

Università IULM, Milano

OSSERVATORIO SULLA COMUNICAZIONE PUBBLICA, IL PUBLIC BRANDING E LA TRASFORMAZIONE DIGITALE

Dipartimento *Business, Diritto, Economia e Consumi* - *Business, Law, Economics and Consumer Behaviour*

IULM 7 - Via Pietro Filargo 8 – stanza 72142 (IULM 2) - 20143 Milano - 02.89141.2639 - comunicazione.pubblica@iulm.it

Direttore scientifico: prof. Stefano Rolando

Mario Draghi (e il suo governo) nell'approccio alla comunicazione

Cento testi

Studi e commenti (febbraio-agosto 2021)



Milano, 30.8.2021

*“Dovremo imparare a prevenire piuttosto che a riparare,
non solo dispiegando tutte le tecnologie a nostra disposizione
ma anche investendo sulla consapevolezza delle nuove generazioni
che “ogni azione ha una conseguenza”.*
(M.D. – Dalle Dichiarazioni programmatiche, 17.2.2021)

Sommario

Nota introduttiva

- *Un primo inventario* (S.R.) – pag.5

Premesse (e contesti)

1. **Mario Draghi** – *Testo dell'intervento al Meeting di Rimini* (18. 8.2020) – pag. 7
2. **Mario Draghi** - *Testo del discorso di insediamento* (Senato della Repubblica – 17.2.2021) – pag. 12
3. **Mario Draghi** – *Testo dell'intervento al Women political leaders Summit* (21.6.2021) – pag. 21
4. **Mario Ricciardi** - *Draghi e la sfida democratica* - Rivista Il Mulino (3.2.2021) – pag. 22
5. **Giuliano Ferrara** – *Il silenzio di Draghi comincia ora* (20.3.2021) – pag. 24
6. **Gianfranco Pasquino** - *I dilemmi di Draghi e il potere che rinuncia allo storytelling* – 26.3.2021 – pag. 25
7. **Nadia Urbinati** - *Il futuro dei dem e del nuovo governo Draghi* (intervista al Riformista) – 14.4.2021 – pag. 27
8. **Giuseppe De Rita** – *Pnrr, capacità progettuale ma povertà attuativa* – (1.8.2021) – pag. 27

Saggi

1. **Alessandro Aresu, Andrea Garnero** – *Un profilo. Passato, presente e futuro di Mario Draghi: la carriera politica di un tecnico* (5.2.2021) – pag. 33
2. **Paride Fusaro** - *Banca centrale europea e comunicazione, un'analisi. Con alcune deduzioni sull'Esecutivo guidato da Mario Draghi* – CERIDAP/Università degli Studi Milano (7.5.2021) – pag. 37
3. **Stefano Rolando** - *Mario Draghi e il "nostro" spirito repubblicano – Necessari nuovi indirizzi nazionali alla comunicazione pubblica intesa come strategia europeistica* – Democrazia futura/Key4biz (3.5.2021) – pag. 54
4. **Guido Barlozzetti** - *L'apparizione di Mario Draghi, una meteora o una stella cometa?* - Democrazia futura/Key4biz (11.5.2021) – pag. 64
5. **Francesco Giorgino** - *La comunicazione essenziale di Draghi. Un nuovo linguaggio basato sul pragmatismo* – Open Society Università Luiss, Roma (15.2.2021) – pag. 77
6. **Francesco Giorgino** - *Il governo Draghi tra valore reale e valore percepito* – tgsky24.it/ Luiss School of Government (4.6.2021) – pag. 80

Commenti

Febbraio-Marzo 2021

- Da 1 a 44 (da pag. 84 a pag. 162)

Aprile-Maggio 2021

- Da 45 a 52 (da pag. 163 a pag. 176)

Giugno-luglio-agosto 2021

- Da 53 a 67 (da pag. 177 a pag. 198)

Le scelte del governo Draghi per il CdA della Rai

10.7.2021 – Quattro articoli tratti da *Corriere della Sera, Repubblica, Sole 24 ore, Messaggero* (da pag.199 a pag.202)

Video

- **Alcuni interventi del presidente Mario Draghi**
Da 1 a 10 (da pag. 204 a pag. 205)
- **Alcune occasioni di commento in materia di comunicazione del presidente Mario Draghi**
Da 11 a 15 (pag. 206)
- **Altre occasioni videoregistrate su Mario Draghi**
Cronaca, circostanze, critiche
Da 16 a 20 (pag.207)

Annuncio

Pag. 208

Nota introduttiva

Un primo inventario

Sono qui inventariati 100 brani. 8 nelle premesse, 6 nell'ambito di scritti accreditabili come "studi", 71 come note di commento (di cui 4 sulle scelte del governo per i vertici della Rai), 15 come link a videoregistrazioni (10 tra i discorsi di Draghi, 5 tra le occasioni di discussione della comunicazione di Draghi). Con l'aggiunta finale di 5 link a video di circostanze di cronaca.

La comunicazione politica italiana si è così intossicata nel corso del tempo che, esattamente un anno dopo lo scoppio della pandemia (una poderosa concausa della parte finale dell'intossicazione), è bastata una forma di marcata sobrietà del nuovo presidente del Consiglio dei Ministri ad aprire un fitto interrogarsi: Ma Draghi parla? E se non parla come spiega? E se non spiega come governa? Eccetera.

Il nostro monitoraggio rientra nel consueto lavoro connesso agli insegnamenti di *Comunicazione pubblica e politica* e al lavoro di ricerca in atto nell'Osservatorio. Intrecciato con quello dedicato al rapporto tra *comunicazione e crisi sanitaria* che ha occupato tutto il 2020.

Qui **la rete ha costituito il campo di analisi**, selezionando contributi accademici, professionali e giornalistici di cui vi è traccia in rete da febbraio ad agosto 2021.

Questo contesto di ricerca favorisce, pur con un approccio comunque selettivo, la disponibilità di un quadro di opinione plurale, non ristretto ai più titolati "addetti ai lavori", che fa emergere non solo i temi interpretativi in maggiore evidenza. Facile osservare che la parte più cospicua dei contributi riguarda proprio la prima fase (**febbraio-marzo**) proprio per la ragione citata.

Presa confidenza con il ruolo e le sue regole, anche Mario Draghi ha individuato una sua cifra relazionale con i giornalisti e con i cittadini.

Così che nelle due parti successive (la primavera e l'estate) gli interrogativi si sono spostati dal "se parla" ai contenuti prevalenti di una forma comunicativa comunque più accentuata.

- Nel **periodo aprile-maggio** l'accompagnamento al contrasto con l'azione, diminuita ma per nulla estinta, del virus (vaccinazioni e priorità nel regolare il processo di parziale riapertura).
- Nel **periodo giugno-agosto** a guardare allo scenario europeo e internazionale per consolidare ruolo e reputazione di un Paese che sta negoziando non solo l'importante quota di risorse assegnate ma anche una crescente funzione di accreditamento e raccordo in campo europeo e internazionale.

Gli interventi su quotidiani e periodici a stampa (sempre mirati alla specificità del tema) sono compresi nell'inventario nella misura in cui si ritrovano riprodotti in rete.

Le premesse si riferiscono ai testi integrali degli interventi di Draghi al *Meeting di Rimini* dell'estate del 2020 (18 agosto) e nell'occasione del *voto di fiducia in Parlamento* (17 febbraio 2021) da intendersi come la maggiore contestualizzazione dei pensieri guida del presidente con richiami vivi nelle narrazioni successive e nel dibattito pubblico. Tra gli interventi "parlati" – per l'incidenza comunicativa e i riscontri soprattutto a firme femminili di cui vi è traccia successiva – è compreso qui anche il testo dell'intervento al *Women political leaders Summit* (21.6.2021)

Si aggiungono alcuni altri contributi. il primo editoriale a governo "alle viste" (3 febbraio 2021) sulle riviste di cultura politica più reputate (nel caso la rivista *Il Mulino*, a firma del suo direttore **Mario Ricciardi**) per una necessaria sintesi critica delle condizioni che hanno determinato la scelta emergenziale fatta dal Capo dello Stato. Un ispirato editoriale di **Giuliano Ferrara**, scritto il 20 marzo, che sposta in senso filosofico l'asse di ragionamento dei comunicatori. Il commento di **Gianfranco Pasquino** – a governo varato e nell'inquadramento dei rapporti tra il premier stesso e il sistema dei partiti (26.3.2021) – inteso come contributo alla cornice interpretativa specifica. Un'intervista con

la politologa della Columbia University di NY **Nadia Urbinati**, che inquadra quelli che considera “limiti politici” del nuovo governo rispetto alla sinistra italiana. E infine la recente nota sul Corriere della Sera di **Giuseppe De Rita** sul PNRR (su progettazione feconda e attuatività povera) che è parte di un tema anche comunicativo.

La discontinuità, dunque, l'autorevolezza nazionale e internazionale e la semplificazione dei messaggi riguardanti le *policies* (annunci o rendiconti) sono i caratteri dominanti dei commenti.

Il carattere ancora frenato di un rilancio della *politica di spiegazione* è un segnale tuttavia che si va esprimendo a partire dalla diffusione del PNRR che si caratterizza per un documento rilevante ma oggetto di scarsa narrativa e raramente accompagnato da chiarificazione alla portata di tutti i target sociali oltre a quelli configurabili come "addetti ai lavori".

Diffusa nei commenti iniziali l'annotazione (anche questa nel quadro delle discontinuità e per lo più con apprezzamento) circa l'utilizzo informativo stringato, strettamente segnalativo, dei socialmedia. Molto materiale resta indagato ma qui non inventariato – sia nel quadro della produzione universitaria, sia nel quadro del lavoro giornalistico e professionale – in considerazione di un format che deve essere contenuto in dimensioni fruibili.

Alcuni segnali critici nei confronti di Mario Draghi sono contenuti in rete, al di là dello specifico trattamento delle questioni comunicative. Per darne almeno allusiva traccia (per esempio nei casi di opinioni espresse in sede politica da **Giorgia Meloni** e in sede giornalistica da **Marco Travaglio**) si sono aggiunti f.c. alcuni video (dal n.16 al n.20) riferiti a *circostanze di cronaca*.

Il panorama rappresentato appare comunque complessivamente soddisfacente per esprimere il **cantiere comunicativo del primo semestre di esperienza di Mario Draghi come capo del Governo**. Cantiere che comprende anche, con alcuni cenni qui contenuti, le decisioni assunte “*senza aspettare i partiti*” per la ricomposizione dei vertici della Rai. Si comprenderà che, salvo questi riferimenti alla Rai, non c'è stato spazio nell'inventario per raccogliere il copioso materiale che riguarda *politiche in materia di “comunicazioni”* che fanno riferimento a più esponenti del governo Draghi.

Ogni riscontro su **eventuali dimenticanze significative** che vorrà essere fatto da chi consulterà il dossier è fin da ora oggetto di ringraziamento e di possibile integrazione.

S.R.

PREMESSE/1

18.8.2020

Mario Draghi al Meeting di CL a Rimini ha parlato della crisi e di come se ne uscirà: puntando molto sui giovani

ANSA - L'ex presidente della BCE Mario Draghi ha pronunciato martedì il discorso inaugurale al Meeting di Rimini, il tradizionale raduno estivo di Comunione e Liberazione. Draghi ha parlato della crisi di questi mesi e di come se ne potrà uscire, tra le molte difficoltà che ci saranno, con ragionamenti e suggerimenti che sono stati molto apprezzati e commentati. In particolare, Draghi ha parlato dell'esigenza di investire nella scuola e nell'istruzione, nella formazione dei giovani: «*Il debito creato con la pandemia è senza precedenti e dovrà essere ripagato principalmente da coloro che sono oggi i giovani*» ha detto, «è nostro dovere far sì che abbiano tutti gli strumenti per farlo pur vivendo in società migliori delle nostre».



La sfida del Covid, l'impegno per i giovani e per l'istruzione, la distinzione tra debito buono e cattivo. L'Europa che cambia e il populismo. Non esistono buone politiche che non siano sostenibili sul lungo periodo, altro che sussidi

Dodici anni fa la crisi finanziaria provocò la più grande distruzione economica mai vista in periodo di pace. Abbiamo poi avuto in Europa una seconda recessione e un'ulteriore perdita di posti di lavoro. Si sono succedute la crisi dell'euro e la pesante minaccia della depressione e della deflazione. Superammo tutto ciò. Quando la fiducia tornava a consolidarsi e con essa la ripresa economica, siamo stati colpiti ancor più duramente dall'esplosione della pandemia: essa minaccia non solo l'economia, ma anche il tessuto della nostra società, così come l'abbiamo finora conosciuta; diffonde incertezza, penalizza l'occupazione, paralizza i consumi e gli investimenti.

In questo susseguirsi di crisi i sussidi che vengono ovunque distribuiti sono una prima forma di vicinanza della società a coloro che sono più colpiti, specialmente a coloro che hanno tante volte provato a reagire. I sussidi servono a sopravvivere, a ripartire. Ai giovani bisogna però dare di più: i sussidi finiranno e resterà la mancanza di una qualificazione professionale, che potrà sacrificare la loro libertà di scelta e il loro reddito futuri.

La società nel suo complesso non può accettare un mondo senza speranza; ma deve, raccolte tutte le proprie energie, e ritrovato un comune sentire, cercare la strada della ricostruzione. Nelle attuali circostanze il pragmatismo è necessario. Non sappiamo quando sarà scoperto un vaccino, né tantomeno come sarà la realtà allora. Le opinioni sono divise: alcuni ritengono che tutto tornerà come prima, altri vedono l'inizio di un profondo cambiamento. Probabilmente la realtà starà nel mezzo: in alcuni settori i cambiamenti non saranno sostanziali; in altri le tecnologie esistenti potranno essere rapidamente adattate. Altri ancora si espanderanno e cresceranno adattandosi alla nuova domanda e ai nuovi comportamenti imposti dalla pandemia. Ma per altri, un ritorno agli stessi livelli operativi che avevano nel periodo prima della pandemia, è improbabile.

Pragmatismo e flessibilità, senza però abbandonare i nostri principi

Dobbiamo accettare l'inevitabilità del cambiamento con realismo e, almeno finché non sarà trovato un rimedio, dobbiamo adattare i nostri comportamenti e le nostre politiche. Ma non dobbiamo rinnegare i nostri principi. Dalla politica economica ci si aspetta che non aggiunga incertezza a quella provocata dalla pandemia e dal cambiamento. Altrimenti finiremo per essere controllati dall'incertezza invece di esser noi a controllarla. Perderemmo la strada. Vengono in mente le parole della 'preghiera per la serenità' di Reinhold Niebuhr che chiede al Signore: *Dammi la serenità per accettare le cose che non posso cambiare, Il coraggio di cambiare le cose che posso cambiare, E la saggezza di capire la differenza.*

Non voglio fare oggi una lezione di politica economica ma darvi un messaggio più di natura etica per affrontare insieme le sfide che ci pone la ricostruzione e insieme affermare i valori e gli obiettivi su cui vogliamo ricostruire le nostre società, le nostre economie in Italia e in Europa. Nel secondo trimestre del 2020 l'economia si è contratta a un tasso paragonabile a quello registrato dai maggiori paesi durante la seconda guerra mondiale. La nostra libertà di circolazione, la nostra stessa interazione umana fisica e psicologica sono state sacrificate, interi settori delle nostre economie sono stati chiusi o messi in condizione di non operare. L'aumento drammatico nel numero delle persone private del lavoro che, secondo le prime stime, sarà difficile riassorbire velocemente, la chiusura delle scuole e di altri luoghi di apprendimento hanno interrotto percorsi professionali ed educativi, hanno approfondito le disuguaglianze.

Alla distruzione del capitale fisico che caratterizzò l'evento bellico molti accostano oggi il timore di una distruzione del capitale umano di proporzioni senza precedenti dagli anni del conflitto mondiale. I governi sono intervenuti con misure straordinarie a sostegno dell'occupazione e del reddito. Il pagamento delle imposte è stato sospeso o differito. Il settore bancario è stato mobilitato affinché continuasse a fornire il credito a imprese e famiglie. Il deficit e il debito pubblico sono cresciuti a livelli mai visti prima in tempo di pace.

Aldilà delle singole agende nazionali, la direzione della risposta è stata corretta. Molte delle regole che avevano disciplinato le nostre economie fino all'inizio della pandemia sono state sospese per far spazio a un pragmatismo che meglio rispondesse alle mutate condizioni. Una citazione attribuita a John Maynard Keynes, l'economista più influente del XX secolo ci ricorda: *"When facts change, I change my mind. What do you do sir?"*.

Tutte le risorse disponibili sono state mobilitate per proteggere i lavoratori e le imprese che costituiscono il tessuto delle nostre economie. Si è evitato che la recessione si trasformasse in una prolungata depressione. Ma l'emergenza e i provvedimenti da essa giustificati non dureranno per sempre. Ora è il momento della saggezza nella scelta del futuro che vogliamo costruire. Il fatto che occorra flessibilità e pragmatismo nel governare oggi non può farci dimenticare l'importanza dei principi che ci hanno sin qui accompagnato.

La riforma delle regole europee non va lasciata ai populisti

Il subitaneo abbandono di ogni schema di riferimento sia nazionale, sia internazionale è fonte di disorientamento. L'erosione di alcuni principii considerati fino ad allora fondamentali, era già iniziata con la grande crisi finanziaria; la giurisdizione del WTO, e con essa l'impianto del multilateralismo che aveva disciplinato le relazioni internazionali fin dalla fine della seconda guerra mondiale venivano messi in discussione dagli stessi Paesi che li avevano disegnati, gli Stati Uniti, o che ne avevano maggiormente beneficiato, la Cina; mai dall'Europa, che attraverso il proprio ordinamento di protezione sociale aveva attenuato alcune delle conseguenze più severe e più ingiuste della globalizzazione; l'impossibilità di giungere a un accordo mondiale sul clima, con le conseguenze che ciò ha sul riscaldamento globale; e in Europa, alle voci critiche della stessa costruzione europea, si accompagnava un crescente scetticismo, soprattutto dopo la crisi del debito sovrano e dell'euro, nei confronti di alcune regole, ritenute essenziali per il suo funzionamento, concernenti: il patto di stabilità, la disciplina del mercato unico, della concorrenza e degli aiuti di stato; regole successivamente sospese o attenuate, a seguito dell'emergenza causata dall'esplosione della pandemia.

L'inadeguatezza di alcuni di questi assetti era da tempo evidente. Ma, piuttosto che procedere celermente a una loro correzione, cosa che fu fatta, parzialmente, solo per il settore finanziario, si lasciò, per inerzia, timidezza e interesse, che questa critica precisa e giustificata divenisse, nel messaggio populista, una protesta contro tutto l'ordine esistente. Questa incertezza, caratteristica dei percorsi verso nuovi ordinamenti, è stata poi amplificata dalla pandemia. Il distanziamento sociale è una necessità e una responsabilità collettiva. Ma

è fondamentalmente innaturale per le nostre società che vivono sullo scambio, sulla comunicazione interpersonale e sulla condivisione. È ancora incerto quando un vaccino sarà disponibile, quando potremo recuperare la normalità delle nostre relazioni.

Tutto ciò è profondamente destabilizzante. Dobbiamo ora pensare a riformare l'esistente senza abbandonare i principi generali che ci hanno guidato in questi anni: l'adesione all'Europa con le sue regole di responsabilità, ma anche di interdipendenza comune e di solidarietà; il multilateralismo con l'adesione a un ordine giuridico mondiale. Il futuro non è in una realtà senza più punti di riferimento, che porterebbe, come è successo in passato, si pensi agli anni Settanta del secolo scorso, a politiche erratiche e certamente meno efficaci, a minor sicurezza interna ed esterna, a maggiore disoccupazione, ma il futuro è nelle riforme anche profonde dell'esistente.

Occorre pensarci subito. Ci deve essere di ispirazione l'esempio di coloro che ricostruirono il mondo, l'Europa, l'Italia dopo la seconda guerra mondiale. Si pensi ai leader che, ispirati da J.M. Keynes, si riunirono a Bretton Woods nel 1944 per la creazione del Fondo Monetario Internazionale, si pensi a De Gasperi, che nel 1943 scriveva la sua visione della futura democrazia italiana e a tanti altri che in Italia, in Europa, nel mondo immaginavano e preparavano il dopoguerra. La loro riflessione sul futuro iniziò ben prima che la guerra finisse, e produsse nei suoi principi fondamentali l'ordinamento mondiale ed europeo che abbiamo conosciuto. È probabile che le nostre regole europee non vengano riattivate per molto tempo e certamente non lo saranno nella loro forma attuale. La ricerca di un senso di direzione richiede che una riflessione sul loro futuro inizi subito.

C'è "debito buono" e "debito cattivo"

Proprio perché oggi la politica economica è più pragmatica e i leader che la dirigono possono usare maggiore discrezionalità, occorre essere molto chiari sugli obiettivi che ci poniamo. La ricostruzione di questo quadro in cui gli obiettivi di lungo periodo sono intimamente connessi con quelli di breve è essenziale per ridare certezza a famiglie e imprese, ma sarà inevitabilmente accompagnata da stock di debito destinati a rimanere elevati a lungo. Questo debito, sottoscritto da Paesi, istituzioni, mercati e risparmiatori, sarà sostenibile, continuerà cioè a essere sottoscritto in futuro, se utilizzato a fini produttivi ad esempio investimenti nel capitale umano, nelle infrastrutture cruciali per la produzione, nella ricerca ecc. se è cioè "debito buono".

La sua sostenibilità verrà meno se invece verrà utilizzato per fini improduttivi, se sarà considerato "debito cattivo". I bassi tassi di interesse non sono di per sé una garanzia di sostenibilità: la percezione della qualità del debito contratto è altrettanto importante. Quanto più questa percezione si deteriora tanto più incerto diviene il quadro di riferimento con effetti sull'occupazione, l'investimento e i consumi.

Il ritorno alla crescita, una crescita che rispetti l'ambiente e che non umili la persona, è divenuto un imperativo assoluto: perché le politiche economiche oggi perseguite siano sostenibili, per dare sicurezza di reddito specialmente ai più poveri, per rafforzare una coesione sociale resa fragile dall'esperienza della pandemia e dalle difficoltà che l'uscita dalla recessione comporterà nei mesi a venire, per costruire un futuro di cui le nostre società oggi intravedono i contorni.

L'obiettivo è impegnativo ma non irraggiungibile se riusciremo a disperdere l'incertezza che oggi aleggia sui nostri Paesi. Stiamo ora assistendo a un rimbalzo nell'attività economica con la riapertura delle nostre economie.

La battaglia contro l'incertezza, l'urgenza di rafforzare la sanità.

Vi sarà un recupero dal crollo del commercio internazionale e dei consumi interni, si pensi che il risparmio delle famiglie nell'area dell'euro è arrivato al 17% dal 13% dello scorso anno. Potrà esservi una ripresa degli investimenti privati e del prodotto interno lordo che nel secondo trimestre del 2020 in qualche Paese era tornato a livelli di metà anni 90. Ma una vera ripresa dei consumi e degli investimenti si avrà solo col dissolversi dell'incertezza che oggi osserviamo e con politiche economiche che siano allo stesso tempo efficaci nell'assicurare il sostegno delle famiglie e delle imprese e credibili, perché sostenibili nel tempo. Il ritorno alla crescita e la sostenibilità delle politiche economiche sono essenziali per rispondere al cambiamento nei desideri delle nostre società; a cominciare da un sistema sanitario dove l'efficienza si misuri anche nella preparazione alle catastrofi di massa.

Investire nell'istruzione. L'impegno necessario per il futuro dei giovani

La protezione dell'ambiente, con la riconversione delle nostre industrie e dei nostri stili di vita, è considerata dal 75 per cento delle persone nei 16 maggiori Paesi al primo posto nella risposta dei governi a quello che può essere considerato il più grande disastro sanitario dei nostri tempi. La digitalizzazione, imposta dal cambiamento delle nostre abitudini di lavoro, accelerata dalla pandemia, è destinata a rimanere una caratteristica permanente delle nostre società. È divenuta necessità: negli Stati Uniti la stima di uno spostamento permanente del lavoro dagli uffici alle abitazioni è oggi del 20 per cento del totale dei giorni lavorati. Vi è però un settore, essenziale per la crescita e quindi per tutte le trasformazioni che ho appena elencato, dove la visione di lungo periodo deve sposarsi con l'azione immediata: l'istruzione e, più in generale, l'investimento nei giovani.

Questo è stato sempre vero ma la situazione presente rende imperativo e urgente un massiccio investimento di intelligenza e di risorse finanziarie in questo settore. La partecipazione alla società del futuro richiederà ai giovani di oggi ancor più grandi capacità di discernimento e di adattamento. Se guardiamo alle culture e alle nazioni che meglio hanno gestito l'incertezza e la necessità del cambiamento, hanno tutte assegnato all'educazione il ruolo fondamentale nel preparare i giovani a gestire il cambiamento e l'incertezza nei loro percorsi di vita, con saggezza e indipendenza di giudizio.

Ma c'è anche una ragione morale che deve spingerci a questa scelta e a farlo bene: il debito creato con la pandemia è senza precedenti e dovrà essere ripagato principalmente da coloro che sono oggi i giovani. È nostro dovere far sì che abbiano tutti gli strumenti per farlo pur vivendo in società migliori delle nostre. Per anni una forma di egoismo collettivo ha indotto i governi a distrarre capacità umane e altre risorse in favore di obiettivi con più certo e immediato ritorno politico: ciò non è più accettabile oggi. Privare un giovane del futuro è una delle forme più gravi di disuguaglianza.

Il dovere nuovo della trasparenza in tempo di emergenza

Alcuni giorni prima di lasciare la presidenza della Banca centrale europea lo scorso anno, ho avuto il privilegio di rivolgermi agli studenti e ai professori dell'Università Cattolica a Milano. Lo scopo della mia esposizione in quell'occasione era cercar di descrivere quelle che considero le tre qualità indispensabili a coloro che sono in posizioni di potere: la conoscenza per cui le decisioni sono basate sui fatti, non soltanto sulle convinzioni; il coraggio che richiedono le decisioni specialmente quando non si conoscono con certezza tutte le loro conseguenze, poiché l'inazione ha essa stessa conseguenze e non esonera dalla responsabilità; l'umiltà di capire che il potere che hanno è stato affidato loro non per un uso arbitrario, ma per raggiungere gli obiettivi che il legislatore ha loro assegnato nell'ambito di un preciso mandato.

Riflettevo allora sulle lezioni apprese nel corso della mia carriera: non avrei certo potuto immaginare quanto velocemente e quanto tragicamente i nostri leader sarebbero stati chiamati a mostrare di possedere queste qualità. La situazione di oggi richiede però un impegno speciale: come già osservato, l'emergenza ha richiesto maggiore discrezionalità nella risposta dei governi, che non nei tempi ordinari: maggiore del solito dovrà allora essere la trasparenza delle loro azioni, la spiegazione della loro coerenza con il mandato che hanno ricevuto e con i principi che lo hanno ispirato. La costruzione del futuro, perché le sue fondamentazioni non poggino sulla sabbia, non può che vedere coinvolta tutta la società che deve riconoscersi nelle scelte fatte perché non siano in futuro facilmente reversibili.

Trasparenza e condivisione sono sempre state essenziali per la credibilità dell'azione di governo; lo sono specialmente oggi quando la discrezionalità che spesso caratterizza l'emergenza si accompagna a scelte destinate a proiettare i loro effetti negli anni a venire. Questa affermazione collettiva dei valori che ci tengono insieme, questa visione comune del futuro che vogliamo costruire si deve ritrovare sia a livello nazionale, sia a livello europeo. La pandemia ha severamente provato la coesione sociale a livello globale e resuscitato tensioni anche tra i Paesi europei.

In Europa non potrà esserci solidarietà di tutti, senza responsabilità dei singoli

Da questa crisi l'Europa può uscire rafforzata. L'azione dei governi poggia su un terreno reso solido dalla politica monetaria. Il fondo per la generazione futura (Next Generation EU) arricchisce gli strumenti della politica europea. Il riconoscimento del ruolo che un bilancio europeo può avere nello stabilizzare le nostre economie, l'inizio di emissioni di debito comune, sono importanti e possono diventare il principio di un disegno che porterà a un Ministero del Tesoro comunitario la cui funzione nel conferire stabilità all'area

dell'euro è stata affermata da tempo. Dopo decenni che hanno visto nelle decisioni europee il prevalere della volontà dei governi, il cosiddetto metodo intergovernativo, la Commissione è ritornata al centro dell'azione. In futuro speriamo che il processo decisionale torni così a essere meno difficile, che rifletta la convinzione, sentita dai più, della necessità di un'Europa forte e stabile, in un mondo che sembra dubitare del sistema di relazioni internazionali che ci ha dato il più lungo periodo di pace della nostra storia.

Ma non dobbiamo dimenticare le circostanze che sono state all'origine di questo passo avanti per l'Europa: la solidarietà che sarebbe dovuta essere spontanea, è stata il frutto di negoziati. Né dobbiamo dimenticare che nell'Europa forte e stabile che tutti vogliamo, la responsabilità si accompagna e dà legittimità alla solidarietà.

Perciò questo passo avanti dovrà essere cementato dalla credibilità delle politiche economiche a livello europeo e nazionale. Allora non si potrà più, come sostenuto da taluni, dire che i mutamenti avvenuti a causa della pandemia sono temporanei. Potremo bensì considerare la ricostruzione delle economie europee veramente come un'impresa condivisa da tutti gli europei, un'occasione per disegnare un futuro comune, come abbiamo fatto tante volte in passato.

È nella natura del progetto europeo evolversi gradualmente e prevedibilmente, con la creazione di nuove regole e di nuove istituzioni: l'introduzione dell'euro seguì logicamente la creazione del mercato unico; la condivisione europea di una disciplina dei bilanci nazionali, prima, l'unione bancaria, dopo, furono conseguenze necessarie della moneta unica. La creazione di un bilancio europeo, anch'essa prevedibile nell'evoluzione della nostra architettura istituzionale, un giorno correggerà questo difetto che ancora permane. Questo è tempo di incertezza, di ansia, ma anche di riflessione, di azione comune. La strada si ritrova certamente e non siamo soli nella sua ricerca.

Dobbiamo essere vicini ai giovani investendo nella loro preparazione. Solo allora, con la buona coscienza di chi assolve al proprio compito, potremo ricordare ai più giovani che il miglior modo per ritrovare la direzione del presente è disegnare il tuo futuro.

PREMESSE/2

17/02/2021

Il discorso di insediamento di Mario Draghi al Senato ¹ *"Oggi, l'unità non è un'opzione, l'unità è un dovere"*



Il primo pensiero che vorrei condividere, nel chiedere la vostra fiducia, riguarda la nostra responsabilità nazionale.

Il primo pensiero che vorrei condividere, nel chiedere la vostra fiducia, riguarda la nostra responsabilità nazionale. Il principale dovere cui siamo chiamati, tutti, io per primo come presidente del Consiglio, è di combattere con ogni mezzo la pandemia e di salvaguardare le vite dei nostri concittadini. Una trincea dove combattiamo tutti insieme. Il virus è nemico di tutti. Ed è nel commosso ricordo di chi non c'è più che cresce il nostro impegno. Prima di illustrarvi il mio programma, vorrei rivolgere un altro pensiero, partecipato e solidale, a tutti coloro che soffrono per la crisi economica che la pandemia ha scatenato, a coloro che lavorano nelle attività più colpite o fermate per motivi sanitari. Conosciamo le loro ragioni, siamo consci del loro enorme sacrificio. Ci impegniamo a fare di tutto perché possano tornare, nel più breve tempo possibile, nel riconoscimento dei loro diritti, alla normalità delle loro occupazioni. Ci impegniamo a informare i cittadini di con sufficiente anticipo, per quanto compatibile con la rapida evoluzione della pandemia, di ogni cambiamento nelle regole.

Il Governo farà le riforme ma affronterà anche l'emergenza. Non esiste un prima e un dopo. Siamo consci dell'insegnamento di Cavour: «...le riforme compiute a tempo, invece di indebolire l'autorità, la rafforzano». Ma nel frattempo dobbiamo occuparci di chi soffre adesso, di chi oggi perde il lavoro o è costretto a chiudere la propria attività.

Nel ringraziare, ancora una volta il presidente della Repubblica per l'onore dell'incarico che mi è stato assegnato, vorrei dirvi che non vi è mai stato, nella mia lunga vita professionale, un momento di emozione così intensa e di responsabilità così ampia.

Ringrazio altresì il mio predecessore Giuseppe Conte che ha affrontato una situazione di emergenza sanitaria ed economica come mai era accaduto dall'Unità d'Italia.

Si è discusso molto sulla natura di questo governo. La storia repubblicana ha dispensato una varietà infinita di formule. Nel rispetto che tutti abbiamo per le istituzioni e per il corretto funzionamento di una democrazia rappresentativa, un esecutivo come quello che ho l'onore di presiedere, specialmente in una situazione drammatica come quella che stiamo vivendo, è semplicemente il governo del Paese. Non ha bisogno di alcun aggettivo che lo definisca. Riassume la volontà, la consapevolezza, il senso di responsabilità delle forze politiche che lo sostengono alle quali è stata chiesta una rinuncia per il bene di tutti, dei propri elettori come

¹ <https://www.governo.it/it/articolo/le-comunicazioni-del-presidente-draghi-al-senato/16225>

degli elettori di altri schieramenti, anche dell'opposizione, dei cittadini italiani tutti. Questo è lo spirito repubblicano di un governo che nasce in una situazione di emergenza raccogliendo l'alta indicazione del capo dello Stato. La crescita di un'economia di un Paese non scaturisce solo da fattori economici. Dipende dalle istituzioni, dalla fiducia dei cittadini verso di esse, dalla condivisione di valori e di speranze. Gli stessi fattori determinano il progresso di un Paese.

Si è detto e scritto che questo governo è stato reso necessario dal fallimento della politica. Mi sia consentito di non essere d'accordo. Nessuno fa un passo indietro rispetto alla propria identità ma semmai, in un nuovo e del tutto inconsueto perimetro di collaborazione, ne fa uno avanti nel rispondere alle necessità del Paese, nell'avvicinarsi ai problemi quotidiani delle famiglie e delle imprese che ben sanno quando è il momento di lavorare insieme, senza pregiudizi e rivalità.

Nei momenti più difficili della nostra storia, l'espressione più alta e nobile della politica si è tradotta in scelte coraggiose, in visioni che fino a un attimo prima sembravano impossibili. Perché prima di ogni nostra appartenenza, viene il dovere della cittadinanza. Siamo cittadini di un Paese che ci chiede di fare tutto il possibile, senza perdere tempo, senza lesinare anche il più piccolo sforzo, per combattere la pandemia e contrastare la crisi economica. E noi oggi, politici e tecnici che formano questo nuovo esecutivo siamo tutti semplicemente cittadini italiani, onorati di servire il proprio Paese, tutti ugualmente consapevoli del compito che ci è stato affidato. **Questo è lo spirito repubblicano del mio governo.**

La durata dei governi in Italia è stata mediamente breve ma ciò non ha impedito, in momenti anche drammatici della vita della nazione, di compiere scelte decisive per il futuro dei nostri figli e nipoti. Conta la qualità delle decisioni, conta il coraggio delle visioni, non contano i giorni. Il tempo del potere può essere sprecato anche nella sola preoccupazione di conservarlo. Oggi noi abbiamo, come accadde ai governi dell'immediato Dopoguerra, la possibilità, o meglio la responsabilità, di avviare una Nuova Ricostruzione.

L'Italia si risollevò dal disastro della Seconda Guerra Mondiale con orgoglio e determinazione e mise le basi del miracolo economico grazie a investimenti e lavoro. Ma soprattutto grazie alla convinzione che il futuro delle generazioni successive sarebbe stato migliore per tutti. Nella fiducia reciproca, nella fratellanza nazionale, nel perseguimento di un riscatto civico e morale. A quella Ricostruzione collaborarono forze politiche ideologicamente lontane se non contrapposte. Sono certo che anche a questa Nuova Ricostruzione nessuno farà mancare, nella distinzione di ruoli e identità, il proprio apporto.

Questa è la nostra missione di italiani: consegnare un Paese migliore e più giusto ai figli e ai nipoti

Spesso mi sono chiesto se noi, e mi riferisco prima di tutto alla mia generazione, abbiamo fatto e stiamo facendo per loro tutto quello che i nostri nonni e padri fecero per noi, sacrificandosi oltre misura. È una domanda che ci dobbiamo porre quando non facciamo tutto il necessario per promuovere al meglio il capitale umano, la formazione, la scuola, l'università e la cultura. Una domanda alla quale dobbiamo dare risposte concrete e urgenti quando deludiamo i nostri giovani costringendoli ad emigrare da un paese che troppo spesso non sa valutare il merito e non ha ancora realizzato una effettiva parità di genere. Una domanda che non possiamo eludere quando aumentiamo il nostro debito pubblico senza aver speso e investito al meglio risorse che sono sempre scarse. Ogni spreco oggi è un torto che facciamo alle prossime generazioni, una sottrazione dei loro diritti. Esprimo davanti a voi, che siete i rappresentanti eletti degli italiani, l'auspicio che il desiderio e la necessità di costruire un futuro migliore orientino saggiamente le nostre decisioni. Nella speranza che i giovani italiani che prenderanno il nostro posto, anche qui in questa aula, ci ringrazino per il nostro lavoro e non abbiano di che rimproverarci per il nostro egoismo.

Questo governo nasce nel solco dell'appartenenza del nostro Paese, come socio fondatore, all'Unione europea, e come protagonista dell'Alleanza Atlantica, nel solco delle grandi democrazie occidentali, a difesa dei loro irrinunciabili principi e valori.

Sostenere questo governo significa condividere l'irreversibilità della scelta dell'euro, significa condividere la prospettiva di un'Unione Europea sempre più integrata che approderà a un bilancio pubblico comune capace di sostenere i Paesi nei periodi di recessione. Gli Stati nazionali rimangono il riferimento dei nostri cittadini, ma nelle aree definite dalla loro debolezza cedono sovranità nazionale per acquistare sovranità condivisa. Anzi, nell'appartenenza convinta al destino dell'Europa siamo ancora più italiani, ancora più vicini ai nostri territori di origine o residenza. Dobbiamo essere orgogliosi del contributo italiano alla crescita e allo sviluppo dell'Unione europea. Senza l'Italia non c'è l'Europa. Ma, fuori dall'Europa c'è meno Italia. **Non c'è sovranità nella solitudine. C'è solo l'inganno di ciò che siamo, nell'oblio di ciò che siamo stati e nella negazione di**

quello che potremmo essere. Siamo una grande potenza economica e culturale. Mi sono sempre stupito e un po' addolorato in questi anni, nel notare come spesso il giudizio degli altri sul nostro Paese sia migliore del nostro. Dobbiamo essere più orgogliosi, più giusti e più generosi nei confronti del nostro Paese. E riconoscere i tanti primati, la profonda ricchezza del nostro capitale sociale, del nostro volontariato, che altri ci invidiano.

Lo stato del Paese dopo un anno di pandemia

Da quando è esplosa l'epidemia, ci sono stati - i dati ufficiali sottostimano il fenomeno - 92.522 morti, 2.725.106 cittadini colpiti dal virus, in questo momento 2.074 sono i ricoverati in terapia intensiva. Ci sono 259 morti tra gli operatori sanitari e 118.856 sono quelli contagiati, a dimostrazione di un enorme sacrificio sostenuto con generosità e impegno. Cifre che hanno messo a dura prova il sistema sanitario nazionale, sottraendo personale e risorse alla prevenzione e alla cura di altre patologie, con conseguenze pesanti sulla salute di tanti italiani.

L'aspettativa di vita, a causa della pandemia, è diminuita: fino a 4 - 5 anni nelle zone di maggior contagio; un anno e mezzo - due in meno per tutta la popolazione italiana. Un calo simile non si registrava in Italia dai tempi delle due guerre mondiali.

La diffusione del virus ha comportato gravissime conseguenze anche sul tessuto economico e sociale del nostro Paese. Con rilevanti impatti sull'occupazione, specialmente quella dei giovani e delle donne. Un fenomeno destinato ad aggravarsi quando verrà meno il divieto di licenziamento.

Si è anche aggravata la povertà. I dati dei centri di ascolto Caritas, che confrontano il periodo maggio-settembre del 2019 con lo stesso periodo del 2020, mostrano che da un anno all'altro l'incidenza dei "nuovi poveri" passa dal 31% al 45%: quasi una persona su due che oggi si rivolge alla Caritas lo fa per la prima volta. Tra i nuovi poveri aumenta in particolare il peso delle famiglie con minori, delle donne, dei giovani, degli italiani, che sono oggi la maggioranza (52% rispetto al 47,9 % dello scorso anno) e delle persone in età lavorativa, di fasce di cittadini finora mai sfiorati dall'indigenza.

Il numero totale di ore di Cassa integrazione per emergenza sanitaria dal 1° aprile al 31 dicembre dello scorso anno supera i 4 miliardi. Nel 2020 gli occupati sono scesi di 444 mila unità ma il calo si è concentrato su contratti a termine (-393 mila) e lavoratori autonomi (-209). La pandemia finora ha colpito soprattutto giovani e donne, una disoccupazione selettiva ma che presto potrebbe iniziare a colpire anche i lavoratori con contratti a tempo indeterminato.

Gravi e con pochi precedenti storici gli effetti sulla disuguaglianza. In assenza di interventi pubblici il coefficiente di Gini, una misura della disuguaglianza nella distribuzione del reddito, sarebbe aumentato, nel primo semestre del 2020 (secondo una recente stima), di 4 punti percentuali, rispetto al 34.8% del 2019. Questo aumento sarebbe stato maggiore di quello cumulato durante le due recenti recessioni. L'aumento nella disuguaglianza è stato tuttavia attenuato dalle reti di protezione presenti nel nostro sistema di sicurezza sociale, in particolare dai provvedimenti che dall'inizio della pandemia li hanno rafforzati. Rimane però il fatto che il nostro sistema di sicurezza sociale è squilibrato, non proteggendo a sufficienza i cittadini con impieghi a tempo determinato e i lavoratori autonomi.

Le previsioni pubblicate la scorsa settimana dalla Commissione europea indicano che sebbene nel 2020 la recessione europea sia stata meno grave di quanto ci si aspettasse - e che quindi già fra poco più di un anno si dovrebbero recuperare i livelli di attività economica pre-pandemia - in Italia questo non accadrà prima della fine del 2022, in un contesto in cui, prima della pandemia, non avevamo ancora recuperato pienamente gli effetti delle crisi del 2008-09 e del 2011-13. La diffusione del Covid ha provocato ferite profonde nelle nostre comunità, non solo sul piano sanitario ed economico, ma anche su quello culturale ed educativo. Le ragazze e i ragazzi hanno avuto, soprattutto quelli nelle scuole secondarie di secondo grado, il servizio scolastico attraverso la Didattica a Distanza che, pur garantendo la continuità del servizio, non può non creare disagi ed evidenziare disuguaglianze. Un dato chiarisce meglio la dinamica attuale: a fronte di 1.696.300 studenti delle scuole secondarie di secondo grado, nella prima settimana di febbraio solo 1.039.372 studenti (il 61,2% del totale) ha avuto assicurato il servizio attraverso la Didattica a Distanza.

Le priorità per ripartire

Questa situazione di emergenza senza precedenti impone di imboccare, con decisione e rapidità, una strada di unità e di impegno comune.

