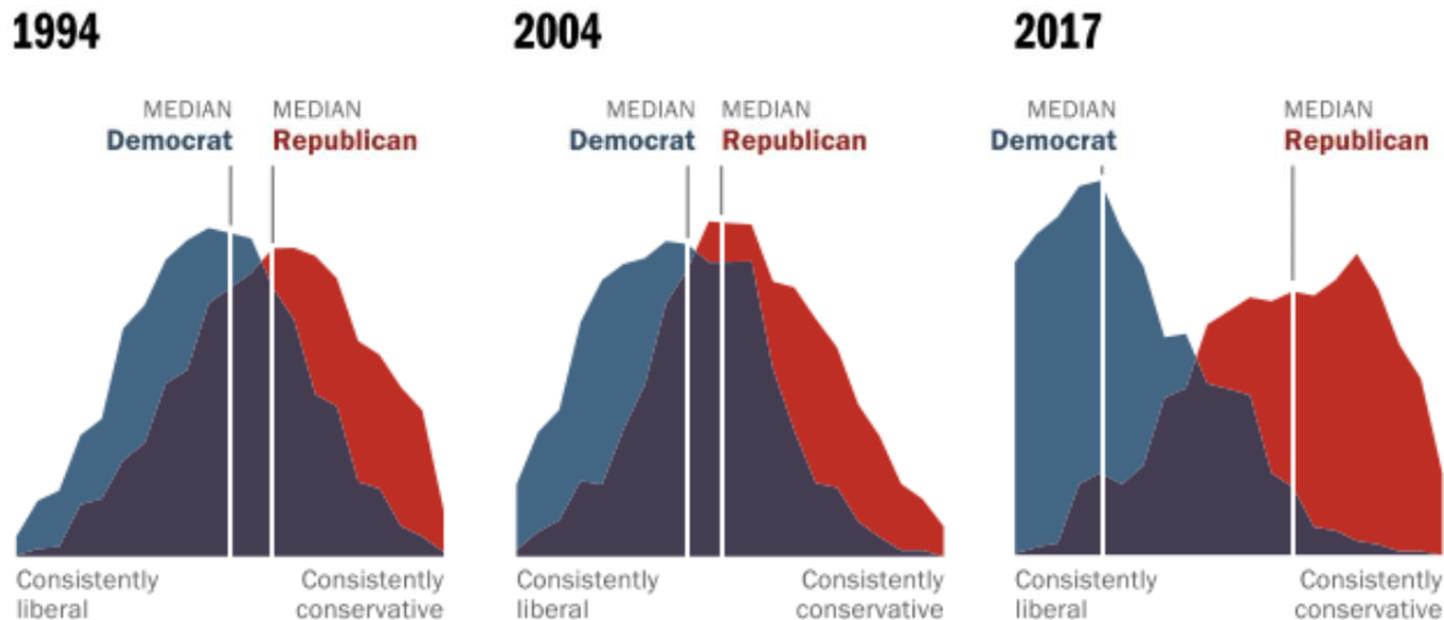
18,8%

Voti: 11.203.231

Voti: 6.161.896

Polarizzazione

Negli ultimi decenni in molte democrazie è aumentata la **polarizzazione** del discorso politico. Complice la diffusione dei social e con i loro algoritmi, si sono create delle **eco chamber**: gli elettori di destra e di sinistra tendono quindi ad allontanarsi e i discorsi radicalizzati hanno più successo di quelli moderati.



(Fonte: Pew Research Center, 2017)



Una domanda che mi fanno “ sempre...”

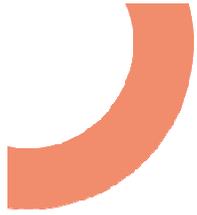
Ma tu ti occupi di propaganda???

”

Una domanda che mi fanno “ sempre...

Ma tu ti occupi di propaganda???



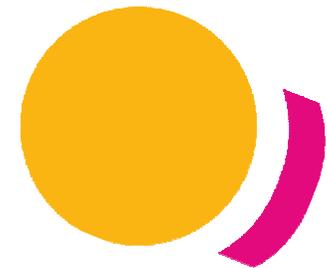


Cos'è la comunicazione politica

Definizione

Terreno dove si incontrano sistema politico, media e i cittadini.

Si avvale di strumenti e tecniche finalizzate all'acquisizione e mantenimento del consenso.

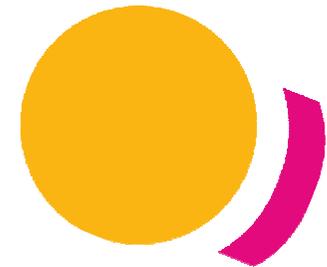


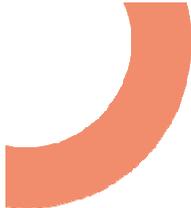


Comunicazione politica o commerciale?