Il piano di vaccinazione. Gli scienziati in soli 12 mesi hanno fatto un miracolo: non era mai accaduto che si riuscisse a produrre un nuovo vaccino in meno di un anno. La nostra prima sfida è, ottenerne le quantità sufficienti, distribuirlo rapidamente ed efficientemente.

Abbiamo bisogno di mobilitare tutte le energie su cui possiamo contare, ricorrendo alla protezione civile, alle forze armate, ai tanti volontari. Non dobbiamo limitare le vaccinazioni all'interno di luoghi specifici, spesso ancora non pronti: abbiamo il dovere di renderle possibili in tutte le strutture disponibili, pubbliche e private. Facendo tesoro dell'esperienza fatta con i tamponi che, dopo un ritardo iniziale, sono stati permessi anche al di fuori della ristretta cerchia di ospedali autorizzati. E soprattutto imparando da Paesi che si sono mossi più rapidamente di noi disponendo subito di quantità di vaccini adeguate. La velocità è essenziale non solo per proteggere gli individui e le loro comunità sociali, ma ora anche per ridurre le possibilità che sorgano altre varianti del virus.

Sulla base dell'esperienza dei mesi scorsi dobbiamo aprire un confronto a tutto campo sulla riforma della nostra sanità. Il punto centrale è rafforzare e ridisegnare la sanità territoriale, realizzando una forte rete di servizi di base (case della comunità, ospedali di comunità, consultori, centri di salute mentale, centri di prossimità contro la povertà sanitaria). È questa la strada per rendere realmente esigibili i "Livelli essenziali di assistenza" e affidare agli ospedali le esigenze sanitarie acute, post acute e riabilitative. La "casa come principale luogo di cura" è oggi possibile con la telemedicina, con l'assistenza domiciliare integrata

La scuola

Non solo dobbiamo tornare rapidamente a un orario scolastico normale, anche distribuendolo su diverse fasce orarie, ma dobbiamo fare il possibile, con le modalità più adatte, per recuperare le ore di didattica in presenza perse lo scorso anno, soprattutto nelle regioni del Mezzogiorno in cui la didattica a distanza ha incontrato maggiori difficoltà.

Occorre rivedere il disegno del percorso scolastico annuale. Allineare il calendario scolastico alle esigenze derivanti dall'esperienza vissuta dall'inizio della pandemia. Il ritorno a scuola deve avvenire in sicurezza. È necessario investire in una transizione culturale a partire dal patrimonio identitario umanistico riconosciuto a livello internazionale.

Siamo chiamati disegnare un percorso educativo che combini la necessaria adesione agli standard qualitativi richiesti, anche nel panorama europeo, con innesti di nuove materie e metodologie, e coniugare le competenze scientifiche con quelle delle aree umanistiche e del multilinguismo.

Infine è necessario investire nella formazione del personale docente per allineare l'offerta educativa alla domanda delle nuove generazioni. In questa prospettiva particolare attenzione va riservata agli ITIS (istituti tecnici). In Francia e in Germania, ad esempio, questi istituti sono un pilastro importante del sistema educativo. È stato stimato in circa 3 milioni, nel quinquennio 2019-23, il fabbisogno di diplomati di istituti tecnici nell'area digitale e ambientale. Il Programma Nazionale di Ripresa e Resilienza assegna 1,5 md agli ITIS, 20 volte il finanziamento di un anno normale pre-pandemia. Senza innovare l'attuale organizzazione di queste scuole, rischiamo che quelle risorse vengano sprecate.

La globalizzazione, la trasformazione digitale e la transizione ecologica stanno da anni cambiando il mercato del lavoro e richiedono continui adeguamenti nella formazione universitaria. Allo stesso tempo occorre investire adeguatamente nella ricerca, senza escludere la ricerca di base, puntando all'eccellenza, ovvero a una ricerca riconosciuta a livello internazionale per l'impatto che produce sulla nuova conoscenza e sui nuovi modelli in tutti i campi scientifici. Occorre infine costruire sull'esperienza di didattica a distanza maturata nello scorso anno sviluppandone le potenzialità con l'impiego di strumenti digitali che potranno essere utilizzati nella didattica in presenza.

Oltre la pandemia

Quando usciremo, e usciremo, dalla pandemia, che mondo troveremo? Alcuni pensano che la tragedia nella quale abbiamo vissuto per più di 12 mesi sia stata simile ad una lunga interruzione di corrente. Prima o poi la luce ritorna, e tutto ricomincia come prima. La scienza, ma semplicemente il buon senso, suggeriscono che potrebbe non essere così.

Il riscaldamento del pianeta ha effetti diretti sulle nostre vite e sulla nostra salute, dall'inquinamento, alla fragilità idrogeologica, all'innalzamento del livello dei mari che potrebbe rendere ampie zone di alcune città

litoranee non più abitabili. Lo spazio che alcune megalopoli hanno sottratto alla natura potrebbe essere stata una delle cause della trasmissione del virus dagli animali all'uomo.

Come ha detto papa Francesco: *«Le tragedie naturali sono la risposta della terra al nostro maltrattamento. E io penso che se chiedessi al Signore che cosa pensa, non credo mi direbbe che è una cosa buona: siamo stati noi a rovinare l'opera del Signore».*

Proteggere il futuro dell'ambiente, conciliandolo con il progresso e il benessere sociale, richiede un approccio nuovo: digitalizzazione, agricoltura, salute, energia, aerospazio, *cloud computing*, scuole ed educazione, protezione dei territori, biodiversità, riscaldamento globale ed effetto serra, sono diverse facce di una sfida poliedrica che vede al centro l'ecosistema in cui si svilupperanno tutte le azioni umane.

Anche nel nostro Paese alcuni modelli di crescita dovranno cambiare. Ad esempio il modello di turismo, un'attività che prima della pandemia rappresentava il 14 per cento del totale delle nostre attività economiche. Imprese e lavoratori in quel settore vanno aiutati ad uscire dal disastro creato dalla pandemia. Ma senza scordare che il nostro turismo avrà un futuro se non dimentichiamo che esso vive della nostra capacità di preservare, cioè almeno non sciupare, città d'arte, luoghi e tradizioni che successive generazioni attraverso molti secoli hanno saputo preservare e ci hanno tramandato.

Uscire dalla pandemia non sarà come riaccendere la luce. Questa osservazione, che gli scienziati non smettono di ripeterci, ha una conseguenza importante. **Il governo dovrà proteggere i lavoratori, tutti i lavoratori, ma sarebbe un errore proteggere indifferentemente tutte le attività economiche.** Alcune dovranno cambiare, anche radicalmente. E la scelta di quali attività proteggere e quali accompagnare nel cambiamento è il difficile compito che la politica economica dovrà affrontare nei prossimi mesi. La capacità di adattamento del nostro sistema produttivo e interventi senza precedenti ha permesso di preservare la forza lavoro in un anno drammatico: sono stati sette milioni i lavoratori che hanno fruito di strumenti di integrazione salariale per un totale di 4 miliardi di ore. Grazie a tali misure, supportate anche dalla Commissione Europea mediante il programma SURE, è stato possibile limitare gli effetti negativi sull'occupazione. A pagare il prezzo più alto sono stati i giovani, le donne e i lavoratori autonomi.

È innanzitutto a loro che bisogna pensare quando approntiamo una strategia di sostegno delle imprese e del lavoro, strategia che dovrà coordinare la sequenza degli interventi sul lavoro, sul credito e sul capitale.

Centrali sono le politiche attive del lavoro. Affinché esse siano immediatamente operative è necessario migliorare gli strumenti esistenti, come l'assegno di riallocazione, rafforzando le politiche di formazione dei lavoratori occupati e disoccupati. Vanno anche rafforzate le dotazioni di personale e digitali dei centri per l'impiego in accordo con le regioni. Questo progetto è già parte del Programma Nazionale di Ripresa e Resilienza ma andrà anticipato da subito.

Il cambiamento climatico, come la pandemia, penalizza alcuni settori produttivi senza che vi sia un'espansione in altri settori che possa compensare. Dobbiamo quindi essere noi ad assicurare questa espansione e lo dobbiamo fare subito. La risposta della politica economica al cambiamento climatico e alla pandemia dovrà essere una combinazione di politiche strutturali che facilitino l'innovazione, di politiche finanziarie che facilitino l'accesso delle imprese capaci di crescere al capitale e al credito e di politiche monetarie e fiscali espansive che agevolino gli investimenti e creino domanda per le nuove attività sostenibili che sono state create. **Vogliamo lasciare un buon pianeta, non solo una buona moneta.**

Parità di genere

La mobilitazione di tutte le energie del Paese nel suo rilancio non può prescindere dal coinvolgimento delle donne. Il divario di genere nei tassi di occupazione in Italia rimane tra i più alti di Europa: circa 18 punti su una media europea di 10. Dal dopoguerra ad oggi, la situazione è notevolmente migliorata, ma questo incremento non è andato di pari passo con un altrettanto evidente miglioramento delle condizioni di carriera delle donne. L'Italia presenta oggi uno dei peggiori gap salariali tra generi in Europa, oltre una cronica scarsità di donne in posizioni manageriali di rilievo.

Una vera parità di genere non significa un farisaico rispetto di quote rosa richieste dalla legge: richiede che siano garantite parità di condizioni competitive tra generi. Intendiamo lavorare in questo senso, puntando a un riequilibrio del gap salariale e un sistema di welfare che permetta alle donne di dedicare alla loro carriera le stesse energie dei loro colleghi uomini, superando la scelta tra famiglia o lavoro.

Garantire parità di condizioni competitive significa anche assicurarsi che tutti abbiano eguale accesso alla formazione di quelle competenze chiave che sempre più permetteranno di fare carriera – digitali,

tecnologiche e ambientali. Intendiamo quindi investire, economicamente ma soprattutto culturalmente, perché sempre più giovani donne scelgano di formarsi negli ambiti su cui intendiamo rilanciare il Paese. Solo in questo modo riusciremo a garantire che le migliori risorse siano coinvolte nello sviluppo del Paese.

Il Mezzogiorno

Aumento dell'occupazione, in primis, femminile, è obiettivo imprescindibile: benessere, autodeterminazione, legalità, sicurezza sono strettamente legati all'aumento dell'occupazione femminile nel Mezzogiorno. Sviluppare la capacità di attrarre investimenti privati nazionali e internazionali è essenziale per generare reddito, creare lavoro, investire il declino demografico e lo spopolamento delle aree interne. Ma per raggiungere questo obiettivo occorre creare un ambiente dove legalità e sicurezza siano sempre garantite. Vi sono poi strumenti specifici quali il credito d'imposta e altri interventi da concordare in sede europea. Per riuscire a spendere e spendere bene, utilizzando gli investimenti dedicati dal Next Generation EU occorre irrobustire le amministrazioni meridionali, anche guardando con attenzione all'esperienza di un passato che spesso ha deluso la speranza.

Gli investimenti pubblici

In tema di infrastrutture occorre investire sulla preparazione tecnica, legale ed economica dei funzionari pubblici per permettere alle amministrazioni di poter pianificare, progettare ed accelerare gli investimenti con certezza dei tempi, dei costi e in piena compatibilità con gli indirizzi di sostenibilità e crescita indicati nel Programma nazionale di Ripresa e Resilienza. Particolare attenzione va posta agli investimenti in manutenzione delle opere e nella tutela del territorio, incoraggiando l'utilizzo di tecniche predittive basate sui più recenti sviluppi in tema di Intelligenza artificiale e tecnologie digitali. Il settore privato deve essere invitato a partecipare alla realizzazione degli investimenti pubblici apportando più che finanza, competenza, efficienza e innovazione per accelerare la realizzazione dei progetti nel rispetto dei costi previsti.

Next Generation EU

La strategia per i progetti del Next Generation EU non può che essere trasversale e sinergica, basata sul principio dei co-benefici, cioè con la capacità di impattare simultaneamente più settori, in maniera coordinata. Dovremo imparare a prevenire piuttosto che a riparare, non solo dispiegando tutte le tecnologie a nostra disposizione ma anche investendo sulla consapevolezza delle nuove generazioni che «ogni azione ha una conseguenza».

Come si è ripetuto più volte, avremo a disposizione circa 210 miliardi lungo un periodo di sei anni. Queste risorse dovranno essere spese puntando a migliorare il potenziale di crescita della nostra economia.

La quota di prestiti aggiuntivi che richiederemo tramite la principale componente del programma, lo Strumento per la ripresa e resilienza, dovrà essere modulata in base agli obiettivi di finanza pubblica. Il precedente Governo ha già svolto una grande mole di lavoro sul Programma di ripresa e resilienza (PNRR). Dobbiamo approfondire e completare quel lavoro che, includendo le necessarie interlocuzioni con la Commissione Europea, avrebbe una scadenza molto ravvicinata, la fine di aprile.

Voglio qui riassumere l'orientamento del nuovo Governo.

Gli orientamenti che il Parlamento esprimerà nei prossimi giorni a commento della bozza di Programma presentata dal Governo uscente saranno di importanza fondamentale nella preparazione della sua versione finale. Le Missioni del Programma potranno essere rimodulate e riaccorpate, ma resteranno quelle enunciate nei precedenti documenti del Governo uscente, ovvero l'innovazione, la digitalizzazione, la competitività e la cultura; la transizione ecologica; le infrastrutture per la mobilità sostenibile; la formazione e la ricerca; l'equità sociale, di genere, generazionale e territoriale; la salute e la relativa filiera produttiva. Dovremo rafforzare il Programma prima di tutto per quanto riguarda gli obiettivi strategici e le riforme che li accompagnano.

Obiettivi strategici

Il Programma è finora stato costruito in base ad obiettivi di alto livello e aggregando proposte progettuali in missioni, componenti e linee progettuali. Nelle prossime settimane rafforzeremo la dimensione strategica del Programma, in particolare con riguardo agli obiettivi riguardanti la produzione di energia da fonti

rinnovabili, l'inquinamento dell'aria e delle acque, la rete ferroviaria veloce, le reti di distribuzione dell'energia per i veicoli a propulsione elettrica, la produzione e distribuzione di idrogeno, la digitalizzazione, la banda larga e le reti di comunicazione 5G.

Il ruolo dello Stato e il perimetro dei suoi interventi dovranno essere valutati con attenzione. Compito dello Stato è utilizzare le leve della spesa per ricerca e sviluppo, dell'istruzione e della formazione, della regolamentazione, dell'incentivazione e della tassazione.

In base a tale visione strategica, il Programma nazionale di Ripresa e Resilienza indicherà obiettivi per il prossimo decennio e più a lungo termine, con una tappa intermedia per l'anno finale del Next Generation EU, il 2026. Non basterà elencare progetti che si vogliono completare nei prossimi anni. Dovremo dire dove vogliamo arrivare nel 2026 e a cosa puntiamo per il 2030 e il 2050, anno in cui l'Unione Europea intende arrivare a zero emissioni nette di CO2 e gas clima-alteranti. Selezioneremo progetti e iniziative coerenti con gli obiettivi strategici del Programma, prestando grande attenzione alla loro fattibilità nell'arco dei sei anni del programma.

Assicureremo inoltre che l'impulso occupazionale del Programma sia sufficientemente elevato in ciascuno dei sei anni, compreso il 2021. Chiariremo il ruolo del terzo settore e del contributo dei privati al Programma Nazionale di Ripresa e Resilienza attraverso i meccanismi di finanziamento a leva (fondo dei fondi).

Sottolineeremo il ruolo della scuola che tanta parte ha negli obiettivi di coesione sociale e territoriale e quella dedicata all'inclusione sociale e alle politiche attive del lavoro.

Nella sanità dovremo usare questi progetti per porre le basi, come indicato sopra, per rafforzare la medicina territoriale e la telemedicina.

La governance del Programma di ripresa e resilienza è incardinata nel Ministero dell'Economia e Finanza con la strettissima collaborazione dei Ministeri competenti che definiscono le politiche e i progetti di settore.

Il Parlamento verrà costantemente informato sia sull'impianto complessivo, sia sulle politiche di settore.

Infine il capitolo delle riforme che affronterò ora separatamente.

Il Next generation EU prevede riforme.

Alcune riguardano problemi aperti da decenni ma che non per questo vanno dimenticati.

Fra questi la certezza delle norme e dei piani di investimento pubblico, fattori che limitano gli investimenti, sia italiani che esteri. Inoltre la concorrenza: chiederò all'Autorità garante per la concorrenza e il mercato, di produrre in tempi brevi come previsto dalla Legge Annuale sulla Concorrenza (Legge 23 luglio 2009, n. 99) le sue proposte in questo campo.

Negli anni recenti i nostri tentativi di riformare il paese non sono stati del tutto assenti, ma i loro effetti concreti sono stati limitati.

Il problema sta forse nel modo in cui spesso abbiamo disegnato le riforme: con interventi parziali dettati dall'urgenza del momento, senza una visione a tutto campo che richiede tempo e competenza. Nel caso del fisco, per fare un esempio, non bisogna dimenticare che il sistema tributario è un meccanismo complesso, le cui parti si legano una all'altra. Non è una buona idea cambiare le tasse una alla volta. Un intervento complessivo rende anche più difficile che specifici gruppi di pressione riescano a spingere il governo ad adottare misure scritte per avvantaggiarli. Inoltre, le esperienze di altri paesi insegnano che le riforme della tassazione dovrebbero essere affidate a esperti, che conoscono bene cosa può accadere se si cambia un'imposta. Ad esempio la Danimarca, nel 2008, nominò una Commissione di esperti in materia fiscale. La Commissione incontrò i partiti politici e le parti sociali e solo dopo presentò la sua relazione al Parlamento. Il progetto prevedeva un taglio della pressione fiscale pari a 2 punti di Pil. L'aliquota marginale massima dell'imposta sul reddito veniva ridotta, mentre la soglia di esenzione veniva alzata.

Un metodo simile fu seguito in Italia all'inizio degli anni Settanta del secolo scorso quando il governo affidò ad una commissione di esperti, fra i quali Bruno Visentini e Cesare Cosciani, il compito di ridisegnare il nostro sistema tributario, che non era stato più modificato dai tempi della riforma Vanoni del 1951. Si deve a quella commissione l'introduzione dell'imposta sul reddito delle persone fisiche e del sostituto d'imposta per i redditi da lavoro dipendente. Una riforma fiscale segna in ogni Paese un passaggio decisivo. Indica priorità, dà certezze, offre opportunità, è l'architrave della politica di bilancio.

In questa prospettiva va studiata una revisione profonda dell'Irpef con il duplice obiettivo di semplificare e razionalizzare la struttura del prelievo, riducendo gradualmente il carico fiscale e preservando la

progressività. Funzionale al perseguimento di questi ambiziosi obiettivi sarà anche un rinnovato e rafforzato impegno nell'azione di contrasto all'evasione fiscale.

L'altra riforma che non si può procrastinare è quella della pubblica amministrazione.

Nell'emergenza l'azione amministrativa, a livello centrale e nelle strutture locali e periferiche, ha dimostrato capacità di resilienza e di adattamento grazie a un impegno diffuso nel lavoro a distanza e a un uso intelligente delle tecnologie a sua disposizione. La fragilità del sistema delle pubbliche amministrazioni e dei servizi di interesse collettivo è, tuttavia, una realtà che deve essere rapidamente affrontata.

Particolarmente urgente è lo smaltimento dell'arretrato accumulato durante la pandemia. Agli uffici verrà chiesto di predisporre un piano di smaltimento dell'arretrato e comunicarlo ai cittadini.

La riforma dovrà muoversi su due direttive: investimenti in connettività con anche la realizzazione di piattaforme efficienti e di facile utilizzo da parte dei cittadini; aggiornamento continuo delle competenze dei dipendenti pubblici, anche selezionando nelle assunzioni le migliori competenze e attitudini in modo rapido, efficiente e sicuro, senza costringere a lunghissime attese decine di migliaia di candidati.

Nel campo della giustizia

Nel campo della giustizia le azioni da svolgere sono principalmente quelle che si collocano all'interno del contesto e delle aspettative dell'Unione europea. Nelle *Country Specific Recommendations* indirizzate al nostro Paese negli anni 2019 e 2020, la Commissione, pur dando atto dei progressi compiuti negli ultimi anni, ci esorta: ad aumentare l'efficienza del sistema giudiziario civile, attuando e favorendo l'applicazione dei decreti di riforma in materia di insolvenza, garantendo un funzionamento più efficiente dei tribunali, favorendo lo smaltimento dell'arretrato e una migliore gestione dei carichi di lavoro, adottando norme procedurali più semplici, coprendo i posti vacanti del personale amministrativo, riducendo le differenze che sussistono nella gestione dei casi da tribunale a tribunale e infine favorendo la repressione della corruzione.

Rapporti internazionali

Nei nostri rapporti internazionali questo governo sarà convintamente europeista e atlantista, in linea con gli ancoraggi storici dell'Italia: Unione europea, Alleanza Atlantica, Nazioni Unite. Ancoraggi che abbiamo scelto fin dal dopoguerra, in un percorso che ha portato benessere, sicurezza e prestigio internazionale. Profonda è la nostra vocazione a favore di un multilateralismo efficace, fondato sul ruolo insostituibile delle Nazioni Unite.

Resta forte la nostra attenzione e proiezione verso le aree di naturale interesse prioritario, come i Balcani, il Mediterraneo allargato, con particolare attenzione alla Libia e al Mediterraneo orientale, e all'Africa. Gli anni più recenti hanno visto una spinta crescente alla costruzione in Europa di reti di rapporti bilaterali e plurilaterali privilegiati. Proprio la pandemia ha rivelato la necessità di perseguire uno scambio più intenso con i partner con i quali la nostra economia è più integrata.

Per l'Italia ciò comporterà la necessità di meglio strutturare e rafforzare il rapporto strategico e imprescindibile con Francia e Germania. Ma occorrerà anche consolidare la collaborazione con Stati con i quali siamo accomunati da una specifica sensibilità mediterranea e dalla condivisione di problematiche come quella ambientale e migratoria: Spagna, Grecia, Malta e Cipro.

Continueremo anche a operare affinché si avvii un dialogo più virtuoso tra l'Unione europea e la Turchia, partner e alleato NATO.

L'Italia si adopererà per alimentare meccanismi di dialogo con la Federazione Russa. Seguiamo con preoccupazione ciò che sta accadendo in questo e in altri paesi dove i diritti dei cittadini sono spesso violati. Seguiamo anche con preoccupazione l'aumento delle tensioni in Asia intorno alla Cina. Altra sfida sarà il negoziato sul nuovo Patto per le migrazioni e l'asilo, nel quale perseguiremo un deciso rafforzamento dell'equilibrio tra responsabilità dei Paesi di primo ingresso e solidarietà effettiva. Cruciale sarà anche la costruzione di una politica europea dei rimpatri dei non aventi diritto alla protezione internazionale, accanto al pieno rispetto dei diritti dei rifugiati.

L'avvento della nuova Amministrazione Usa prospetta un cambiamento di metodo, più cooperativo nei confronti dell'Europa e degli alleati tradizionali. Sono fiducioso che i nostri rapporti e la nostra collaborazione non potranno che intensificarsi.

Dal dicembre scorso e fino alla fine del 2021, l'Italia esercita per la prima volta la Presidenza del G20. Il programma, che coinvolgerà l'intera compagine governativa, ruota intorno a tre pilastri: *People, Planet, Prosperity*. L'Italia avrà la responsabilità di guidare il Gruppo verso l'uscita dalla pandemia, e di rilanciare una crescita verde e sostenibile a beneficio di tutti. Si tratterà di ricostruire e di ricostruire meglio. Insieme al Regno Unito – con cui quest'anno abbiamo le Presidenze parallele del G7 e del G20 – punteremo sulla sostenibilità e la «transizione verde» nella prospettiva della prossima Conferenza delle Parti sul cambiamento climatico (COP 26), con una particolare attenzione a coinvolgere attivamente le giovani generazioni, attraverso l'evento «Youth4Climate».

Questo è il terzo governo della legislatura.

Non c'è nulla che faccia pensare che possa far bene senza il sostegno convinto di questo Parlamento. È un sostegno che non poggia su alchimie politiche ma sullo spirito di sacrificio con cui donne e uomini hanno affrontato l'ultimo anno, sul loro vibrante desiderio di rinascere, di tornare più forti e sull'entusiasmo dei giovani che vogliono un paese capace di realizzare i loro sogni.

Oggi, l'unità non è un'opzione, l'unità è un dovere. Ma è un dovere guidato da ciò che son certo ci unisce tutti: l'amore per l'Italia.

PREMESSE/3

Draghi: “Ogni giorno milioni di donne nel mondo devono rinunciare ai propri sogni. Italia pronta a investire sette miliardi entro il 2026 per la parità di genere”²

Il presidente del Consiglio dei Ministri al Women political leaders Summit (21.6.2021)

“Dobbiamo rafforzare i nostri sistemi di sicurezza sociale in modo tale da favorire l’evoluzione delle carriere delle donne. E dobbiamo colmare il divario tra la rappresentazione maschile e quella femminile nel mondo della politica, dando un supporto alle leader femminili in tutto il mondo. Il nostro obiettivo in Italia è quello di investire, entro il 2026, almeno 7 miliardi di euro per la promozione dell’uguaglianza di genere”

Il testo dell’intervento svolto oggi dal presidente del Consiglio Mario Draghi al Women political leaders Summit 2021.

Ogni giorno, milioni di ragazze si trovano a dover imparare, a proprie spese, che non possono realizzare i propri sogni. Devono subire discriminazioni, a volte anche violente. Devono accettare anziché scegliere, devono obbedire anziché inventare. Solo perché sono donne. Questa situazione non solo risulta immorale ed ingiusta, ma rappresenta anche un atteggiamento miope.

Le nostre economie stanno perdendo alcuni dei nostri talenti migliori. Le nostre società si stanno lasciando sfuggire alcune delle migliori leader del futuro. La riduzione delle disuguaglianze di genere deve essere una priorità a livello globale. Fin da giovanissime, le ragazze in tutto il mondo devono far fronte a pregiudizi e stereotipi culturali. La partecipazione delle donne al mercato del lavoro risulta essere 27 punti percentuali in meno rispetto a quella degli uomini. In alcune regioni tale divario è di oltre 50 punti percentuali. Solamente 22 paesi hanno una donna che ricopre la carica di Capo di Stato o di Governo. Ben 119 paesi – compreso il mio – non ne hanno mai avuto una. Benché ci siano stati alcuni miglioramenti, i progressi restano assai lenti e si rischia addirittura di tornare indietro. Durante la pandemia, le donne hanno perso il lavoro più velocemente rispetto agli uomini. I lockdown hanno determinato la chiusura delle scuole e degli asili nido, con pesanti ripercussioni per le donne. C’è stato un aumento del divario tra uomini e donne a livello globale, soprattutto per quanto riguarda la partecipazione delle donne alla vita politica. Al ritmo attuale, non arriveremo alla parità di genere nelle cariche ministeriali prima del 2077. Promuovere la parità di accesso e di opportunità nell’ambito educativo deve essere la nostra priorità. Dobbiamo lottare contro gli stereotipi di genere ed aumentare il numero di ragazze che scelgono di studiare le discipline scientifiche a scuola. Dobbiamo assicurare la parità di condizioni nel mercato del lavoro. Dobbiamo colmare il divario di retribuzione tra i generi ed aumentare il numero di donne in posizioni di responsabilità.

Dobbiamo rafforzare i nostri sistemi di sicurezza sociale in modo tale da favorire l’evoluzione delle carriere delle donne. E dobbiamo colmare il divario tra la rappresentazione maschile e quella femminile nel mondo della politica, dando un supporto alle leader femminili in tutto il mondo. Il nostro obiettivo in Italia è quello di investire, entro il 2026, almeno 7 miliardi di euro per la promozione dell’uguaglianza di genere.

Siamo determinati ad aumentare il numero di ragazze e donne che scelgono di studiare le discipline tecnico-scientifiche. Vogliamo ampliare i servizi di prima infanzia e di istruzione primaria in modo tale da poter aiutare le mamme lavoratrici. Stanzieremo fondi a sostegno dell’imprenditoria femminile e provvederemo ad introdurre una clausola di condizionalità per fare in modo che le imprese assumano più donne.

Negli ultimi 15 anni, l’Italia ha registrato il tasso di crescita più alto d’Europa per quanto riguarda il numero di donne presenti nel Parlamento. Nel 2004, le donne rappresentavano solo il 9,9% del numero totale di parlamentari. Oggi tale percentuale ha raggiunto il 35,8%. Il nostro governo vanta il numero più alto di sottosegretarie donne nella storia d’Italia. Abbiamo anche nominato una donna come capo dei servizi segreti per la prima volta in assoluto. In ogni caso, questi sono solo dei primi passi. Quest’anno l’Italia ha la presidenza del G20. Ad agosto terremo una conferenza ministeriale sull’emancipazione femminile per la prima volta nella storia del G20. Appoggiamo fermamente l’impegno di Women Political Leaders di creare una solida rete di donne internazionali. Vogliamo aiutare le leader femminili in tutto il mondo a favorire l’emancipazione di altre donne. Questo è un nostro dovere nei confronti di milioni di giovani donne e della nostra società nel suo complesso.

² Pubblicato insieme alla videoregistrazione da quotidianosanita.it – 21.6.2021 - https://www.quotidianosanita.it/governo-e-parlamento/articolo.php?articolo_id=96537

PREMESSE/4

Draghi e la sfida democratica ³

Mario Ricciardi ⁴

3.2.2021

La crisi di governo cui abbiamo assistito in questi giorni è chiaramente il risultato di un conflitto sul controllo delle risorse a disposizione per uscire dalla crisi. A breve ne valuteremo le conseguenze

Occuparsi della politica italiana è raramente un esercizio confortante.

Dall'inizio degli anni Novanta il nostro sistema politico alterna fasi di relativa stabilità, seppure caratterizzate da intensa conflittualità politica, a repentini rimescolamenti di carte, che tuttavia non sfociano mai in un equilibrio duraturo. L'offerta politica è varia, ma non esaltante. Abbiamo diversi partiti personali, una forte presenza della destra nazionalista, con venature xenofobe, distribuita tra due partiti che insieme hanno un consenso considerevole, un partito antisistema (il M5S) pronto a tutto, ma capace di poco; e infine il Pd, l'usato sicuro cui ancora si aggrappano le speranze di un elettorato che va dalla sinistra al centro, dai socialisti ai liberali di diverse tendenze. L'ingrediente indispensabile di ogni ricetta che non ci conduca fuori dall'Europa, ma nello stesso tempo un «partito ipotetico» (per riprendere la felice espressione di Edmondo Berselli) che non riesce a portare a termine la propria eterna transizione da un passato rispettabile a un futuro troppo vago per essere attraente. Su questo panorama politico peculiare, che solo superficialmente assomiglia a quelli dei nostri principali partner europei e occidentali, la pandemia si è abbattuta provocando un effetto paragonabile a quello dell'asteroide che ha causato l'estinzione dei dinosauri.

Una catastrofe naturale inattesa (anche se prevedibile, nel nostro caso) che muta in maniera radicale le condizioni ambientali, minacciando la sopravvivenza di chi, nonostante tutto, tirava a campare nelle condizioni non sempre agevoli offerte dalla propria nicchia ecologica.

A una prima fase di sgomento, nella quale gli italiani si sono affidati al governo in carica come unico punto di riferimento sicuro in una situazione di incertezza, ha fatto seguito un lento ma inesorabile processo di erosione dei presupposti che avevano portato alla nascita di un esecutivo di compromesso, che si reggeva sull'incontro di diverse debolezze.

La durata della pandemia (anche questa inattesa, seppure non certo imprevedibile) ha fatto venire al pettine tutti i nodi mai del tutto sciolti del nostro Paese. Un'economia che fatica a tenere il passo con la competizione internazionale, appesantita dal fardello del debito pubblico, una classe media spaventata, che oscilla tra la voglia di cambiare e la paura del nuovo, e un sistema politico che non riesce a dare una risposta convincente a problemi la cui soluzione comporta inevitabilmente scelte difficili, spesso dolorose, come sono sempre quelle che impongono una qualche forma di redistribuzione degli oneri e dei benefici della cooperazione sociale. Se in un primo momento la figura di Giuseppe Conte, un leader per caso, ha fatto da catalizzatore della risposta organizzata all'emergenza, la sua inconsistenza politica non ha retto alle tensioni montanti provocate dalla gestione della lunga coda della pandemia. Che offre grandi opportunità di cambiamento, ma innesca inevitabilmente un conflitto durissimo tra tutti coloro che, in modo legittimo, hanno un interesse da far valere in vista di una ricostruzione che si annuncia difficilissima.

L'esito finale, cui abbiamo assistito in questi giorni, con una delle crisi di governo più avvilenti della nostra storia recente, è chiaramente il risultato di un conflitto sul controllo delle risorse a disposizione per uscire dalla crisi. Importanti, grazie ai fondi europei, eppure scarse alla luce dei nodi irrisolti di cui si diceva. L'abilità con cui Renzi ha sfruttato la debolezza dei suoi avversari (che erano anche i suoi partner in una maggioranza di cui lui stesso è stato tra gli artefici) ci consegna oggi l'ipotesi di un governo guidato da un tecnico di altissimo profilo internazionale, che è chiamato però a risolvere un puzzle che lo costringerà a fare i conti con

³ Rivista Il Mulino (3.2.2021) - <https://www.rivistailmulino.it/a/draghi-e-la-sfida-democratica>

⁴ Insegna *Filosofia del diritto* nell'Università Statale di Milano e *Legal Methodology* nella Luiss Guido Carli di Roma – Direttore della rivista Il Mulino.

qualcosa con cui non ha dovuto misurarsi in precedenza: l'opinione pubblica di un Paese in crisi, e il consenso degli elettori, che in democrazia sono sempre sullo sfondo di qualunque decisione, anche se non si è formalmente in campagna elettorale. Personalmente sono incline a diffidare dell'«uomo della provvidenza». Per chi ci crede, la provvidenza è una forza imperscrutabile, i cui disegni sono decifrabili, e sempre con qualche incertezza, solo quando si sono già realizzati. Ciò che Mario Draghi ha fatto in passato, come *civil servant* e come banchiere centrale, non consente di affermare con certezza in che direzione si orienterà la sua azione in futuro. L'uomo ha mostrato, anche di recente, di essere un pragmatista. La situazione, anche a livello internazionale, non è più quella del 2008. Dogmi sono stati messi in discussione, nuove minacce si sono palesate, che in Italia destano grande preoccupazione.

Per ora il primo auspicio che mi sentirei di formulare è che il governo che verrà sia da subito riconoscibile come un governo di scopo (che affronti i problemi più urgenti legati alla gestione della pandemia), accompagnando il Paese all'esito naturale di una crisi politica, che sono le elezioni, nel modo più spedito possibile, date le circostanze. Non si sciolgono i nodi di fondo di una democrazia improvvisata come quella italiana con voti presi a prestito. Le lezioni degli ultimi anni sono, da questo punto di vista, eloquenti. Anche un governo di scopo deve tuttavia misurarsi con scelte di natura politica. Non esistono governi tecnici, come gli studiosi non si stancano mai di ricordarci. L'ipocrisia alla lunga non paga, mai.

Da qui il secondo auspicio, che quello che viene sia anche un governo che tenga conto di un valore fondamentale: l'equità. Resistere alla tentazione, sempre presente, di far pagare solo a una parte degli italiani il costo di una transizione dolorosa. Ricucire la trama da tempo strappata della solidarietà tra cittadini, tra gruppi sociali, tra aree geografiche del nostro bellissimo e complicato Paese. Guardare, insomma, al modello di Carlo Azeglio Ciampi.

Sul piano strettamente politico questo comporta resistere alla pressione, evidente in alcune tra le reazioni alla convocazione di Draghi al Quirinale, di chi non vede l'ora di chiudere la stagione sfortunata dell'alleanza tra Pd e M5s, vedendo nella caduta del governo Conte il segnale di un ritorno alla normalità: la vittoria finale dei competenti sugli incompetenti, il trionfo della meritocrazia sull'arroganza dei mediocri. Sono questi sentimenti che mal si adattano a una democrazia liberale basata sull'eguale rispetto. L'idea di un'aristocrazia che si autoproclama tale è una pericolosa illusione, che non può che aumentare ulteriormente, e in modo pernicioso, il solco tra istituzioni e società civile, tra classi dirigenti e cittadini.

Le aristocrazie europee del passato trovavano la propria legittimazione non nel merito, che spesso lasciava a desiderare, ma nel legame con la terra e con gli interessi di lungo periodo di chi la abita e la coltiva. Mai questo legame era più evidente agli occhi del popolo che nel corso di una guerra, quando l'aristocrazia forniva i quadri dell'esercito, e mandava i propri figli a morire, se necessario, in difesa degli interessi nazionali. L'ultimo esempio di questo tipo di modello, quello dell'aristocrazia britannica, lo abbiamo visto perire nelle trincee della Prima guerra mondiale.

Un mondo finito, che non si può rianimare artificialmente con la retorica meritocratica. Un'aristocrazia di cosmopoliti il cui principale interesse è la mobilità del capitale finanziario non può andare lontano quando entra in conflitto con una parte consistente della popolazione.

Questa è la sfida epocale da cui dipende la sostenibilità delle nostre democrazie.

Anche in Italia abbiamo tale problema, e non ci sarà soluzione stabile alla nostra crisi fino a quando non avremo ritrovato un equilibrio virtuoso tra la classe dirigente e il resto del Paese.

L'alternativa è già davanti ai nostri occhi, e si compiace del proprio successo nel sorriso beffardo degli autocrati, da Riad a Mosca, da Pechino a Budapest. Blandirli non può essere il futuro della democrazia.

PREMESSE/5

Il silenzio di Draghi inizia ora ⁵

Il suo dire e non dire, nell'attesa prudente degli effetti dell'agire

Giuliano Ferrara ⁶

Il silenzio di Mario Draghi non sarà interrotto da domande e risposte nel corso di una conferenza stampa. La cerimonia della comunicazione politica professionale, invece, lo confermerà. Il silenzio di Draghi comincia ora che ha parlato. Non lo dico per una pericolosa tendenza eccentrica, e perfino clownesca, che da sempre mi accompagna nel carattere, ma per intima convinzione. Draghi non è un uomo di mondo, come tutti i politici in parte sono, con le loro metafore popolari, le mucche nel corridoio, o i loro luoghi comuni di un gergo comune che tutti devono poter afferrare a prima vista; l'uomo di mondo deve apparire prima ancora di essere, anzi, il suo essere è in larghissima misura il suo apparire.

Il problema di un politico anomalo come Draghi, funzionario, tecnico, eppure politico, è invece impostato in un sapido capitolo di un saggio di Marc Fumaroli, dedicato all'Oracolo manuale di Baltasar Gracián, il celebre testo del Seicento, *Siglo de Oro*, in cui si consiglia l'uomo privato e pubblico a districarsi in ciò che è o potrebbe essere (e non essere).

Il capitolo si intitola. *"Dentro e fuori. L'arte di costruirsi una fortezza interiore, di rendere il suo accesso attraente, pur preservando il suo segreto"*. Questo è il vero tema della conferenza stampa del capo del governo, che si può giudicare, anche in breve, sommariamente, prima di averla ascoltata, ciò che faccio ora. Fumaroli (il saggio è nelle edizioni Adelphi) direbbe che Draghi finora *"si è riservato la parte di silenzio e di segreto che tiene gli altri in sospenso e serba degli effetti di appetito, di curiosità e di sorpresa"*.

Si è intrattenuto nel suo "retrobottega", come lo chiamava Montaigne.

Giudicare una conferenza stampa prima ancora che si sia svolta

Ora ne esce per un istante anche lungo e discorsivo, ma *"questo implica, nell'ordine della parola, di non dire tutto ciò che pensa, di dare per scontato che non tutta la verità va detta, di tenere per sé le proprie intenzioni profonde pur indagando in quelle altrui..."*. Perché *"l'essere vale in sé, l'apparire solo per la valutazione che ne fanno gli altri. L'essere vale molto e appare poco, immobile, silenzioso, invisibile. L'apparire non vale niente, ma conta molto fra gli uomini. (...) La visibilità è comune all'attore e al commediante, in un mondo dove restare invisibile è essere inesistente"*.

Ecco. Nella conferenza stampa, la prima, come nei successivi atti di comunicazione, si rifletterà questa vertiginosa e forse ermetica dialettica della persona, della maschera e del potere. Soprattutto del potere. Abbiamo tutti riflettuto sul fatto che bastarono tre parole fulminanti, in lingua istituzionale precisa e laconica, per dire l'essenziale dalla torre della Banca centrale europea di Francoforte nel pieno della grande crisi: *"Whatever it takes"*.

L'euro fu salvato perché Draghi, secondo il mandato degli stati in difesa dai mercati, aveva l'autorità e il potere di battere moneta, che è poi l'essenza di ogni potere da sempre. L'uomo svolse puntualmente la sua parte.

Ma quale sia ora la parte del capo di un governo parlamentare in Italia, questo è un altro affare. Considerando i suoi poteri, la loro frammentazione, il loro essere e apparire sottoposti alla volubilità dell'opinione, all'apparire che solo conta, Draghi dovrà ricorrere a una dissimulazione onesta. Dovrà dire e non dire, quale che sia la chiarezza dell'eloquio, e attendere prudente gli effetti eventuali dell'agire. In questo senso una conferenza stampa non interrompe un silenzio. E può essere per così dire ascoltata e giudicata prima che si sia svolta.

⁵ Il Foglio (20.3.2021)

⁶ Fondatore del quotidiano "Il Foglio", già ministro.

PREMESSE/6

La comunicazione del leader

I dilemmi di Draghi e il potere che rinuncia allo storytelling ⁷

Gianfranco Pasquino ⁸

Draghi non ha nessun bisogno di impegnarsi nell'importante attività che gli studiosi/e di comunicazione politica chiamano storytelling. Quanto all'ascolto, non può essere unicamente prestato ai giornalisti nelle rade conferenze stampa. Conte aveva fatto diversi passi, premiati dai sondaggi, nella direzione giusta dal punto di vista del tipo e della qualità di connessione da stabilire con l'opinione pubblica italiana, il presidente del Consiglio Draghi sembra soltanto all'inizio della "dritta via".

Già predisposti favorevolmente nei confronti di Mario Draghi, praticamente tutti i giornalisti presenti alla sua prima conferenza stampa ne hanno tessuto grandi lodi: preciso, sintetico, rilassato, competente.

Potrei subito dire che è il classico omaggio che il vizio (giornalisti spesso faziosi, sempre verbosi, talvolta ad arte sopra le righe) che fa alla virtù (un uomo competente e pacato come stile e temperamento). Se vogliamo, però, capire come nascono e come funzionano i processi di comunicazione politica e di formazione dell'opinione pubblica, è indispensabile andare più a fondo nell'analisi, anche retrospettiva, sapendo fare utile ricorso alla comparazione.

Draghi giunge alla carica di Presidente del Consiglio perché legittimamente nominato dal Presidente della Repubblica nell'esercizio dei suoi poteri costituzionali. Accolto da un ampio consenso delle forze politiche in Parlamento e più in generale dei mass media, Draghi non ha nessun bisogno di impegnarsi nell'importante attività che gli studiosi/e di comunicazione politica chiamano storytelling. Non deve raccontare la sua vita professionale come un insieme di ostacoli e di dolori da lui superati con successo grazie all'impegno e al lavoro (su questo punto, ampiamente e convincentemente si veda il libro di Sofia Ventura, *I leader e le loro storie. Narrazione, comunicazione politica e crisi della democrazia*, Bologna, il Mulino, 2019).

La sua biografia professionale parla da sé, alto e forte. Draghi non deve annunciare a nessuno che è un predestinato. Non lo pensa, ma certo non vuole perdere tempo a scoraggiare i "benpensanti".

Non deve neppure indicare che quello che farà si situa in continuità con la sua azione europea ed è essenzialmente la prosecuzione logica e coerente di quello che ha già fatto appunto in Europa. Anzi, tenere basse le aspettative è la strategia migliore, peraltro già adeguatamente nelle corde del Presidente del Consiglio.

Ristrutturare la politica

Ciò detto, tuttavia, al (governo del) Presidente del Consiglio è stato affidato, più o meno opportunamente, anche il compito di ristrutturare la politica.

Questa ristrutturazione potrebbe essere estesa (o ristretta) al sistema dei partiti. Certamente, un governo del quale fanno parte tutti i partiti esistenti meno uno offre una pluralità di impressioni/sensazioni all'opinione pubblica, una delle quali non può non essere quella di un eccessivo unanimità, forse "grande ammucchiata". Contrastare questa valutazione che, altrimenti, potrebbe tradursi in rigetto dell'attuale governo e in apatia/alienazione politica, è possibile soltanto attraverso un tentativo esplicito di influenzare e plasmare l'opinione pubblica.

L'uomo solo al comando deve apparire tale soltanto perché accetta le responsabilità della decisione da prendere e presa (è una delle dimensioni de Lo stile del leader. Decidere e comunicare nelle democrazie contemporanee, Bologna, il Mulino, 2016, individuata da Donatella Campus), non perché non presta ascolto alla pluralità di voci, di preferenze, di aspettative e di interessi. Rimane aperto e controverso il rapporto che il leader deve stabilire fra mediazione e disintermediazione quando si confronta con gli interessi organizzati.

⁷ Domani (26.3.2021) - <https://www.editorialedomani.it/idee/commenti/i-dilemmi-di-draghi-e-il-potere-senza-piu-storytelling-yd28imjn> -

Ripubblicato il 27.3.2021 <https://gianfrancopasquino.com/2021/03/27/i-dilemmi-di-draghi-e-il-potere-che-rinuncia-allo-storytelling-domanigiornale/>

⁸ Emerito di *Scienze Politiche* all'Università di Bologna, già parlamentare della Sinistra indipendente, studioso con all'attivo una vasta produzione scientifica in campo politologico, editorialista di quotidiani nazionali, membro dell'Accademia dei Lincei.

Quanto all'ascolto, non può essere unicamente prestato ai giornalisti nelle rade conferenze stampa. Non può essere quello riferito ai cittadini esposti alle teleconferenze che il Presidente del Consiglio tiene con la Commissione Europea e con gli altri capi di governo. Non può neppure essere quello del pubblico dei messaggi inviati in occasioni importanti. Infine, per la specificità di Draghi leader non-politico, non può riferirsi alla dimensione che Campus definisce della ispirazione che "spinge ad aderire a un progetto proposto dal leader e a identificarsi con esso" (p. 29). Mancano sia un progetto esplicito sia seguaci disponibili. Sento di dovere sottolineare che, talvolta, senza contraddizioni, l'ascolto deve tradursi anche in presenza personale, nell'esposizione, non voglio eccedere, ma l'espressione tecnica è "del corpo del leader".

Da tralasciare, invece, perché in larga misura impropria e, forse, intrinsecamente provocatoria, è qualsiasi comparazione con i leader autoritari che del loro corpo facevano (e continuano a fare) un messaggio politico. Tuttavia, è indubbio che, ricorro ad un esempio certamente memorabile, l'inginocchiarsi spontaneo di Willy Brandt nel dicembre 1970 davanti al monumento alla Shoah a Varsavia fu e rimane uno dei più potenti messaggi politici e personali in materia di riconoscimento di quel crimine contro l'umanità. Fatte le debite proporzioni, la presenza di Draghi all'inaugurazione della stele dedicata alle vittime del Covid-19 al cimitero di Bergamo è un segnale politico, nel senso più alto della parola, di appartenenza alla comunità attraverso la visibile condivisione del dolore.

All'inizio della "diritta via"

Un capo di governo di più o meno lungo corso politico è abitualmente espressione di un partito.

Quasi sicuramente, anche se da qualche anno meno che in passato, quel partito ha una presenza organizzata sul territorio. Tiene i contatti con il suo elettorato.

Con maggiore o minore successo diffonde informazioni. Cerca di mantenere o creare atteggiamenti e valutazioni favorevoli al suo capo di governo. Un capo di governo di estrazione non politica, soprattutto se non nutre ambizioni di carriera, non ha probabilmente grandi incentivi per preoccuparsi del consenso espresso dall'opinione pubblica.

Però, è consapevole che quel consenso si manifesterà e anche crescerà in seguito alle decisioni corrette, ai cambiamenti positivi, alle prospettive di crescita e di miglioramento. Che sarà, dunque, un termometro di valutazione della bontà o meno delle sue scelte. Ovviamente, in parte è così, ma l'opinione pubblica, soprattutto in situazioni oggi esistenti in tutte le democrazie, di bombardamenti di notizie anche fake, di divisioni in compartimenti stagni polarizzati e conflittuali, di tentativi di manipolazione, deve essere raggiunta da messaggi forti, frequenti, rassicuranti e credibili che soltanto un capo di governo e alcune poche altre autorità politico-istituzionali più qualche straordinaria figura di intellettuale pubblico è in grado di mandare con successo.

Non sono pochi coloro (ad esempio, Giovanni Sartori, *Opinione pubblica*, in *Elementi di teoria politica*, Bologna, il Mulino, pp. 177-215) che ritengono che non è più neppure possibile parlare di opinione pubblica al singolare, ma che ci sono alcune differenziazioni di cui è imperativo tenere conto.

La prima è che esiste un cerchio relativamente ristretto di un'opinione pubblica bene informata, attenta, reattiva. Quanto ristretto o ampio sia quel cerchio è oggetto di costante ricerca e riformulazione.

Questa parte di opinione pubblica è facilmente raggiunta dai messaggi del capo di un governo, ma non è sempre incline a diffonderli agli altri cerchi di opinione pubblica, meno colti, meno attenti, con minori informazioni di base. Inoltre, per questi diversi cerchi di opinione pubblica, i messaggi che contano e che influenzano atteggiamenti e comportamenti non sono quelli fondati su idee e argomentazioni.

Sono quelli improntati da sensazioni e emozioni, da simpatia e empatia. Campus fa l'esempio di Bill Clinton, mentre Ventura assegna a Barack Obama la qualifica di leader della "speranza". Un capo di governo che riesce a convincere i suoi concittadini che opera per loro, che li ha capiti, che sta con loro può conquistare parte almeno di quei settori sparsi e svagati di opinione pubblica. In un certo senso, Conte aveva fatto diversi passi, premiati dai sondaggi, nella direzione giusta.

Dal punto di vista del tipo e della qualità di connessione da stabilire con l'opinione pubblica italiana, il Presidente del Consiglio Draghi sembra soltanto all'inizio della "dritta via".

PREMESSE/7

Il futuro dei dem e del nuovo governo Draghi ⁹

Intervista a Nadia Urbinati

a cura di Umberto De Giovannangeli ¹⁰

Il Pd ieri, oggi, domani. Tra pulsioni di rinnovamento e cedimenti all'antipolitica grillina. Il Riformista ne discute con Nadia Urbinati, accademica, politologa italiana naturalizzata statunitense. Professoressa di Scienze politiche alla prestigiosa Columbia University di New York.

«Il nostro popolo non lo riconquisteremo mai con la pedagogia, l'intervento esterno, i programmi giusti, le parole d'ordine accattivanti ma alla fine inerti. Lo potremo riconquistare attraversando il disagio e il disorientamento delle persone, anche quelle che aderiscono al Partito democratico. Facendole contare, dando loro responsabilità e potere». Così Goffredo Bettini nell'intervista a questo giornale. Cosa ne pensa?

I programmi giusti sono importanti. Quanto alla pedagogia sono d'accordo con Bettini. La si fa nell'azione e non in una scuola. L'unica pedagogia che la politica può mettere in atto è quella della partecipazione diretta. A questo servivano i partiti. Detto questo, tornerei sulle politiche e sui programmi che a me paiono davvero importanti.

Perché?

Se tu non hai un programma di che cosa fare su alcune questioni dirimenti, che sono quelle su cui le nostre democrazie oggi languono, soprattutto in Europa, non vai da nessuna parte. Progetti relativi al mondo del lavoro, alla sicurezza del lavoro, alla sua dignità, alla condizione di una classe media che è sempre più in affanno e che va tenuta in conto. A coloro che sono precari e che non hanno un futuro e che quindi per questo possono essere conquistati da altri populisti o destri. I programmi sono importanti in quanto espressione di alcune idee guida. E queste idee guida sono quelle che in un articolo uscito sull'ultimo numero di Italianieuropei, chiamavo campo ideologico della sinistra. Che per me ha delle coordinate ben precise e che sono poi quelle classiche...

Vale a dire?

Giustizia sociale e libertà politica. Queste due coordinate non possono essere trasgredite. Noi non siamo liberaldemocratici e basta. Questo lo può essere un centrodestra. Del resto, siamo tutti liberaldemocratici alla base, perché i diritti fondamentali, la limitazione del potere delle maggioranze, le accettiamo. Siamo in una democrazia costituzionale e in questo senso siamo tutti liberaldemocratici. Ma non può essere, almeno per me, la politica della sinistra una semplice riproposizione liberaldemocratica. A questo ci pensa Berlusconi, forse Renzi. Per la sinistra non può essere sufficiente. Io penso che abbia un senso politico profondo e di grande attualità riandare alle origini del pensiero socialdemocratico, quello delineato nel 1950 da T.H. Marshall nel suo libro Social Citizenship (Cittadinanza e classe sociale). Le condizioni sociali della cittadinanza: questo è il progetto.

A proposito di riformismi e riformisti. Bettini, nell'intervista, afferma: «C'è riformismo e riformismo. Il nostro riformismo progressista radicato nella storia consiste nell'accorciare le distanze tra chi sta sotto e chi sta sopra».

Per me non ci devono essere il "sotto" e il "sopra". Se c'è, è perché c'è nella realtà. La democrazia è sempre con due gambe: una nei principi, una nella realtà. La realtà è quella che è e la conosciamo. Ma appunto per questo, vogliamo correggerla. Tutti i progressisti hanno l'ambizione di correggere il dato e non soccombere ad esso. Certo che c'è il "sotto" e il "sopra" ma noi vogliamo che sia sempre più un "accanto", invece che un "sotto" e "sopra". Altrimenti accettiamo l'oligarchia. Io non me la sento proprio di arrivare fino a questo punto. Il nostro problema è proprio questo: la debolezza delle nostre democrazie deriva dal fatto che troppi sono coloro che percepiscono le loro libertà politiche, le loro uguaglianze per legge, una formalità. Inutili orpelli. E questo è un problema serio.

⁹ Ilriformista.it (14.4.2021) - <https://www.ilriformista.it/intervista-a-nadia-urbinati-draghi-e-un-tecnopopulista-non-e-questo-il-governo-del-pd-210669/>

¹⁰ Esperto di Medio Oriente e Islam segue da un quarto di secolo la politica estera italiana e in particolare tutte le vicende riguardanti il Medio Oriente.

In un articolo su questo giornale, interloquendo con quanto sostenuto da Bettini nell'intervista, Michele Prospero ha argomentato il suo dissenso di fondo sull'alleanza strategica del Pd con i 5 Stelle anche nella loro versione "contiana". Rimarca Prospero: «L'esaltazione nostalgica dell'avvocato del popolo come risorsa della coalizione, e la ossessione per la alleanza strategica con i grillini come momento prioritario dell'agire, evitano una analisi rigorosa dell'effettiva natura del M5S». Qual è la sua di analisi dei 5Stelle?

Vorrei cominciare con una battuta. L'espressione "avvocato del popolo" viene da Solone. Sono le costituzioni di Aristotele. Si dice così, che poi sarebbe il tribuno del popolo, che risponde ai bisogni di quella parte inespressa. Conte non ha inventato nulla. Quanto alla questione del rapporto con i 5Stelle. Parliamo di legge elettorale a questo punto, perché non c'è altra via di uscita. Se tu assumi una proporzionale, puoi permetterti il lusso di andare da solo alle elezioni. Poi ci si conta e con quelle parti che hanno vinto, nell'ala destra o nell'ala sinistra, è possibile cucire qualcosa, un'alleanza di governo, come sempre è avvenuto. In questo scenario, proporzionale, Partito democratico e M5S sono assolutamente competitivi e autonomi, e combattono per avere più voti che possono, l'uno contro l'altro e non insieme all'altro. Ma se scegliamo, come Enrico Letta mi sembra che voglia, una linea maggioritaria, questo non è più possibile. Non siamo cretini, sappiamo leggere i numeri. Col 20% tu non fai un sistema maggioritario per vincere, per perdere lo fai. Se tu scegli il maggioritario, ti poni il problema di andare alle elezioni, non dopo ma prima, con una compagine che possa conquistare la maggioranza. Da solo non puoi andarci. Questa è la realtà, non è che noi inventiamo le cose, sono i numeri, è un principio di realtà che va accettato. Coloro che non amano alcuna pre-organizzata alleanza scelgono un sistema proporzionale, coerentemente. Se invece non lo scelgono, sono incoerenti e illogici. Ma se non vogliono avere alcuna alleanza precostituita, devono scegliere per forza il proporzionale. Se non lo fanno e scelgono l'altro, devono necessariamente organizzare un'alleanza. Bisogna decidere: vogliamo fare l'alleanza con Salvini? Con Berlusconi o addirittura con la Meloni? Personalmente penso proprio di no.

Per Bettini il Pd, anche rinnovato, non è sufficiente a coprire il campo della sinistra, rimanendone però il perno fondamentale. Si possono conciliare le due cose: rinnovare un partito e allargare un campo?

Il campo è diverso da chi lo occupa. Il campo è un "campo" di idee, di progetti, oppure di non possumus, di paletti che lo circoscrivono. Poi chi ci abita in questo campo, chi lo occupa, può essere un soggetto unico, il grosso partito della sinistra, il 34% al vecchio Pci, facciamolo, se ci riusciamo. Oppure lavoriamo per dar vita a un campo all'interno del quale vivano limitrofi, non nello stesso luogo, ma accanto, attori collettivi diversi. Che parlano a parti diverse del pubblico, alcune ad una società, come quella del meridione, disorganica, dove non c'è densità di attività e organizzazioni sindacali, cooperative, sociali, come invece la nostra, e quindi che è capace di avvicinare quel popolo così disgregato col proprio messaggio. Questo hanno fatto i 5Stelle: il partito del Sud. E poi c'è un'altra parte di quel campo che è coperta dal Pd e anche da altri gruppi che possono stare accanto, e che hanno un principio comune. È importante sapere che questo campo ha delle coordinate che lo distinguono dalla destra. Che sono: la giustizia sociale, la dignità della persona e quindi del lavoratore, che è una persona, il problema delle tecniche per far questo, su cui si può anche dissentire. Sui principi il campo è fatto, sulle strategie ancora no. Alcuni vogliono la tassazione progressiva, altri vogliono semplicemente una patrimoniale una tantum, altri ancora né l'uno né l'altro. Su questo c'è da discutere. Per questo il campo non è una voce sola. I principi possono essere comuni, ma cosa fare per attuarli, le strategie possono essere diverse. Ecco perché, a meno che non ci sia un unico partito occupante l'intero campo, necessariamente ci saranno degli alleati.

In tutto questo, l'operazione Draghi come s'innesta? È un "nuovo inizio"?

No, è una parentesi. Io ho scritto sul Domani un articolo, insieme a Carlo Invernizzi Accetti, sui modelli di uscita dal Covid e dal populismo. Perché hanno fatto anche strade insieme, Covid e populismi, in America e altrove. E ci sono almeno due grossi modelli: quello tecno-populista europeo e quello socialdemocratico americano. Dopo aver sputato sopra la sinistra, gli Stati Uniti sono il paese che ha un governo che esprime se stesso come un governo socialdemocratico. Qui siamo in Europa, e purtroppo dagli anni '90, cioè dalla costruzione dell'Unione europea, abbiamo respirato a pieni polmoni tecnoburocracy. Per cui per noi in Europa molte soluzioni sono demandate a tecnici, a "oggettivi" costruttori di piani che poi stabiliscono i criteri di valutazione, di monitoraggio...Questo noi lo chiamiamo tecnopopulismo. Perché abbiamo un popolo

unitariamente inglobato – tutti sono dentro, non ci sono divisioni maggioranza-opposizione – tenuto insieme non da un leader fanatico populista ma da una tecnologia di operatività. Questo è Draghi, questo è Macron. Questa è l'Europa che conosciamo. Rispetto a questa situazione, c'è una ipo-politica e c'è una iper tecnica. E questo credo che non possa essere la nostra speranza. Perché altrimenti i partiti servono esclusivamente a racimolare consenso per un governo che loro non dettano. Delegano a qualcuno, i tecnici non politici, quello che loro dovrebbero fare direttamente. Credo che l'attuale sia un governo che, nel migliore dei casi, è una parentesi, dentro una fase emergenziale, e nel peggiore è meglio lasciar stare, perché io di tecnopopulismo non ne vorrei sapere. E il Pd deve anche distaccarsi un po' da questo governo, che peraltro qualche volta fa pure delle stupidaggini, perché anche i tecnici sono capaci di combinarle grosse. Il Pd non può essere schiacciato su questo governo, perché non è solo il "suo" governo e non è il suo progetto di governo. È qui per un momento di solidarietà nazionale, se si vuole, di necessità unitaria, per un periodo limitato e uno scopo specifico, che è quello di abbattere la disgrazia del Covid e cominciare ad aprire. Dopo di che bisogna pensare al futuro. E per questo, il Pd deve essere più partito che mai, e non meno partito possibile.

PREMESSE/8

Pnrr, capacità progettuale ma povertà attuativa¹¹

Giuseppe De Rita¹²

La ripresa e i rischi. Hanno retto bene le filiere produttive che fanno export, i servizi e l'economia sommersa.

Il piano garantisce i fondi, l'incognita è la capacità di spesa delle amministrazioni.

I punti di forza: la filiera enogastronomica, produzione e manutenzione dei macchinari, il variegato mondo del Made in Italy.

Le debolezze: in passato far fluire la responsabilità per i canali istituzionali (dallo Stato in giù) non ha funzionato.

Sa di strano interludio l'attuale intreccio giornalistico di buone notizie da un lato (la spontanea ripresa della nostra economia) e dall'altro sulla faticosa applicazione dell'acclamato PNRR, nei suoi grandi obiettivi (la digitalizzazione, la riconversione energetica, la crescita della sostenibilità). Viene spontaneo domandarci chi siano i soggetti di questa duplice dinamica.

Sarà una fissazione professionale, ma è innegabile che ogni sviluppo cammina con le gambe dei suoi soggetti concreti, piccoli o grandi che siano. Ed in questa prospettiva viene naturale segnalare che mentre la più o meno vigorosa ripresa spontanea ha tanto protagonismo soggettuale, meno vitale sembra essere tale protagonismo nel processo attuativo del PNRR.

Nell'attuale dinamica spontanea di ripresa sembra evidente la presenza di tre grandi soggetti: anzitutto la forza alta delle filiere produttive che fanno export e presenza internazionale (la filiera enogastronomica, quella della produzione e manutenzione dei macchinari, quella del variegato mondo del Made in Italy); una forza che ha retto bene alle difficoltà degli ultimi diciotto mesi e che toma silenziosamente a guadagnare spazi. Poi c'è la forza non raffinata ma potente dei soggetti dei vari servizi (dai ristoranti ai bed and breakfast, dalle botteghe artigiane ai gestori di impianti sportivi), che stanno esercitando il loro disperato furore di sopravvivere, quasi riuscendoci.

Ed in terzo luogo (e soprattutto) c'è la forza della grande ondata di nuova economia sommersa, fatta dal popolo che lavora in nero, senza fattura e senza scontrini, una forza ben conosciuta da chiunque fra noi abbia bisogno di un intervento di piccola e media dimensione. Chi ha vissuto gli anni 70 sa che buona parte della sopravvivenza italiana in quei drammatici anni fu garantita da una grande stagione economica sommersa, solo in seguito lentamente riassorbita; e rivede anche in questa ripresa del 2021 la primordiale potenza del sommerso (ha sconfitto anche il famoso cashback, strumento pensato contro l'uso del contante).

Carenze dei soggetti applicativi

La riassorbiremo anche stavolta o ci porteremo a lungo una componente di economia non coerente con i nostri canoni istituzionali, fiscali, sindacali?

Per ora è importante immettere fiducia collettiva, e possiamo quindi contentarci del fatto che respiriamo vitalità nei soggetti più dinamici, raffinati o sommersi che siano.

Più timore circola invece sull'attuazione del PNRR, che rischia lenti passi in avanti per evidente carenza dei soggetti che dovrebbero applicarlo. Certo non manca l'alta sua ispirazione innovativa, visto che sono stati tanti gli intellettuali ed i politici all'opera nel definire i traguardi da perseguire; ma i problemi cominciano quando si scende il primo gradino di responsabilità e ci si avvia sul piano delle amministrazioni statali che hanno faticato e faticano a fare articolazione dettagliata dei programmi e degli obiettivi; in loro supplenza sono state chiamate a dare una mano delle società di consulenza esterne che non sempre risultano attrezzate per i processi decisionali e procedurali necessari nella amministrazione pubblica.

Ancora più drammatici si dimostrano i problemi attuativi quando si scende un ulteriore gradino: le amministrazioni ed i loro consulenti possono arrivare a determinare la distribuzione dei fondi per ogni specifico programma, ma poi quei fondi chi li spende in concreto?

Abbiamo già visto in precedenti esperienze che far fluire la responsabilità per i canali istituzionali discendenti (dallo Stato alle Regioni, ai Comuni e ad altri soggetti operanti sul territorio) non ha funzionato (si pensi alle

¹¹ Corriere della Sera (1.8.2021)

¹² Presidente della Fondazione Censis

tante dispersioni del Fondo Sociale Europeo); ed allora per disperazione si rilancia lo strumento del bando, chiamando a presentarsi chi ha idee, progetti, voglia di fare.

Una strategia che certo serve a tranquillizzare chi non vuole esercitare la discrezionalità delle scelte; ma che purtroppo non riesce a portare frutti adeguati, perché i soggetti che potrebbero o dovrebbero presentare progetti non hanno di solito la capacità tecnica, organizzativa e finanziaria per elaborare proposte applicative precise. Certo ci saranno grandi imprese e grandi Comuni che potranno presentarsi come adeguati attuatori di segmenti di piano; ma il resto d'Italia, quello dei medi e piccoli soggetti economici e istituzionali, rischia di non poter neppure accedere ai bandi, anche quelli che più stanno nel cuore dei traguardi ottimali da perseguire.

Come si fa riconversione ecologica senza la vitalità soggettuale di Comuni, comunità montane, autorità di bacino? E come si sviluppa sostenibilità urbana senza una vitale responsabilità di aziende comunali, di *utilities* piccole e grandi, di associazioni di gestori dei servizi giornalieri? Rischiamo una povertà attuativa, se non un fallimento attuativo.

E le colpe saranno attribuite a chi in basso non avrà saputo concretamente attuare; ma non è detto che esse non risalgano i gradini che hanno visto la discesa troppo generica della decisionalità. Ci pensi chi sta in alto nella scala: il fallimento potrebbe essere ascritto anche a loro.

STUDI/SAGGI



STUDI-SAGGI/1

Passato, presente e futuro di Mario Draghi: la carriera politica di un tecnico ¹³

*Come ha fatto l'ex direttore generale del Tesoro italiano a diventare Super Mario?
Il percorso professionale di un tecnico dal carattere profondamente politico.*

Alessandro Aresu ¹⁴, Andrea Garnero ¹⁵

Dei suoi anni in BCE sappiamo molto. Ma chi era Mario Draghi prima di arrivare alla BCE? O meglio, com'è diventato Super Mario? I media in questi giorni ne parlano come un tecnico, ma in realtà in tutta la sua carriera ha saputo navigare con finezza la politica, prima italiana e poi europea. Alcuni suoi oppositori, per cui il denaro resta lo sterco del demonio, poi, lo bollano come "banchiere". Ma Draghi è stato soprattutto un civil servant: lo diciamo in inglese perché è riduttivo tradurlo solo con "funzionario pubblico". Infine, per alcuni Draghi è l'incarnazione del "neoliberismo", qualunque cosa questo significhi, o dell'"ordoliberalismo" tedesco. Di nuovo, si sbaglia se si ricorre a etichette grossolane e preconfezionate. Draghi ha più volte dimostrato di essere un pragmatico. Le risposte preconfezionate non fanno per lui. *"Complicated questions have easy, wrong, answers"*, gli piace dire citando l'economista tedesco Rudi Dornbusch, suo amico e coautore prematuramente scomparso.

Ma cominciamo dall'inizio. Draghi ha sempre parlato poco della propria vita privata. Forse l'intervista più personale è stata quella del 2015 a Die Zeit in cui ha parlato della scomparsa dei suoi genitori quando aveva solo 15 anni. Fin dall'adolescenza, Draghi è costretto a fare l'adulto nella stanza, pagare le bollette e gestire le faccende degli adulti. Sicuramente la figura e l'esempio di suo padre lo segnano. Il padre di Draghi è un uomo di un altro secolo, nato alla fine dell'Ottocento. Negli anni '30 lavora all'Istituto per la Ricostruzione Industriale (IRI), la "creatura" di Alberto Beneduce nata nel 1933 che ha caratterizzato lo sviluppo italiano. Lì lavora a stretto contatto con Donato Menichella. Chi vuole comprendere Draghi deve anzitutto studiare Menichella, forse il più grande civil servant della storia d'Italia, oggi un personaggio dimenticato. È Menichella il più stretto collaboratore di Beneduce, come direttore generale dell'IRI fino alla seconda guerra mondiale. Menichella è uno dei grandi protagonisti del miracolo italiano, come governatore della Banca d'Italia dal 1947 al 1960, con fitti rapporti internazionali (a fianco a De Gasperi nella stagione di negoziati tra gli Stati Uniti e la nascente Repubblica, Paese sconfitto della guerra) e una sensibilità politica specifica, che lo porta per esempio a "inventare" la Cassa per il Mezzogiorno, nel contesto del Piano Marshall. Menichella venne considerato il miglior banchiere al mondo nel 1960 e si ritira. Draghi ha conosciuto Menichella (una volta ha raccontato di un viaggio in treno fatto con lui da bambino), e ha sempre tenuto presente quest'esempio.

Per alcuni Draghi è l'incarnazione del "neoliberismo", qualunque cosa questo significhi, o dell'"ordoliberalismo" tedesco. Di nuovo, si sbaglia se si ricorre a etichette grossolane e preconfezionate. Draghi ha più volte dimostrato di essere un pragmatico.

Dopo il liceo classico, Draghi va alla Sapienza e, curiosamente per chi cerca di affibbiargli etichette semplici, si forma sotto la guida del "più keynesiano degli economisti italiani", Federico Caffè, con una tesi sul Piano Werner, precursore della moneta unica, in cui il futuro presidente della BCE sosteneva che le condizioni per una moneta comune allora non esistessero. Caffè collaborava con il Messaggero e il Manifesto e oggi sarebbe considerato un eterodosso. Ma alla sua scuola si sono formati economisti di grande fama e orientamento diverso, tra cui Ignazio Visco, attuale governatore della Banca d'Italia, Ezio Tarantelli, economista del lavoro ucciso dalle Brigate Rosse nel 1985, e Maurizio Franzini, studioso delle disuguaglianze. Caffè sparì nel nulla il 15 aprile 1987, due anni dopo l'omicidio di Tarantelli che forse lo aveva colpito troppo da vicino. Draghi a quel punto non era più nella sua cerchia ristretta, ma non ha mai dimenticato il maestro. L'ha ricordato, tra l'altro, nel 1998 in un convegno che coinvolgeva anche Kenneth Rogoff e Marcello De Cecco, e in una lezione

¹³ legrandcontinent.eu (5.2.2021) - <https://legrandcontinent.eu/it/2021/02/05/mario-draghi-da-dove-viene-e-dove-va/>

¹⁴ Consigliere scientifico della rivista Limes e direttore scientifico della Scuola di Politiche (E.Letta). Si è laureato in filosofia del diritto con Guido Rossi all'Università Vita-Salute del San Raffaele di Milano, dove è stato anche allievo di Enzo Bianchi e Massimo Cacciari. È stato consulente e consigliere di diverse Istituzioni. Attualmente è consigliere a Palazzo Chigi nel team costituito dal Capo di Gabinetto Antonio Fuciniello.

¹⁵ Economista del lavoro presso la Direzione per l'Occupazione, il Lavoro e gli Affari Sociali dell'OCSE a Parigi. È anche ricercatore presso l'Université libre de Bruxelles e research affiliate presso l'istituto IZA di Bonn.

romana del 2014. Dopo la Sapienza, Draghi vola al MIT, prima per un periodo di prova, poi tra i 20-25 studenti di dottorato super selezionati. A Boston studia sotto cinque premi Nobel: Paul Samuelson, Bob Solow, Franco Modigliani (che supervisionerà la sua tesi dottorale), Peter Diamond e Bob Engle. La tesi di Draghi è una raccolta di tre saggi diversi (in economia usa così ancora oggi). Il più interessante agli occhi di oggi è il terzo, sull'equilibrio tra politiche di stabilizzazione di lungo e breve periodo. Interessante ancora oggi la conclusione che deriva dalla sua analisi: "se si opta per un percorso di stabilizzazione di breve periodo, l'ottimo di lungo periodo non sarà mai raggiunto". A parte i padri nobili, al MIT in quegli anni si crea la "MIT gang" che scalza i "Chicago boys". Nella gang, oltre a Dornbusch (che secondo Krugman negli anni '70 si trasforma da "economists' economist", noto per la chiarezza dei suoi paper, a "policy guru"), troviamo l'ex presidente della Fed americana Ben Bernanke, l'ex capo economista del FMI Olivier Blanchard, il suo successore al Fondo Maurice Obstfeld e ancora Stanley Fischer, Governatore della Banca centrale israeliana e vice chairman della Fed, e lo stesso Paul Krugman, premio Nobel in economia internazionale e ora polemista sul New York Times. Una rete di amici e contatti che ancora nella crisi attuale danno la linea ai grandi del mondo.

È Guido Carli, il successore di Donato Menichella alla Banca d'Italia, poi presidente di Confindustria e infine ministro del Tesoro durante il negoziato di Maastricht, a portare Draghi all'incarico determinante della sua vita, quello di direttore generale del Tesoro nel 1991. Negli anni '80, Draghi compie già una parte di transizione dalla carriera accademica all'orizzonte istituzionale, come consigliere del ministro del Tesoro Goria e come direttore esecutivo della Banca Mondiale. Ma è la chiamata di Carli a fare la differenza: Draghi va alla guida di una grande burocrazia, che deve affrontare la grave situazione economica italiana, nel contesto drammatico del Paese alla fine della guerra fredda.

È Guido Carli, il successore di Donato Menichella alla Banca d'Italia, poi presidente di Confindustria e infine ministro del Tesoro durante il negoziato di Maastricht, a portare Draghi all'incarico determinante della sua vita, quello di direttore generale del Tesoro nel 1991.

La vita di Mario Draghi da direttore generale del Tesoro è un passaggio sottovalutato, al cospetto della ricchezza di spunti che offre per chi voglia capire il "caso" Draghi. Anzitutto, la durata dell'incarico: dal 1991 al 2001. Draghi emerge come elemento di continuità nella politica economica italiana degli anni '90, confermato da tutti i ministri, mentre il sistema politico cambia. Cura il negoziato di Maastricht, con Carli, e quello dell'euro, con Ciampi. Ma quell'esperienza è fatta di tanti altri elementi. Per esempio, il tema del commercio estero, attraverso l'intervento e il ridisegno di SACE, per il credito delle esportazioni, di cui Draghi è presidente. C'è la riorganizzazione del corpus legislativo in materia finanziaria (a partire dalla cosiddetta "legge Draghi"). C'è ovviamente il capitolo delle privatizzazioni, uno dei più controversi, che porta la frequente accusa a Draghi di essere il liquidatore dell'industria italiana. Le privatizzazioni realizzate dalla sua direzione generale del Tesoro sono imponenti, ancorché insufficienti a ridurre in modo significativo il debito pubblico. Da esse emergono operazioni di successo, con i grandi gruppi quotati a partecipazione pubblica (come Eni ed Enel, ancora oggi nucleo principale del capitalismo italiano), e vicende di dispersione della capacità tecnologica del Paese, di cui l'esempio più doloroso è quello di Telecom Italia, oggi Tim. Ma la vicenda di Telecom è così complessa che meriterebbe troppa attenzione. In ogni caso, Draghi in quella stagione controversa non agisce senza trasparenza. Si interfaccia spesso col Parlamento, attraverso audizioni franche e dirette. E le tesi, oltre che le operazioni, sono argomentate da Draghi. Nel 2020, uno di noi (Alessandro Aresu) ha tradotto e pubblicato per la prima volta il discorso pronunciato da Draghi nel 1992 sul panfilo Britannia il 2 giugno 1992, dove l'allora direttore generale del Tesoro insiste spesso sul rapporto tra decisioni tecniche e orientamento politico, avendo anche consapevolezza che nella nuova situazione di mercato sarebbero stati necessari strumenti per ridurre la disoccupazione e per affrontare i divari regionali. Per trovare, insomma, strumenti per governare ciò che parte dell'industria pubblica faceva attraverso oneri impropri. In ogni caso, la cifra di accountability di Draghi, nelle audizioni e nelle risposte alle lettere, che un pubblico più vasto ha conosciuto alla BCE, comincia dall'esperienza al Tesoro.

Quello che ha fatto Draghi al Tesoro resta fondamentale per provare a capire quello che farà Draghi ora. La differenza tra Draghi e tanti protagonisti della vita pubblica italiana, tecnici o politici, è la sua capacità organizzativa. Draghi al Tesoro è stato anche un manager dell'organizzazione: all'esterno, senz'altro, nel rapporto con i compratori del debito pubblico e con i partner europei; all'interno, nella costruzione e nell'adattamento della struttura, nell'inserimento di professionalità (per esempio attraverso la costituzione di un consiglio di esperti) e nella motivazione delle professionalità interne. Il Tesoro di Draghi è stata

l'avventura di una classe dirigente: la storia che più colpisce è quella di Dario Scannapieco, originario della costiera amalfitana (Maiori) che dopo i primi impieghi nell'industria delle telecomunicazioni (l'allora Sip) riesce a entrare alla Harvard Business School alla metà degli anni '90. Scannapieco sogna di lavorare non per un grande fondo di investimento ma per l'amministrazione pubblica italiana, convinto "che il settore pubblico, se efficiente e forte, rappresenta l'anima di un Paese, lo qualifica nel mondo, rende possibile un vero cammino di sviluppo e crescita". Lo studente compra i diritti per usare il logo di Harvard nelle sue lettere, che indirizza alle principali personalità delle istituzioni economiche, e Draghi lo chiama a lavorare con sé prima del Natale 1996. L'esperienza del Tesoro restituisce tratti che fanno di Draghi un esempio di capacità di esecuzione. Sono questi i tratti che saranno più utili per il Piano di Ripresa e Resilienza sul piano interno.

Quello che ha fatto Draghi al Tesoro resta fondamentale per provare a capire quello che farà Draghi ora. La differenza tra Draghi e tanti protagonisti della vita pubblica italiana, tecnici o politici, è la sua capacità organizzativa.

Alla fine del mandato al Tesoro, Draghi ha 55 anni. È già considerato una "riserva della Repubblica". Sta per arrivare sulla scena politica italiana il suo principale avversario, il superministro Giulio Tremonti. Un suo possibile ruolo, di cui discutono molto gli ambienti finanziari italiani, è la successione di Enrico Cuccia a Mediobanca, il "tempio" degli equilibri del capitalismo italiano. È in particolare Massimo D'Alema a lavorarci, anche secondo la testimonianza di Ferruccio De Bortoli. L'opzione non si concretizza, perché Cuccia ha scelto come erede Vincenzo Maranghi. Draghi sceglie di concentrarsi sulle opportunità accademiche e accetta un incarico in Goldman Sachs. Il 29 dicembre 2005, Draghi viene nominato alla testa della Banca d'Italia dopo lo scandalo Fazio. In via Nazionale, tradizionalmente, la carriera è tutta interna. Draghi, invece, arriva dall'esterno, anche se forte dell'esempio di Menichella e del rapporto storico con Carli e Ciampi. Draghi porta piccole ma sostanziali innovazioni: dall'assunzione degli economisti di ricerca sul Job Market americano, per superare le rigidità e la scarsa appetibilità dei concorsi pubblici standard a internet sui computer dei dipendenti. I discorsi di fine anno di Draghi, poi, diventano delle vere e proprie lectio magistralis che analizzano in profondità i mali di un paese che da fine anni novanta ha visto il motore della crescita andare in blocco. Non solo questioni bancarie o monetarie. Draghi porta in via Nazionale temi come quello dei giovani, l'istruzione, la mafia. "Un sistema politico che non permette l'innovazione sociale non ammette neanche l'innovazione economica", afferma in memoria di Guido Carli, nel 2009. Dove, forse, Draghi non riesce a imprimere una svolta è sul sistema bancario e di vigilanza. Il consolidamento bancario avviene sotto la sua regia. Ad anni di distanza, ci consegna una situazione ancora problematica, nei cambiamenti della vigilanza a livello europeo (con la responsabilità sulle banche sistemiche passata alla BCE). Sicuramente la forza dell'odierna Intesa Sanpaolo è figlia anche dell'operazione nell'era Draghi, mentre il destino dell'altro grande attore italiano (Unicredit, dopo la fusione con Capitalia) è più incerto. Per non parlare di MPS e di altre vicende.

I discorsi di fine anno di Draghi, poi, diventano delle vere e proprie lectio magistralis che analizzano in profondità i mali di un paese che da fine anni novanta ha visto il motore della crescita andare in blocco.

E, infatti, se all'inizio della crisi del 2008, in Italia ci si culla del fatto che "non si parla inglese" e quindi i subprime, i futures o i CDS non si sa cosa siano né come si pronuncino, i nodi lentamente emergono. A fine 2014, con l'Asset Quality Review, uno stress test coordinato delle banche europee, da cui l'Italia è uscita con le ossa rotte: nove banche a fine 2013 e due a ottobre 2014 che non hanno passato il test. Colpa di un sistema fondato troppo sulla politica (spesso locale) e poco sul mercato. Non certo una scoperta del 2014 visto che Draghi era arrivato in via Nazionale a seguito dello scandalo Fiorani. La colpa non era sua visto che era decenni che le cose andavano così. Ma i cambiamenti, evidentemente, erano stati troppo limitati o troppo lenti.

Nel 2006, Draghi viene chiamato a presiedere il Financial Stability Board, che condivide le iniziali con la principale agenzia di intelligence russa (Fsb), ma che è un organismo internazionale che ha lo scopo di monitorare il sistema finanziario mondiale. È nato nel 1999 insieme al G20 e fino al 2008 è stato un sonnacchioso luogo di incontro di Ministri delle Finanze e banchieri centrali. È con la crisi finanziaria che diventa la centrale operativa della risposta globale alla crisi. È da lì che Mario comincia a diventare Super Mario. Da lì, poi comincia la storia dell'ultimo decennio: Draghi è il candidato più autorevole per prendere l'eredità di Jean-Claude Trichet alla Banca centrale europea, ma "improbabile" secondo Die Zeit. Improbabile, invece, era piuttosto il suo principale competitor, Axel Weber, un professore di provincia poi Governatore della Bundesbank che non aveva mai messo piede fuori dalla Germania. E, infatti, nonostante l'assoluta

debolezza del governo italiano in quel momento (per usare un eufemismo), Draghi si impone con facilità. All'interno del governo, nonostante il conflitto con Tremonti, può contare sulla sponda costante di Gianni Letta, sottosegretario alla presidenza del Consiglio di Berlusconi. In questo modo si realizza ciò che Berlusconi ha rivendicato proprio in questi giorni: è stato effettivamente lui a portare Draghi ai suoi incarichi più prestigiosi, prima a Palazzo Koch e poi all'Eurotower. Prendono il via gli anni del "Whatever it takes" e del *Quantitative easing*, mosse estremamente politiche, sempre sul filo della rottura con la Bundesbank ma con un forte asse con la Merkel (sugli anni alla BCE vi rimandiamo al libro di Jana Randow e Alessandro Speciale che a Francoforte lo hanno seguito da vicino).

Si realizza ciò che Berlusconi ha rivendicato proprio in questi giorni: è stato effettivamente lui a portare Draghi ai suoi incarichi più prestigiosi, prima a Palazzo Koch e poi all'Eurotower.

E ora? Dall'inizio della pandemia, Draghi ha parlato quattro volte, dando priorità molto chiare. La prima volta è stato il 25 marzo 2020, quando il mondo stava sistemando il proprio salotto per reinventarsi il lavoro da casa e gli economisti facevano la gara a chi tirasse fuori la proposta più fantasiosa per affrontare lo shock del secolo. "*Higher public debt levels will become an economic feature and be accompanied by private debt cancellation*", scrive Draghi sul Financial Times. Alla faccia dell'ordoliberalismo. Poi, è tornato a parlare il 18 agosto 2020 al Meeting di Comunione e Liberazione a Rimini: "*I sussidi servono a sopravvivere, a ripartire. Ai giovani bisogna però dare di più: i sussidi finiranno e se non si è fatto niente resterà la mancanza di una qualificazione professionale, che potrà sacrificare la loro libertà di scelta e il loro reddito futuri*". Lì viene introdotta la dicotomia tra "debito buono" e "debito cattivo" che marcheranno il dibattito italiano dell'autunno. Poi a inizio settembre, compare online una sorprendente intervista con l'editor in chief dell'European Heart Journal, un cardiologo, in occasione del congresso della European Society of Cardiology che lascia basite decine di giornalisti economici che avevano provato ad avere un'intervista negli 8 anni precedenti. "*The stress is stressful depending on how stressed you are*", dice in quell'intervista Draghi. Ma soprattutto ribadisce l'importanza di investire molto di più in salute e istruzione visto che il debito accumulato sarà pagato dalle giovani generazioni. Infine, a fine 2020, Draghi torna sul tema del debito delle imprese in un rapporto del G30 scritto insieme ad altri economisti e in un'intervista al Corriere: "*Ci sarà un aumento dei crediti deteriorati e bisogna lavorare per evitare una stretta al credito nei prossimi mesi e anni*". E su Next Generation EU: "*è importante che i Paesi con un debito elevato facciano una valutazione molto attenta del tasso di rendimento dei progetti che finanzieranno*". Parole semplici e chiare che da sole probabilmente bastano a immaginare i pilastri di una "Agenda Draghi". Ma che danno anche il segno della sfida che Draghi si troverà ad affrontare. Tenere a bada la Bundesbank ha richiesto doti politiche sopraffine e ha portato Draghi a interfacciarsi con Merkel e Schäuble, ma anche con l'anziano Helmut Schmidt, decano della socialdemocrazia. Gestire la pubblica amministrazione, le regioni e le agenzie italiane sarà molto più difficile.