Tre macro differenze

Obiettivo: costruire consenso e mobilitare (sempre di più)
Tempistiche: molto brevi, più veloci (sempre di più)
Risorse: poche risorse (e sempre meno)



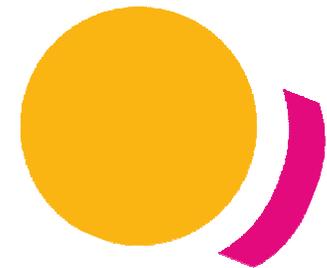


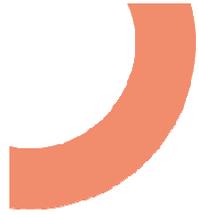
Marketing... politico?!

Michel Bongrand

Le marketing politique

«insieme di tecniche aventi come obiettivo di favorire l'adeguamento di un candidato al suo elettorato potenziale, di farlo conoscere al maggior numero di elettori e a ciascuno di essi in particolare, di creare la differenza con i concorrenti e gli avversari e con un minimo di mezzi, di ottimizzare il numero di suffragi, che occorre guadagnare nel corso della campagna».





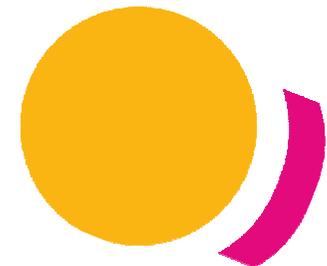
Le fasi della comunicazione politica

Tre fasi (legate allo sviluppo delle campagne elettorali, secondo Norris)

Fase pre-moderna

Fase moderna

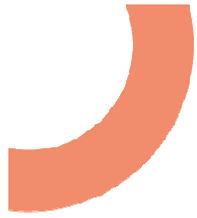
Fase post-moderna



Fase pre moderna



<https://www.youtube.com/watch?v=Jud08s96QfY>

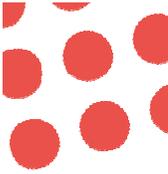


Il politico sembra dire...



“VOTAMI: io parlo bene, mi esprimo in modo colto...
Saprò amministrare bene perché sono meglio di te”





A livello linguistico...

il manifesto

quotidiano comunista

mercoledì 28 aprile 1971

50 lire

Dai duecentomila della Fiat riparte oggi la lotta operaia. E' una lotta che può far saltare la controffensiva padronale e i piani del riformismo. Corrispondenza dalla prima base rossa di Mao

DAL NOSTRO INVIATO IN CINA

Nelle risaie del Kiangsi a colloquio coi contadini sulla guerra indocinese e i rapporti con l'America

di K.S. Rand

Shoukai. La stanza di lavoro è spogia, il pavimento di terra, le pareti di paglia. Un tavolo di legno e una sedia di vimini. Il contadino indocinese è un uomo di mezza statura, di circa 40 anni, con i capelli grigi e un viso segnato dalla fatica. Indossando una giacca di stoffa scura, si siede sulla sedia e ci guarda con un'aria seria. Il suo nome è Shoukai, 40 anni, un contadino della prima base rossa di Mao.

Shoukai ci parla della guerra indocinese, della lotta operaia in Cina, della situazione politica. Ci dice che la guerra indocinese è una guerra di liberazione, una guerra di popolo. Ci dice che la lotta operaia in Cina è una lotta per la democrazia, una lotta per la libertà. Ci dice che la situazione politica in Cina è una situazione di transizione, una situazione di passaggio.

Shoukai ci dice che la guerra indocinese è una guerra di liberazione, una guerra di popolo. Ci dice che la lotta operaia in Cina è una lotta per la democrazia, una lotta per la libertà. Ci dice che la situazione politica in Cina è una situazione di transizione, una situazione di passaggio.

FIAT Quattro ore di sciopero in tutto il complesso nel corso della trattativa tra sindacati e azienda

Torino. Oggi chiuderà la lotta alla Fiat lo sciopero a tutti gli effetti. Il lavoro cesserà in tutto il complesso. I sindacati hanno deciso di scioperare per quattro ore in tutto il complesso. La lotta operaia in Cina è una lotta per la democrazia, una lotta per la libertà.

REPRESSIONE 213 denunce contro gli studenti a Roma

Roma. La polizia ha denunciato 213 studenti per motivi politici. Le denunce riguardano attività di propaganda e di agitazione. La repressione contro gli studenti è una repressione di classe.