Tenere a bada la Bundesbank ha richiesto doti politiche sopraffine e ha portato Draghi a interfacciarsi con Merkel e Schäuble, ma anche con l'anziano Helmut Schmidt, decano della socialdemocrazia. Gestire la pubblica amministrazione, le regioni e le agenzie italiane sarà molto più difficile.

Draghi, però, non è un alieno catapultato in una realtà che non conosce. La sua vicenda di civil servant o grand commis è costellata di negoziati politici e di capacità organizzativa. Le sue vite precedenti gli verranno in soccorso, oltre all'esempio di Menichella che abbiamo ricordato all'inizio. Draghi potrà basarsi su una celebre preghiera, resa celebre dagli Alcolisti Anonimi e attribuita spesso a San Francesco o a Tommaso Moro. Nel suo discorso al Meeting di Rimini del 2020, Draghi ne individua invece correttamente l'autore: il teologo e teorico delle relazioni internazionali Reinhold Niebuhr. La preghiera suona: "*Dammi la serenità per accettare le cose che non posso cambiare, il coraggio di cambiare le cose che posso cambiare, e la saggezza di capire la differenza*".

Quel bilanciamento tra serenità, coraggio e saggezza, non è forse la politica?

STUDI-SAGGI/2

Banca centrale europea e comunicazione, un'analisi. Con alcune deduzioni sull'Esecutivo guidato da Mario Draghi ¹⁶

Paride Fusaro ¹⁷

CERIDAP - Direttore Prof.ssa Diana-Urania Galetta¹⁸

Banca centrale europea e comunicazione, un'analisi.

Con alcune deduzioni sull'Esecutivo guidato da Mario Draghi

Il contributo delinea le caratteristiche della comunicazione della Banca centrale europea (BCE) dalla sua fondazione ad oggi, con un'attenzione specifica alle attività poste in essere durante la presidenza di Mario Draghi. A partire da alcuni cenni storici sulla comunicazione delle banche centrali, ne vengono esaminate le ragioni, i gradi e i possibili problemi. Vengono poi delineati i soggetti che si fanno carico della comunicazione, "chi comunica", e i contenuti che vengono veicolati, "cosa si comunica", nonché gli effetti della comunicazione e il suo rapporto con i temi della trasparenza e dell'accountability. Per quanto concerne specificamente la Banca centrale europea, viene altresì offerto un approfondimento su quanto contenuto in tema di comunicazione nei Rapporti annuali dal 1998 al 2019. Infine, alla luce di quanto ricostruito circa la comunicazione delle banche centrali e in particolare della BCE guidata da Mario Draghi, vengono delineate alcune deduzioni circa la comunicazione del Governo Draghi.

European Central Bank and Communication, an Analysis.

With some Deductions on Mario Draghi's Government

The article outlines the European Central Bank's (ECB) communication characteristics since its foundation, with specific attention to the activities carried out during Mario Draghi's presidency, from 2011 to 2019. Starting from some historical notes on central bank communication, are examined the reasons, degrees and possible problems. The subjects who are in charge of communication are then outlined, "who communicates", and the contents that are conveyed, "what is communicated", as well as the effects of communication and its relationship with the issues of transparency and accountability. With regard specifically to the European Central Bank, an in-depth analysis is also offered on the communication in Annual Reports from 1998 to 2019. Finally, some deductions are outlined about Draghi's Government communication.

1. Introduzione

Gli interventi cui ha dato vita la Banca centrale europea (BCE) durante la Presidenza di Mario Draghi, dal 2011 al 2019, in particolare l'annuncio delle operazioni definitive monetarie avvenuto nel 2012, con la sua "autoefficacia", ovvero la capacità dell'annuncio di sortire effetti positivi sui mercati senza che alla comunicazione siano seguiti interventi concreti atti a dare vita a tali Operazioni, hanno avuto tra le loro conseguenze anche quella di rimettere al centro della riflessione sugli istituti centrali il tema della loro comunicazione verso l'esterno. Oggi che Mario Draghi è Presidente del Consiglio dei Ministri, può essere interessante ripercorrere caratteristiche e problemi della comunicazione della Banca centrale europea prima e durante la sua Presidenza, anche con l'obiettivo di tentare alcune deduzioni sulla comunicazione e le politiche del Governo Draghi.

2. Sulla comunicazione delle banche centrali: cenni storici

Il punto di partenza di una riflessione sulla comunicazione delle banche centrali non può che essere una constatazione di natura storica, ovvero che nonostante oggi appaia quantomeno obsoleta la massima «*never explain, never excuse*» [1] di Montagu Norman, governatore della Bank of England tra il 1920 e il 1944, essa è rimasta ancora sino ad un recente passato alla base degli orientamenti di molte banche centrali [2]. L'attuazione di politiche di comunicazione esplicita da parte di queste ultime è avvenuta soltanto a partire dagli anni '90, quando hanno iniziato ad abbandonare l'idea di dover essere avvolte nel mistero e hanno dato

¹⁶ CERIDAP – Università degli Studi di Milano - Direttore Prof.ssa Diana-Urania Galetta – 7.5.2021 - <https://ceridap.eu/banca-centrale-europea-e-comunicazione-unanalisi-con-alcune-deduzioni-sullesecutivo-guidato-da-mario-draghi/>

¹⁷ Dottore magistrale in Scienze politiche e sociali, master di II livello in "La lingua del diritto", collaboratore parlamentare

¹⁸ ISSN 2723-9195 - Fascicolo 2/2021 - DOI: 10.13130/2723-9195/2021-2-20

vita a quella che molti autori non temono di definire una rivoluzione di pensiero e azione orientata a una esplicita apertura verso l'esterno.

La prima banca centrale ad attivarsi in questo senso è stata la Federal Reserve (Fed) che, solo [3], nel 1994 ha iniziato a rendere pubbliche in tempo reale le sue decisioni sui tassi di interesse; compiendo così il primo passo di un percorso che ha visto la Fed, e in particolare il suo Federal Open Market Committee (FOMC), impegnata in una serie di azioni di apertura rispetto alla comunicazione verso l'esterno. Quel percorso è proseguito nel 1999 con la pubblicazione di una valutazione del punto di vista della stessa Fed sui futuri cambiamenti nella politica monetaria e dalla pubblicazione, nel 2002, dei voti espressi dai membri FOMC durante le riunioni. Nel 2005, poi, la Fed ha iniziato a divulgare i verbali delle riunioni dello stesso FOMC e dal 2007 ha proseguito nell'incrementare la frequenza e l'ampiezza del contenuto e dell'orizzonte delle sue previsioni pubbliche [4].

Le decisioni sulla comunicazione poste in essere dalla Fed – strettamente connesse ad un incremento della sua trasparenza – non hanno costituito, tuttavia, una serie di eventi isolati. In quegli stessi anni molte banche centrali hanno dato vita ad azioni volte a incrementare la loro comunicazione verso l'esterno e di conseguenza la loro trasparenza [5]. Nell'ambito di tale trend globale è possibile individuare due fasi. La prima, avviatasi e sviluppatasi appunto negli anni '90, ha visto un ampio incremento della trasparenza attraverso l'esplicitazione da parte delle banche centrali dei propri obiettivi di politica monetaria e delle proprie analisi sugli sviluppi macroeconomici. La seconda, invece, si è sviluppata negli anni duemila e ha visto un'ulteriore diffusione della trasparenza che aveva preso forma nel decennio precedente e l'affermazione, presso alcuni istituti centrali, di un'ulteriore apertura attraverso l'esplicitazione di indicazioni sugli strumenti e le azioni da adottarsi in futuro [6].

3. Central banking e comunicazione: ragioni, gradi e possibili problemi

Se tra le ragioni alla base di queste dinamiche è possibile individuare primariamente il mutato rapporto che in quegli anni si stava affermando tra le banche centrali e la politica, un rapporto di acquisita indipendenza da parte di molte banche, che comportava necessariamente un incremento di responsabilità (accountability) di queste nei confronti degli osservatori esterni, è però anche opportuno ricordare che l'incremento della comunicazione verso l'esterno è connesso anche al fatto che essa ha permesso, e permette, di rendere le politiche monetarie più efficaci [7]. Questo in ragione del fatto che la comunicazione è divenuta uno strumento significativo attraverso cui le banche centrali possono influenzare le aspettative dei mercati e di conseguenza l'economia.

Soltanto in un contesto ipotetico e alquanto irrealistico in cui l'ambiente economico sia stazionario, la banca centrale sia impegnata nei confronti di una regola di policy invariabile e le aspettative siano razionali, infatti, la politica di comunicazione della banca centrale non ha modo di svolgere un ruolo significativo [8], e ciò in ragione del fatto che in un quadro di questo genere le azioni future della banca centrale possono essere facilmente dedotte dai comportamenti già posti in essere da quest'ultima [9]. In un contesto più realistico, caratterizzato da una situazione economica e da regole di policy non stazionarie, con aspettative non razionali, asimmetria informativa tra il pubblico e la banca centrale e l'apprendimento come concomitante naturale, la comunicazione della banca centrale svolge un ruolo significativo [10]; anche al verificarsi di una sola delle condizioni citate.

Ancorché la rilevanza della comunicazione verso l'esterno delle banche centrali sia ormai riconosciuta, tanto che la stessa è oggi identificata come uno degli strumenti a disposizione dei banchieri centrali [11], la medesima unanimità non è presente relativamente a quale sia per le banche centrali il miglior grado o livello di comunicazione. In altre parole, non vi è una visione condivisa di quale sia l'ottima comunicazione [12]; sia in termini qualitativi, relativamente a modalità e strumenti maggiormente idonei ed efficaci, sia in termini quantitativi, nel senso che non vi è una concezione condivisa su quanto le banche centrali debbano dire o non dire.

Le divergenze di vedute teoriche sono invece attenuate relativamente a ciò che le banche centrali devono evitare nel loro interfacciarsi con l'esterno per allontanare il rischio che la "risorsa comunicazione" possa trasformarsi in un problema. In questo senso è esplicativo il caso di un clamoroso errore di comunicazione commesso dal primo Presidente della BCE, Willem Duisenberg, il quale, nel 2000, dichiarò che non vi sarebbero stati ulteriori interventi a supporto dell'euro, causando così l'immediato deprezzamento della moneta unica e attirando molte critiche verso il suo operato [13]. Al di là dei singoli casi, ciò che è possibile

affermare in generale sugli errori di comunicazione è che gli istituti centrali devono innanzitutto evitare di offrire al pubblico messaggio espressi da un numero eccessivo di voci, specie se queste sono contrastanti tra loro, perché in questo caso le informazioni veicolate rischiano di confondere il pubblico anziché rendere maggiormente chiare ai suoi occhi le intenzioni dell'istituto [14]. Quello appena citato, noto come "cacophony problem" [15], è comunque un rischio risolvibile attraverso un incremento del coordinamento e della chiarezza dei messaggi e dunque non con un – anacronistico – ritorno al silenzio [16].

4. Chi comunica e cosa si comunica

Fatta salva la comunicazione ordinaria della BCE, e dunque fatta salva la distinzione, basata sul tipo di strumenti, tra comunicazione istituzionale (a sua volta contenente gli strumenti della comunicazione esterna e di quella inter-istituzionale) e non istituzionale, è opportuno concentrarsi sull'individuazione dei soggetti che danno vita alla comunicazione degli istituti centrali. In altri termini, è opportuno individuare "chi comunica"; il che comporta in prima istanza di distinguere tra le comunicazioni effettuate dagli organi decisionali degli istituti nel loro complesso, ad esempio quelle poste in essere dal Consiglio direttivo della BCE o del FOMC della Fed, e le comunicazioni effettuate da singoli individui componenti gli organi suddetti. Ancorché tutti gli istituti centrali si interfaccino verso l'esterno sia con comunicazioni individuali che con comunicazioni corali, è opportuno segnalare l'esistenza, tra queste ultime, di una differenza significativa determinata dalla modalità tipica che gli organi che assumono le decisioni di politica monetaria adottano per le loro comunicazioni. In questo senso, guardando appunto agli organi decisionali, è possibile distinguere tra consigli che comunicano anche attraverso i singoli membri, i quali esplicitano le loro posizioni personali, e consigli che, nonostante i membri si interfaccino con l'esterno, evitano che le singole posizioni dei loro componenti vengano esplicitate. In altre parole, è possibile distinguere tra consigli: individualistici, genuinamente collegiali e "autocraticamente collegiali" [17]. Sulla scorta di queste premesse è possibile definire il Monetary Policy Committee della Bank of England come individualistico e il Consiglio direttivo della BCE come genuinamente collegiale [18]. Lo stesso vale per il Federal Open Market Committee della Fed che ha tuttavia attraversato anche una fase "autocraticamente collegiale" durante la presidenza di Alan Greenspan [19].

La distinzione appena illustrata comporta che i diversi modelli che ne derivano necessitano di differenti strategie comunicative. In questo senso, mentre nel modello individualistico le divergenze di vedute rese pubbliche possono avere degli effetti positivi, in quanto permettono ai mercati di avere una visione più chiara dei differenti punti di vista presenti all'interno del Consiglio, in un modello collegiale le divergenze di vedute non dovrebbero essere rese pubbliche in ragione del fatto che la loro pubblicità potrebbe far incorrere la comunicazione della banca centrale in problemi di scarsa chiarezza che metterebbero a repentaglio una reazione corretta alle comunicazioni da parte dei mercati [20].

Nell'ambito delle comunicazioni collegiali, è bene poi ricordare che generalmente queste hanno un grado di programmazione maggiore rispetto a quelle individuali [21], ancorché anche queste ultime non si caratterizzano mai come parole in libertà, ma sono sempre frutto di discorsi ufficiali o di interviste che conservano un significativo grado di formalità. In questo senso, peraltro, proprio per permettere alla comunicazione della banca centrale di essere, qualora sia necessario, più flessibile e tempestiva, le comunicazioni fatte dai singoli membri possono però essere uno strumento utile per anticipare o mettere in luce una posizione della banca centrale nel momento del bisogno senza dover attendere un evento programmato di comunicazione collegiale [22].

Per quanto riguarda il contenuto della comunicazione degli istituti centrali, il "che cosa" viene comunicato, è possibile distinguere tra quattro principali elementi: gli obiettivi e le strategie, le decisioni di policy con le motivazioni che le giustificano, le prospettive economiche e le decisioni che la banca centrale intende adottare in un futuro prossimo [23]. Relativamente agli obiettivi e alle strategie, questi sono sovente definiti in maniera chiara dagli istituti centrali anche in ragione della loro accresciuta indipendenza. Essi sono spesso identificati in termini quantitativi, il che comporta una più facile accountability [24] e aiuta a stabilizzare le aspettative degli agenti economici [25]. Per quanto concerne le decisioni di policy è la conferenza stampa che si svolge dopo la riunione mensile del Consiglio direttivo. Rispetto alle prospettive economiche, poi, le banche centrali pubblicano previsioni eterogenee sia relativamente ai dati sull'attività economica che a quelli sull'inflazione. A queste informazioni, talvolta, e con un trend in crescita, le banche centrali affiancano anche anticipazioni sulle loro intenzioni future rispetto agli interventi sui tassi.

5. Gli effetti della comunicazione delle banche centrali

Come già anticipato, uno dei principali obiettivi della politica di comunicazione degli istituti centrali è quello di influenzare le aspettative. Secondo quanto testimoniato dalla letteratura, tale influenza agisce in particolare sui futuri tassi di interesse a breve termine, i quali a loro volta influenzano i tassi di interesse a lungo termine ed altre variabili del mercato finanziario che a loro volta condizionano, o dovrebbero condizionare, altre macro-variabili come l'inflazione e la produzione [26].

Vi sono tuttavia almeno due elementi fondamentali, uno legato al tempo e l'altro alle variabili da considerare, da tenere in conto e che differenziano gli effetti che giungono, e che possono essere valutati, in una prima fase, da quelli che si verificano successivamente e con una portata più ampia. Per quanto concerne l'elemento temporale, mentre la comunicazione degli istituti centrali, così come la politica monetaria, influenza i mercati finanziari molto velocemente, i tassi di interesse e i prezzi dei beni hanno effetto sull'economia in modo molto graduale. In secondo luogo, e relativamente alle variabili da considerare, nel più lungo periodo la politica monetaria non è l'unico elemento che deve essere preso in considerazione, in quanto vi sono molti altri fattori che influenzano l'inflazione e la produzione rendendo così più complessa la valutazione sugli effetti della comunicazione delle banche centrali su queste variabili [27].

Nonostante ciò, almeno per quanto riguarda il breve termine, è possibile sostenere che le variabili del mercato finanziario reagiscono alla comunicazione effettuata delle banche centrali [28].

Pur essendo piuttosto ben definibili nel caso di annunci e discorsi [29], gli effetti delle comunicazioni effettuate dagli istituti centrali spesso non sono di facile misurazione. In questo senso è opportuno dare conto delle difficoltà cui le ricerche in questo campo devono far fronte. Tali difficoltà sono connesse, ad esempio, al fatto che non risulta semplice determinare esattamente quando i mercati finanziari reagiscono ad una comunicazione effettuata dalla banca centrale, così come non è semplice estrarre dagli interventi le intenzioni o gli obiettivi che l'oratore ha perseguito per poi valutare se gli effetti sono stati adeguati.

A questi due problemi, poi, in parte anche nel breve periodo, si aggiungono quelli legati all'influenza di altre variabili non osservabili sui prezzi dei beni, oltre a quelli connessi al fatto che spesso la comunicazione delle banche centrali è associata di per sé a fattori endogeni, in quanto talvolta essa avviene in relazione a un evento particolare, e dunque non è semplice comprendere se la reazione dei mercati sia legata all'evento in questione o alla comunicazione che la banca centrale ha fatto seguire a quell'evento [30].

Non meno rilevanti sono poi i problemi legati alla comprensione della capacità della comunicazione di esercitare la sua influenza nella direzione desiderata e a quale sia la dimensione dell'effetto che essa ottiene [31]. Nonostante queste difficoltà, come detto, è comunque possibile affermare che alla luce della letteratura che ha affrontato questi temi la comunicazione delle banche centrali sortisce certamente effetti sui mercati finanziari [32].

Se da un lato la riflessione relativa all'impatto della comunicazione delle banche centrali deve riguardare l'identificazione della comunicazione stessa e la misurazione dei suoi effetti, nonché la considerazione delle difficoltà che un'analisi di questo genere può incontrare, dall'altro essa deve riferirsi anche alla capacità della comunicazione di rendere la politica monetaria più prevedibile e le aspettative dei mercati sui tassi d'interesse nel breve periodo più accurate [33]. Anche tale prevedibilità resta difficile da quantificare; tuttavia, pur trattandosi di una questione non del tutto chiusa, sembra che un contributo da parte della comunicazione sia rinvenibile anche in tal senso [34].

Merita infine una riflessione la questione relativa alla capacità della comunicazione delle banche centrali di influenzare l'inflazione. Anche in questo caso le conclusioni cui giunge la letteratura non sono univoche, tuttavia è possibile sostenere che qualora le banche centrali adottino un target di inflazione cui orientare i loro interventi, questo ha un effetto significativo nello stabilizzare le aspettative e dunque, in parte, nell'influenzare l'inflazione sul lungo periodo [35].

Alla luce di quanto visto, è dunque possibile sostenere che, seppur sulla base di un ammontare di dati non sterminato, la comunicazione verso l'esterno delle banche centrali ha effetti positivi in termini di influenza sul mercato finanziario, di incrementata prevedibilità della politica monetaria e di sostegno alle autorità monetarie nel raggiungere gli obiettivi e i target che esse si prefiggono.

6. Comunicazione e trasparenza

Come si è già avuto modo di sottolineare, il tema della comunicazione è strettamente legato a quello più generale della trasparenza, una caratteristica che a partire dagli anni '90 le banche centrali hanno considerato come sempre più importante. L'importanza assunta dalla trasparenza non deve tuttavia far pensare che si possa raggiungere realmente una "perfetta trasparenza", in quanto, anche nel caso di una completa divulgazione delle informazioni, gli eventuali contrasti tra queste possono impedire il pieno dispiegarsi di una trasparenza piena. In questo senso, la "perfetta trasparenza" è altresì ostacolata dalla possibilità di una non corretta ricezione delle informazioni divulgate [36]. L'impossibilità di raggiungere nella pratica una trasparenza perfetta non priva tuttavia il concetto del suo slancio ideale e dunque nulla toglie alla possibilità che essa sia presa come riferimento per massimizzare quanto si può realmente ottenere [37].

Se, da un lato, l'ottenimento di una piena trasparenza comporta le difficoltà appena elencate, dall'altro, la sua misurazione empirica implica delle difficoltà dovute primariamente al fatto che si tratta di un concetto multidimensionale [38] che per essere indagato in maniera approfondita merita che ad ognuna delle dimensioni sia riservata una riflessione specifica. In questo senso, gli aspetti della trasparenza più rilevanti per il policymaking sono relativi in particolare alle dimensioni della: trasparenza politica, economica, procedurale, di policy ed operativa [39]. La trasparenza politica si riferisce alla chiarezza degli obiettivi e del quadro istituzionale, la trasparenza economica si concentra sulle informazioni economiche usate per assumere le decisioni, la trasparenza procedurale concerne l'apertura verso l'esterno sul modo in cui le decisioni sono state assunte, la trasparenza relativa alla policy propriamente detta riguarda la comunicazione sull'atteggiamento assunto rispetto a determinate scelte mentre la trasparenza operativa concerne l'implementazione delle azioni [40].

Nonostante la complessità connessa al concetto di trasparenza, la sua esistenza non ha impedito il fiorire di studi empirici su di essa e sulla sua valutazione. In quest'ottica, ad esempio, sono state sviluppate ricerche atte a valutarne le diverse dimensioni attraverso specifici indici [41], così come sono sorte indagini volte a misurare l'effettiva trasparenza di molte banche centrali e lo sviluppo di questa nel tempo [42]. Da queste ultime ricerche si ha conferma del fatto che nel tempo la trasparenza e l'indipendenza delle banche centrali sono aumentate e che le due dimensioni si sono sviluppate contemporaneamente permettendo agli istituti centrali, nel caso dell'indipendenza, di avere più libertà nelle proprie scelte rispetto alla politica e, nel caso della trasparenza, di avere un modo per comunicare le proprie politiche ai mercati così da rafforzarne gli effetti, oltre ad avere a disposizione un canale per poter essere maggiormente responsabili nei confronti della pubblica opinione [43].

Per quanto concerne specificamente la Banca centrale europea, essa si caratterizza per una trasparenza piuttosto diffusa ed elevata, anche se il rapporto tra la BCE e il grande pubblico costituisce in parte un problema, in quanto risulta spesso che quest'ultimo non conosca o fraintenda gli obiettivi della politica monetaria [44], il che rivela un limite nella trasparenza politica della BCE [45] rispetto al quale si dovrebbe intervenire per giungere ad un suo superamento o almeno ad una sua riduzione.

7. La politica di comunicazione della Banca centrale europea

Nell'ambito delle dinamiche storiche che hanno visto a livello mondiale un incremento della comunicazione verso l'esterno effettuata dalle banche centrali, si inserisce a pieno titolo anche quanto accaduto per la Banca centrale europea, che ha anzi ricoperto in questo quadro una posizione molto peculiare, in quanto essa è stata disegnata e ha assunto le sue funzioni nel decennio, gli anni '90, in cui quella accresciuta comunicazione stava rafforzandosi. In questo senso, la Banca centrale europea si è da subito trovata ad affrontare un'importante sfida, quella di tenere insieme tre caratteristiche non sempre facilmente conciliabili: la forza, l'indipendenza e l'essere un'istituzione le cui azioni hanno conseguenze su un vasto numero di cittadini pur essendo non elettiva [46].

In considerazione di queste premesse è giocoforza constatare che la Banca centrale europea ha, sin dalla sua nascita, dato vita ad una politica comunicativa di ampio respiro relativa ad obiettivi, decisione di policy e dati economici [47]. Se, da un punto di vista generale, alla base di tale politica sono annoverabili ragioni connesse all'efficacia dell'azione e all'accountability; da un punto di vista giuridico, ad orientare in questo senso la Banca centrale vi sono le disposizioni dei Trattati e dello Statuto del Sistema europeo delle banche centrali (SEBC) e della BCE che disciplinano la materia. In particolare si tratta degli articoli 284 paragrafo 3 e 132 paragrafo 2 TFUE e dell'articolo 15 dello Statuto, nonché dell'articolo 22 del regolamento interno della Banca

centrale europea. A partire da tali disposizioni giuridiche la comunicazione della BCE ha preso forma attraverso diversi canali quali: la conferenza stampa, il Bollettino mensile, oggi sostituito dal Bollettino economico che viene pubblicato due settimane dopo ciascuna delle riunioni di politica monetaria del Consiglio direttivo, il Rapporto annuale, le conferenze, le interviste e gli articoli dei singoli membri degli organi decisionali della stessa Banca centrale e il sito internet della BCE.

Tornando ai tre contenuti principali della comunicazione della BCE, obiettivi, decisioni di policy e dati economici, è possibile sostenere che per quanto concerne la comunicazione sugli obiettivi, il diritto primario non individua un target quantitativo cui la BCE debba mirare nel perseguire lo scopo principale del mantenimento della stabilità dei prezzi. E' stata la stessa Banca centrale a definire in termini quantitativi la stabilità dei prezzi sostenendo che essa è presente quando vi è un aumento dei prezzi al consumo nell'area euro, su 12 mesi, inferiore al 2% e quando l'inflazione è inferiore ma prossima al 2% [48]. E' evidente dunque l'esistenza di una comunicazione chiara della BCE sui propri obiettivi, il che comporta vantaggi sia in termini di accountability, sia in termini di rafforzamento delle aspettative dei mercati [49].

Per quanto riguarda la divulgazione delle informazioni sulle decisioni di policy, la Banca centrale europea ha da sempre utilizzato soprattutto il canale delle conferenze stampa successive alle riunioni del Consiglio direttivo. Quello della conferenza stampa è un canale particolare, che ha il vantaggio di essere più flessibile rispetto, ad esempio, alla pubblicazione dei verbali delle riunioni cui danno vita la Bank of England e la Federal reserve, ma ha lo svantaggio rispetto a questi di essere meno dettagliata. Relativamente al livello di dettaglio, tuttavia, le domande poste dai giornalisti immediatamente dopo la presentazione iniziale del Presidente offrono l'opportunità di ottenere specificazioni ulteriori. Un altro aspetto peculiare della conferenza stampa della BCE è che essa avviene 45 minuti dopo l'annuncio delle decisioni di politica monetaria, il che permette di distinguere l'effetto dei due eventi e ha consentito di affermare che la conferenza stampa ha in media un effetto maggiore sui prezzi degli asset rispetto al solo annuncio delle decisioni di policy [50].

Per quanto concerne la comunicazione sui futuri obiettivi di policy, mentre alcune banche centrali danno vita ad una vera e propria disamina su di essi, la Banca centrale europea non ha offerto, storicamente, esplicite informazioni su quali sarebbero state le successive decisioni sui tassi di interesse. Di conseguenza molta della comunicazione in questo senso è stata implicitamente desunta dall'utilizzo di alcune parole chiave come, ad esempio, "vigilanza" che permettevano di incrementare la prevedibilità di breve termine [51]. In questo senso, tuttavia, è bene evidenziare che rispetto a questa prassi sono state sollevate anche delle critiche [52]; è tuttavia opportuno anche sottolineare che negli ultimi anni le cose sono mutate e già con la presidenza della BCE di Mario Draghi era stata confermata l'apertura rispetto alla forward guidance [53] introdotta nel luglio del 2013.

Anche per quanto concerne il tema della comunicazione sugli sviluppi economici, la Banca centrale europea ha storicamente offerto delle informative rinvenibili, almeno sino al 2014, nei Bollettini mensili di giugno e dicembre oltre che in un documento apposito rilasciato nella primavera e nell'autunno di ogni anno [54]. Per quanto concerne il Bollettino mensile, esso è stato sostituito dal 2015 da un Bollettino economico nei cui numeri di marzo, giugno, settembre e dicembre vengono forniti «una analisi complessiva degli sviluppi economici e monetari, inclusi commenti sulle proiezioni macroeconomiche per l'area euro stimate dallo staff dell'Eurosistema» [55].

In considerazione di quanto visto, è possibile affermare che gli effetti della comunicazione della BCE sono piuttosto simili a quelli ottenuti da altri istituti centrali e hanno dunque conseguenze piuttosto marcate, e nella direzione desiderata, nel breve periodo, mentre hanno effetti meno quantificabili, ma probabilmente non del tutto assenti, nel lungo periodo e anche rispetto all'inflazione. È comunque indubbio che la politica di comunicazione della Banca centrale europea abbia storicamente contribuito a rendere più efficace la politica monetaria, influenzando i mercati finanziari e le loro aspettative e rafforzando la prevedibilità delle decisioni sui tassi di interesse.

Non possono infine mancare alcune note critiche. In particolare esse vanno rivolte alla dispersione della comunicazione e alla capacità della Banca centrale europea, estendibile alle banche centrali in genere e rispetto alla quale si è già accennato, di rivolgersi non soltanto agli addetti ai lavori, ma anche ad un pubblico più generale [56]. Un tema, questo, che peraltro necessiterebbe anche maggiori approfondimenti da parte della ricerca [57]. In questo senso, le sfide che deve affrontare, e sta affrontando, la BCE sono forse più gravose rispetto a quelle con cui si confrontano altri istituti centrali, dovendo la Banca centrale europea rivolgersi a circa 338 milioni di cittadini in 19 Paesi, con 15 lingue differenti e con differenti aspettative [58],

cionondimeno l'istituto attualmente guidato da Christine Lagarde si è da tempo attrezzato per gestire anche questa non facile sfida, utilizzando, ad esempio, canali di comunicazione non istituzionale quali i social media.

7.1. La comunicazione della BCE nei Rapporti annuali

Ancor prima che la comunicazione della Banca centrale europea si sviluppasse e rafforzasse, e in ogni caso anche durante queste fasi, essa ha costituito un tema di riflessione per la stessa Banca centrale, che vi ha sempre dedicato uno spazio all'interno del suo Rapporto annuale. Proprio in quella sede, infatti, già nel 1998, si iniziò a dedicare una parte della trattazione al tema delle «attività di comunicazione con l'esterno». L'evoluzione storica relativa a come il tema della comunicazione è stato trattato nei Rapporti annuali permette di condurre alcune riflessioni su come la BCE ha, nelle diverse fasi, interpretato questo aspetto delle sue funzioni e come, complici le contingenze esterne, essa ha cambiato le proprie priorità e strategie. Se si guarda al penultimo Rapporto annuale dell'Istituto monetario europeo (IME), datato 1996, il tema della comunicazione vi si trova solo declinato in termini futuri ed interni alla relazione tra la nascita BCE e le banche centrali nazionali [59], peraltro indicate come «il principale canale di comunicazione tra le autorità monetarie e gli operatori di mercato» [60]. Tuttavia, il Rapporto annuale IME dell'anno successivo, oltre alla trattazione di aspetti simili a quelli considerati nel 1996 in tema di comunicazione, vede già l'aggiunta al capitolo dedicato a «la preparazione della Terza fase» di un paragrafo riservato espressamente all'informazione al pubblico. Si tratta di una pagina nella quale si rimarca l'impegno dell'IME nel predisporre quanto necessario per l'esecuzione della Terza fase anche nei termini del rispetto degli obblighi informativi stabiliti ai sensi dell'articolo 7 e dell'articolo 11, paragrafo 3, dello Statuto dell'IME. Oltre allo stretto rispetto degli obblighi citati, l'Istituto richiama poi le pubblicazioni edite negli anni e volte a informare «la comunità finanziaria e il pubblico in generale» [61] e la sua presenza, dal gennaio 1998, «nel World Wide Web di Internet» [62]. L'Istituto riconosce infine la necessità che il SEBC «assicuri la trasparenza degli obiettivi e delle politiche perseguiti nella Terza fase e che esso favorisca la conoscenza delle sue operazioni e dei suoi compiti, mettendo così in condizione la comunità finanziaria e il pubblico in generale di comprenderne e di sostenerne le politiche» [63]. Risulta evidente come, nell'arco di un solo anno, l'attività di comunicazione verso l'esterno dell'IME abbia assunto un ruolo significativo, non foss'altro che per il fatto che si è scelto di dedicare spazio nel Rapporto annuale a questo tema, il che può essere considerato come un indicatore di per sé, e lo si sia fatto non solo e non tanto per l'Istituto quanto, in prospettiva, per la BCE, che dunque ha avuto nelle sue stesse premesse la comunicazione come tema rilevante.

Le premesse tracciate dall'IME possono essere viste come le fondamenta dello spazio che il primo Rapporto annuale della BCE, anno 1998, dedica a «le attività di comunicazione con l'esterno». Anche in questo caso, si tratta di un paragrafo inserito nel capitolo relativo a «il lavoro preparatorio per la Terza fase e la transizione all'euro», ma rispetto all'anno precedente il respiro della trattazione risulta essere piuttosto ampliato e, aspetto forse ancor più rilevante, l'ordine delle informazioni offerte è mutato. Ad essere evidenziato per primo, infatti, non è più il rispetto degli obblighi derivanti dallo Statuto, quanto l'obiettivo di comunicare con l'esterno in modo da «raggiungere un grado elevato di chiarezza e di trasparenza dei propri obiettivi e informare i cittadini in merito ai propri compiti e al proprio operato, con ciò rafforzando l'efficienza, la credibilità e l'efficacia della propria azione, nonché a contribuire al determinarsi di condizioni in cui l'Eurosistema dia conto del proprio operato»[64]. Da queste poche parole risulta chiaro come la BCE sia da subito inserita nelle logiche del tempo in cui essa è nata, nonché come essa sia consapevole di quelli che ancor oggi sono riconosciuti come i due principali obiettivi della comunicazione della politica monetaria: la responsabilità e l'incremento dell'efficienza, e dell'efficacia, della politica monetaria stessa. Il paragrafo del Rapporto annuale prosegue facendo una ricognizione dei mezzi di comunicazione a disposizione della BCE, con particolare attenzione alla conferenza stampa che segue la riunione mensile del Consiglio direttivo, ai discorsi dei membri di quest'ultimo e al Bollettino mensile, per giungere al tema del rispetto degli obblighi derivanti dallo Statuto, in particolare dall'articolo 15, relativamente a quella che qui è stata definita come comunicazione istituzionale, e del Trattato, in particolare dell'articolo 109b (3), oggi 284, paragrafo 3, TFUE, relativamente al fatto che «il Presidente della BCE e gli altri membri del Comitato esecutivo possono essere ascoltati dai componenti dei comitati del Parlamento europeo, sia per loro autonoma iniziativa sia su richiesta»[65]. Infine, e in aggiunta rispetto a quanto specificato l'anno precedente, con il 1998 la BCE richiama l'attenzione sull'apertura ai visitatori, 3500 per l'anno in questione. Risulta evidente l'ampia attenzione che sin da subito la Banca centrale europea ha dato al tema della comunicazione istituzionale

esterna e inter-istituzionale, un'attenzione proseguita negli anni e che con il Rapporto del 1999 vede ulteriori novità.

Il Rapporto annuale del 1999, nel quale è mutata in maniera sostanziale la struttura rispetto all'anno precedente, vede un intero capitolo, il decimo, dedicato alla comunicazione e in particolare a quella che viene definita «l'informazione al pubblico e la responsabilità per il proprio operato». Il capitolo si articola su due temi «la politica di informazione della BCE e i suoi strumenti» e la «responsabilità per il proprio operato». Lo stesso spazio dedicato al tema della comunicazione e ancor più il modo di affrontarlo sono indicatori di più elementi. Risulta evidentemente superato come tema centrale l'avvio della Terza fase e la Banca centrale dimostra nuovamente una mutata attenzione al tema della comunicazione, non più una mera attività rivolta in senso lato verso l'esterno, ma una più strutturata politica di informazione che si lega ancora una volta con la responsabilità della BCE. Emerge inoltre come tema nuovo tutto quanto concerne l'introduzione dell'euro; la BCE dedica così una parte del proprio Rapporto alla descrizione della campagna «Euro 2002» il cui scopo è offrire le informazioni «in vista dell'introduzione delle banconote e monete in euro il 1° gennaio del 2002» [66]. Per quanto concerne specificamente il capitolo dedicato all'informazione del pubblico e alla responsabilità, al di là dal già citato, e comunque significativo, mutamento della forma di questa parte, dal punto di vista contenutistico i cambiamenti sono legati ad una maggiore articolazione dei temi già trattati nel rapporto del 1998 e all'introduzione di nuovi riferimenti ai Working Papers prodotti dalla BCE, al ruolo dei mezzi di informazione europei e del sito internet al quale sono attribuiti effetti di moltiplicazione delle informazioni ritenuti importanti [67]. Un ultimo aspetto da richiamare è l'attenzione che la BCE riferisce al rispetto degli obblighi derivanti dallo Statuto e dal Trattato e l'importanza attribuita al legame tra indipendenza e responsabilità nei confronti dei cittadini in generale e del Parlamento europeo in particolare. Con il Rapporto annuale del 2000 la Campagna di informazione «Euro 2002» sembra divenire il tema principale della comunicazione della BCE in aggiunta alla componente ordinaria. Lo spazio dedicato alla Campagna è infatti aumentato rispetto all'anno precedente ed essa è descritta più dettagliatamente [68]. Relativamente allo spazio dedicato alla comunicazione ordinaria, essa torna ad essere definita, come nel 1998, «attività di comunicazione esterna» ed è, come nel 1999, connessa alla responsabilità della BCE per il proprio operato. Il capitolo dedicato al tema è tuttavia piuttosto mutato nei contenuti, rispetto ai quali, oltre ai temi già inseriti dagli anni precedenti, si aggiungono la necessità, per una banca centrale nuova come è la BCE, di avere un'intensa attività di comunicazione; necessità che è ancor più presente in relazione al contesto multilingue e multiculturale nel quale la BCE opera [69]. Nel Rapporto annuale del 2000 è inoltre inserito un riferimento esplicito alla necessità di coerenza della comunicazione verso l'esterno [70], un aspetto che, come ricordato in relazione al «cacophony problem», risulta ancor oggi fondamentale. Il Rapporto in esame vede poi un riferimento al nuovo strumento di divulgazione di natura scientifica introdotto quell'anno, gli Occasional Papers, rivolti, a differenza dei Working Papers, ad un pubblico più ampio e anche meno specializzato. Ancor più significativi rispetto all'anno precedente, i mutamenti per il secondo paragrafo, dedicato nel 2000 allo «scambio di informazioni e di opinioni con il Parlamento», e non più ad una generica «responsabilità per il proprio operato» e nel quale il rapporto tra le due istituzioni non viene trattato solo dal punto di vista degli obblighi formali, ma facendo luce anche su «la posizione della BCE su alcune questioni specifiche sollevate durante gli incontri con il Parlamento europeo» [71].

Per quanto concerne il Rapporto annuale del 2001, esso risulta essere piuttosto simile a quello dell'anno precedente sia nella forma che nella sostanza. Sono assolutamente confermati i riferimenti alla Campagna «Euro 2002» così come quelli alla politica di comunicazione ordinaria sia istituzionale che non. Unica differenza di rilievo rispetto all'anno precedente è l'introduzione di un focus «annual based» declinato in un sotto-paragrafo dedicato agli «aspetti importanti della comunicazione nel 2001» [72].

Con l'introduzione dell'euro, il primo gennaio, la Campagna di informazione «Euro 2002» che nei tre anni precedenti aveva visto uno spazio dedicato all'interno del capitolo atto a chiarire i passi della produzione, sostituzione e introduzione di banconote e monete giunge al termine e perde dunque una sezione dedicata. Nel Rapporto annuale del 2002 i riferimenti alla Campagna sono inseriti nel capitolo, che ormai possiamo definire canonico, sulla «attività di comunicazione esterna e la responsabilità per il proprio operato» [73]. Il capitolo resta, dal punto di vista della forma e del contenuto, sostanzialmente invariato rispetto all'anno precedente e dunque trovano conferma i riferimenti agli obiettivi e agli strumenti, ai quali tuttavia si aggiungono le consultazioni pubbliche introdotte in quell'anno [74]. Trovano altresì conferma il focus «annual based» sugli «argomenti importanti nella comunicazione nel 2002» e il riferimento, in parte più marcato

rispetto agli anni precedenti, al rapporto di collaborazione con le banche centrali nazionali anche in tema di comunicazione.

Il Rapporto annuale del 2003, come quelli degli anni precedenti, vede tra i punti trattati in tema di comunicazione quello della collaborazione tra la BCE e le banche centrali nazionali, una relazione che, strutturata nell'ambito formale del SEBC, deve declinarsi anche rispetto a quella che potremmo definire come la nuova sfida comunicativa che la BCE delinea nel Rapporto: l'imminente allargamento del 2004[75]. Il rapporto annuale del 2003 può essere definito sotto molteplici punti di vista un Rapporto di mutamento e transizione, in questo senso, tra gli elementi degni di nota si può certamente annoverare il passaggio di testimone tra Willem Duisenberg e Jean-Claude Trichet alla presidenza e la nuova veste grafica del Rapporto stesso. Soprattutto, però, forse complice la nuova presidenza, è da citare il mutato focus del capitolo dedicato al tema della comunicazione [76], con la trattazione separata del tema della «responsabilità per il proprio operato» [77], affrontato in un capitolo a sé stante e declinato in due paragrafi, uno relativo alla responsabilità nei confronti dei cittadini e l'altro nei confronti del Parlamento europeo. Il capitolo sulla comunicazione vede invece la trattazione dei temi che da diversi anni la BCE illustra in quella sezione, ovvero obiettivi e strumenti. Nel capitolo, il paragrafo dedicato alla responsabilità, trattata in maniera distinta, è stato "sostituito" con un paragrafo dal focus "annual based" riservato a «le tematiche dell'attività di Comunicazione nel 2003» [78]; un tema inserito nel Rapporto a partire dal 2001, quando venne trattato in un sotto-paragrafo, e che sembra aver assunto, in due anni, una rilevanza maggiore.

Tale rilevanza, che potrebbe risultare in linea con il fatto che, dopo la sua nascita e i primi anni, l'attività della banca centrale si sia normalizzata e dunque essa tratti il tema degli eventi rilevanti avvenuti ogni anno in uno spazio appositamente dedicato, non trova tuttavia conferma nel Rapporto annuale del 2004, dove il paragrafo destinato alle tematiche dell'attività di comunicazione dell'anno non viene inserito e i paragrafi del capitolo dedicato alla comunicazione si riducono a quelli relativi alla politica e alla attività in materia[79]. In essi trova conferma la ricognizione degli strumenti e degli obiettivi di comunicazione, nonché quella relativa al rispetto degli obblighi cui la BCE deve adempiere alla luce del Trattato e dello Statuto e al di là dei quali «ai fini della trasparenza e della responsabilità del proprio operato nei confronti dei cittadini europei e dei loro rappresentanti eletti, la BCE pubblica anche altri documenti in tutte le lingue ufficiali» [80]. Tra le novità annoverate nel capitolo vi sono poi due nuovi strumenti di comunicazione: l'International Journal of Central Banking lanciato dalla BCE insieme con la Banca dei Regolamenti Internazionali (BRI) e alle banche centrali del G10[81] e il sistema informativo automatizzato «in grado di offrire dati in tempo reale a varie agenzie di stampa che presentano sui propri schermi pagine sui tassi di interesse di riferimento della BCE, sulle operazioni di mercato e sulle condizioni di liquidità nell'area dell'euro»[82]. Il Rapporto del 2004 dà inoltre conto del fatto che dal dicembre dell'anno «la comunicazione relativa alle decisioni diverse da quelle di politica monetaria è stata ulteriormente migliorata [...] grazie alla prassi della pubblicazione mensile delle stesse sui siti Internet delle banche centrali dell'Eurosistema» [83]. Trova infine conferma anche nel Rapporto 2004 la trattazione in un capitolo disgiunto del tema della responsabilità.

La struttura assunta dal capitolo sulla comunicazione a partire dal 2004 resta confermata per tutto il mandato di Trichet alla presidenza, dunque sino al Rapporto annuale del 2010, così come resta distinta per tutto il periodo la trattazione di tale capitolo rispetto a quello sulla responsabilità per il proprio operato, che comunque comprende una parte di esposizione anche sulla comunicazione e sulla sua relazione con l'indipendenza delle banche centrali e la necessità di dare informazioni ai cittadini e ai loro organi rappresentativi; un compito rispetto al quale la BCE ribadisce ogni anno di andare anche al di là degli obblighi che le derivano dai Trattati. Dal punto di vista contenutistico, i sei Rapporti in questione risultano piuttosto simili e per certi aspetti persino identici, anche se restano da segnalare alcune differenze relative a singoli elementi, programmi e novità introdotti di anno in anno come ad esempio gli strumenti didattico-informativi (2005 e 2010), la visibilità on-line della conferenza stampa mensile (2005) e le campagne informative (2006, 2007, 2008 e 2010) per i Paesi che di anno in anno sono entrati nell'area dell'euro. Si tratta di questioni che non hanno modificato sensibilmente i contenuti della politica di informazione, i cui obiettivi, priorità e strumenti sono sostanzialmente stati riconfermati di anno in anno, quasi a testimoniare, almeno a guardare i Rapporti annuali, lo scorrere di sette anni nei quali, per ragioni endogene dovute allo stabilizzarsi del ruolo della BCE, non si è sentita la necessità di particolari mutamenti né di prospettiva nell'analisi né negli strumenti di fatto utilizzati. All'interno di questo quadro stabile è tuttavia necessario segnalare un elemento esogeno, già al centro di significative attenzioni come testimoniano anche queste pagine, che a partire dal 2008 ha

impattato sulle priorità e sugli obiettivi, e in parte sugli strumenti, comunicativi della BCE: la crisi finanziaria ed economica. Dal Rapporto annuale 2008, e in una forma piuttosto simile sino al 2012, infatti, all'interno del capitolo dedicato all'attività di comunicazione esterna compare un capoverso nel quale si evidenzia che «le attività di comunicazione della BCE [...] sono state mirate soprattutto a spiegare gli eventi e le conseguenze delle turbolenze finanziarie (definizione sostituita con quella di «crisi finanziaria ed economica» nel 2009[84], 2010[85] e nel 2011[86]) mondiali/e nonché le misure adottate dalla BCE e dall'Eurosistema»[87]. Lo stesso capoverso, anno dopo anno, richiama la centralità della tematica nei discorsi dei membri del Comitato esecutivo nonché la marcata attenzione degli osservatori più disparati sul tema; per giungere agli specifici interventi di comunicazione sviluppati sulla crisi e sugli strumenti posti in essere per fronteggiarla.

Ancorché il tema della crisi resti al centro della attività di comunicazione anche nel 2011 e dunque del Rapporto annuale di quell'anno, tale Rapporto può essere definito, al pari di quello del 2003, di mutamento e transizione, a partire dalla constatazione del cambio al vertice della BCE con il passaggio della presidenza da Jean-Claude Trichet a Mario Draghi per giungere, forse in conseguenza a quel cambio, ad un nuovo mutamento strutturale nel capitolo sino all'anno precedente dedicato all'attività di comunicazione esterna. Con il 2011, infatti, tale capitolo torna ad essere dedicato alla «attività di comunicazione esterna e la responsabilità per il proprio operato» [88]. Il titolo torna ad essere quello che il capitolo aveva nel Rapporto annuale del 2002 e viene cancellata la distinzione in due capitoli l'uno dedicato alla responsabilità e l'altro alla comunicazione che vengono “sommati” in un unico capitolo diviso in tre paragrafi intitolati: «la responsabilità per il proprio operato e la politica di comunicazione», «la responsabilità per il proprio operato nei confronti del parlamento europeo» e «l'attività di comunicazione». Dal punto di vista del contenuto, il primo paragrafo ripercorre sostanzialmente i punti che negli anni precedenti erano compresi nel primo paragrafo del capitolo, dedicato alla responsabilità, e in quello dedicato alla comunicazione ovvero il tema del rapporto tra indipendenza e necessità di rendere conto, il richiamo agli obblighi derivanti dal Trattato e gli impegni ulteriori che la BCE si assume rispetto alla comunicazione oltre ad alcuni riferimenti agli strumenti di quest'ultima [89]. Il secondo paragrafo [90] riprende invece i contenuti che nei Rapporti degli anni precedenti erano annoverati all'interno di quello dedicato alle «questioni specifiche sollevate durante gli incontri con il parlamento europeo». Il terzo paragrafo, infine, contiene quanto negli anni precedenti era stato illustrato nel paragrafo dallo stesso titolo del capitolo su «l'attività di comunicazione esterna» ovvero obiettivi, strumenti e attività della comunicazione esterna svolta durante l'anno. Tra le novità specifiche del 2011 viene ad esempio citato il lancio del concorso Generation Euro Students' Award per gli studenti delle scuole secondarie nell'area dell'euro [91], tuttavia, ancora una volta, il tema principale della parte del Rapporto dedicata alla comunicazione, così come della stessa attività di informazione esterna, resta la crisi finanziaria ed economica. Come nell'anno precedente, la BCE sottolinea che «le attività di comunicazione [...] nel 2011 sono state mirate a spiegare gli eventi e le conseguenze della crisi finanziaria ed economica mondiale» ma a questo aggiunge che ciò è avvenuto «soprattutto per quanto concerne la crisi del debito sovrano in Europa e le misure decise dal Consiglio direttivo e attuate dall'Eurosistema» [92]. Sempre in linea con l'anno precedente, il Rapporto annuale fa poi riferimento al fatto che sia i discorsi dei membri del Comitato esecutivo che le richieste di informazioni hanno riguardato in massima parte il tema della crisi e che la BCE ha continuato ad offrire informazioni anche relative al Comitato europeo per il rischio sistemico. In relazione all'informazione sulla crisi, la Banca centrale riferisce che «nel novembre 2011 sul sito Internet della BCE è stato messo a disposizione un calendario che riporta le date fondamentali della crisi finanziaria. L'intento è di soddisfare la forte esigenza di informazioni avvertita dai mass media e dai cittadini in merito all'evoluzione della crisi» [93]. Anche per il 2011 il tema dominante per quanto riguarda le comunicazioni, ma anche relativamente alle azioni della BCE, è dunque stato quello della crisi finanziaria ed economica. I mutamenti strutturali nel Rapporto annuale – probabilmente legati alla nuova Presidenza e forse volti a delineare un diverso modo di intendere la relazione tra responsabilità e comunicazione, una relazione inscindibile e dunque da trattare in maniera compatta e non in due capitoli distinti ancorché correlati – non hanno tuttavia riguardato in maniera particolare i contenuti che, fatte salve alcune inevitabili specificazioni “annual based”, sono rimasti piuttosto simili.

Allo stesso modo, anche il Rapporto del 2012 è simile, e per certi tratti identico, a quello dell'anno precedente. Nel 2012 restano confermati la struttura e i contenuti del capitolo riservato a «l'attività di comunicazione esterna e la responsabilità per il proprio operato»[94] così come si conferma al centro

dell'attività della BCE lo sviluppo di risposte alla crisi, rispetto alla quale la Banca centrale specifica che «anche nel 2012 le attività di comunicazione della BCE si sono concentrate sull'interpretazione degli eventi e delle conseguenze della crisi finanziaria ed economica mondiale, soprattutto per quanto concerne la crisi del debito sovrano in Europa e le connesse misure decise dal Consiglio direttivo. I discorsi tenuti in pubblico dai membri del Comitato esecutivo sono stati dedicati in gran parte a queste tematiche, al pari delle attività di comunicazione svolte dagli esperti della BCE nei paesi sottoposti a programmi ufficiali di aggiustamento o che hanno richiesto l'assistenza della BCE, in raccordo con la Commissione europea e l'FMI. Anche i quesiti e le richieste di notizie provenienti dai mezzi di informazione, dal pubblico e dai visitatori della BCE hanno riguardato gli stessi temi». Inoltre, la Banca centrale afferma che «fra gli argomenti ricorrenti dell'attività di comunicazione della BCE vanno annoverati l'unione bancaria e l'assunzione da parte della BCE di compiti connessi alla vigilanza delle banche nell'area dell'euro» [95] ovvero le due tematiche che hanno in buona misura caratterizzato il dibattito sulla e nella BCE durante l'anno. Relativamente ai temi, risulta poi importante per l'anno 2012, anche se in maniera non comparabile rispetto alla crisi, l'attività di comunicazione circa l'introduzione della seconda serie di banconote in euro [96]. Assumono inoltre rilevanza, e per la prima volta vengono citati nel Rapporto annuale, i mezzi di comunicazione social sui quali la BCE è presente, in particolare Twitter e YouTube [97].

Per quanto concerne il Rapporto annuale 2013, fatti salvi ancora una volta gli aspetti strutturali che trovano assoluta conferma e alcuni elementi "annual based", quali ad esempio la campagna informativa per il passaggio all'euro in Lettonia [98], risulta in buona misura mutato il tema principale della comunicazione verso l'esterno della BCE. Con il 2013, infatti, non è più centrale il tema della crisi finanziaria ed economica di per sé, ma assumono rilevanza «le attività di comunicazione svolte dalla Banca [che] hanno continuato a concentrarsi sull'orientamento accomodante della propria politica monetaria, sugli sforzi intesi a mantenere condizioni di abbondante liquidità per il settore bancario e sul rafforzamento della governance e del funzionamento dell'area dell'euro» [99]. Parimenti, al centro dell'attività di comunicazione viene posto il tema della vigilanza prudenziale degli enti creditizi e in particolare tutto quanto concerne il Meccanismo di vigilanza unico [100], al centro dell'attività della BCE è posta dunque l'informazione circa l'orientamento di più lungo periodo assunto dalla Banca centrale a partire dalla crisi e un intervento in parte sorto dalla crisi ma di natura strutturale.

Per ciò che riguarda il Rapporto annuale 2014, sono molteplici, e a tratti profondi, i mutamenti da segnalare, a partire da quelli nella veste grafica del Rapporto, sino ad arrivare alla struttura complessiva di quest'ultimo, costruito su 2 macro capitoli in sostituzione dei diversi capitoli degli anni precedenti. Ciò che è più interessante considerare, tuttavia, sono i mutamenti di contenuto nella parte dedicata alla comunicazione e trattata nel paragrafo intitolato «l'attività di comunicazione esterna» del capitolo 2, relativo ad «altri compiti e attività». Rispetto al 2013, e in generale rispetto a quanto accadeva negli anni precedenti, lo spazio dedicato alla comunicazione vede il legame tra questa e la responsabilità in parte allentato o, più probabilmente, esso viene considerato come ormai assodato e consolidato così da poterne fare menzione passando in rassegna gli strumenti della politica di comunicazione nel breve paragrafo dedicato a «Responsabilità per il proprio operato e trasparenza: attuare i principi guida della comunicazione della BCE». Si tratta, appunto, di un paragrafo nel quale vengono rapidamente descritte le attività di comunicazione implementate durante l'anno. Esso è però particolarmente interessante ad una lettura a posteriori in quanto cita "principi guida della comunicazione" che verranno definiti solo negli anni successivi. Mutato, in quanto assente, è altresì il riferimento al rapporto tra indipendenza delle banche centrali e trasparenza del loro operato, quasi che, dopo più di un decennio in cui quel concetto è stato ribadito, esso debba essere considerato come stabile e che dunque, pur mantenendovi fede, si possa andare oltre, specie se spinti da esigenze nate come congiunturali, ma che hanno assunto natura strutturale. In questo senso, l'evoluzione che assume la comunicazione fa sì che essa non venga più soltanto descritta come un'attività che «mira a promuovere una migliore comprensione da parte del pubblico delle proprie politiche e decisioni [essendo altresì] parte integrante della politica monetaria della BCE e delle altre funzioni esercitate dalla Banca» [101], ma che sia ormai divenuta «uno dei cardini della politica monetaria; di fatto, [...] uno strumento di politica monetaria» [102]. Tale strumento, proprio in quanto tale, non è più da intendersi soltanto come qualcosa attraverso cui "dare conto", ma diviene utile allo scopo di orientare le aspettative; perché «se il pubblico e i mercati finanziari capiscono quale possa essere la risposta della BCE a una determinata situazione, possono formarsi aspettative ragionevoli in merito alla politica monetaria futura» [103], rendendo quest'ultima più facilmente

trasmissibile e rapidamente modificabile in modo efficace [104]. A questo mutamento strutturale nella prospettiva sulla comunicazione si aggiungono i cambiamenti sui temi centrali nell'anno in questione, in particolare l'«esigenza di comunicare la politica monetaria in periodi difficili e di costruire il Meccanismo di vigilanza unico (MVU)» [105]. Temi che tuttavia si pongono in linea con il 2013. Fatti salvi questi elementi, il Rapporto annuale 2014 cita, in maniera canonica, gli strumenti di cui si avvale la BCE, con particolare attenzione a quelli on line, dal sito internet dedicato alla Vigilanza bancaria al sito internet della stessa banca centrale, sino ai social media, in particolare YouTube, Flickr e Twitter, rispetto al quale dal 2013 i follower sono raddoppiati da 100.000 a 200.000 [106].

Il Rapporto annuale BCE 2015 porta con sé, innanzitutto, un mutamento nella modalità di presentazione, che verrà confermato negli anni successivi: esso non è più disponibile “soltanto” in versione PDF, ma viene offerto anche in una versione ottimizzata all'interno dello stesso sito della Banca centrale europea. Come nell'anno precedente, i contenuti vengono divisi in due macro capitoli e la parte dedicata alle attività di comunicazione esterna è inserita tra le gli «altri compiti e attività». Oltre alla descrizione delle attività implementate durante l'anno, alcune particolarmente significative, come nel caso della pubblicazione dei resoconti delle riunioni di politica monetaria, con l'obiettivo di aiutare a «comprendere meglio la valutazione degli andamenti economici da parte del Consiglio direttivo e le sue risposte sul piano delle politiche» [107], nel Rapporto vengono nuovamente citati i principi guida della comunicazione esterna, che mirano a salvaguardarne l'integrità. Tali principi sono resi disponibili e vengono giustificati ai sensi dell'articolo 8 del Codice di condotta per le alte cariche della Banca centrale europea relativo ai rapporti con i gruppi di interesse. I principi sono relativi in particolare alle interazioni e alle partecipazioni dei membri di organi di alto livello della BCE e supplenti con il settore privato, l'accademia, i gruppi di interesse, le associazioni di rappresentanza e gli esponenti della società civile. Il Rapporto del 2015 è altresì la sede di una riflessione generale sulla comunicazione della BCE, che ne descrive rapidamente la genesi e ne delinea i tratti essenziali, evidenziando, ad esempio, che «la comunicazione rappresenta uno strumento indispensabile per sostenere l'efficacia della politica monetaria della BCE e promuovere la fiducia tra i cittadini dell'area dell'euro» [108]. Inoltre, si richiama il fatto che «negli anni successivi allo scoppio della crisi finanziaria è divenuto ancor più importante per la BCE spiegare con chiarezza e trasparenza le proprie decisioni di politica monetaria, che hanno incluso anche una serie di misure non convenzionali. Se il pubblico e i mercati finanziari capiscono quale possa essere la risposta della BCE a una determinata situazione, possono formarsi aspettative ragionevoli in merito alla politica monetaria futura. Quanto migliore è la comprensione, tanto più rapidamente le modifiche della politica monetaria si riflettono sulle variabili finanziarie. Ciò può accelerare la trasmissione della politica monetaria alle decisioni di investimento e di consumo e far sì che aggiustamenti economici eventualmente necessari si concretizzino con maggiore rapidità» [109].

L'attività di comunicazione esterna descritta nel Rapporto annuale 2016 riprende brevemente le iniziative dell'anno, con particolare riferimento a quelle divulgative e alla digitalizzazione. Rispetto a quest'ultima, oltre alle attività del sito internet, compresa la fruizione di eventi in streaming, si richiama la presenza della BCE sulle piattaforme social “consuete”: Twitter, YouTube e Flickr, alle quali si aggiunge la presenza di un account LinkedIn a cui sono iscritte circa 43.000 persone.

Con il 2017, ultimo anno nel quale è disponibile on-line una versione PDF in tutte le lingue del Rapporto, che per il 2018 e 2019 viene riportato in tutte le lingue nella versione integrata nel sito internet e in inglese nella versione in PDF, muta nuovamente la struttura del documento. La prefazione a cura del Presidente, presente sin dal Rapporto annuale del 1994, a partire dal quale aveva preso il posto dell'introduzione, viene sostituita da una sezione, parimenti a firma del Presidente della BCE, dedicata a «L'anno in sintesi» e seguita da un approfondimento su «L'anno in cifre» costruito con una veste grafica con icone e testo. Anche le due sezioni del Rapporto vengono superate da una sezione unica dedicata a «Le politiche e le attività della BCE nel contesto economico e finanziario del 2017». Tra i capitoli di tale sezione è presente anche quello dedicato alle attività di comunicazione esterna, che viene a sua volta distinto in due paragrafi: «La comunicazione al centro della politica della BCE» e «Migliorare la divulgazione». Il primo paragrafo dà conto, in particolare, della conferenza – la prima di questo genere – organizzata nel 2017 dalla BCE sul tema della comunicazione delle banche centrali. Una conferenza che, sintetizza il Rapporto, ha riunito banche centrali, mondo politico, mezzi di informazione, mercati finanziari e mondo accademico. Da quella conferenza sono emersi alcuni messaggi chiave, sintetizzati nel Rapporto, che danno conto delle prospettive sul tema. In particolare: «la

comunicazione non può sostituire una buona policy»; «la comunicazione in quanto strumento esplicito di politica monetaria, come nel caso delle “indicazioni prospettive”, si è rivelata efficace e di successo e sarà fra gli strumenti a disposizione della BCE anche per il futuro»; «le banche centrali devono impegnarsi in una comunicazione vera, a due direzioni, per evitare di trovarsi ad ascoltare l’eco della propria voce»; «le banche centrali devono andare oltre l’ambito a loro familiare dei mercati, degli esperti e dei mezzi di informazione specializzati e raggiungere un pubblico nuovo con modalità innovative»[110]. Il paragrafo sulla divulgazione contiene, in particolare, una descrizione del Centro visitatori della BCE e delle sue attività, nonché le iniziative messe in campo durante l’anno, con particolare riferimento ai giovani e all’impegno digitale della BCE, tra social media e sito internet, del quale viene in particolare descritta la sezione dedicata a «Facciamo chiarezza», volta a dare risposte a questioni complesse sulle policy della stessa banca centrale.

Il Rapporto annuale del 2018, l’ultimo della presidenza di Mario Draghi, disponibile in tutte le lingue solo sul sito internet, ha mantenuto le macro caratteristiche strutturali dell’anno precedente, anche se con il superamento nominale della sezione unica. Il paragrafo dedicato alla comunicazione muta invece il proprio titolo, che diviene «Potenziare la comunicazione». Inoltre, il tema viene trattato in maniera maggiormente diffusa nel Rapporto, trovando spazio, ad esempio, anche in un paragrafo del capitolo dedicato alle «Statistiche» intitolato «Maggiore trasparenza e migliore comunicazione». Per quanto concerne il capitolo dedicato a «Potenziare la comunicazione», in esso vengono ribadite le caratteristiche assunte nel tempo dalla comunicazione come «elemento fondamentale della politica monetaria, fino a trasformarsi in un vero e proprio strumento» [111] e al contempo si richiama l’impegno a rivolgersi a una platea sempre più ampia con particolare attenzione ai giovani ai quali sono state rivolte ulteriori specifiche iniziative. Nel Rapporto 2018 si fa inoltre menzione di alcune iniziative rivolte a imprese e comunità locali, con particolare riferimento a una visita di un membro del Comitato esecutivo nella «Francia rurale» per incontrare politici, operai e studenti.

Il Rapporto annuale BCE 2019, il primo della presidenza Lagarde e, a oggi, l’ultimo disponibile sul sito internet della Banca centrale, ha mantenuto la struttura dell’anno precedente. Il capitolo dedicato a «Potenziare la comunicazione» è stato però suddiviso in due parti «Innovazione nelle attività di comunicazione della BCE» e «Analisi dei dati per migliorare l’impatto della comunicazione della BCE». Nel capitolo si conferma la rilevanza della comunicazione come strumento di policy e la concomitante necessità di un suo utilizzo anche con il grande pubblico, in particolare con il coinvolgimento dei giovani, ai quali vengono rivolte nuove iniziative, tra cui, ad esempio, un podcast mensile. La Banca centrale dà inoltre conto di essersi cimentata con iniziative di comunicazione che esulano dalle operazioni di politica monetaria, ma sono importanti per la BCE e la popolazione dell’area dell’euro. Ad esempio, una pagina internet sul cambiamento climatico. Innovativa la parte sull’analisi di impatto, che rende conto di un’attività di verifica sull’efficacia della comunicazione. In tema di approfondimento e ricerca sulla propria comunicazione, la sezione evidenzia poi che *«la BCE ha avviato e co-presiede una specifica rete di coordinamento, il Research and Policy Network on Central Bank Communication, istituito in seno al Centre for Economic Policy Research»* [112].

L’analisi di come la comunicazione è stata trattata nei Rapporti annuali della BCE permette di vedere come il tema, che ha costituito una delle premesse su cui la BCE è stata fondata, in ragione del suo intimo legame con l’indipendenza e la necessità di rendere conto, nonché con la necessità di rendere più efficace la politica monetaria, abbia di fatto vissuto un cospicuo rafforzamento nel tempo, tanto da essere considerato oggi non più soltanto come uno strumento di ausilio alla politica monetaria, ma come un vero e proprio strumento di tale politica. Passando in rassegna i Rapporti annuali si ha conferma del fatto che l’evoluzione nel tempo della politica di comunicazione delle BCE non è avvenuta con bruschi cambi di direzione [113]. Pur potendosi riscontrare sia mutamenti relativi a come la BCE ha interpretato la comunicazione, sia a come ha voluto, o dovuto a causa di fattori esogeni, comunicare. Infatti, tali cambiamenti sono sempre avvenuti in maniera fluida, quasi a conferma del fatto che, qualsiasi priorità essa debba gestire – come le crisi succedutesi nel tempo – o qualsiasi mutamento avvenga nel suo punto di vista – come sembra sia accaduto nei passaggi tra un presidente e l’altro – la BCE voglia e debba restare ancorata ad alcuni principi cardine. Tra questi vi sono, ad esempio, il legame tra indipendenza e necessità di rendere conto, la necessità di utilizzare una chiara comunicazione per rendere più efficiente ed efficace la politica monetaria, la volontà di dare piena attuazione agli obblighi di comunicazione derivanti dai Trattati e dallo Statuto e di andare anche oltre a tali obblighi offrendo spiegazioni ulteriori a quelle richieste, il ruolo delle BCN, gli strumenti utilizzati per comunicare, la volontà di offrire spiegazioni specifiche ai giovani, ai nuovi Paesi che adottino l’euro o su questioni specifiche

come la crisi economica e finanziaria e gli strumenti che da essa sono sorti. La conseguenza dell'adesione a tali principi in tema di comunicazione ha fatto e fa sì che le scelte della Banca centrale siano tanto trasparenti da essere quanto più prevedibili possibile, anche nel lungo periodo, e di conseguenza tanto più efficaci, anche nel caso di cambiamenti congiunturali.

8. Dalla BCE ad un Esecutivo nazionale, deduzione sulla comunicazione del Governo Draghi

L'analisi della comunicazione della Banca centrale europea in un orizzonte storico e con particolare riferimento al periodo di Presidenza di Mario Draghi, può essere utile per delineare alcune deduzioni sulla comunicazione dell'Esecutivo italiano guidato dallo stesso Draghi, che, secondo diversi osservatori [114], ha sin da subito assunto caratteristiche peculiari sotto il profilo della comunicazione.

Mario Draghi ha ricevuto dal Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, l'incarico di formare il Governo mercoledì 3 febbraio 2021. Dopo l'incontro con il Capo dello Stato, il Presidente incaricato ha rilasciato alla stampa le dichiarazioni di rito, nelle quali ha detto di aver accettato con riserva. A seguito del punto con i quirinalisti, Draghi non ha a lungo rilasciato dichiarazioni, né attraverso i media, né per mezzo dei social.

Alla mancanza di dichiarazioni si è affiancato lo svolgimento solerte delle attività legate all'incarico assunto con riserva: consultazioni dei partiti politici e dei gruppi parlamentari e confronto con le parti sociali. Attività seguite con la massima attenzione dalla stampa e in relazioni alle quali osservatori e cittadini hanno avuto informazioni sui contenuti dei colloqui dalle dichiarazioni degli interlocutori del già Presidente della BCE. Dichiarazioni dalle quali sono emersi spunti e indicazioni programmatiche di ordine generale e una convergenza della maggioranza delle forze politiche nel sostenere l'Esecutivo guidato da Draghi.

In questo percorso, dal primo incontro ufficiale al Quirinale del 3 febbraio allo scioglimento della riserva il 12, giorno in cui Mario Draghi è apparso davanti alla stampa per elencare i Ministri del Governo da lui guidato, l'iter di formazione del nuovo Esecutivo ha assunto, anche sul fronte della comunicazione, alcuni profili peculiari, in certi casi assimilabili a quelli che hanno caratterizzato l'avvio dell'esperienza del Governo guidato da Mario Monti: un "tecnico" chiamato a formare l'Esecutivo, massima attenzione a non far filtrare troppe informazioni, rallentamento della dimensione di politics del confronto partitico, attesa per le decisioni assunte. Caratteristiche in parte note, che non hanno impedito, però, che sui social media e sui quotidiani [115] crescesse un certo interesse su di una comunicazione dalle caratteristiche nuove per molti osservatori. Le caratteristiche peculiari delle modalità iniziali di comunicazione di Mario Draghi come Presidente del Consiglio dei Ministri e del suo Esecutivo appaiono più intelleggibili se lette alla luce dell'esperienza dello stesso Draghi come banchiere centrale e in particolare in relazione agli anni trascorsi alla BCE. Non solo perché, come ricorda Nicolas Véron, cofondatore del think tank Bruegel e ricercatore al Peterson Institute for International Economics di Washington, durante la sua guida della BCE «è stato un eccellente comunicatore nei confronti dei mercati» [116], ma anche e soprattutto perché proprio da Presidente dell'Eurotower, Mario Draghi ha fatto della comunicazione uno strumento centrale delle attività di central banking, tanto da renderla un vero e proprio strumento di politica monetaria e non solo un mezzo per veicolare le scelte assunte. L'apice di questa azione, è noto e lo si è già richiamato, si è certamente avuto a Londra, nel luglio del 2012, con il «*within our mandate, the ECB is ready to do whatever it takes to preserve the euro. And believe me, it will be enough*», che ha avuto immediati e duraturi effetti sui mercati, così significativi da far affermare a molti osservatori che con quella frase Draghi salvò l'euro.

Tuttavia, quanto accaduto in quella sede è solo l'esempio più eclatante della strategia di medio e lungo periodo che ha caratterizzato la comunicazione della BCE guidata da Draghi e che è stata qui ripercorsa. Una strategia che trova le proprie origini nella storia delle modalità di comunicazione delle banche centrali e che ha avuto una svolta nell'ambito della comunicazione e della possibilità di implementazione delle misure anticrisi. Un insieme di temi che consente di delineare alcune deduzioni sulla strategia comunicativa del Presidente del Consiglio e del suo Esecutivo. Naturalmente, le condizioni nelle quali si è formato il Governo Draghi, le sue caratteristiche e le dinamiche che animano la vita e la comunicazione politica avranno un'influenza centrale nella comunicazione implementata dall'Esecutivo: ne sono una prova le prime vicende comunicative avvenute nei giorni dopo l'insediamento, con le prime prese di posizione distinte tra i componenti dell'Esecutivo e la prima nota stampa di Palazzo Chigi volta ad affermare, il 14 febbraio, che «la decisione di non riaprire gli impianti sciistici a causa del rischio di maggiore trasmissibilità del virus legato alla variante inglese è stata adottata in base alle informazioni fornite dal Cts e condivisa dal Governo e dal presidente del Consiglio»; tuttavia, anche se il contesto è "nuovo", è possibile provare a dedurre alcuni tratti

della comunicazione che imposterà il neo Presidente del Consiglio alla luce dell'esperienza alla guida della Banca centrale europea. In base alle caratteristiche assunte dalla comunicazione della BCE durante la guida di Mario Draghi, è possibile immaginare che quest'ultimo imposterà per il suo Esecutivo una comunicazione "genuinamente collegiale", con la quale mirerà a minimizzare le divergenze di vedute anche per evitare il cosiddetto "cacophony problem", ovvero la proposta al pubblico di messaggi espressi da un numero eccessivo di voci, magari contrastanti tra loro. In linea con una comunicazione genuinamente collegiale, questa avrà probabilmente un elevato grado di programmazione. Un certo grado di libertà alle comunicazioni individuali verrà lasciato nei casi in cui si debba essere flessibili o tempestivi così come per anticipare alcune decisioni future.

Sul fronte dei contenuti, l'impostazione di Draghi potrà essere orientata a comunicare obiettivi e strategie nell'ambito delle prospettive di contesto rispetto alle quali essi verranno assunti. Inoltre, saranno al centro della comunicazione le decisioni assunte, che, con tutta probabilità, verranno gradualmente anticipate in modo da evitare di spiazzare gli ascoltatori con decisioni improvvise.

Tutto questo, verrà con tutta probabilità declinato con un'attenzione particolare alla necessità di incrementare la legittimazione delle proprie azioni e delle proprie decisioni attraverso il "rendere conto" delle proprie scelte, l'*accountability*.

Queste prime deduzioni, muovono naturalmente dal presupposto che si intenda portare avanti l'impostazione comunicativa messa a punto con profitto negli anni alla BCE. Non possiamo però dimenticare che mentre in quel contesto – pur non mancando interessi differenti ed eventuali divergenze di vedute – prevale la dimensione delle policies (le politiche pubbliche) rispetto a quella della politics (la politica dei rapporti di forza tra parti differenti); un Governo, specie se sostenuto da una maggioranza ampia ed eterogenea come quella attuale, è invece un contesto nel quale politics e policies quantomeno si equivalgono. Le strategie di una comunicazione "da banca centrale" dovranno dunque essere certamente riviste, aggiornate e integrate.

In ogni caso, quel che potrebbe accadere dopo una prima fase potenzialmente cacofonica, sarà la definizione di strategie utili a lasciare un certo spazio alla comunicazione dei diversi esponenti del Governo, declinando le comunicazioni con determinati interlocutori e su specifici temi in maniera distinta e genuinamente collegiale. La prima conferenza stampa dell'Esecutivo, svoltasi il 19 marzo 2021 per annunciare i contenuti del cosiddetto Decreto Sostegni, sembra confermare questa deduzione.

Note

1. Citato ad esempio in K. Warsh *Transparency and the Bank of England's Monetary Policy Committee*, dicembre 2014, <http://www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/news/2014/warsh.pdf> ↑
2. Nell'aprile 2013, l'allora Vice Presidente della Federal Reserve, Janet L. Yellen, ricordava che l'approccio di Norman "was still firmly in place at the Federal Reserve when I went to work there as a staff economist in 1977" J. L. Yellen, *Communication in Monetary Policy*, in *Remarks at Society of American Business Editors and Writers 50th Anniversary Conference*, Washington, D.C. ↑
3. Nelle parole di Mario Draghi in M. Draghi, *Central bank communication*, discorso al PR Manager of the Year Award, 15 luglio 2014, in *Handelsblatt*, 4 agosto 2014 ↑
4. A.S. Blinder, M. Ehrmann, M. Fratzscher, J. De Haan, D.-J. Jansen, *Central Bank Communication and Monetary Policy: A Survey of Theory and Evidence*, in *Journal of Economic Literature*, 46:4 ↑
5. L'affermarsi di trend globali piuttosto simili può essere spiegato alla luce delle teorie sociologiche di matrice neo-istituzionalista, le quali, interrogandosi sulle ragioni per cui organizzazioni distinte siano simili, così come le loro politiche, danno vita ad una visione alquanto articolata dei rapporti inter-organizzativi, caratterizzati da marcate influenze reciproche frutto di un ambiente istituzionale che fornisce repertori, orientamenti e strumenti comuni (M. Vaira, *Le radici istituzionali della riforma universitaria*, in *Rassegna Italiana di Sociologia*, n. 4/2001) che impattano su un contesto con caratteristiche proprie che condiziona a sua volta la loro declinazione "settoriale". Sulla scorta di tali teorie è possibile affermare che «l'ambiente istituzionale, oggi più che mai, trascende i confini nazionali e tende a configurarsi come uno spazio globale popolato da una pluralità di organizzazioni e istituzioni sovra-nazionali che esercitano pressioni e influenze [...]. In questo senso [...] l'ambiente istituzionale può essere utilmente concepito come una world polity [Thomas, et al. 1987; Vaira 2004] che produce non solo retoriche, teorie e schemi cognitivo-normativi globali, ma esercita anche pressioni di tipo normativo e in parte coercitivo [...]» (M. Vaira, *La costruzione della riforma universitaria e dell'autonomia didattica. Idee, norme, pratiche, attori*, LED Edizioni, Milano, 2011, p. 13) ↑
6. P. Geraats, *Monetary policy transparency*, in CESifo Working Paper No. 4611, gennaio 2014 ↑
7. *ibidem* ↑
8. A.S. Blinder, et al, op. cit. ↑
9. M. Woodford, *Central-Bank Communication and Policy Effectiveness*, in *The Greenspan Era: Lessons for the Future*, Kansas City: Federal Reserve Bank of Kansas City, 2005 ↑

10. A.S. Blinder, et al, op. cit. ↑
11. ibidem ↑
12. ibidem ↑
13. L'episodio è citato da A.S. Blinder, et al, op cit. ↑
14. J. de Haan, D.-J. Jansen, *The communication policy of the European Central Bank: An overview of the first decade*, in DNB Working Paper N. 212, giugno 2009 ↑
15. A. S. Blinder, *The Quiet Revolution: Central Banking Goes Modern*, Yale University Press, New Haven CN 2004 ↑
16. A.S. Blinder, et al, op. cit. ↑
17. A.S. Blinder, et al, op. cit. ↑
18. ibidem ↑
19. A.S. Blinder, et al, op. cit. ↑
20. ibidem ↑
21. ibidem ↑
22. ibidem ↑
23. ibidem ↑
24. J. de Haan, S.C.W. Eijffinger, *The Democratic Accountability of the European Central Bank: A Comment on Two Fairy-tales*, in *Journal of Common Market Studies*, 38(3), 2000, pagg. 393-407 ↑
25. A.S. Blinder, et al, op. cit. ↑
26. ibidem ↑
27. ibidem ↑
28. ibidem ↑
29. ibidem ↑
30. ibidem ↑
31. ibidem ↑
32. ibidem ↑
33. ibidem ↑
34. ibidem ↑
35. ibidem ↑
36. P. Geraats, *Monetary policy transparency*, in CESifo Working Paper No. 4611, gennaio 2014 ↑
37. ibidem ↑
38. ibidem ↑
39. P. Geraats, *Central bank transparency*, in *Economic Journal* 112(483), F532–F565, 2002 ↑
40. P. Geraats, *Monetary policy transparency*, in CESifo Working Paper No. 4611, gennaio 2014 ↑
41. In particolare, il riferimento è a quanto elaborato in S. C. Eijffinger, P. Geraats, *How transparent are central banks?*, in *European Journal of Political Economy* 22(1), 1–21, 2006 o, per un indice alternativo in C. Crowe, E.E. Meade, *Central bank independence and transparency: Evolution and effectiveness*, in *European Journal of Political Economy* 24(4), 763–777, 2008 ↑
42. In questo senso particolarmente rilevante è N.N. Dincer, B. Eichengreen, *Central bank transparency and independence: Updates and new measures*, in *International Journal of Central Banking*, 2013 ↑
43. ibidem ↑
44. C. Van Der Cruijssen, D.-J. Jansen, J. De Haan, *How much does the public know about the ECB's monetary policy? Evidence from a survey of dutch households*, in ECB Working Paper 1265, 2010 ↑
45. P. Geraats, *Monetary policy transparency*, in CESifo Working Paper No. 4611, gennaio 2014 ↑
46. M. Draghi, Central bank communication, discorso al PR Manager of the Year Award, 15 luglio 2014, pubblicato in *Handelsblatt* il 4 agosto 2014 ↑
47. J. de Haan, D.-J. Jansen, *The communication policy of the European Central Bank: An overview of the first decade*, in in DNB Working Paper N. 212, giugno 2009 ↑
48. *La stabilità dei prezzi: perché è importante per te*, aprile 2009 ↑
49. J. de Haan, D.-J. Jansen, op. cit. ↑
50. M. Ehrmann, M. Fratzscher, *Explaining Monetary Policy Decisions in Press Conferences*, in ECB Working Paper 767, 2007 ↑
51. J. de Haan, D.-J. Jansen, op. cit. ↑
52. S.C. Cecchetti, K.L. Schoenholtz, *How Central Bankers See It: The First Decade of ECB Policy and Beyond*, in NBER Working Paper 14489, 2008 ↑
53. M. Draghi, *Monetary policy communication in turbulent times*, discorso alla Conference De Nederlandsche Bank 200 years: Central banking in the next two decades, Amsterdam, 24 aprile 2014 ↑
54. J. de Haan, D.-J. Jansen, op. cit. ↑
55. <http://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/bollettino-eco-bce/index.html> ↑
56. J. de Haan, D.-J. Jansen, op. cit. ↑
57. ibidem ↑
58. M. Draghi, Central bank communication, discorso al PR Manager of the Year Award, 15 luglio 2014, pubblicato in *Handelsblatt* il 4 agosto 2014 ↑
59. Rapporto annuale dell'Istituto monetario europeo, anno 1996, p. 80 ↑
60. *ivi*, p. 85 ↑
61. Rapporto annuale dell'Istituto monetario europeo, anno 1997, p. 73 ↑
62. ibidem ↑

63. ibidem ↑
64. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 1998, p. 107 ↑
65. ibidem ↑
66. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 1999, p. 111 ↑
67. ivi, pagg. 132, 133 ↑
68. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2000, pagg. 141, 142, 169 ↑
69. ivi, pagina 164. Le caratteristiche complesse del contesto europeo richiamate dalla BCE nel Rapporto annuale del 2000 sono state recentemente ribadite, come già segnalato dal Presidente Draghi in M. Draghi, *Central bank communication*, discorso al PR Manager of the Year Award, 15 luglio 2014, pubblicato in in Handelsblatt il 4 agosto 2014 ↑
70. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2000, pag. 164 ↑
71. ivi, pagina 167 ↑
72. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2001, pag. 172 ↑
73. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2002, pag. 183 e seguenti ↑
74. ivi, pag. 184 ↑
75. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2003, pag. 158 ↑
76. ivi, pag. 157 e seguenti ↑
77. ivi, pag. 149 e seguenti ↑
78. ivi, pag. 160 e seguenti ↑
79. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2004, pag. 155 e seguenti ↑
80. ivi, pag. 156 ↑
81. ivi, pag. 157 ↑
82. ivi, pag. 158 ↑
83. ivi, pag. 156 ↑
84. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2009, pag. 183 ↑
85. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2010, pag. 205 ↑
86. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2011, pag. 164 ↑
87. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2008, pag. 207 ↑
88. ivi, pag. 159 e seguenti ↑
89. ivi, pag. 160 ↑
90. ivi, pagg. 161, 162, 163 ↑
91. ivi, pag. 165 ↑
92. ivi, pag. 164 ↑
93. ivi, pag. 165 ↑
94. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2012, pag. 157 e seguenti ↑
95. ivi, pag. 160 ↑
96. ivi, pag. 161 ↑
97. ibidem ↑
98. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2013, pag. 177 ↑
99. ivi, pag. 176 ↑
100. ivi, pag. 173 ↑
101. ibidem ↑
102. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2014, pag. 109 ↑
103. ibidem ↑
104. ibidem ↑
105. ibidem ↑
106. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2014, pagg. 109, 110 ↑
107. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2015, pag. 103 ↑
108. ivi, p. 102 ↑
109. ibidem ↑
110. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2017, pag. 111,112 ↑
111. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2018 ↑
112. Rapporto annuale della Banca centrale europea, anno 2019 ↑
113. Come ha ricordato il Presidente Trichet: «*Central bank communication – if supported by an established strategy – might well be a quiet and uneventful activity*». J.-C. Trichet, *The changing role of communication*, discorso ai membri dell'Internationaler Club Frankfurter Wirtschaftsjournalisten, 15 dicembre 2008, https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2008/html/sp081215_2.en.html ↑
114. M. Mesneri, *Draghi, il fascino borghese*, Il Foglio, 6-7 febbraio 2021; R. Mania, *Basta social*, con Ansuini comunicazione stile Bankitalia, La Repubblica, 18 febbraio 2021; M. Panarari, *Addio storytelling, ecco i silenzi istituzionali. Così Draghi rivoluziona le parole del potere*, La Stampa, 22 febbraio 2021 ↑
115. M. Mesneri, *Draghi, il fascino borghese*, Il Foglio, 6-7 febbraio 2021 ↑
116. D. Carretta, M. Zanon, D. Mosseri, *Che succede se Mr Europe ce l'abbiamo noi*, Il Foglio, 4 febbraio 2021 ↑

STUDI-SAGGI/3

Necessari nuovi indirizzi nazionali alla comunicazione pubblica intesa come strategia europeistica

Mario Draghi e il “nostro” spirito repubblicano ¹⁹

Stefano Rolando ²⁰



Honoré Daumier *La République nourrit ses enfants et les instruit* (1848)



Bergamo, Giornata nazionale in memoria delle vittime dell'epidemia da Coronavirus (18 marzo 2021)

Senato della Repubblica, 17 febbraio 2021. Nella parte di avvio di un discorso tanto atteso quanto calibrato, pronunciato all'atto di insediamento del governo e per sollecitare la fiducia del Parlamento, **Mario Draghi** inserisce l'espressione “*spirito repubblicano*” a cerniera di riflessioni valoriali e di etica pubblica, che concludono rispettivamente l'incipit e aprono le argomentazioni programmatiche:

1. *Si è discusso molto sulla natura di questo governo. La storia repubblicana ha dispensato una varietà infinita di formule. Nel rispetto che tutti abbiamo per le istituzioni e per il corretto funzionamento di una democrazia rappresentativa, un esecutivo come quello che ho l'onore di presiedere, specialmente in una situazione drammatica come quella che stiamo vivendo, è semplicemente il governo del Paese. Non ha bisogno di alcun aggettivo che lo definisca. Riassume la volontà, la consapevolezza, il senso di responsabilità delle forze politiche che lo sostengono alle quali è stata chiesta una rinuncia per il bene di tutti, dei propri elettori come degli elettori di altri schieramenti, anche dell'opposizione, dei cittadini italiani tutti.*
Questo è lo spirito repubblicano di un governo che nasce in una situazione di emergenza raccogliendo l'alta indicazione del capo dello Stato.
2. *Si è detto e scritto che questo governo è stato reso necessario dal fallimento della politica. Mi sia consentito di non essere d'accordo. Nessuno fa un passo indietro rispetto alla propria identità ma semmai, in un nuovo e del tutto inconsueto perimetro di collaborazione, ne fa*

¹⁹ Questo testo pubblicato sulla rivista *Democrazia futura* (n.2/2021) a maggio 2021 viene anticipato dal giornale online Key4biz - <https://www.key4biz.it/democrazia-futura-mario-draghi-e-il-nostro-spirito-repubblicano/359621/>

²⁰ Professore di *Comunicazione pubblica e politica* all'Università IULM di Milano. Presidente del *Club di Venezia* (comunicazione istituzionale UE).