UN GIORNALE COMUNISTA di Luigi Pintor

Molti di noi hanno abbandonato la scuola per andare a lavorare. Molti di noi hanno abbandonato la scuola per andare a lavorare. Molti di noi hanno abbandonato la scuola per andare a lavorare.

SCOPERO FIAT. Le altre notizie in quarta pagina

Le notizie in quarta pagina riguardano lo sciopero FIAT e altri avvenimenti. La lotta operaia in Cina è una lotta per la democrazia, una lotta per la libertà.

Introdotta l'esperienza di sciopero... La lotta operaia in Cina è una lotta per la democrazia, una lotta per la libertà.

POTERE Verifica di controllo per il presidente

Roma, ieri e oggi

Per depistare, secondo la propaganda del movimento comunista... La lotta operaia in Cina è una lotta per la democrazia, una lotta per la libertà.

- Evasività, distacco
- Tecnicismi, metafore, invarsi, termini specialistici, figura retoriche
- politiche, "primorepubbliche"

Fase moderna



<https://www.youtube.com/watch?v=UpXOAIFFpBQ>

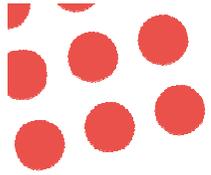


Il politico sembra dire...



“**VOTAMI**: io sono come vorresti essere tu. Abbiamo le stesse passioni, le stesse voglie, gli stessi divertimenti. Saprò fare bene perché io sono la **versione migliore** di te”





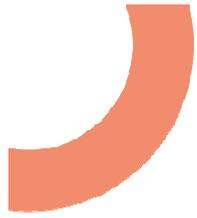
A livello linguistico...



- Linguaggio dell'uomo comune (“scendo in campo”, “Forza Italia”)
- “Sinistrese”
- Sdoganamento dell'insulto (“i comunisti sono dei coglioni”, “V-Day”)

Fase post-moderna



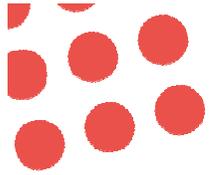


Il politico sembra dire...



“**VOTAMI**: io sono come te.
Parlo chiaro, sono diretto, e non ho paura di dire quel che penso”

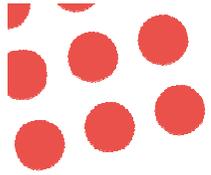




A livello linguistico...