- uno avanti nel rispondere alle necessità del Paese, nell'avvicinarsi ai problemi quotidiani delle famiglie e delle imprese che ben sanno quando è il momento di lavorare insieme, senza pregiudizi e rivalità.*
3. *Nei momenti più difficili della nostra storia, l'espressione più alta e nobile della politica si è tradotta in scelte coraggiose, in visioni che fino a un attimo prima sembravano impossibili. Perché prima di ogni nostra appartenenza, viene il dovere della cittadinanza. Siamo cittadini di un Paese che ci chiede di fare tutto il possibile, senza perdere tempo, senza lesinare anche il più piccolo sforzo, per combattere la pandemia e contrastare la crisi economica. E noi oggi, politici e tecnici che formano questo nuovo esecutivo siamo tutti semplicemente cittadini italiani, onorati di servire il proprio Paese, tutti ugualmente consapevoli del compito che ci è stato affidato.*
 4. *La durata dei governi in Italia è stata mediamente breve ma ciò non ha impedito, in momenti anche drammatici della vita della nazione, di compiere scelte decisive per il futuro dei nostri figli e nipoti. Conta la qualità delle decisioni, conta il coraggio delle visioni, non contano i giorni. Il tempo del potere può essere sprecato anche nella sola preoccupazione di conservarlo.*
 5. *Oggi noi abbiamo, come accadde ai governi dell'immediato Dopoguerra, la possibilità, o meglio la responsabilità, di avviare una Nuova Ricostruzione. L'Italia si risollevò dal disastro della Seconda Guerra Mondiale con orgoglio e determinazione e mise le basi del miracolo economico grazie a investimenti e lavoro.*
 6. *Ma soprattutto grazie alla convinzione che il futuro delle generazioni successive sarebbe stato migliore per tutti. Nella fiducia reciproca, nella fratellanza nazionale, nel perseguimento di un riscatto civico e morale. A quella Ricostruzione collaborarono forze politiche ideologicamente lontane se non contrapposte. Sono certo che anche a questa Nuova Ricostruzione nessuno farà mancare, nella distinzione di ruoli e identità, il proprio apporto. Questa è la nostra missione di italiani: consegnare un Paese migliore e più giusto ai figli e ai nipoti*

L'articolazione di questo snodo costituisce (con altri frammenti sparsi nel testo) il messaggio interpretativo di Draghi in ordine a un motto che nasce nella cultura politica post-rivoluzionaria francese e stinge nell'Europa (e negli Stati Uniti d'America) nella misura in cui, all'atto del Congresso di Vienna, la sola Francia insieme alla Svizzera alza la bandiera repubblicana nell'Europa delle monarchie mentre due secoli dopo la grande maggioranza delle nazioni europee ha abbandonato la forma monarchica scegliendo la Repubblica. Questi i temi flag dell'avvio del discorso di Draghi:

1. Rinunce di ogni parte per il bene di tutti.
2. Un passo avanti per le necessità del Paese.
3. Un dovere di cittadinanza.
4. Il rischio di sprecare il potere.
5. L'orgoglio della ricostruzione.
6. Consegnare un paese migliore e più giusto alle nuove generazioni.

Questo testo

L'avvio della scrittura attorno a questo "annuncio" è stato contestuale.

Cioè ricettivo dei fattori di discontinuità che sono facili da immaginare e, per i più, facili da ricordare. Ma l'opportunità di una rivista periodica – rispetto ai giornali quotidiani e, a maggior ragione, di quelli online – è di consentire qualche sedimentazione e qualche valutazione del rapporto tra accelerazioni e resistenze.

Restiamo sedotti dall'opportunità di considerare quell'annuncio un "cambio di paradigma" culturale nella situazione italiana. Ma – all'ombra del discorso del premier alle Camere per anticipare l'inoltro

del PNRR a Bruxelles (26 aprile) - torna l'incitazione al "cambio di paradigma", probabilmente nel senso di disporre ormai (tanto il governo, quanto i commentatori e i cittadini stessi) di sessantagiorni per misurare l'effetto di una dialettica politica e di libertà di manovra in un contesto irto di insidie che non facilita l'innovazione delle regole, abituale duro crinale di qualunque democrazia. E torna anche il conforto dell'esortazione di **Mario Draghi** circa "*l'onestà. L'intelligenza e il gusto del futuro che prevarranno sulla corruzione, la stupidità, gli interessi costituiti*"²¹. Che si somma al proposito del ministro **Enrico Giovannini** a tornare a lavorare "*per attirare investimenti privati e internazionali*".

L'invocazione al ruolo responsabile delle strutture pubbliche era sacrosanta. Ma non è naturalmente limitabile allo schieramento narrativo delle sole medaglie del generale Figliuolo. Si sa che la vocazione progettuale delle istituzioni non si sblocca per decreto. Ma con dura manutenzione formativa e procedurale. E parimenti la "cultura di impresa" non può essere incitata solo in merito alla resilienza (per via del grande timore di ristori insufficienti rispetto alla tendenza alla chiusura di un segmento di imprese più fragilizzate). Perché sarebbe invece il momento di vedere in atto un vero coinvolgimento di quella cultura proprio nell'allargamento dei tavoli di immaginazione della transizione. Sappiamo che questo spirito c'è e che ci sono anche alcuni luoghi di questa incentivazione. Ma è debole la rappresentazione del tema, così da lasciare le luci sulla dinamica reale della scrittura del piano troppo fioche perché si sia aperta finora una vera discussione.

Si aggiungano le preoccupazioni degli scienziati in ordine al disegno di prospettiva della ricerca considerata attivata attorno a ciò che si chiama "prodotto", ma con fonti marginali nel documento in ordine al serio aspetto di dare una svolta alla ricerca cosiddetta "pura", cioè sistemica.

Solo pochi spunti qui, per spiegare la fase di legittimi interrogativi sugli andamenti in ordine a ciò che avremmo voluto chiamare volentieri: "*i giorni dell'applicazione dello spirito repubblicano*".

Non viene meno la fiducia, certamente. E non vacilla l'apprezzamento per la capacità di giudizio. In questo caso un giudizio severo sulla crisi dell'Italia entrata nel terzo millennio. Bastino queste tre righe delle scarse premesse al PNRR:

*"Tra il 1999 e il 2019, il Pil in Italia è cresciuto in totale del 7,9 per cento. Nello stesso periodo in Germania, Francia e Spagna, l'aumento è stato rispettivamente del 30,2, del 32,4 e del 43,6 per cento. Tra il 2005 e il 2019, il numero di persone sotto la soglia di povertà assoluta è salito dal 3,3 per cento al 7,7 per cento della popolazione – prima di aumentare ulteriormente nel 2020 fino al 9,4 per cento"*²².

Ma si potrebbe dire che vacilla un po' la sicurezza della rapida neutralizzazione dell'effetto combinato tra la malapolitica e la pigrizia poco creativa di sistema.

I brevi accenni che fanno seguito tornano sugli stimoli della cornice "illuministica" che l'arrivo di Draghi ha disvelato. Ma intendono – nella seconda parte di questo testo – concentrare la proposta sulla materia che sta sostanzialmente a cuore ad una rivista specializzata nel campo delle comunicazioni. Il sospetto – che sconfinava molto nella presa d'atto – di uno storico impoverimento di ciò che fa parte dell'intelaiatura comunicativa della "sfera pubblica". Così da indebolire sia l'opportunità della forza per le possibili migliori forze in campo; sia la probabilità di una qualità partecipativa (sociale, professionale, di impresa) per non lasciare la partita della rigenerazione, così come si faceva con le guerre per deleghe, solo agli apparati pubblici deputati.

Pena la sicura sfasatura dal paradigma adottato da tutti i sistemi-paese complessi e maturi in cui il piano di reattività non è mai verticale, ma anzi è mobilitante oltre che orizzontale.

Insomma una fiducia attenta e critica va ora espressa nel cruciale passaggio in atto tra la presentazione del PNRR, i provvedimenti normativi di riforma previsti per luglio (compresa la legge di incentivi per il sud) e la prima relazione annuale di attuazione (prevista per il giugno del 2022). Oggi lo "spirito repubblicano" può restare lo scenario credibile perché – come dice in una lucida intervista **Giuliano Amato** – "*Draghi è un coactus tamen volui, sebbene costretto velli, perché il*

²¹ Dalla presentazione alla Camera del "Recovery plan" italiano fatta da Mario Draghi il 26.4.2021.

²² Dalla "Premessa" firmata da Mario Draghi al *Piano nazionale di ripresa e resilienza* (PNRR).

*mondo è pieno di persone che aspirano a fare il presidente del Consiglio, lui non era in questa lista, ma naturalmente capisce la politica ed è in grado perfettamente di farla*²³.

Tra Francia e Italia

Torniamo così alla riflessione di slancio sull' "esprit républicain".

È evidente che esso contiene evocazioni che vanno al di là della radice dell'89. C'è più di questa articolazione. Lo storico modernista e francesista **Luigi Mascilli Migliorini** interrogato su questo "più" non ha esitazioni a riconoscere soprattutto la "laicità", aggiungendo che essa è altamente incarnata, rispetto alle dinamiche nazionali e territoriali dell'Italia unita, soprattutto da **Camillo Benso di Cavour** e **Carlo Cattaneo**. Non casualmente a Cavour si richiama direttamente Draghi sia pure attorno a questioni di metodo di governo: "Il Governo farà le riforme ma affronterà anche l'emergenza. Non esiste un prima e un dopo. Siamo consci dell'insegnamento di Cavour: "le riforme compiute a tempo, invece di indebolire l'autorità, la rafforzano". Ma nel frattempo dobbiamo occuparci di chi soffre adesso, di chi oggi perde il lavoro o è costretto a chiudere la propria attività". E non casualmente la trama risorgimentale che riporta a Cattaneo o anche a **Massimo D'Azeglio** è parte degli accostamenti nei commenti giornalistici più rilevanti al suo discorso. Ma l'invalsa citazione dello "spirito repubblicano" torna – non frequentissima – nel dibattito politico italiano spesso per segnalare la differenza tra l'Italia e la Francia quando l'Italia fatica a demarcare Stato e Chiesa ovvero quando essa sembra incapace di distinguere tra Politica e Istituzioni.

La citazione abitualmente avviene *in italiano* quando si pensa che da noi residui ancora la cultura interpretata dai nostri migliori costituenti, facilmente riconducibile a figure come **Ugo La Malfa**, **Piero Calamandrei** o lo stesso **Alcide De Gasperi** e per i tempi più recenti a personalità quali **Carlo Azeglio Ciampi**. E avviene *in francese* quando invece si vuole alludere a una virtù che la Francia custodisce con la fermezza e la sacralità che mancherebbero nel nostro Paese. Come si vede – e non poteva essere diversamente – Draghi la ha pronunciata *in italiano*. E non è escluso che – anche per i trascorsi di diretta collaborazione – il suo riferimento sia proprio stato Ciampi e la sua formula (espressa al tempo della complessa esperienza di Palazzo Chigi) di "Repubblica come res severa"²⁴. In ogni caso in Italia la formazione dello *spirito repubblicano* resta sostanzialmente circoscritta alla cultura giuridico-costituzionale. Mentre in Francia (con tessiture molteplici, da **Jean-Jacques Rousseau** all'*Encyclopédie*), essendo principalmente cultura del "bene comune", il rinvio è più diffusamente popolare. Da un lato accoglie le ineludibilità costituzionali (l'indivisibilità e la laicità), dall'altro lato si radica nei principi popolari della democraticità e della socialità. E più generalmente – qui la fonte dell'illuminismo è evidente – il fattore pedagogico è parte della vitalità repubblicana. Basti pensare alla raffigurazione matronale e imponente di **Honoré Daumier** (1848) della *République* che nutre a larghi seni scoperti i bambini. E li "istruisce" (foto all'inizio del testo)²⁵.

In buona sostanza resta nel "tramandato" civile d'oltralpe l'idea che, attorno ai valori repubblicani, si incarni una ragionevole *utopia politica* adatta a ogni tempo ma soprattutto adatta a ogni condizione di rischio. Per questo **Mario Draghi** raccoglie quel motto e lo connette al principio della "ricostruzione". Che non si rende possibile solo grazie ad un "Next Generation UE" calato dall'alto, da intendersi come un nuovo Piano Marshall, ma come una sorta di punto di equilibrio profondo tra "sacrifici" svolti nel sistema di cittadinanza e "rinunce" svolte nel sistema politico. Dunque un progetto a tempo, ma non così frettoloso da non richiedere un accompagnamento "pedagogico".

²³ Simonetta Fiori, *Intervista a Giuliano Amato – Lo Stato è tornato ma in economia non è la soluzione* – Repubblica 27.4.2021.

²⁴ Che origina dal motto di Seneca (Epist. Mor. XXIII, 4) iscritto sulla facciata della Gewandhaus di Lipsia. "Res severa verum gaudium", ossia, traducendo un po' liberamente, è dalle cose serie e impegnative che si ottengono le autentiche soddisfazioni.

²⁵ "La Repubblica nutre i suoi figli e li istruisce" è custodito al Musée d'Orsay a Parigi. Il dipinto fu originato dalla caduta della monarchia a seguito della Rivoluzione del febbraio 1848, per cui il governo repubblicano bandì, il 18 marzo, un concorso per un'immagine che rappresentasse la nuova Repubblica francese. Honoré Daumier fu tra i settecento partecipanti.

E ancora una adeguata narrativa che motivi – rispetto ad una relativa neutralità dei presidi istituzionali – il patto rigeneratore tra politica e popolo. Da qui, come si sa, l'integrazione nella vita stessa del governo della più larga rappresentanza dei partiti rappresentati, per indurre a coltivare insieme quel patto che si regge sul postulato che il governo non ha bisogno di "aggettivi" connotanti.

Un governo senza aggettivi?

In realtà questo governo di aggettivi ne raccoglie, anche se con citazioni indirette, più di uno.

- Intanto è "**nuovo**", poi è "**misto**", poi è "**europaista**", poi è "**atlantista**".
- E ancora – sempre stando alle dichiarazioni programmatiche – è "**responsabile**".
- E' **caricato di sentimenti di "orgoglio e generosità"** verso il Paese (cioè intende spingere gli italiani a limitare il carattere nazionale un po' disfattista).
- E attraverso l'indiretta retorica degli "indirizzi" è anche **connotato da realismo** nell'ammonimento che basta il buon senso per comprendere che non è vero che poi "*tutto ricomincia come prima*". Quindi magari nessun aggettivo politicizzante, ma molti aggettivi di principio e metodologici.

In questa chiave il capo del Governo, che poi metterà tre abbondanti settimane prima di tornare a parlare al Paese, intese come un segnale di cesura rispetto alla quotidiana visita dell'ex-premier nelle case degli italiani, sa che la funzione di una corretta e convincente spiegazione non può essere elusa. Il ritorno alla *parola pubblica* a Bergamo (18 marzo) in una difficile liturgia civile e soprattutto il giorno dopo in una seria ma anche sdrammatizzata prima conferenza stampa a Palazzo Chigi si sono fugate le ombre sui suoi silenzi e – sciocco dubbio di qualcuno – sulla sua reticenza "bancaria" a parlare²⁶. La seconda conferenza stampa non ha tardato (26 marzo): netto fronteggiamento al doppiogioco o al pressapochismo di alcuni partiti al governo (compresa la micidiale battuta contro i "*numeri messi in campo solo per vedere l'effetto che fa*") e continuità di linea contro l'ordine sparso del sistema regioni (che potrebbe aprire probabilmente un altro cantiere salutare per l'Italia, quello del **nuovo regionalismo integratore** rispetto al regionalismo antagonista).

Un segnale sugli impegni comunicativi istituzionali comunque c'era nel discorso programmatico. Questo: "*Ci impegnamo a informare i cittadini con sufficiente anticipo, per quanto compatibile con la rapida evoluzione della pandemia, di ogni cambiamento nelle regole*". Non è una "cosetta" dal punto di vista democratico e nella consapevolezza di quella particolarità italiana che si chiama "*democrazia parlamentare*". La più recente alzata di scudi di **Mario Draghi** contro il principio di "inganno" perpetrato da alcune case farmaceutiche ai danni dei cittadini europei è il secondo spunto che proviene da istanze di vertice. Questo rende evidente la fragilità se non addirittura la mancanza di una architettura italiana idonea ad intervenire in sinergia con le esigenze istituzionali di proteggere su uno dei terreni più difficili – quello della rappresentazione e dell'informazione – non solo genericamente "i cittadini" ma in particolare le fasce più esposte ai rischi e per giunta allertabili sempre con maggiori difficoltà. **Non ci vorrà molto tempo a che, sulla linea degli interessi generali, il presidente del Consiglio arrivi a porre questioni attorno al rapporto tra algoritmi e eccessi di intermediazione degli over the top nel campo delle nuove forme di comunicazione digitale.** Dopo di che diventerà di evidenza diffusa che abbiamo perso milioni di ore di tempo istituzionale ad investire su come trasferire la spesso futile messaggistica politica in rete ancor più spesso *contro qualcuno* anziché a favore di tutti. E ciò al posto di costruire piste presidiate da professionisti del pubblico interesse formati per evitare la finta *res nullius* della rete e, al contrario

²⁶ Due note scritte sull'argomento sul giornale online Moondo.info: *Il presidente Draghi non ha parlato agli italiani dal 17 febbraio. Sia permesso un colpo di tosse* (1 marzo 2021 – <https://moondo.info/sia-permesso-un-colpo-di-tosse/>) e *L'ex-silenzio di Mario Draghi* (22 marzo 2021 - <https://moondo.info/lex-silenzio-di-mario-draghi/>).

per ridurre le derive infodemiche e accompagnare invece di più la società nel sistema della conoscenza.

Oltre i preliminari: la comunicazione pubblica intesa come strategia europeistica e non solo come nuova sobrietà o come pura modernizzazione tecnologica

Gli spunti fin qui allineati non ci dicono ancora quali saranno gli indirizzi di fondo, ovvero per **strategie riformatrici in ordine alla comunicazione pubblica del Paese**. Ci sono elementi di metodo e di stile che possono preludere a una riduzione di esposizione comunicativa, facendo prevalere il **monito a favore della sobrietà e contro il rischio di derive propagandistiche**. Oppure immaginare – ma non si sentono ora nemmeno forti rumori in cucina – che in alcuni importanti dossier allo studio del governo (un filo rosso che attraversa la transizione digitale, la riforma della Pubblica Amministrazione, la crescita di impegno nel quadro della crisi sanitaria contro l’infodemia, l’armonizzazione europea in materia di open data e di concorrenza globale delle piattaforme, aggiungendo noi – per principio di questa stessa rivista – il **re-indirizzo del servizio pubblico radiotelevisivo** e il ritorno delle **componenti di educazione civica e di public engagement nei sistemi educativi**) si vada collocando un pensiero più sistemico sull’orientamento “europeista” della comunicazione pubblica italiana. Attorno a cui, sul numero precedente di *Democrazia Futura*, abbiamo proposto una scheda sui principali delta tra la situazione italiana e l’andamento del dibattito pubblico professionale in Europa²⁷.

E’ immaginabile la reazione del gabinetto del premier. Potrebbero dire: magari è una cosa importante ma nel quadro di una politica pubblica su cui l’Italia manca l’appuntamento da anni; dunque non coinvolgiamo ora la linea della comunicazione istituzionale del premier stesso, che ha bisogno di mantenere la soglia di caratura personale, corrispondente a quelle componenti che sono state considerate (*in primis* dal Capo dello Stato e poi dal Parlamento) con significato “esclusivo” per piegare i nodi più critici della situazione.

E’ difficile sottrarsi a questa argomentazione. Ma **Mario Draghi** ha l’esperienza e il vissuto istituzionale per sapere che la piega delle riforme si rende possibile quando un profilo normativo o di indirizzo giusto e innovativo cammina anche sulle gambe di un uomo (come di una donna) all’altezza del cambiamento ed è credibile nel collocarsi nei punti nevralgici del cambiamento stesso. Per cui per forzare il destino fin qui negativo, che ha sottomesso la comunicazione pubblica ai tran-tran burocratici ovvero allo stratonamento chiesto dalla domanda politica di privilegiare la visibilità rispetto al servizio, **serve ora una visione, una regia, ma anche una figura di riferimento a cui magari non fare indossare l’abito (marchiato per sempre dal fascismo) della Vox suprema. Ma senza sottrarlo alla funzione del garante di una rigenerazione in cui la tabella di marcia assegni occasioni esemplari.**

A modest proposal

In questa cornice le proposte di massima – allineate alla tabella contenuta nel citato numero precedente di *Democrazia Futura*²⁸ – potrebbero essere limitate alle seguenti cose, che a differenza dell’indimenticabile paradossalità che ha ispirato **Jonathan Swift** trecento anni fa, qui avrebbero di paradossale solo il corrispondere al principio del “bene comune” (quindi il cardine dell’*esprit républicain*). Anziché al principio del “mal comune mezzo gaudio” con cui tre recenti decenni di vita repubblicana hanno abbassato la soglia di fiducia delle istituzioni tra i cittadini fino a margini di evidente autolesione nazionale.

1. Sfera pubblica e Pubblica Amministrazione garante dell’equilibrio socioeconomico.

²⁷Stefano Rolando “Comunicazione pubblica. La pandemia induce a un’idea strategica che manca”, *Democrazia Futura*, gennaio-marzo 2021, pp.87-94. Vedi <https://www.key4biz.it/democrazia-futura-comunicazione-pubblica-tutti-in-ordine-sparso/350632/>

²⁸Stefano Rolando “Comunicazione pubblica. La pandemia induce a un’idea strategica che manca”, loc. cit. pp. 90-91.

La prima proposta riconduce a un cantiere sempre agognato e mai messo in opera, malgrado gli infiniti contributi teorici che ne circondano il “senso”. Si tratta di fare attorno al concetto di “comunicazione pubblica” quell’ingrandimento di perimetro che, con un colpo di mouse, facciamo abitualmente attorno a qualunque oggetto visivo identificabile. **Fare uscire la comunicazione pubblica dall’angustia concettuale di una normativa che ha imprigionato missione e funzioni in poco più di un URP, cioè di uno sportello.** I freni storici a questo “ingrandimento” vennero al tempo in cui l’erario (per mano della Ragioneria generale) si difendeva dal rischio del dilagare di “posti di lavoro” e peggio di “dirigenze”, dietro a cui poteva nascondersi facilmente la cupidigia della politica per un’occupazione pubblica senza vincoli della formazione giuridico-amministrativa. Un timore non insensato, che avrebbe potuto essere sfumato da un investimento intelligente verso la cultura della sussidiarietà (poi formatasi) e verso un’idea di riforma della Pubblica Amministrazione rimasta per lo più nei libri dei sogni. Ma i due lati dello spazio ora necessario sono già parte di una progettazione tornata in campo nel quadro della crisi socio-sanitaria in atto. Il *Piano Colao* del 2020 ha intitolato il profilo di trasformazione della nostra vecchia burocrazia con queste parole: “*E’ il garante dell’equilibrio tra la sfera sociale e quella economica, e l’abilitatore imprescindibile di ogni trasformazione del Paese*”. E’ a **Vittorio Colao** che ora è assegnata la **missione della trasformazione digitale**²⁹. Mentre l’altro lato resta – da più di mezzo secolo – il progetto incompiuto di **trasferire dai libri di sociologia il concetto habermasiano di *Öffentlichkeit***³⁰, abitualmente tradotto in “sfera pubblica”, da intendersi come un concreto spazio intermedio tra gli ambiti politico-istituzionali e il vasto ambito privato della “*produzione e riproduzione degli interessi*”³¹. Proviamo a ragionare da molti anni attorno all’idea che il regolatore della moderna comunicazione pubblica parta dalla visione praticabile di questi due interdipendenti fattori di modernizzazione per iscrivere un disegno di comunicazione pubblica che passi dalla messaggistica istituzionale (che resta ovviamente come elemento di sistema) alla riorganizzazione di processi di conoscenza funzionali alla qualità sociale e all’efficienza delle relazioni tra pubblico e privato nella gestione sia dell’integrazione sociale che dell’organizzazione dell’economia e dei servizi. Il “*se non ora quando*” attorno a questo tema di cornice fa affidamento sul fatto che, grazie a un premier che sa far di conto attorno ai bilanci pubblici, può venire in mente al governo che questo indirizzo ora può essere disegnato come una riduzione di costi (sperpero e inefficienza) e come una finalizzazione della cultura del coordinamento (iscritta in uno spazio europeo).

2. **Lotta all’analfabetismo funzionale e creazione delle condizioni di base per stabilizzare la comunicazione scientifica.**

Il portato innovativo della crisi in corso – che potrebbe diventare l’unica vera grande vaccinazione civile – è quello di seguire il principio di una delle più importanti culture che regolano la comunicazione pubblica (quella seria), intesa come applicazione alla crisi e all’emergenza: vedere insieme ai rischi la pari forza delle opportunità. Deve partire dalla crisi pandemica un piano per abbattere di almeno un terzo il cancro sociale – che **Tullio De Mauro** stimava alle soglie del 50 per cento della popolazione, mentre l’OCSE, rivedendo alcuni parametri, attribuisce all’Italia per un terzo della popolazione – dell’*analfabetismo funzionale*. Quello che ha prodotto il consolidamento

²⁹ La sua sintesi sulla “*intollerabilità*” del ritardo della rete veloce, è molto chiara: “*Agire sul fronte dell’offerta e quindi dell’infrastrutturazione e sulla domanda, cioè sull’effettivo utilizzo dei servizi*” (Corriere della Sera 1.4.2021).

³⁰ **Jürgen Habermas**, *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*, Neuwied-am-Rhein, Luchterhand Verlag, 1962, 291 p. Quarto tomo della serie *Politica* (a cura di Wilhelm Hennis e Roman Schnur). Nuova edizione: *Mit einem neuen Vorwort zur Neuauflage*, Frankfurt-am-Main, Suhrkamp Verlag, 1990, 391 p. Traduzione italiana di Augusto Illuminati, **Ferruccio Masini** e Wanda Perretta, *Storia e critica dell’opinione pubblica*, Laterza, Bari 1971. Poi nella nuova edizione riveduta sull’edizione tedesca del 1990. A cura di Mario Carpitella, Roma, Laterza, 2002 XLVII-316 p.

³¹ Un recente breve commento all’opera di Habermas degli anni Sessanta è contenuto nell’articolo di Ruggero D’Alessandro “*Jürgen Habermas: sfera pubblica e tarda modernità*”, *Scenari*, Mimesis edizioni, 23 giugno 2020 - <https://www.mimesis-scenari.it/2020/06/23/junger-habermas-sfera-pubblica-e-tarda-modernita/>

politico del populismo e che continua a generare fenomeni di vario negazionismo, ivi compreso quello sanitario. Ma soprattutto che alimenta una domanda sociale di abbassamento della soglia di qualità dell'accompagnamento informativo pubblico e istituzionale (perché è raro che ci sia un governo che non percepisca gli analfabeti funzionali prima di tutto come elettori). Qui il nostro ipotetico perimetro consolida altri lati. Quello di una **ri-finalizzazione dell'indirizzo di public engagement per la scuola e per l'università** e quello di **forte indirizzo di scopo per il servizio pubblico radiotelevisivo, insieme a una ingegneria di sostegno all'uso della trasformazione digitale verso compiti di pubblica utilità** che puntino a dimezzare l'immensa presenza di faglie sociali che continuano a vivere in altre epoche storiche rispetto al terzo millennio che suona ormai da un pezzo le trombe con le sue meraviglie e le sue disgrazie³².

In particolare il rilancio – non retorico, ma in un certo senso modernizzante e filologico – della cultura di servizio pubblico, trova voce di recente in molti. Ma **le trame della deriva creativa della Rai avvelenata dalla cultura spartitoria** non si attenuano e girano persino inconcepibili ipotesi di nomine ispirate alla “macchina del tempo”.

Questo argomento mette in grande evidenza politica lo spostamento naturale del “livello di garanzia” attorno alla comunicazione scientifico-sanitaria – come appare chiarissimo nella complessa e tortuosa vicenda delle vaccinazioni – che riguarda il punto di equilibrio, democraticamente molto rilevante, tra sollecitazioni a tenere sotto “controllo politico” dati e interpretazioni e sollecitazioni alla “trasparenza” per favorire piuttosto una crescita consapevole nell'autodeterminazione dei cittadini. Uno spostamento istituzionale che non diventa, ben inteso, casuale ma che dovrebbe restituire agli uffici istituzionali dell'informazione presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri compiti istruttori nei confronti del vertice del governo in cui la questione posta dovrebbe ispirare la regola equilibrante³³.

3. **Profondo ripensamento circa le regole e l'architettura dei modelli di comunicazione pubblica in condizioni di crisi e di emergenza.**

La focalizzazione dei primi due ambiti di questa proposta, che si disegna attorno all'esperienza in corso della pandemia, offre un evidente terreno di analisi e di elaborazione che, da solo, costituirebbe una delle più forti risposte al concetto concreto della **crisi come opportunità**. Nell'anno di esperienza si sono avuti grandi problemi di approccio e di *gestione della statistica* (il pilastro della “verità” tra istituzioni e società). E si sono manifestati molti *conflitti inter-istituzionali* (locali, regionali, nazionali, europei, internazionali) e *conflitti tra agenzie pubbliche e sistema di impresa* in cui il rapporto con la libertà di cronaca e di indagine dei media ha agito senza collocare le parti – tutte le parti – all'interno di regole e indirizzi frutto di meditata regolazione.

Per “regolazione” va inteso un “prodotto” scientifico e civile di doppia portata: da un lato l'alta interpretazione delle fattispecie di crisi e dall'altro lato e al tempo stesso un grande equilibrio tra efficacia e trasparenza dei processi decisionali e partecipativi. Il dettaglio di questo “cahier” riempie ovviamente infinite discussioni: quelle connesse alle vaccinazioni sono destinate a pesanti e prolungati strascichi nel 2021), ma sarebbe terribile se Coronavirus lasciasse la presa su questa Terra senza che sia maturato (noi diciamo con forza almeno in Europa) il convincimento circa un *codice di comunicazione pubblica* che innovi per una parte generale, che è pressoché inesistente, nonché per la specifica lezione pandemica che offre un tale cumulo di insoluti da far definire delittuoso il rinvio in silenzio alla prossima tragedia. Anche in questo caso un tema di ripensamento merita considerazioni (che esulano da questo rapido trattamento) in ordine ai ruoli di coordinamento di ambiti istituzionali (come la Protezione Civile) che appaiono come i più predisposti per rielaborare

³² E' questo il portato conclusivo del lavoro di sintesi che chi qui scrive ha tratto dal monitoraggio 2020 in Università IULM su “comunicazione e situazione di crisi” in Stefano Rolando, *Pandemia. Laboratorio di comunicazione pubblica*, prefazione di Gianni Canova, ES-Editoriale Scientifica, novembre 2020 - <https://www.editorialescientifica.com/shop/autori/rolando-s/pandemia-detail.html>

³³ Lo spunto schiude così un tema della “riforma” nella necessità di rimodulare funzioni che si sono nuovamente sopite nel tempo – a vantaggio della mediazione “politica” dei gabinetti – confinando i compiti istituzionali a sostanziale gestione amministrativa.

un approccio specialistico alla materia comunicativa nella gamma larga delle tipologie comprese nel moderno concetto di “crisi ed emergenza”.

4. **Patto pubblico privato contro l’infodemia**

E’ ormai nei titoli di testa di tutta la convegnistica professionale europea in questo campo ed è dunque argomento della nuova casistica di *capacity building* di molti paesi, **destinare una quota di operatori adeguatamente formata professionalmente nel fronteggiamento della componente presente massicciamente nella rete e nei processi comunicativi in cui si colloca la malattia del nuovo secolo: la disinformazione organizzata a scopo destabilizzante**. L’Unione europea ha destinato all’aggiornamento del piano d’azione del 2018 contro la disinformazione un capitolo di spesa e di organizzazione intergovernativa che – con azioni concordate con molte agenzie internazionali, a cominciare dall’OMS – prepara e aggiorna protocolli di iniziativa nel campo della pandemia in atto, nel convincimento che qui vi sia una delle chiavi di successo nella riduzione dei tempi di debellamento.

E’ evidente che il cantiere Covid-19 non deve andare in soffitta con le prime avvisaglie di immunità, perché sappiamo che il giorno dopo l’agenda presenterà un nuovo fronte di criticità. C’è una visione complessivamente civile e sociale legata a questa prospettiva che induce a non relegare ormai la partita nelle pratiche “riservate” dei sistemi di intelligence. Dunque generando una componente della prospettiva di impegno in questo campo legata con visione di insieme ai due punti qui precedentemente trattati.

5. **Nuovi valori per una comunicazione pubblica coerente e interagente nel processo di trasformazione digitale.**

L’accennato schema di una riforma possibile trascende per alcuni versi gli adattamenti settoriali di modelli organizzativi rimasti anchilosati. Non è un articolo a profilare un così articolato cambiamento. E tuttavia la concentrazione recente del dibattito pubblico e professionale attorno a una riforma della legge 150/2000³⁴, ha messo in campo argomenti che si riferiscono alla specificità del campo della “trasformazione digitale”, che non vorrei ignorare, pur se per sommi capi, in questo promemoria³⁵.

Valori guida sistemici per una comunicazione pubblica che sostenga e asseconi una trasformazione digitale sostenibile

1. **Trasparenza**, figlia del metodo scientifico, mai adottato fino in fondo dal nostro ecosistema pubblico (e ancora osteggiato da certa politica), **come principio del rendere ragione, ricerca delle evidenze che validano le ipotesi del decisore pubblico, e fondano il suo operato**, il suo dire, il suo comunicare.
2. **Responsabilità**, identificata da Max Weber come il principio fondante di un’etica pubblica chiamata a governare stretta tra una esuberante tecnica trasformativa, e una economia che vorrebbe vedere protette le sue fragilità e ascoltate le sue istanze. In Italia, per radici e ragioni storiche, ha sempre perso rispetto a un’etica delle intenzioni, deresponsabilizzata rispetto agli impatti che genera.
3. **Competenza**, intesa come nuova chiave per ridurre le discriminazioni legate ai titoli, alle eredità di risorse e talenti, a vantaggio di una classe che sia propriamente dirigente perché conscia delle dinamiche non lineari della complessità che caratterizzano la nostra società, e dell’urgenza di cambiare traiettoria rispetto alle visioni *short term* dei governi degli ultimi decenni, e della relativa comunicazione pubblica.
4. **Circolarità**, intesa come modello di una comunicazione pubblica consapevole della circolarità della comunicazione, abilitata dalla trasformazione digitale, dalla pervasività dei media sociali. La circolarità deve smettere di essere subita o temuta, e deve diventare una risorsa, per co-disegnare messaggi, pratiche e politiche. Un mezzo per conoscere sistematicamente il feedback della società,

³⁴ Il sito del Dipartimento della Funzione Pubblica propone in dieci punti fondamentali la possibile riforma: <http://www.funzionepubblica.gov.it/articolo/dipartimento/15-06-2020/riforma-della-comunicazione-pubblica-proposte-operative-10-punti>

³⁵ Ringrazio Michele Bergonzi per avere sfidato per me l’inosabile, cioè il far sintesi di quasi due anni di discussioni, documenti e promemoria con questo pregevole riquadro.

e costruire un processo comunicativo continuo e solido. Che permetta di evitare una comunicazione pubblica sloganistica, i passi falsi, buchi nell'acqua o propagande retoriche autoreferenziali.

Conclusioni (per tornare alle funzioni della comunicazione istituzionale anche di "Palazzo")

Arrivati alle conclusioni va reso chiaro che non ci siamo dimenticati per strada il tema del passaggio dalle scenografie di **Rocco Casalino** (parte anche di una dedizione sincera ed entusiasta ad un modello che impera nel mondo) connesse poi al sorgere e proliferare del modello "La Bestia" con **Matteo Salvini** al Viminale che caricava sullo Stato le spese del combattimento politico digitale di un ministro che era, a tempo pieno, segretario di partito. I casi di annidamento di funzioni di pura organizzazione della visibilità estese anche ad estreme funzioni di lotta politica sono stati, dopo molti anni di degenerazione, fenomeni di proliferazione internazionale. Una morigerazione è comunque intervenuta. La ministra **Luciana Lamorgese** ha tagliato di oltre 500 mila euro all'anno i budget che si erano consolidati al Viminale, mentre il presidente Draghi ha conferito all'austerità di **Paola Ansuini**, una competente dirigente di Bankitalia, la gestione in forma certamente più sobria di pratiche che hanno conosciuto nel Palazzo stagioni talvolta altrettanto austere ma anche il tempo della loro "Fuorigrotta".

Ma è proprio questa la morale vera del nostro ragionamento: "*se non ora quando*".

La rappresentazione della crisi resta una parte rilevante del problema. Non è pura retorica, ma una delle necessarie riforme organizzative. Torniamo sugli indirizzi nazionali della comunicazione pubblica. Intesa come strategia europeistica e non solo come nuova sobrietà o come pura modernizzazione tecnologica.

Nell'interesse dell'Italia non è solo il tempo di "tagliare", è il tempo di rigenerare.

Senza che in queste linee di progettazione debba iscriversi, con un eccesso di regole, il comportamento personale del premier che dà prova di conoscere il tema della "spiegazione pubblica" e di avere anche efficaci modalità di relazione. Il dibattito non deve focalizzarsi sul tema di quando e come parla Draghi.

Mario Draghi deve invece portare lo spunto dell'*esprit républicain* nel ripensamento generale di un quadro di funzioni (qui – nell'economia di un semplice articolo – limitato a qualche esempio) in cui ci sia finalmente, per la vicenda italiana, più Europa, più coinvolgimento di soggetti, più disegno degli obiettivi di interesse generale.

STUDI-SAGGI/4

Democrazia Futura.

L'apparizione di Mario Draghi, una meteora o una stella cometa? ³⁶

Guido Barlozzetti ³⁷

Se da un lato non è dato sapere in che misura “sia l'emergenza che costringe il potere a un cambiamento di stato e quanto invece sia il potere che approfitta dell'emergenza per ristrutturarsi”, una cosa è certa, “Mario Draghi [...] ha introdotto una discontinuità nel gioco della politica e della comunicazione.

Dopo quella di Stefano Rolando, segue su Democrazia futura una seconda lunga analisi di Guido Barlozzetti sul cambio di paradigma adottato da Draghi sotto il profilo della comunicazione, in cui lo scrittore orvietano si avventura in una complessa quanto accattivante analisi tanto linguistico strutturale quanto socio comportamentale delle prime dichiarazioni e conferenze stampa del Presidente del Consiglio.

La tesi di Barlozzetti è che se da un lato non è dato sapere in che misura “sia l'emergenza che costringe il potere a un cambiamento di stato e quanto invece sia il potere che approfitta dell'emergenza per ristrutturarsi”, una cosa è certa. “Mario Draghi [...] ha introdotto una discontinuità nel gioco della politica e della comunicazione. Trattasi di “Un meteora o una stella cometa?” come si intitola il lungo pezzo. Barlozzetti non risponde con precisione ma lascia intravedere una predilezione per la seconda ipotesi. “L'apparizione di Mario Draghi nell'info-politica italiana ed europea rappresenta un inedito banco di prova anche per il connubio ormai strutturale tra informazione e politica, e cioè tra una forma di governo segnata da problemi che potrebbero addirittura metterla in discussione e un sistema dei media in cui la centralità televisiva e il comparto della stampa si vanno sempre più ricontrattando con la galassia della comunicazione on-line e dei social”.

In primis il pezzo analizza “L'attesa e la speranza del Salvatore” che appare come “l'ultima carta da giocare” descrivendo i tratti di quello che definisce “un altro Migliore – del precedente [l'ex premier Giuseppe Conte ndr] si è persa ormai la memoria – uno che ha la storia, i saperi e gli attributi – non deve mancare nulla – per tirarci fuori dal doppio contagio di una democrazia malata e di un virus che non si arresta e sta schiantando l'economia”.

Definito l'ultimo asso nella manica del Presidente Mattarella Draghi assume le sembianze de “Il Terzo, non compromesso, aureolato, a cui tutti sono costretti a delegare il potere [...].

“Draghi non parla. A parte le comunicazioni dovute al Parlamento, bisogna aspettare quasi un mese per vederlo partecipare a una conferenza-stampa non appartiene a questa compagnia di giro dello show mediatico e il suo silenzio ci diventa la garanzia di un lavoro indefesso e illuminato svolto dietro le quinte. “Mario” non ha bisogno di dire e di farsi vedere, così tanto per far sapere di esserci, per conquistare un palcoscenico della visibilità di cui non ha bisogno, perché non l'ha mai perseguito [...]”.

Mario Draghi spaventa il gioco? Comunque e qualunque sia l'evoluzione di ciò che sta accadendo in Italia, ha introdotto una discontinuità nel gioco della politica e della comunicazione che le è così consustanziale?

In cosa consista questo differenziale, quali ne siano le manifestazioni e gli effetti è un tema su cui non si va a decidere solo il destino di un governo. Draghi a Palazzo Chigi rappresenta un inedito banco di prova anche per il connubio ormai strutturale tra informazione e politica, e cioè tra una forma di governo segnata da problemi che potrebbero addirittura metterla in discussione e un sistema dei media in cui la centralità televisiva e il comparto della stampa si vanno sempre più ricontrattando con la galassia della comunicazione on-line e dei social. Che Draghi non sia anche il sintomo, se non di una svolta, di un passaggio che molto incuriosisce ancorché allo stato delle cose imprevedibili nei suoi esiti.

Per questo, fin da questo incipit, è il caso di fare una precisazione. Stiamo scrivendo ora, a due mesi e mezzo dal 13 febbraio 2021, quando il governo presieduto dall'ex governatore della BCE ha prestato giuramento. Non possiamo sapere cosa accadrà di questa esperienza e della condizione del Paese, presa in un'emergenza drammatica e rispetto alla quale dicastero-Draghi è arrivato con il sostegno potente di un'immagine di autorevolezza del suo titolare e, quindi, un carico di attese... risolutive ancorate alle virtù del premier

³⁶ Key4biz anticipa l'11.5.2021 il saggio di Guido Barlozzetti pubblicato nel fascicolo n. 2/2021 della rivista Democrazia futura - <https://www.key4biz.it/democrazia-futura-lapparizione-di-mario-draghi-una-meteora-o-una-stella-cometa/359846/>

³⁷ Conduttore televisivo, critico cinematografico, esperto dei media e scrittore.

designato. Non lo sappiamo e tuttavia anche in un così breve lasso di tempo si lasciano riconoscere elementi che non appartengono solo al piano congiunturale.

Draghi non è una figurina dell'album dell'effimero, per il credito al momento impareggiabile e per come si è annunciato sulla scena politica del Paese.

Dunque, di questa "novità" vorremmo parlare, nei suoi diversi aspetti, così dirompente che, a questo punto, più di un segnale dice di come sia già costretta a confrontarsi con l'usura che viene dall'accumulo dei giorni e dal gioco stressato tra attesa e risultati. Una condizione alimentata da una doppia spirale che continua ad avvolgersi in tempo reale fra la bulimia dell'informazione, alla ricerca sempre di titoli clamorosi che durano un giorno, e l'asticella alta delle aspettative. Stiamo parlando di un rapporto di interdipendenza sullo sfondo del quale si erge, da più di un anno, il convitato di pietra del Covid-19 che, insieme a tutto il resto, ha contagiato anche l'informazione o, forse, ne ha ancor più esplicitato le pulsioni, accese da un marketing dell'ansia e dell'incertezza.

Del tutto inatteso e venuto dall'esterno, quello spettro è stato subito filtrato e semantizzato in una deriva mediatica su cui sarà il caso ovviamente di approfondire e che, comunque, ha finito per enfatizzare tratti ormai consolidati come la Babele delle opinioni che giocano a dire l'una il contrario dell'altra, il sensazionalismo allarmato e allarmante, la mancanza di quadri condivisi e validati di riferimento.

Mario Draghi si è presentato con alcune novità che per il loro impatto iniziale sono state ricondotte a una discontinuità rispetto alle prassi consolidate. Tutto da vedere, poi, cosa significhi questa rottura, se abbia un respiro congiunturale o se, invece, sia la spia di un cambiamento strutturale, di un cambiamento che prelude in ogni caso a una ricomposizione diversa nel rapporto potere e cittadini.

E, ancora, se certi comportamenti appartengano alla dimensione dello "stile" – che non va mai sottovalutato ed è comunque anch'esso indizio di ... altro, sia sul piano simbolico, sia su quello analitico – oppure segnalino un mutamento che va oltre e sta nello "spirito del tempo" oppure una soglia su cui nella continuità della crisi di un modello si produce un cambiamento?

Insomma, ci occuperemo di comunicazione, anzi dell'"agire comunicativo" – come si dice tecnicamente – e cioè anzitutto i modi in cui il Presidente del Consiglio ha stabilito un rapporto con il sistema dei media, con le istituzioni e con il Paese, in che modo cioè si sia dato come soggetto di un discorso che si è manifestato con una diversità, e che vorremmo cogliere nella complessità compresente degli elementi che ne fanno parte.

Al tempo stesso, qualunque ragionamento sulle modalità, i tempi e i piani della comunicazione non potrà non riguardare il livello dell'immagine, un campo che in questi anni si è intrecciato strutturalmente con la politica, così profondamente coinvolta in un processo di costruzione-amplificazione della propria visibilità da generare un dibattito problematico e preoccupato sul suo stesso ruolo, sulle modalità di legittimazione, sul tema della rappresentanza e del rapporto con i cittadini, sulla retorica dell'essere/apparire, sulla modalità in cui si strutturano i processi decisionali, sul valore della competenza...

Tematiche diverse ma tutte, alla fine, convergenti sulla questione fondamentale e ormai ineludibile della democrazia e sul suo cambiamento in corso: non è certamente un caso che l'emergere di intenzionalità inedite – come il "populismo" e il "sovranoismo" – sia avvenuto proprio in concomitanza con la trasformazione radicale delle soggettività della politica, con l'accentuarsi del leaderismo di contro alla filiera raccolta attorno alla forma-partito, dunque con una fortissima personalizzazione in cui la comunicazione non è stata solo un'appendice ma una componente strutturale della politica stessa, tale da orientare e incidere su sistemi di valori, procedure e esiti. Questa interazione/interferenza fa sì che il soggetto che chiamiamo "Draghi" si vada a configurare come un campo di osservazione in cui – come un frattale -vanno a interferire le diverse dinamiche accennate e, al tempo stesso, come un effetto/laboratorio che si allarga alla dimensione complessiva del sistema. Insomma, dal contesto al testo "Draghi" e dal testo "Draghi" al contesto.

D'ora in avanti, in questo senso verrà sempre citato tra virgolette, per sottolineare che si sta parlando a un livello di secondo grado, della sua immagine prodotta e percepita, di quello che di lui racconta l'informazione, e dell'oggetto/soggetto di un discorso che si dà nei termini di una narrazione. Ambiti e approcci che non sono separati ma, nella differenza degli approcci si sovrappongono e si integrano. In ogni caso, un discorso e una narrazione circoscritti a questa parte iniziale del cammino presidenziale di "Mario Draghi".

L'attesa e la speranza del Salvatore

Qualunque cosa accada, sono oggettive l'attesa e la speranza ottimistica che "Draghi" ha acceso (1). La sua entrata in scena è stata percepita e salutata come un passaggio che lascia, o si spera lasci alle spalle, il

cortocircuito di una situazione e apra finalmente alla tanto auspicata e sempre delusa speranza di un cambiamento, il tutto nella cornice angosciante e predisponente del virus. Senza il contagio del Covid-19 difficilmente avremmo visto Mario Draghi a Palazzo Chigi.

Un'entrata in scena diversa, si è detto, ma – va sottolineato – secondo un vezzo che si è replicato in questi anni e che, a ben guardare, ha radici tutt'altro che recenti.

Quanti “salvatori” abbiamo visto apparire e poi bruciarsi?

A quanti ci siamo consegnati come all'ultima spiaggia dalla quale finalmente ricominciare, salvo poco dopo vederli trangugiati dalle faide delle fazioni e trasformati in capri espiatori da mandare il prima possibile a casa?

È successo, nel 1994, con la Discesa in Campo di Silvio Berlusconi contro un sistema bollato da lui come illiberale ed egemonizzato dalla Sinistra.

Con minore messianismo, non si usa la parola a caso, dopo la sua caduta è arrivato a Palazzo Chigi Mario Monti: prima di Draghi nel novembre 2011, un “tecnico” a segnalare un'impasse del sistema dei partiti, accolto dall'attesa in chiaroscuro di chi arriva con il suggello dell'Europa di Bruxelles.

Poi, una sorta di intermezzo con Enrico Letta che, auspice il riconfermato Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano, forma un governo di larghe intese che però viene travolto dall'irruzione del nuovo, impetuoso e spavaldo, Cavallo della Palingenesi.

Matteo Renzi, già Rottamatore del Partito Democratico, manda nella discarica la vetero-sinistra e apre a un fronte largo che potrebbe/dovrebbe tenere insieme di qua e di là. Poco meno di due anni per una delle manifestazioni più aggressive del leaderismo e la scommessa del referendum lo espelle da Palazzo Chigi, con un credito a quel punto largamente consumato.

Ma la nevrosi della Salvezza non si placa e, con le elezioni del 2018, si rilancia con molte novità, sia dei protagonisti, sia delle modalità. I nuovi campioni del cambiamento sono il Capo politico dei Cinquestelle, Luigi Di Maio, e il leader di una Lega a misura peninsulare, Matteo Salvini.

Inusitato il modo in cui viene formato il governo, i due alleati che compongono la maggioranza firmano il Contratto di Programma, con la novità dell'“avvocato del popolo” – come si è definito – Giuseppe Conte.

A seguire, ecco la nemesi implacabile, il rovesciamento intervenuto con la nuova compagine, ancora presieduta da Conte, che ha visto insieme Cinquestelle, PD, Italia Viva e Liberi e Uguali.

Fino alla crisi che, innescata dall'uscita di Italia Viva e dal logoramento interno, ha visto fallire i tentativi di consolidare una maggioranza a quel punto con i numeri troppo fragili per avere un futuro politico all'altezza dell'emergenza del Covid-19.

Insomma, una coazione a ripetere nel segno del Taumaturgo di turno, secondo uno schema immutabile ascesa e caduta, sulle cause non è qui il caso di approfondire, se non per segnalare l'ansimare di una democrazia che non ha più l'organicità di un funzionamento ma ogni volta sembra ricominciare da capo e inventare nuovi esercizi, mentre il dibattito si stressa alzando il volume e forzando le contrapposizioni con schieramenti che si rimodulano accogliendo sul carro quanti servono, non importa quanto diversi, per raggiungere il traguardo della maggioranza.

Su questo sfondo, Draghi esce dal cilindro del Quirinale ancora una volta e ancor più come l'ultima carta da giocare. Sergio Mattarella, complice l'ex Rottamatore che non ha perso il vizio di colpire l'avversario di turno (da Pier Luigi Bersani a Enrico Letta a Giuseppe Conte), rompe gli indugi e lo lancia in un campo dove ormai nessuno ha la forza per disegnare alternative e un Pacificatore al di sopra delle parti s'impone per investitura collettiva.

Finalmente, un altro Migliore – del precedente si è persa ormai la memoria – uno che ha la storia, i saperi e gli attributi – non deve mancare nulla – per tirarci fuori dal doppio contagio di una democrazia malata e di un virus che non si arresta e sta schiantando l'economia. E “Draghi” si avvanza – si fa per dire, perché non esce di un millimetro dal perimetro che gli tocca e anzi vi si ricovera come in una bolla protettiva – forte di un'identità che nasce all'incrocio di diversi elementi e con la quale si presenta da protagonista, proprio come accade in certe narrazioni da supereroe alla Marvel, un Captain Italia che non imbraccia ma è lui stesso lo scudo portentoso per il Paese:

- la carriera, o meglio ciò che ne conosciamo, svolta ai massimi livelli delle istituzioni bancarie, la Banca d'Italia, prima, la BCE, poi, la fama di chi decide e che il Compito da assolvere lo mette davanti a tutto e tutti;

- un profilo che porta con sé alcuni tratti fortemente caratterizzanti (2): un professionista che ha un credito internazionale per come ha operato e l'autorevolezza che si è conquistato, dunque un'eccezione che lo sposta rispetto al panorama corrente dei politici italiani: "Draghi" arriva da fuori, con un'investitura diretta da parte del Presidente della Repubblica, una sorta di Deus ex machina che si presenta come l'ultima risorsa spendibile, la carta migliore e impareggiabile che è rimasta del mazzo, e le attese, tante, che porta con sé;
- un protagonista di un mondo particolare, distante, di sicuro non al vertice delle simpatie della gente, le banche, la politica monetaria, l'Europa, dunque non direttamente un politico ma un "tecnico" e proprio per questo fuori dal coro di una politica incapace di trovare in sé una soluzione;
- un replay, *mutatis mutandis*, di Cincinnato richiamato al potere nella Roma in pericolo e nominato dictator: come lui, Draghi ha lasciato gli incarichi istituzionali, si è accomodato in un buen retiro e si trova in uno stand-by, attento a non comprometersi con il "circo" di una politica che lo potrebbe bruciare (c'è il precedente significativo del Professor Mario Monti chiamato al governo in uno stato di grande difficoltà e poi, purtroppo per lui a vedere i risultati, sensibile alle sirene della politica) e tuttavia una riserva illustre a disposizione del Paese: aspetta nel suo orto la contingenza giusta, all'altezza del prestigio che lo circonda e tale da assicurargli un posto di eccellenza nella scena politica, perché questa è la sensazione, Draghi prima o poi scenderà in campo anche se non da capo di un partito, quanto piuttosto per un incarico superiore alla *politique politicienne*: una personalità che non divide ma unisce;
- un "tecnico" – ma sappiamo quanta politica si possa fare da... tecnico e quanto politica possa essere una scelta di questo tipo – che non si è mai contaminato con il circuito mediatico, il cui agire comunicativo si segnala per sottrazione e sobrietà, fatti dell'annuncio di decisioni sui tassi o dell'anticipazione di quelle che potranno essere prese (la cosiddetta *forward guidance*), nessuna fessura che si apra sul privato; usa talmente poche parole "Draghi" che alcune sono diventate un claim che lo identifica, il "*whatever it takes*" che pronunciò nel 2012, nel momento della crisi del debito sovrano europeo, per dire che avrebbe fatto tutto il necessario per proteggere l'euro dalle speculazioni: un marchio di fabbrica, un programma che gli dà l'aureola del Salvatore che non si piega e risolve, un po' come il Wolf/"Risolverò i problemi" interpretato da Harvey Keitel in Pulp Fiction;
- un uomo che parla con i fatti, con decisioni prese secondo un metodo collaudato in tanti anni e che gli ha assicurato il successo dalla Direzione Generale del Tesoro alla Banca d'Italia alla BCE (3);
- sul piano personale, viene descritto da chi lo conosce come molto sicuro di sé, capace di cogliere subito il nocciolo di una questione e assai preparato sui dossier, amante della brevità nelle discussioni, uno che dà l'impressione di sapere moltissimo, talvolta "*anche di più di quello che effettivamente sa*". E c'è anche chi ne sottolinea una qualità caratteriale: "il dono di affrontare le cose in maniera apparentemente semiseria, il che conferisce al suo modo di essere e di lavorare un che di leggero" (4).

È questa l'immagine/biglietto di presentazione su cui variamente si concentrano e che al tempo stesso confezionano i media all'atto della scelta del Presidente Mattarella. Un'immagine che trova il largo favore da parte del pubblico e che si erge al di sopra delle fazioni della politica che decidono di sostenerlo (5).

Tutti i partiti aderiscono, difficile sottrarsi quando non è possibile rianimare il governo-Conte, tutti i mandati esplorativi sono falliti e i veti reciproci hanno portato la situazione in un *cul de sac*.

Il Terzo, non compromesso, aureolato, a cui tutti sono costretti a delegare il potere

Il Presidente Mattarella prende atto e cala l'asso. "Draghi" risolve, è il Terzo, non compromesso, aureolato, a cui tutti sono costretti a delegare il potere. Un po' come accade nel Leviatano di Thomas Hobbes quando stremati dal *bellum omnium contra omnes* si legano in un *pactum subiectionis* con cui trasferiscono tutti i diritti naturali – a parte la vita – tutti consegnano il potere a un soggetto *ab-solutus* che lo esercita senza vincoli e condizionamenti (6).

Tutti aderiscono, a cominciare dalla Lega e dal *coup de foudre* di Matteo Salvini che, complicitamente emarginato, al punto da lasciare campo libero al Secondo Governo Conte, rovescia il connaturato antieuropeismo sovranista aderendo al governo guidato da un caposaldo dell'europeismo / atlantismo. Una

decisione che fa sì che il governo Draghi nasca con una maggioranza ecumenica e che non sia il prolungamento rivisto e corretto del Conte 2, ma una nuova creatura.

Ancora una volta, tutto si svolge sul sottile discrimine dell'immagine – perché lì stiamo – sul confine sfuggente tra parole dette e intenzioni, tra testi e sotto-testi, il che ci riporta al campo “principesco” di Nicolò Machiavelli dove la verità diventa semplicemente l'effetto che in quel momento è il più opportuno da produrre, con tutta la simulazione necessaria, il potere essendo un esercizio funzionale che misura la sua efficienza nel quadro delle compatibilità date (7).

Che anche “Draghi” non ne sia un ben attrezzato epigono? Come, d'altronde, anche il frastagliato schieramento che lo sostiene: una delega in bianco? Il superiore interesse generale o una mossa accolta in un momento di irreversibile difficoltà in attesa di ridislocarsi con l'appuntamento elettorale che verrà? Questa sfasatura irriducibile essere/apparire che riguarda sia il piano morale, sia lo statuto stesso della “realtà”, si proietta su tutto il campo che stiamo descrivendo, sul tronco di una tradizione che comincia con la polemica tra Platone e la sofistica, tra l'ontologia del logos e il potere poetico della parola, che oggi si va a ridefinire all'interno dell'immensa bolla audiovisiva della comunicazione.

“Draghi”, una volta accettato l'incarico e formato il nuovo governo, conferma il suo “stile”. Non rilascia dichiarazioni che non siano quelle richieste dalle procedure istituzionali, tanto meno conferenze-stampa, tanto meno nomina un addetto alla comunicazione protagonista come quello che ha così lavorato alle strategie di comunicazione del premier Conte (che si è segnalato per una reiterata presenza televisiva con messaggi alla Nazione, certo nel primo e sconvolgente imperversare della pandemia: il dibattito è aperto sugli effetti negativi di una sovraesposizione, che in qualche caso ha anche sofferto di una pianificazione in tempo fin troppo reale, con ritardi, annunci e smentite sugli orari delle dichiarazioni). “Draghi” dunque non parla, tanto meno esibisce accanto a sé i responsabili di una macchina dell'informazione, ed è qui che si costruisce il mito del “silenzio”.

Il Silenzio: stile o strategia?

“Draghi” non parla. A parte le comunicazioni dovute al Parlamento, bisogna aspettare quasi un mese per vederlo partecipare a una conferenza-stampa. Non parla ed è una novità questa sì sconvolgente.

Tutta la politica che lo ha preceduto ha imbastito guerre pur di “avere parola”, ha fatto salti mortali per apparire in talk-show che la celebrassero, possibilmente senza contenzioso (si ricorda Silvio Berlusconi che a lungo rifiutò di confrontarsi in televisione con gli avversari e che contestava l'intervistatore perché non gli consentiva di raccontare no-stop i suoi programmi), non ha smesso di creare siparietti, i più vari, pur di finire sui social e nei titoli, ha sognato l'epifania in prime time e a reti unificate. Invece, “Draghi” resta chiuso nel suo Palazzo mentre i microfoni e le telecamere abituati all'abbondanza vociante restano delusi. E questa assenza, almeno in quel momento, viene percepita come la Presenza tanto attesa, proprio perché rovesciata, finalmente si esce dal rumore assordante e insopportabile di questi leader schiamazzanti, l'un contro l'altro armati, pronti a darsi sulla voce, a interrompere e insultare.

No, “Draghi” non appartiene a questa compagnia di giro dello show mediatico e il suo silenzio ci diventa la garanzia di un lavoro indefesso e illuminato svolto dietro le quinte. “Mario” non ha bisogno di dire e di farsi vedere, così tanto per far sapere di esserci, per conquistare un palcoscenico della visibilità di cui non ha bisogno, perché non l'ha mai perseguito, blindato e al riparo nei fortificati che non hanno bisogno di contrattarsi con i media se non con accorte strategie di annunci, tanto meglio quando affidati a comunicati di burocratica referenzialità, a brevissimi speech in apparizioni centellinate con la più grande e sorvegliata parsimonia. In quelle stanze i media non entrano e da quelle stanze non si esce per “farsi vedere”.

E sul silenzio si comincia a interrogarsi e a teorizzare. Persino ovvia la lettura di chi lo contrappone al bailamme precedente. Un passo in più chi vi vede il rispetto delle istituzioni, non più trasformate in un palco con amplificatore e restituite a una dignità.

In ogni caso, è evidente la differenza e qui si presentano almeno due chiavi all'interpretazione: è una questione che attiene allo stile o la spia di un cambiamento? Semplicemente, “Draghi” non ama parlare in pubblico e in particolare sottoporsi al confronto con l'informazione oppure è una scelta meditata, una consapevole presa di distanza in omaggio a un esercizio del potere che “parla con i fatti”, *res non verba*?

Messa così, la seconda ipotesi sembra la più convincente (8), “Draghi” porta nella Presidenza del Consiglio lo stesso costume di rigore austero praticato negli incarichi precedenti. Un aristocratico silenzio di chi non vuole

confondersi nella zuffa quotidiana delle opinioni, dettato forse anche dalla prudenza rispetto ad uscite affrettate.

E se nel “silenzio”, al di là degli estri personali, agisse anche un riflesso condizionato del potere in quanto tale? Se cioè fosse una delle opzioni possibili che si trova davanti chi lo esercita e, in certe condizioni, una virtù?

*“Il potere del silenzio è sempre valutato assai – scrive Elias Canetti in **Massa e potere** – Esso significa, infatti, che chi tale può resistere a tutte le innumerevoli occasioni esterne di parlare. Non si dà risposta a nulla, come se non si fosse stati interrogati. Non si lascia capire se si gradisce l’una o l’altra cosa. Si è muti, senza esserlo davvero. E tuttavia si ascolta. (...) Chi tace non deve dimenticare il segreto di cui è depositario. Egli è tanto più stimato quanto più il segreto brucia in lui sempre più forte e tuttavia non è da lui rivelato” (9).*

Il silenzio fonda autorevolezza e dice della distanza del potere, della differenza che segna chi lo detiene e della sua sacralità impenetrabile. Canetti, è importante ricordarlo per contestualizzare l’affermazione, gli contrappone la pubblicità dei dibattiti parlamentari, la deriva delle opinioni senza autorevolezza. E, al di là di una prima impressione, sarebbe sbagliato vedervi soltanto un punto di vista regressivo, incompatibile con la condizione del potere nel tempo della democrazia.

Quanto sarebbe interessante analizzare la fenomenologia del potere come un campo stratificato nel tempo come in simultanea, dove si danno certo cesure ma non al punto da cancellare il passato rispetto al presente, specie se il potere lo analizziamo non solo in termini di laica razionalità e, invece, ne esploriamo le componenti simboliche e antropologiche profonde, anche là dove non ce le aspetteremmo. Che non sia questo il caso – sia pure temporalmente circoscritto – del “silenzio” di cui parla Canetti e che l’attesa/bisogno che su questo piano Draghi ha esplicitato non sia riconducibile soltanto a una sua sensibilità e a una congiunturale manifestazione nel tempo del talk come match e sopraffazione dell’avversario.

Che insomma nel favore con cui è stato accolto l’incipit di “Draghi” non si manifesti un bisogno del “silenzio” connaturato a un potere che su quella barriera costruisce la sua forza e la sua suggestione? E che, dunque, un neo-Presidente “venuto da fuori”, rispetto alla chiacchiera dei partiti, non ci abbia fatto sentire il brivido del potere che si impone in quanto tale e a cui ci si affida proprio perché resta remoto e non si compromette? La nostra è una democrazia cigolante, in crisi di rappresentanza, un varco che rischia di delegittimarla e la separa da un corpo sociale frammentato, per certi versi atomizzato e lacerato da contraddizioni estreme che non tengono più insieme la libertà e l’uguaglianza: è plausibile pensare che l’epifania di “Draghi” si sia fondata su una dimensione salvifica e che questa sia stata rafforzata dal “silenzio”. Almeno, all’inizio. Uno che non fa come gli altri e anche nel modo comunicare, che tanta parte ha nel gioco dell’immagine, mostra la sua differenza. Un’impostazione di questo tipo porta con sé un correlato indispensabile: il “silenzio” si autogiustifica sul piano simbolico e, tuttavia, deve comunque assolvere alla funzione che legittima il potere: proteggere l’integrità del corpo sociale e mantenerne la coesione. Tanto più quando chi viene chiamato da un coro così ampio e variegato ad esercitarlo, deve la sua investitura all’autorevolezza che gli viene riconosciuta per affrontare una condizione straordinaria come l’emergenza di una pandemia.

Draghi, lo stato di emergenza e/o lo stato d’eccezione

A spiegare la novità “Draghi” e il contesto concorre anche il passato. L’investitura arriva dopo una serie di interventi che, come abbiamo ricordato, hanno forzato regole e procedure con cui la Costituzione disciplina la costituzione di un governo e l’esercizio dello stesso. Vogliamo dire del ricorso ininterrotto del Governo Conte ai DCPM che bypassavano il Parlamento e vi arrivavano a cose fatte? Di maggioranze artificiali che si sono messe insieme, si sono dissolte, ricomposte per giungere ancora una volta al capolinea? E, ancor prima, di regie presidenziali che hanno costruito governi a prescindere da una legittimazione elettorale?

Draghi arriva in questo contesto che oscilla fra lo “stato d’emergenza”, deciso dal governo che lo ha preceduto e che con DCPM successivi lo ha prorogato fino al 30 aprile 2021 e quello che secondo alcuni è l’annuncio di uno “stato d’eccezione” – un termine usuale nella riflessione giuspolitica mitteleuropea – che di fatto verrebbe a sovvertire l’ordine costituzionale.

Dico, ad esempio, di Giorgio Agamben che riprende e radicalizza la distinzione che Carl Schmitt ne La dittatura (10) opera fra tra “dittatura commissaria” – una sospensione in attesa di ripristinare l’ordine costituzionale e “dittatura sovrana” che invece non solo sospende ma apre una fase del tutto nuova e non soggetta alla Costituzione precedente. Questa distinzione, con tutte le aporie che contiene, si trasferisce in quella tra *potestas*, legata comunque ad un ufficio, e *auctoritas*, il potere anomico della decisione del sovrano (11): per

Agamben nell'antica Roma questa dualità era presa in una dialettica che consentiva di governare le situazioni di estrema difficoltà senza annullarla e senza pregiudizio per l'integrità della res publica, mentre nella condizione moderna – quella in cui come dice Schmitt “il sovrano decide lo stato d’eccezione” – si va verso uno svuotamento progressivo della legge e si governa in una caricatura operativa e arbitraria “in forza della legge”.

La pandemia si inserisce in questo movimento e, nella lettura di Giorgio Agamben, diventa un ulteriore passo verso la sospensione delle garanzie costituzionali “attraverso l’instaurazione di un puro e semplice terrore sanitario e di una sorta di religione della salute. (...) Possiamo chiamare ‘biosicurezza’ il dispositivo di governo che risulta dalla congiunzione fra la nuova religione della salute e il potere statale con il suo stato d’eccezione. Esso è probabilmente il più efficace fra quanto la storia dell’Occidente abbia finora conosciuto. L’esperienza ha mostrato infatti che una volta che in questione sia una minaccia alla salute gli uomini sembrano disposti ad accettare limitazioni della libertà che non si erano mai sognati di poter tollerare, né durante le due guerre mondiali né sotto la dittatura totalitaria” (12).

Ripeto, il modo in cui Draghi è stato nominato, il suo silente accentrare su di sé il governo, chiudendo con la stagione delle esternazioni di questo e quello, fa di quel “silenzio” una spia quanto meno ambigua di un passaggio nel quale si intrecciano un potere carismatico, un’investitura extra-parlamentare (ancorché certificata post festum dal voto delle Camere) e una maggioranza trasversale che su di lui trova il minimo comune denominatore che la motiva a sostenere un governo in cui sono presenti sì tutti i partiti (meno uno) ma che si sintetizza e si concentra nell’Uno della Presidenza del Consiglio.

Questione di punti di vista, è bene sottolinearlo, che si danno nella compresenza di una vettorialità di forze che si bilanciano in un equilibrio di cui il tempo si incaricherà di mettere alla prova la stabilità e di certificare la direzione.

Il “Programma Draghi”

Sono molto interessanti, nel quadro indicato, le dichiarazioni programmatiche che il 18 febbraio 2021 il Presidente nominato si presenta davanti alle Camere. Legge e individua subito la motivazione della nascita del governo che ne costituisce anche l’obiettivo fondamentale:

“Il primo pensiero che vorrei condividere, nel chiedere la vostra fiducia, riguarda la nostra responsabilità nazionale. Il principale dovere cui siamo chiamati, tutti, io per primo come Presidente del Consiglio, è di combattere con ogni mezzo la pandemia e di salvaguardare le vite dei nostri concittadini. Una trincea dove combattiamo tutti insieme. Il virus è nemico di tutti”.

Dunque, il nemico-scopo è la pandemia e la battaglia richiede l’unità di tutti fondata su una “responsabilità nazionale”. Ma dove si colloca questo governo? In che rapporto sta con le istituzioni? “Draghi” si pone una domanda che riguarda il fondamento stesso del suo dicastero e del potere che gli è stato conferito dal Presidente della Repubblica e che il Parlamento si appresta a ratificare. E la domanda, implicitamente, rimanda alla sottile linea di confine oltre la quale l’emergenza diventa eccezione:

“Nel rispetto che tutti abbiamo per le istituzioni e per il corretto funzionamento di una democrazia rappresentativa, un esecutivo come quello che ho l’onore di presiedere, specialmente in una situazione drammatica come quella che stiamo vivendo, è semplicemente il governo del Paese. Non ha bisogno di alcun aggettivo che lo definisca. Riassume la volontà, la consapevolezza, il senso di responsabilità delle forze politiche che lo sostengono alle quali è stata chiesta una rinuncia per il bene di tutti, dei propri elettori come degli elettori di altri schieramenti, anche dell’opposizione, dei cittadini italiani tutti. Questo è lo spirito repubblicano di un governo che nasce in una situazione di emergenza raccogliendo l’alta indicazione del capo dello Stato”.

È “Draghi” stesso a definire il perimetro in cui nasce il governo e da cui trae legittimazione: la condizione di emergenza, “drammatica”, del Paese.

Lo definisce il “governo del Paese”, senza aggettivi, governo che non si legittima per la rappresentanza maggioritaria di una parte politica, ma in quanto tale, in una sorta di tautologia che si dà in riferimento a un Nemico esterno, la pandemia;

la rinuncia: perché il governo nascesse è stato necessario che le forze politiche accettassero “una rinuncia per il bene di tutti”. E poco dopo, mentre respinge la tesi che il governo sia nato dal fallimento della politica,

è lui stesso ad ammettere che si tratta di “un nuovo e del tutto inedito perimetro di collaborazione”, in cui nessuno arretra rispetto alla propria identità e fa “un passo avanti per rispondere alle necessità del Paese”: un governo che nasce raccogliendo “l’alta indicazione del capo dello Stato”.

Sono motivazioni diverse, non simmetriche, con aspetti inediti: siano certamente in uno stato d’emergenza, forse non ancora al “sovrano che decide dello stato d’eccezione”, certamente sul bordo delle regole Costituzionali. A queste, aggiunge un valore superiore che nell’emergenza viene prima di ogni appartenenza, “il dovere della cittadinanza”: è questo il tratto comune che accomuna “politici e tecnici” dell’esecutivo, “siamo tutti semplicemente cittadini italiani, onorati di servire il proprio Paese”. Il dettato formale della Costituzione – articolo 92, “Il Presidente della Repubblica nomina il Presidente del Consiglio dei ministri e, su proposta di questi, i ministri” – è rispettato.

Va ricordato come, nel tempo, negli spazi bianchi del Testo, si siano consolidate via via delle prassi (le consultazioni, il mandato esplorativo...). In uno spazio bianco si aggiunge un governo che si fonda su una “rinuncia” dei partiti e che omogenizza le differenze in nome del “dovere di cittadinanza”. A questo punto, analizzare le modalità della comunicazione non è quindi solo un’operazione tecnica, quanto piuttosto una cartina al tornasole di un assetto delle istituzioni e del potere.

Nel limbo

“Chi tace – scrive ancora Canetti – gode di un vantaggio: le sue parole sono maggiormente attese, si attribuisce ad esse maggiore peso. Rare e isolate, esse assomigliano a comandi”. “Draghi” all’inizio “non parla”. E’ chiaro come la quantità, in questo caso, sia inversamente proporzionale non alla qualità ma al livello dell’attesa e alla densità con cui il messaggio viene percepito. Minima la prima, massimo il secondo. Il Presidente ha reso al Parlamento le dichiarazioni programmatiche, dopo di che ha svolto una serie di interventi ufficiali e senza contraddittorio, in occasioni significative per le aree di interesse sociale toccate: le pari opportunità e la condizione della donna, l’innovazione del lavoro e la coesione sociale, l’emergenza la vaccinazione al Centro Vaccinale di Fiumicino, l’inaugurazione del Bosco della Memoria a Bergamo, la ricerca scientifica in occasione della consegna delle borse di studio alla Fondazione Veronesi.

E tuttavia queste apparizioni, sempre prive di un qualsivoglia momento di confronto con i soggetti dell’informazione, sono state accompagnate da un crescente disagio per un atteggiamento che, nel protrarsi del “silenzio”, ne consumava il valore simbolico e, comunque, lo metteva in competizione con un valore fondante della democrazia: la trasparenza di chi esercita il potere, il dover rendere conto dei propri atti, la necessità di un rapporto con i mezzi d’informazione nella loro funzione di intermediazione con la società.

Un limbo, insomma, in cui potremmo anche vedere, sullo sfondo, confrontarsi la potenza simbolica del potere che si ritrae e la sua laica e secolare ostensione, con il grande sacerdote che alla fine interviene e decide. Accetta di uscire dall’iconostasi, dietro alla quale anche nel tempo della democrazia continuano a proteggersi istituzioni internazionali, tecno e buro-crazie.

Una degnazione principesca in una condizione inedita, da parete di chi non sente questo vincolo della visibilità? Oppure, una necessità pragmaticamente riconosciuta, quando cioè la impone la straordinarietà della situazione che fonda l’esistenza di questo governo così diverso da tutti quelli che lo hanno preceduto? Non solo “Draghi” si mostra, ma interloquisce e contratta il suo discorso. E trascorso un mese dall’insediamento quando appare in una conferenza-stampa, a cui via via se ne aggiungono altre, al punto da inaugurare una serie. Dopo il “silenzio” arriva, quindi, il tempo della comunicazione. Dunque, si è trattato solo di un intervallo dopo del quale si ritorna alle precedenti abitudini? Potrebbe anche essere, anche se sarebbe assai difficile immaginare “Draghi” che si affaccia festante e urlante al balcone di Palazzo Chigi o che ne esce per imbandire una conferenza sul selciato della piazza, dietro a un tavolo da bar, il microfono in mano. Piuttosto, sembra un’altra mossa che si legittima nel diveniente quadro delle opportunità. Prima no, adesso bisogna fare così. Intanto, prima di qualunque giudizio, è il caso di andare a vedere. Analizzeremo trasversalmente questi eventi comunicativi e ne descriveremo la fenomenologia di alcuni tratti ricorrenti.

“Draghi” parla.

La conferenza-stampa rappresenta lo spazio ufficiale della comunicazione, ha una sua ritualità e un sistema di regole che stabilisce ruoli, modalità, spazi e tempi. Per un’istituzione è il momento in cui ci si presenta agli operatori dell’informazione e si apre al confronto: una cornice flessibile in cui si possono fare delle dichiarazioni e/o si risponde alle domande. Può succedere che si facciano soltanto delle dichiarazioni e non

si accettino domande, capita in particolare nei regimi in cui la comunicazione è unidirezionale ed esclude contraddittori, oppure che si mettano insieme le due modalità, o ancora che si lasci libero spazio alle domande, disponendosi a rispondere. "Draghi", dopo un black-out iniziale, rotto soltanto da presenze in sedi istituzionali o in eventi ritenuti significativi per l'area tematica e per l'importanza della cornice organizzativa, ha aperto questo fronte.

Ne analizzeremo la testualità per capire il modo in cui si è posto in questa cerimonia istituzionale e se si siano manifestate delle singolarità e, nel caso, di vedere se siano aspetti che riguardano semplicemente la personalità o che invece tradiscono ... altro e, cioè, riportano al contesto inedito in cui nasce il governo.

Mai solo.

"Draghi" non si è mai presentato da solo. Si è sempre fatto accompagnare da uno o più ministri. Una consuetudine che può essere variamente interpretata. Il Presidente ha sentito il bisogno di un appoggio, una sorta di uscita di sicurezza rispetto a situazioni che avrebbero potuto metterlo in difficoltà. Oppure, questa entrata in scena in compagnia rimanda a un atteggiamento "regale", da dominus che ha intorno a sé una corte a cui demanda i dettagli e gli approfondimenti, lasciando a sé il quadro.

Non è stato certo il primo a presentarsi così, e tuttavia, nel nuovo contesto dell'eccezionalità che nell'emergenza lo riguarda, questa compresenza assume un significato che ribadisce, intanto, una centralità articolata su una condivisione che potremmo definire tecnica: il Presidente lascia la parola e la autorizza, ma nel contesto del suo discorso-cornice. D'altronde, uno delle novità di questo governo sul piano della comunicazione è la totale assenza di visibilità dei ministri: è finito il tempo in cui ognuno quotidianamente diceva la sua, aprendo fronti, polemizzando e mettendo a repentaglio l'immagine di coesione e la tenuta stessa della compagine. Qui i ministri parlano, ma quando "Draghi" gli dà la parola e accanto a lui.

Le vostre domande.

"Dirò due parole d'introduzione". "Ascolto le vostre domande, son qui per stare con voi".

"Draghi" svolge sintetiche dichiarazioni preliminari, quando la conferenza è convocata per comunicare provvedimenti appena presi dal governo, oppure preferisce offrirsi subito alle sollecitazioni che gli vengono dai giornalisti. Insomma, nella formalizzazione della conferenza, lascia la parola e si dispone a rispondere. Preferisce giocare di rimessa, piuttosto che con una illocuzione centrata su sé stesso e univoca. Anche in questo caso pare di rilevare una sottile ambiguità tra l'ascolto e la concessione.

Lo stile è sempre ispirato a una sobrietà gentile: non contesta le domande, non alza i toni la dove ci sono intenzioni polemiche, parla con cadenzata chiarezza.

Dov'è?

"Draghi" quando risponde cerca sempre l'interlocutore, lo vuole vedere per rivolgersi in un rapporto da persona a persona o, se si vuole, per individuarlo nella platea che ha di fronte. È una curiosa e reiterata insistenza, come se avesse bisogno di appoggiare la risposta alla certezza di un'interlocuzione in presenza.

Il riso e l'anacolutto

Capita spesso che il suo discorso s'interrompa nella consequenzialità sintattica, come se in quel momento "Draghi" rifletta su ciò che ha appena detto e senta il bisogno di precisare, anche aprendo una parentesi o ricorrendo a un termine più preciso di quello che aveva appena usato. Un discorso che si fa in diretta e nasce in una sorta di interlocuzione con sé stesso che lo sottopone a un esame e a una ininterrotta validazione. Parla ad esempio delle "spiegazioni", le distingue tra "comprensibili" e "incomprensibili" e poi si sorprende per aver detto di "spiegazioni incomprensibili". Questo rompersi/riprendersi del discorso viene a coincidere con un contrappunto ironico. "Draghi" non solo parla, ride? Lo sentiamo in una frase che si resta sospesa in una pausa, in un nella chiosa ammiccante – con sé stesso prima che con gli altri – alla fine di un'affermazione, quando fa il verso a sé stesso per avere usato l'ennesimo termine inglese o manifesta una modestia ("Ci sono molte cose che s'imparano guardando gli altri") o infilando un inciso che inceppa la continuità.

Tutto questa nella calma di un discorso che non forza mai (a parte l'invettiva contro chi salta la fila nelle vaccinazioni, dunque, se serve, è anche capace di alzare un tono passionale che non sembra nelle sue corde), che non ha impeti retorici e una facondia spettacolare, anzi, l'impressione è che il discorso sia sempre sorvegliato affinché non ecceda mai, anche quando si contestano critiche. "Draghi" resta in una misura, può

riprendere anche un rilievo che gli è stato mosso ma lo fa senza ansie, nemmeno dando troppo peso. Insomma, con un understatement che certo gli appartiene ma è autorizzato anche da questa diversità che lo rende ... unico e, dunque, gli consente una distanza che altri non possono permettersi.

Non mi ricordo

Conferma questo atteggiamento una vaga assenza che a volte si infila nel discorso. Gli capita di non ricordare una domanda (“*La prima domanda era ...?*”, “*S’era detta una domanda, ho perso il filo...*”), oppure ci ritornarci dopo aver concluso, di ammettere di non conoscere un dettaglio o di non sapere quando ci sarà un incontro. Anche questo rientra nell’impressione generale di una nonchalance, di un distacco, che alla fine rimanda sempre a un’idea di superiorità, che si esprime con il sussiego o, per citare un manuale canonico, la sprezzatura:

“Trovo una regula universalissima, la qual mi par valer circa questo in tutte le cose umane che si facciano o dicano più che alcun altra: e cioè fuggir quanto più si po, e come un asperissimo e pericoloso scoglio, la affettazione; e, per dir forse una nova parola, usar in ogni cosa una certa sprezzatura, che nasconda l’arte e dimostri ciò, che si fa e dice, venir fatto senza fatica e quasi senza pensarvi...Da questo credo io che derivi assai la grazia: perché delle cose rare e ben fatte ognun sa la difficoltà, onde in esse la facilità genera grandissima maraviglia; e per lo contrario il sforzare e, come si dice, tirar per i capegli dà somma disgrazia e fa estimar poco ogni cosa, per grande ch’ella si sia. Però si po dire quella essere vera arte, che non pare essere arte; né più in altro si ha da poner studio che nella nasconderla: perché, se è scoperta, leva in tutto il credito e fa l’omo poco estimato” (13).

Un’arte del discorso che non tradisce mai tensioni e sforzi, a volte persino con un’impressione di distacco e di provvisorietà, a parte i momenti in cui entra nel merito dei meccanismi dell’economia e nel suo campo di competenza.

Primo... secondo ... terzo...

Spesso nella spiegazione di una decisione o di un’impostazione “Draghi” procede a un’analitica disamina degli argomenti e li mette in fila secondo una progressione numerica. Un modo per scandire il discorso e riportarlo a una logica di chi distingue e isola in una concatenazione volta a evitare equivoci e confusioni.

Questo modo di argomentare si inquadra all’interno di una più ampia disposizione che presiede sia alla costruzione del discorso sia all’esercizio del governo. “Draghi” ha ripetuto più volte la sua vocazione al pragmatismo: nessuna cornice ideologica pregiudiziale che orienti o determini le decisioni, le scelte avvengono nel perimetro delle circostanze date e nel quadro delle possibilità che si offrono. Alle sollecitazioni sulla fine delle chiusure: “E’ desiderabile riaprire, la decisione dipende dai dati a disposizione”. E a proposito della riapertura: “Il governo ha preso un rischio, un rischio ragionato, fondato sui dati che sono in miglioramento, ma non in miglioramento drammatico, sono in miglioramento”. Sugli elementi in base a cui si prendono decisioni: “Non mi pare che non sia conto dei fondamenti scientifici delle decisioni prese, non mi pare che siano iniziative prese, come ho detto in un altro contesto, per vedere l’effetto che fa”. Se enuncia una data, se assume un impegno – ad esempio sui grandi lavori – esplicita l’assunzione di una responsabilità: “Siamo sicuri di questo, se no non le darei una data, sono sicuro che andate a vedere se i cantieri sono aperti, se no venite da me...”. Prudenza, accortezza, “Draghi” non dimentica l’ambiguità del punto di vista: quello che sta esponendo, quello da cui mette in discussione, controlla e verifica con se stesso, e quello del destinatario:

- “La domanda è: ce la farà questo paese a crescere per poter ripagare i debiti di oggi?”
- “La domanda che uno si fa, come quando si parla di rimborsi da parte dello Stato ma quando le vedo queste cose?”.

Il rapporto con l’Europa e il coordinamento con Bruxelles? “Bisogna essere pratici, il coordinamento europeo ha un grandissimo valore aggiunto, l’ho sempre sostenuto, ma qui si tratta della salute, se funziona si segue, se non funziona bisogna andar per conto proprio, questo è il pragmatismo”.