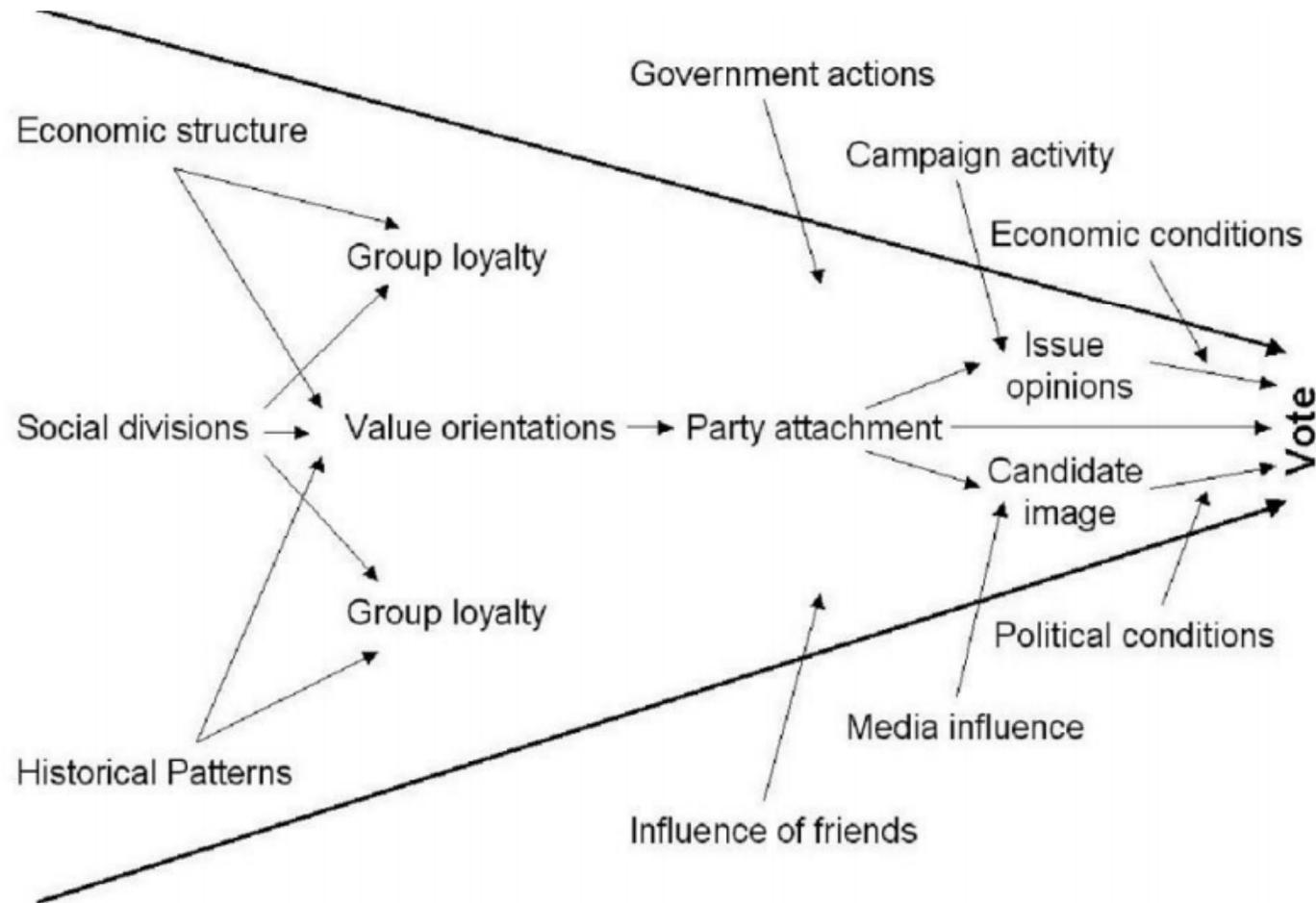


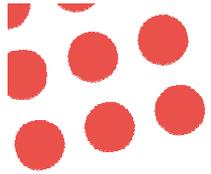
- Dal politichese al “politicoso”: parlare semplice, parlare chiaro
- Linguaggio triviale, sdoganamento della violenza
- Sintassi semplice, brevissima, paratassi



Come si sceglie chi votare?

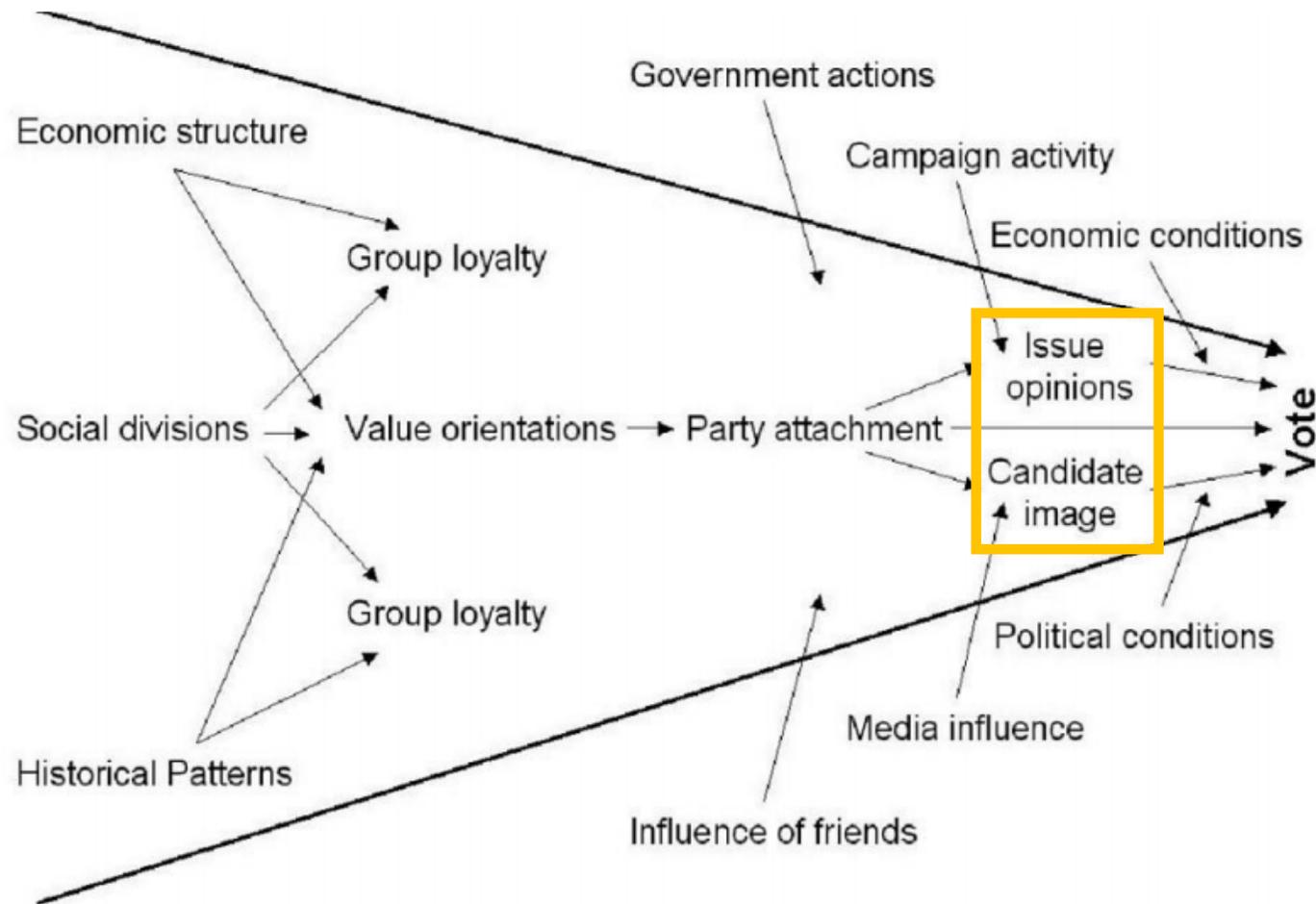
Funnel of causality, Campbell et al. 1960

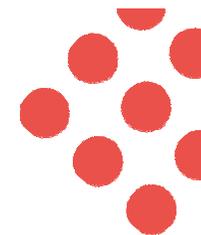




Come si sceglie chi votare?

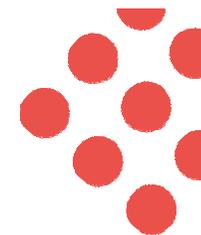
Funnel of causality, Campbell et al. 1960





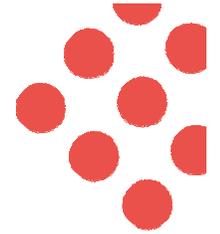
IL METODO





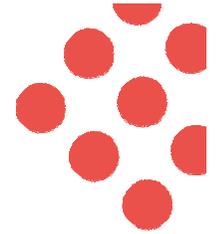
IL METODO





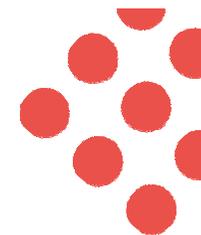
Analisi dello scenario

- Dove mi candido (piccolo comune, grande comune, Regione, circoscrizione macro-regionale, scala nazionale)?
- Qual è il clima d'opinione prevalente nella cittadinanza (disillusione, fiducia, voglia di cambiamento, richiesta di continuità...)?
- Ci sono temi più salienti di altri (sicurezza, immigrazione, crisi economica, costi della politica)?
- Quanti e quali sono i miei avversari (le alleanze, le liste, la notorietà, l'età, il profilo personale e politico)?
- Si vota anche altrove nello stesso giorno (es. elezioni comunali/regionali 2014 insieme a europee)?



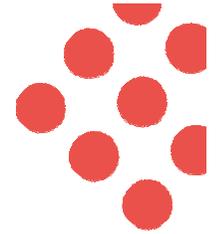
Analisi dello scenario

- Analisi e ricerche quantitative e qualitative (es. sondaggi, analisi elettorali, focus group, interviste di profondità...)



Analisi del candidato

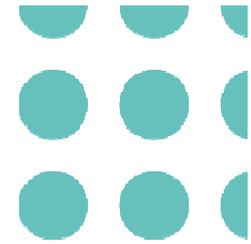
	POSITIVI	NEGATIVI
INTERNI	STRENGTHS ^[L] _[SEP] (Punti di forza)	WEAKNESSES ^[L] _[SEP] (Punti di debolezza)
ESTERNI	OPPORTUNITIES ^[L] _[SEP] (Opportunità)	THREATS ^[L] _[SEP] (Minacce)



GLI STRUMENTI e le analisi

- Qualitative (permettono di esplorare in profondità alcuni aspetti; es focus group, interviste, discussione, osservazione)
- Quantitative (analisi che prendono in considerazione un campione rappresentativo di una popolazione per raccoglierne le opinioni; es sondaggi)

CASO STUDIO



Vincenzo De Luca, 2015
....e sempre Vincenzo De Luca, ma nel 2020!

P
come

Donna *2^a*
edizione

Strumenti per un ruolo sostanziale della donna nella politica

**Corso di comunicazione politica, strategia e marketing
elettorale tra vecchi e nuovi media TV-stampa-digitale**



Domande, dubbi, perplessità...?