E quando gli chiedono se abbia una visione con cui affrontare i problemi: “Francamente è una domanda molto vasta, mi trova impreparato – dov’è (cerca il giornalista) – non è che io abbia affrontato questa esperienza con una teoria a dello stato nell’economia. Si tratta di affrontare un’esperienza chiamiamola emergenziale, quindi avviare bene la campagna vaccinale, questa è la base su cui poi riparte l’economia. Il tempo delle

grandi scelte economiche per cui si va in un indirizzo, si programma il futuro eccetera, secondo me appartengono di più alla normalità che non all'emergenza. Verrà, io spero che venga il tempo in cui io potrò risponderle sulle mie vedute in tema di struttura della società e dell'economia, ma per ora è presto".

Dunque ci troviamo in uno stato d'emergenza e sono i fatti – meglio ancora i dati – che indirizzano le scelte con parametri che, ad esempio, hanno presieduto alla classificazione per colori delle situazioni regionali. "Draghi" è il gestore della compatibilità possibile in un'emergenza, non ha pregiudiziali ma reagisce a quello che si sta verificando. Insomma, un ragionamento pragmatico: ora, adesso, il problema sanitario viene prima di tutto, perché la sua soluzione è il presupposto per far ripartire l'economia, poi verrà il tempo della normalità e dunque delle decisioni organiche e strutturali. E, quando i numeri incoraggiano, si va a una prudente riapertura.

Ciò non vuol dire che si seguano semplicemente gli eventi, "Draghi" assume rischi, "ragionati", lancia una "scommessa" che inverta finalmente la direzione dell'emergenza e però la contestualizza nei dati che la favoriscono e nelle condizioni – ad esempio i comportamenti dei cittadini – che ne costituiscono una componente strutturale.

L'Europa casa familiare di un attore importante sulla scena continentale

Gestione dell'emergenza, dunque, ma anche uno sguardo largo che non si restringe mai al Paese. L'Europa, l'abbiamo visto, è un ineludibile punto di riferimento. Dal modo in cui ne parla, si percepisce che Draghi si trova in una casa familiare nel cui contesto va collocata anche questa avventura nel condominio italiano. Non è solo una rivendicazione di appartenenza, "Draghi" si presenta come un attore importante sulla scena continentale.

Voglio tornare in questo senso a una battuta che ha sollevato polemiche e che rivela come quella che ci appare come la superficie del campo della comunicazione nasconda strati forse anche imprevedibili, come cioè il testo racchiuda in sé sottotesti che vanno oltre la lettera di quello che viene detto. Machiavelli, il leone e la volpe ... Viene chiesto a "Draghi" un giudizio sul sofà sul quale si è dovuta sedere Ursula Von der Leyen, Presidente della Commissione Europea. E la risposta sorprende per il termine che usa a proposito del Presidente Recep Tayyip Erdogan: *"La considerazione da fare con questi ... chiamiamoli per quello che sono dittatori, di cui però si ha bisogno per collaborare. Uno deve essere franco nell'esprimere la propria diversità di vedute, di opinioni, di comportamenti, di visioni della società e deve anche essere pronto a collaborare, a cooperare più che collaborare, per assicurare gli interessi proprio paese, bisogna trovare l'equilibrio giusto".*

Nessuna perifrasi, dittatore. Un eccesso di franchezza? Poca accortezza da parte di un Presidente del Consiglio che dovrebbe misurare gli effetti di quello che dice, tanto più quando parla di una personalità che con l'Europa ha aperto un contenzioso complesso? Sono molti a criticare Draghi. Ma si tratta davvero di uno scivolone, peggio, di un boomerang? Tutto è possibile, però come pensare che un uomo così abituato alla misura pragmatica delle cose non usi la stessa prudenza nello scegliere le parole. Che cioè non ci possa essere una calcolata premeditazione nell'uso di quell'epiteto.

Pragmatico, dunque, e perciò pronto anche a forzare un'affermazione, se serve, se torna utile e consente sia di colpire una sensibilità diffusa – in questo un sentimento ostile verso il premier turco che calpesta i diritti umani – sia, indirettamente, di mandare un segnale esplicito non tanto e non solo al diretto interessato ma agli attori principali della controversia con un leader decisivo nello scacchiere della geopolitica. Per l'Europa, per la nuova amministrazione americana, per l'Italia stessa che a un braccio di mare si trova la Libia, terra su cui si allungano ambizioni pericolose quanto potenti, della Russia come della Turchia. Insomma, il tecnico-presidente, quest'anomalia a Palazzo Chigi porta nel suo discorso la larghezza di un punto di vista, inusuale per la politica corrente, e la capacità di fare del discorso un campo da gestire con pragmatica efficacia e uno sguardo largo che ha chiara davanti a sé l'agenda, sia quella della pandemia, sia quella della politica internazionale.

Un super-tecnico-cittadino ... europeo

Insomma "Draghi" si propone con un profilo doppio e, dal suo punto di vista, in una sintesi che dice molto della sua novità. Da un lato, un "tecnico" che non si richiama a un orientamento politico – d'altronde, la sua maggioranza riunisce partiti all'opposto gli uni degli altri, quindi sarebbe deleterio ogni sconfinamento che

possa far pendere la bilancia da una parte o dall'altra – comanda l'emergenza che dunque definisce il contesto di decisioni che riguardano il paese tutto, la sua tenuta complessiva, secondo un criterio di priorità che lega vaccinazione e ripartenza.

Dall'altro, come ha sottolineato nelle dichiarazioni programmatiche, un "cittadino" che motivato dal dovere insito nella sua cittadinanza assume il governo del paese con altri "cittadini" che hanno rinunciato alla particolarità di una posizione politica. Così si pone nei discorsi che svolge, un "tecnico-cittadino", sarebbe subito da aggiungere un "super-tecnico-cittadino" per l'autorevolezza di una carriera che gli merita l'incarico di Presidente del Consiglio e per il fatto che questa cittadinanza respira un'aria che per un verso dalla Penisola si espande al continente, per l'altro, dal Continente scende sulla Penisola. Per non parlare dei venti Atlantici. Poi, possiamo mettere in gioco le categorie tradizionali con cui si fa ordine nel discorso della politica, destra/centro/sinistra, progressisti/riformisti/moderati/ conservatori, e sforzarci di metterlo da qualche parte, salvo scoprire che si tratta di un gioco del tutto anacronistico.

Intanto, bisognerebbe ricordare come quelle coordinate siano oggi abbastanza sfilacciate, se non altro a sentire le domande di rifondazione che attraversano gli schieramenti politici in un tempo segnato, oltre che dalla crisi di legittimazione dei partiti e in generale della politica, dalla globalità e da organismi sovranazionali che generano nuove contrapposizioni, come dimostra l'irrompere dei sovranismi e dei populismi.

La verità è che Draghi non sta da nessuna parte, non ha luogo, almeno nella mappa istituzionale che conosciamo, il suo pragmatismo tecno-civico bypassa ideologie e posizioni partitiche, e lo pone come inedito dominus della scena super partes, lui e il suo programma: una pragmatica risposta a un'emergenza. La figura di un dominus-cerniera che solo lui può interpretare, di un traghettatore con poteri inediti che gli vengono dal modo in cui gli è stato conferito e approvato l'incarico: non deve cambiare la società, deve tirarla fuori dall'eccezionalità di una pandemia e rimetterla sulla carreggiata dello sviluppo utilizzando al meglio le risorse che arrivano dall'Europa.

Se si va sul sito della Presidenza del Consiglio, nell'home page in un riquadro campeggiano le parole d'ordine del *transitus* draghiano: *Giovani, Parità di genere, Coesione sociale, Campagna vaccinazione, Next Generation EU, Scuola, Ambiente, Lavoro*.

Siamo di fronte a un quadro-bussola in cui temi e valori fondanti delle democrazie moderne si accompagnano a novità emergenziali, una modernità del Dopo introdotta da un crisi che il Covid-19 ha esasperato: i giovani a cui dare un futuro, la tenuta di una società scissa e stressata dalle disuguaglianze crescenti, il maschile e il femminile, l'allarme per il cambiamento climatico, il lavoro che espelle tanti, cambia e genera nuovi sfruttamenti, la scuola che rischia di implodere nel distanziamento, le frontiere delle tecnologie digitali e della sostenibilità, e l'imperativo della vaccinazione. Il Covid-19 porta un sistema alla resa dei conti e il sistema prova a rigenerarsi, facendo della congiuntura pandemica l'occasione strutturale di una *nova aetas* e di un *novus ordo*.

Draghi stila un'agenda politica in cui una politica è tutta deideologizzata si traduce in un pragmatismo che non si limita a gestire l'esistente ma si dà gli strumenti per comporre le contraddizioni. Non è più tempo di preliminari inconcludenti, è ora di decidere e agire, e la bussola è quella del pragmatismo nell'emergenza di un uomo solo al comando. Nel programma nulla richiama al tema delle istituzioni, al loro rapporto con i cittadini, all'Europa ancora da fare, all'economia e alle bolle finanziarie, alle contraddizioni del reale e del virtuale. Tanto meno allo slittamento oggettivo che comporta il super-tecnico-cittadino europeo.

Conclusioni

Viene allora da porsi la domanda cruciale: quanto sia l'emergenza che costringe il potere a un cambiamento di stato e quanto invece sia il potere che approfitta dell'emergenza per ristrutturarsi. Non è facile, in questo momento, dare una risposta, di certo siamo in uno snodo significativo di un passaggio che adesso possiamo leggere nella diacronia di un sistema che, come abbiamo ricordato, è già cominciato da alcuni anni, al punto che non possiamo più considerarlo un incidente congiunturale ma un processo strutturale che investe un modello di democrazia e la filiera tradizionale che ha mediato tra la società e il potere, ha definito modalità di rappresentanza e di formazione dei governi.

Draghi sfugge alle vecchie categorie e l'immagine disincantata da laico sacerdote e conversevole con cui ci appare nelle occasioni pubbliche, rompendo il nero in cui esercita il potere nel palazzo, dice anche che qualcosa non è più come prima, anche se non sappiamo bene come sarà. Limbo, guado, traghettatore ... c'è

un punto e quale in cui si compie un passaggio di stato? O siamo in un intermezzo in cui forme ancora riconoscibili ne fanno intravedere altre non ancora nettamente disegnate?

Draghi/"Draghi" – la barra, ambigua, è ineliminabile – conferma che il Dopo è già cominciato e che la sua genealogia interseca e aggroviglia l'una sull'altra la crisi della politica e l'emergenza pandemica. I problemi sono tanti e le contraddizioni anche. Che il potere, che tutto sa, non si stia attrezzando per governarle sul bordo ambiguo di uno "stato d'eccezione"?

In una scena famosa di *Amarcord* di Federico Fellini, la gente del Borgo prende il largo al tramonto su fragili barchette per vedere il passaggio di un transatlantico meraviglioso e affascinante che promette un'altra vita. Si chiamava Rex.

Note

(1) I titoli di alcuni giornali del 3 febbraio 2021 sull'incarico a Draghi: "L'ora di Draghi" (La Repubblica), "I costruttori" (su foto di Mattarella e Draghi, La stampa), "Emergenza Italia: la carta Draghi" (Il Messaggero), "Finalmente Draghi" (il Giornale), "Tocca a lui" (Il Giorno), "Arriva Mario Draghi" (Il dubbio). Voci dissonanti: "Renzi ci regala l'ammucchiata" (Il fatto quotidiano), "Il commissario" (il manifesto) e l'ironico "In bocca alla Draghi" (Il Tempo). Nel giorno dell'insediamento, il 13 febbraio 2021: "Un governo per la ripartenza" (Il Messaggero), "Crepi il lupo" (su una foto di Draghi che saluta, La stampa), "Fine dei dilettanti" (Il Giornale), "Task Force Draghi" (La Repubblica), "Governo di responsabilità nazionale" (Il Giorno), "Draghi, governo per le riforme" (Il Mattino). Anche se non mancano distinguo: "Tutto qui?" (Il fatto quotidiano), "Non è un governo da Draghi" (Il Tempo), "Dragstore" (il manifesto).

(2) "Quello che è interessante in Mario Draghi non sono solo i suoi successi, molti e ormai ampiamente riconosciuti, che come le gesta di un eroe moderno appartengono alla categoria della storiografia, ma il percorso che ha seguito per conseguirli. Le sue modalità sono rivelatrici del carattere dell'uomo, della sua formazione, di ciò che ha appreso dalle esperienze della vita. Esiste dunque "un metodo Draghi", peraltro unico e irripetibile in quanto insito nella natura dell'uomo". Cfr. Marco Cecchini, *L'enigma Draghi*, Prefazione di Giuliano Amato, Roma, Fazi, 2020, 256 p. [La citazione è a p. 4].

(3) "Volendo descrivere il metodo di lavoro di Draghi, in sintesi si potrebbe dire che si fonda su quattro verbi declinati all'infinito: identificare l'obiettivo, circondarsi di collaboratori funzionali, delegare, decidere dopo avere ridotto al minimo i rischi. Tale è il prodotto di un uomo molto pragmatico. Sembra che Draghi abbia quel tanto di cinismo rispetto i mezzi che avrebbe un americano, la giusta dose di rigidità rispetto all'obiettivo di un tedesco, e la grande cautela nelle scelte tipica di un italiano" in Marco Cecchini, *L'enigma Draghi*, op.cit., p. 35.

(4) *Ibidem*, le due citazioni si trovano rispettivamente a p. 37 e a p. 33.

(5) Secondo un sondaggio Tecné con agenzia Dire pubblicato il 21 febbraio 2021 il consenso per il governo sfiora il 60 per cento che per Draghi sale quasi al 62 per cento.

(6) "Questa è l'origine del grande Leviatano, o meglio, per parlare con più riverenza, di quel dio naturale al quale noi dobbiamo, al di sotto del Dio immortale, la nostra pace e la nostra difesa. Infatti con l'autorità concessa a lui da ogni singolo individuo nello stato egli possiede tanto potere e tanta forza, che gli sono stati conferiti, che col terrore così ispirato è in condizione di ridurre tutte le volontà di essi alla pace in patria e al reciproco aiuto contro i loro nemici esterni", *Leviatano*, II, 17. La citazione è tratta dall'edizione del 1982: Thomas Hobbes, *Leviatano*, Editori Riuniti, 1982, pp. 110-111.

(7) "Essendo adunque un Principe necessitato sapere bene usare la bestia, debbe di quella pigliare la volpe e il leone; perché il leone non si difende da' lacci, la volpe non si difende da' lupi. Bisogna adunque essere volpe a cognoscere i lacci, e leone a sbigottire i lupi. Coloro che stanno semplicemente in sul leone, non se ne intendono. Non può pertanto un Signore prudente, né debbe osservare la fede, quando tale osservanza gli torni contro, e che sono spente le cagioni che la feciono promettere. E se gli uomini fussero tutti buoni, questo precetto non saria buono; ma perché sono tristi, e non l'osserverebbero a te, tu ancora non l'hai da osservare a loro. Né mai a un Principe mancheranno cagioni legittime di colorare l'inosservanza". Niccolò Machiavelli, *Il Principe*, Capitolo XVIII.

(8) Su questa linea, a titolo di esempio: Donatello D'Andrea, *La comunicazione di Mario Draghi: la politica del silenzio*, Il Corriere Nazionale, 27 marzo 2021 e *Comunicazione e consenso al tempo di Draghi. L'analisi di FB&Associati/L'indicazione del nuovo inquilino di Palazzo Chigi è: "Comunicare solo quando c'è qualcosa da dire e far parlare i fatti"*, una strategia molto diversa dal suo predecessore. *Funzionerà? L'analisi di FB Bubbles sulla comunicazione del Governo e i suoi effetti sulle strategie di consenso delle forze politiche*, 18 marzo 2021; *Conte e Draghi i segreti della comunicazione di due premier spiegati dal prof. Mario Benedetto*, in *Lavori in corso*, 25 marzo 2021.

(9) Elias Canetti, *Masse und Macht*, Hamburg, Claassen Verlag, 1960, 560 p. Traduzione italiana di Furio Jesi: *Massa e potere*, Milano, Rizzoli, 1972, 569 p. Poi nell'edizione pubblicata da Adelphi, 1981, dalla quale cito alle pp. 355-356.

(10) Cfr. Carl Schmitt, *Die Diktatur. Von den Anfängen des modernen Souveränitätsgedankens bis zum proletarischen Klassenkampf*, München und Leipzig, Duncker & Humblot, 1921.XV-211 p. Traduzione italiana: Carl Schmitt, *La dittatura: dalle origini dell'idea moderna di sovranità alla lotta di classe proletaria*, Roma-Bari, Laterza, 1975, XXX-288 p. Oggi nell'edizione a cura di Antonio Caracciolo, Roma, edizioni Settimo Sigillo, 2006, IV-338 p.

(11) Cfr. Giorgio Agamben, *Stato d'eccezione. Homo sacer*, 2.1., Torino, Bollati Boringhieri, 2003, 120 p.

(12) Giorgio Agamben, *A che punto siamo? L'epidemia come politica*, Macerata, Quodlibet, 2020, p. 1

(13) Baldesar Castiglione, *Il libro del Cortegiano*, a cura di Giulio Preti, Torino, Einaudi 1960, XXXI-441 p. [La citazione è a p. 44]. Il Trattato è stato scritto nel 1528.

STUDI-SAGGI/5

La comunicazione essenziale di Draghi.

Un nuovo linguaggio basato sul pragmatismo ³⁸

Francesco Giorgino ³⁹

Si racconta che nella prima riunione del Consiglio dei Ministri Mario Draghi, dopo aver ringraziato il Capo dello Stato che lo ha voluto a capo di un Esecutivo di unità nazionale, abbia invitato i responsabili dei dicasteri freschi di nomina (o, comunque, di riconferma) ad attenersi ad una regola che oserei definire di buon senso prima ancora che tecnica: comunicare ciò che viene realizzato e non ciò che si intende realizzare. Poche parole attribuite dai retroscena giornalistici all'ex capo della Bce le quali ci inducono, in previsione del discorso programmatico che Draghi farà mercoledì 17 febbraio al Senato in vista del voto di fiducia al suo governo, ad ipotizzare il modello comunicativo preferito dal Presidente del Consiglio. Un modello ispirato al pragmatismo e all'essenzialità.

Poniamoci, anzitutto, il problema di definire la differenza esistente tra la "pragmatica della comunicazione" (nel nostro caso di quella istituzionale) e la "comunicazione pragmatica". Nel primo caso si fa riferimento all'uso contestuale del linguaggio in quanto "azione concreta": l'intento è quello di valorizzare le modalità interpretative dei significati in ordine alla situazione contingente che rileva dal punto di vista politico, sociale e culturale. Nel secondo caso si fa riferimento, invece, alla ricerca della fattualità, a modalità espressive, tone of voice, linguaggio verbale, para-verbale (prosodia) ed extra-verbale (cinesica) non dispersive. Una comunicazione pragmatica è una comunicazione radicata nella logica della dimostrabilità e delle evidenze empiriche: una costante – e giammai un'opzione – per chi proviene dal mondo accademico e per chi opera volendo separare il certo dall'incerto, il possibile dal probabile, le intenzioni dalle deliberazioni. Pragmatico è ciò che attiene ai fatti, a ciò che è realistico, a ciò che è concreto. Pragmatico è chi comprende che esagerare nell'annuncio di cose che si vorrebbe fare, ma che non si possono fare per tanti motivi (in passato è stata messa in evidenza, a tal proposito, la patologia della "annunciate") significa sì sfruttare a proprio vantaggio l'effetto wow del marketing ovvero l'effetto dello stupore e della meraviglia che a breve termine produce effetti positivi in termini di posizionamento e di followership, ma anche generare confusione nei cittadini che spesso non sono più in grado di distinguere i provvedimenti in vigore, da quelli ancora da approvare e da quelli frutto di desiderio. Dunque, pragmatismo.

Alla base di questa postura culturale (mi piace definirla così!) e di questa metodologia operativa, che fa coincidere la credibilità del soggetto con la sua reputazione e la sua capacità di accorciare le distanze tra "il dire e il fare", da un lato, e "tra il fare e il dire", dall'altro, vi è una doppia consapevolezza. La prima è determinata dalle caratteristiche dell'artefice del processo comunicativo. Ogni premier è diverso dall'altro. Ogni governo è diverso dall'altro. La seconda è determinata, invece, dalla necessità di non sovrapporre il piano istituzionale a quello politico, sapendo che le istituzioni hanno un modo peculiare di gestire la propria presenza nella sfera pubblica. Presenza che non ha nulla a che fare con la propensione alla massimizzazione del consenso alla quale normalmente puntano partiti e leader politici in un orizzonte temporale sempre più ristretto.

L'autorevolezza di Mario Draghi, riconosciuta a livello internazionale e nazionale, si fonda su elementi che finiscono per intrecciarsi l'uno con l'altro e che determinano un profilo identitario ben strutturato: competenza multidisciplinare, lungimiranza, capacità di mediazione, propensione alla sintesi più che alla gestione dello scontro tesi-antitesi, senso politico, cultura istituzionale, visione sovranazionale, sobrietà e riservatezza. Sarebbe un errore immaginare tutte queste categorie incompatibili con la ricerca, altresì,

³⁸ Open Society – Università Luiss, Roma – 15.2.2021 - <https://open.luiss.it/2021/02/15/la-comunicazione-essenziale-di-draghi-un-nuovo-linguaggio-basato-sul-pragmatismo/>

³⁹ Direttore del Master Luiss in *Comunicazione e Marketing politico ed istituzionale*, professore *Content Marketing & Brand Storytelling*

dell'engagement dei cittadini. Ricerca necessaria specie in un frangente storico nel quale l'elemento fiduciario si costruisce, anzitutto, intorno al valore della trasparenza delle istituzioni e specie a fronte di un contesto emergenziale dal punto di vista sanitario, economico, sociale, come ha ricordato qualche giorno fa Sergio Mattarella. Si può essere empatici anche senza aumentare il volume della comunicazione e senza accrescere a dismisura l'entità degli atti comunicativi, limitando per esempio l'interlocuzione con l'opinione pubblica ai soli provvedimenti adottati per enfatizzare la dimensione conativa (e quindi quella pragmatica) del combinato disposto misure/soluzioni, specie dopo aver percorso traiettorie dialogiche anche con quelle cognitive ed emozionali. Si innesca qui l'altro elemento utile alla costruzione di questo nuovo paradigma comunicazionale, ovvero l'essenzialità. Chiediamoci quando una comunicazione istituzionale è essenziale, dopo aver visto quando e se essa è pragmatica. Ecco alcuni possibili significati di questo sostantivo.

Filosoficamente l'essenzialità coincide con l'ontologia più che la fenomenologia, ma anche con i principi di necessità e di semplicità (che di certo non si sostanziano nella semplificazione e nella iper-semplificazione). Si identifica con la sostanzialità e la contestualità e con quel minimalismo che si traduce in elocui asciutti e sintetici, che si appella all'uso di significanti verbali e non verbali in grado di ridurre la polisemicità e l'ambiguità semantica pur di restare vincolati al cuore delle situazioni da rappresentare, che asseconda strategie di generazione di senso senza produrre disinvolute divaricazioni tra il valore reale e il valore percepito.

A fronte del quadro qui rappresentato, si potrebbe essere indotti ad una conclusione, sia pur parziale e provvisoria, e cioè che una comunicazione istituzionale pragmatica ed essenziale finisca, comunque, per muoversi in controtendenza rispetto all'ecosistema digitale, alle logiche dei media e dei social network, all'interazione presente sul web tra emittenti e riceventi, al primato delle strategie di storytelling politico fondate sulla distinzione tra history (dati di realtà) e story (racconto). Ma attenzione, sarebbe un'analisi superficiale, poiché non terrebbe conto di una delle differenze più importanti tra il XX e il XXI secolo. Ciò che va inseguita, infatti, non è tanto l'equazione "maggiore quantità di informazioni uguale maggiore qualità della democrazia", quanto l'equilibrio dinamico capace di crearsi tra la qualità della democrazia e la qualità dell'informazione/comunicazione. Un equilibrio che intercetta anche il grande tema della verità e il contrasto all'overload informativo. Il quale fiacca la capacità di discernimento dei riceventi, esponendo gli emittenti a rischi elevati sotto il profilo della distorsione, volontaria e involontaria che sia. Nel contempo va ribadito che la questione cruciale non è tanto quella del potenziale comunicativo a disposizione, che deve essere massimo anche in ambito istituzionale, quanto quella del suo uso effettivo. Un uso che deve considerare variabili contestuali e socioculturali, fasi politiche e tratti caratteriali.

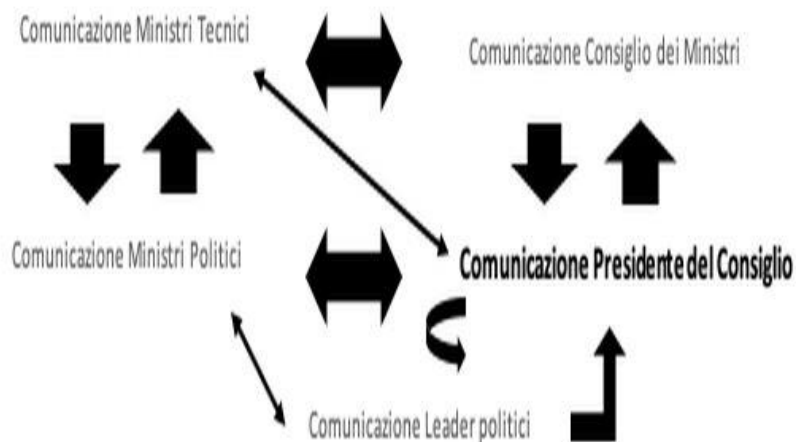
Di seguito si riporta il modello della comunicazione integrata di matrice circolare, il quale si sviluppa sulla base dei meeting point esistenti tra i diversi attori in campo.



Azzardo una previsione. È possibile che l'inevitabile mix tra comunicazione politica e comunicazione istituzionale dell'era Draghi si sviluppi intorno a tre piani: quello della comunicazione istituzionale del Presidente del Consiglio e dei Ministri tecnici voluti da Draghi; quello dei Ministri politici con una frequenza direttamente proporzionale al peso specifico nei partiti in Parlamento; quello dei leader delle formazioni politiche di maggioranza (tutte, tranne Fratelli d'Italia).

A conclusione si riporta l'elaborazione grafica del modello multidirezionale, più esplicativo del precedente e anche più capace di restituire la complessità della situazione. Infatti, in ballo vi è, da un lato, il problema dell'integrazione dei contenuti inerenti alle strategie comunicative possibili, dall'altro l'esigenza di non enfatizzare troppo, anche nell'interesse della omogeneità rappresentativa delle misure da intraprendere, le differenze esistenti tra la componente tecnica e quella politica del governo. La sfida è anche questa.

Sarebbe auspicabile che tutto ruotasse intorno alla figura del Presidente del Consiglio, il quale, anche per il tramite del Sottosegretario alla Presidenza, ha la responsabilità della gestione dei seguenti flussi: da e verso i ministri tecnici; da e verso i ministri politici; da e verso i leader politici, ma solo quando è necessario e solo per le questioni più urgenti e delicate. Quello che si deve evitare, se si vuole davvero aumentare l'efficacia, la chiarezza e la verità della comunicazione istituzionale, è che essa si fonda e confonda con la comunicazione politica, pur indispensabile in una Repubblica parlamentare come la nostra abituata a far leva sui partiti. Serve coerenza tra le diverse figure coinvolte nei processi di trasmissione dei contenuti. Serve coerenza anzitutto per evitare che si generi disorientamento tra i cittadini, specie in un contesto come quello pandemico, nel quale alle fragilità strutturali e ai problemi sanitari si aggiungono condizioni di enorme difficoltà economica, psicologica, relazionale. Tracciare il solco e rimanerci dentro è un obbligo. Per tutti. Anche da questo punto di vista può essere marcata una certa discontinuità con il passato. Recente e non.



STUDI-SAGGI/6

Il governo Draghi tra valore reale e valore percepito ⁴⁰

Francesco Giorgino⁴¹

Pragmatismo e forte radicamento alla fattualità dei provvedimenti varati, sobrietà nell'uso dei codici autorappresentativi, capacità di sintesi tra diversi format comunicativi, tendenza alla verticalizzazione nella creazione/distribuzione dei messaggi: sono alcuni degli elementi che caratterizzano la comunicazione del Presidente del Consiglio, Mario Draghi, e del suo governo.

Il problema principale della comunicazione e del marketing politico è quello della ricerca di un equilibrio dinamico tra due esigenze contrapposte. Da un lato l'esigenza di evitare che il valore reale di un'istituzione o di un partito sia di parecchio superiore a quello percepito, poiché ciò certificherebbe il fallimento pressoché totale delle strategie di autorappresentazione e di rappresentazione di un Brand da parte del sistema mediale. Dall'altro l'esigenza di evitare che il valore percepito superi di gran lunga quello reale poiché in questo caso assisteremmo al primato della dimensione fenomenologica rispetto a quella ontologica con tutte le conseguenze che uno scenario di tale natura comporta in ordine alla creazione e alla gestione dell'interlocuzione sistemica che si sviluppa tra istituzioni politiche, istituzioni mediali e cittadini. Detto in altri termini, un conto è la realtà così com'è, un altro è la realtà così come viene rappresentata e quindi così come viene percepita da parte dei cittadini. Occorre muoversi tra i due estremi, nella consapevolezza della presenza anche di posizioni mediane, certamente le più auspicabili.

I tratti della comunicazione di Draghi e del suo governo

La comunicazione di Mario Draghi e quella del suo governo si connotano per la presenza dei seguenti elementi:

1. pragmatismo e forte radicamento alla fattualità dei provvedimenti varati più che alle intenzioni annunciate attraverso interviste, partecipazioni a talk show, indiscrezioni fatte filtrare dai retroscenisti, dovendo esse, fin da subito, innescare la percezione nel Paese di un radicale cambio di passo;
2. sobrietà nell'uso dei codici autorappresentativi secondo uno schema capace di valorizzare molto di più l'essenza della comunicazione istituzionale che le caratteristiche della comunicazione politica, per sua natura divisiva, polarizzante, enfatica, presentista, emozionale;
3. capacità di sintesi tra i diversi format comunicativi, ovvero quello legato alla persona-premier, quello dei ministri tecnici del suo governo, quello dei ministri politici ed infine quello dei leader dei partiti che fanno parte della maggioranza;
4. tendenza alla verticalizzazione nell'attività di creazione e distribuzione dei messaggi, in linea peraltro con la propensione ad accentrare su di sé o su soggetti di propria fiducia i processi decisionali, in base all'esigenza – giudicata improrogabile – di non disperdere l'agire deliberativo e di restituire l'immagine di governo coeso e che parla un'unica lingua, quella del problem solving e del superamento delle tre emergenze pandemiche: sanitaria, economica e sociale. Si tratta di elementi visibili ad occhio nudo già nella fase iniziale del governo Draghi quando, cioè, a tanti studiosi e giornalisti apparvero subito situazioni di discontinuità totale nell'elaborazione delle strategie di comunicazione almeno rispetto alle esperienze pregresse.

A distanza di quasi quattro mesi dal conferimento dell'incarico a Draghi, tutti questi elementi risultano essere la base per l'elaborazione di un modello teorico-empirico al quale potremmo dare il nome, giocando semanticamente, di "Comunicazione", volendo sottolineare, appunto, la componente fattiva e pragmatica e la dimensione conativa, ovvero quella degli effetti. L'agire comunicativo è al servizio dell'agire deliberativo e non viceversa, secondo una sequenza che crea una logica di flusso tra la fase della programmazione, quella della decisione e quella della spiegazione/illustrazione/divulgazione ai cittadini dei provvedimenti varati dal

⁴⁰ <https://tg24.sky.it/politica/2021/06/04/il-governo-draghi-tra-valore-reale-e-valore-percepito>

⁴¹ LUISS SCHOOL OF GOVERNMENT

Consiglio dei Ministri. È questo il motivo per il quale il governo Draghi non sembra ricercare forme d'interlocuzione privilegiata con pubblici selezionati preventivamente secondo le logiche del marketing politico, quanto piuttosto dialoghi con opinioni pubbliche nazionali e internazionali. Le prime in attesa di uscire dalla fase emergenziale e dalla crisi economica, cominciata già nel 2008 e dannosa soprattutto per il ceto medio. Le seconde impegnate a scorgere l'orizzonte del Vecchio Continente in un momento di grande trasformazione, a causa dei cambiamenti politici che potrebbero avvenire in Germania e Francia.

La credibilità di Draghi sul piano internazionale

Si è detto che il cambio di approccio della comunicazione (ma è un cambio anche "politico" almeno nel senso di policy, più che in quello di politics) è agevolato da due circostanze. La prima: il carattere riservato, ma determinato, di Mario Draghi e la sua reputazione nazionale e internazionale di "uomo del fare" e non certo di "uomo del dire", di uomo cioè che sa osare e che sa assumersi le proprie responsabilità. La seconda: il fatto che l'attuale Presidente del Consiglio non abbia bisogno di misurarsi con il consenso degli elettori, dovendo tutt'al più avere a che fare con quello dei partiti presenti nell'attuale Parlamento, al quale spetta – non dimentichiamolo – il compito di eleggere il prossimo Capo dello Stato. Tutto questo è vero, ma non si sottovalutino né il contesto nel quale questo governo si muove, né la posta in palio per sé e per il Paese.

Nel rapporto con le istituzioni europee, chiamate a vigilare sulla efficacia delle riforme del PNRR e sul timing della loro realizzazione, un ruolo non secondario lo gioca la credibilità personale di Draghi, la quale si salda continuamente e reiteratamente a quella del suo governo. Le due "percezioni" non sono in alcun modo separabili.

Circostanza quest'ultima che spiega perché, anche sul versante della comunicazione e pur nell'effervescenza delle dichiarazioni quotidiane dei leader politici (a volte in forte contrapposizione le une con le altre), si registri il tentativo di generare una Brand image dell'Esecutivo frutto più che altro della Personal Brand Identity di Draghi.

Negli ultimi giorni abbiamo potuto far esperienza di questa impostazione, rilevante per metodo e merito, in diverse occasioni:

1. la comunicazione dell'aumento esponenziale del numero dei vaccinati (almeno con la prima dose) attraverso una logica, quella della sfida a raggiungere tetti simbolici di somministrazioni giornaliere, che ha favorito la compartecipazione dei cittadini, trasformando la finalità da perseguire prima e meglio possibile da obiettivo della sola struttura commissariale dell'emergenza pandemica ad obiettivo di tutti;
2. la gradualità delle misure anti-contagio con l'elaborazione di un paradigma risultato vincente e convincente, quello cioè del "rischio calcolato", anche perché sottoponibile a processi di falsificazione popperiana grazie ad un deciso miglioramento dell'utilizzo dei parametri quantitativi e qualitativi nella fase della trasmissione dei dati all'opinione pubblica;
3. Il decreto Sostegni bis per immettere liquidità a favore delle categorie economicamente e socialmente più a rischio, operando anche attraverso la categoria della "certezza" degli interventi;
4. la creazione di una cabina di regia a Palazzo Chigi per la gestione del Recovery Plan con l'intento di assicurare omogeneità amministrativa, pur in presenza di una consistente eterogeneità politica, evitando dispersione e ritardi;
5. Il decreto Semplificazioni, che rappresenta – anche per l'impegno profuso dal Ministro Brunetta (uno dei membri del governo più in sintonia con Draghi) – un autentico punto di svolta rispetto alla prospettiva di una percezione generale della Pubblica Amministrazione realmente in grado di restituire fiducia all'operato dell'esecutivo. A tal fine, pesa molto la diminuzione del numero di contagi, di quello dei ricoveri ospedalieri e in terapia intensiva, di quello dei decessi. Pesa il ritorno in zona gialla dell'intero territorio nazionale e in zona bianca di una parte di esso. È evidente che tra il governo Draghi e gli italiani è stato siglato un patto tacito, le cui fondamenta sono rappresentate da fiducia, credibilità, speranza che davvero questa volta l'Italia possa cambiar pelle, recidere definitivamente i legami con le pratiche disinvolute del passato, le quali hanno portato solo incremento del debito cattivo inducendo tanti decisori pubblici a prescindere dalla cultura degli investimenti infrastrutturali.

Il traghettamento dell'Italia dal presente al futuro

Il clima d'opinione aiuta Draghi in questa operazione di traghettamento dell'Italia dal presente al futuro, così come definito dal Next Generation Eu.

Aiuta anche l'atteggiamento non ostile della stragrande maggioranza dei quotidiani e dei telegiornali: non dimentichiamoci che uno degli elementi connotativi della media logic è quello di alimentare narrazioni intorno a "salvatori della patria", a soggetti rappresentati volutamente con le sembianze dell'eroe (o del supereroe) che supera i numerosi ostacoli presenti sul proprio cammino. In fondo, è una dinamica psico-sociologica. Più si conferisce credibilità ad un progetto, più si coltiva la sensazione che quel progetto stia funzionando, al netto della possibilità (al momento solo di scuola, in verità) che subentrino i prodromi della delusione. La quale altro non è che un calcolo errato di aspettative.

In definitiva, si può sostenere che il governo Draghi vada avanti spedito nel perseguimento dei propri fini. E ciò avviene nonostante le profonde differenze identitarie tra i partiti che compongono l'attuale maggioranza di governo, nonostante la necessità da parte di ciascuno di essi di massimizzare, per il tramite della comunicazione, i risultati ottenuti anche per far fronte alla competizione con l'unica grande forza politica rimasta all'opposizione (il discorso vale per i partiti di centrodestra ed in particolare per la Lega), nonostante la diaspora interna a Forza Italia, nonostante il Movimento Cinque Stelle stia vivendo una crisi di posizionamento e di leadership (ben visibile con la concorrenza interna tra Di Maio e Conte) e nonostante le difficoltà incontrate dal Pd nella costruzione della propria agenda politica, alla ricerca di pertugi della sfera pubblica nei quali coltivare disegni di visibilità e rappresentanza.

Il risultato è quello di un allineamento tra il valore reale e il valore percepito del governo Draghi e del presidente del Consiglio Mario Draghi. Allineamento che colloca nella giusta dimensione la comunicazione istituzionale, mai considerata un fine, ma solo uno strumento attraverso il quale agire reiteratamente, nella consapevolezza che l'accountability non significa dittatura del mercato e dipendenza della politica dalla volontà elettorale, ma più semplicemente rispetto degli impegni presi con sano realismo e senza indugiare nelle illusioni pirotecniche della iper-rappresentazione. È questo il senso più importante della svolta in atto. Una svolta reale, oltre che percepita.

Ipotesi sulla seconda fase

Una volta maturata questa consapevolezza, si genera quasi automaticamente una riflessione in ordine ad un'ipotetica "seconda fase" nella quale l'uso del solo capitale reputazionale di Draghi, sebbene alimentato dai risultati ottenuti fin qui, potrebbe non bastare per non incfiare la luna di miele in corso con l'Italia, certificata anche dagli ultimi sondaggi. Si tratta di una fase nella quale, cioè, mettere in conto anche che si possa ridimensionare quella spinta dettata dal conferimento preventivo di fiducia. Situazione che renderebbe necessaria una trasformazione più politica della figura del presidente del Consiglio tecnico. In che senso? Non certo nel senso della trasformazione di Draghi in soggetto partitico, quanto nel senso di una maggiore propensione della sua figura a dotarsi nel discorso pubblico di una connotazione più politico-istituzionale che meramente istituzionale. È ben possibile che giunga il momento, insomma, nel quale i risultati dell'azione di governo non siano più in grado di comunicare "da soli", e pur senza uscire dal suo ambito tecnico, l'esecutivo e il suo leader si trovino nelle condizioni di dover costruire un rapporto più stretto e diretto col Paese.

Estrapolando altre considerazioni dal ragionamento fatto finora, è ipotizzabile che la strategia comunicativa di Draghi sia destinata a evolvere in seconda battuta in una sorta di "operazione cittadinanza". Che potrebbe ad esempio puntare ai giovani, categoria alla quale è affidato il compito di rendere il PNRR non un'enunciazione di principi ma la grande occasione per un nuovo rinascimento economico, sociale, culturale, ambientale e alla quale è del resto esplicitamente diretto il Next Generation EU. Tale strategia potrebbe passare inoltre per un dialogo più stretto e diretto, sul territorio, fra il capo del governo e il mondo del lavoro e della produzione. E potrebbe infine tradursi in un uso sempre moderato e misurato ma più frequente e intenso del mezzo televisivo, finora trascurato dal Presidente del Consiglio.

Finora la discontinuità non soltanto politica ma comunicativa introdotta dal governo Draghi è stata ben accolta dal Paese, soprattutto perché si è coniugata con risultati importanti, in primis in relazione alla campagna vaccinale. Sul medio periodo, però, il problema del dialogo col Paese non può che porsi anche per un governo tecnico. Una certa dose di politicità, in senso lato, non può mancare anche nella dimensione più algidamente istituzionale. Sarà estremamente interessante osservare nei prossimi mesi in quale direzione il governo Draghi si muoverà anche da un punto di vista comunicativo.

COMMENTI



Conferenza stampa BCE Francoforte (15.4.2015)
Josephine Witt, 21 anni, attivista tedesca, in un commento sbrigativo
al discorso del presidente Mario Draghi, che tuttavia fece il giro del mondo dei media.

COMMENTI/1

Febbraio-Marzo 2021

Un week end con voci stonate.

Draghi nel segno di Ciampi, Repubblica è res severa ⁴²

Il largo favore dei sondaggi che emerge in queste ore attorno alla figura di Mario Draghi è già la prova della discontinuità indispensabile per rimuovere dalla scena anche vecchi teatrini.

Stefano Rolando ⁴³



Questo week-end, annunciato come uno spazio di riflessione, ha contemplato anche alcune convulsioni in uno scenario che, per la verità, non è abituato ai silenzi, al rapido punto di mediazione, alla gerarchia seria dei problemi, alla memoria di storie edificanti e al buon gusto davanti ai cittadini.

Come ha detto impietosamente ma senza cattiveria Filippo Ceccarelli di 'Repubblica' (in una rara apparizione televisiva a 'Propaganda Live'), siamo stati governati per un tratto ormai lungo da una dominante adolescenziale, quella del gioco che facevamo da ragazzi sui campi sterrati, 'o la palla o il piede'. Insomma l'insulto mezzo aggressivo e mezzo carnevalesco. La ripicca del 'non ci gioco più'. La collera a metà per gelosia e a metà per mostrare gli attributi.

E' questo insieme di cose che ha reso impossibile fare una qualunque quadra attorno al Conte 3. Almeno lui restando spesso fuori da questi riti. Ma privo del rango necessario per ottenere un setting adeguato al rapporto ormai obbligatoriamente severo tra etica della crisi e limiti della rappresentazione.

Si piantavano i coltelli nella schiena a vicenda, strizzandosi l'occhio. Come per dire, ognuno per sé ma tutti nella stanza dei bottoni. E i bottoni del 2021 sono 500 nomine pubbliche di livello e mille progetti attorno a cui possono arrivare molti soldi dall'Europa. La fragilità ormai strutturale del tessuto di governo non è un fattore tecnico matematicamente misurabile (come lo è una maggioranza al voto). Ma è la precondizione per adempiere o non adempiere agli ineludibili obiettivi di questa fase storica, rischiando di mandare il Paese fuori strada.

⁴² Lindro.it (8.2.2021) - <https://www.lindro.it/draghi-nel-segno-di-ciampi-repubblica-e-res-severa/>

⁴³ Università IULM, Milano

Se si riascolta il discorso del Presidente Sergio Mattarella, al termine del giro esplorativo fallito svolto dal Presidente della Camera, si coglie un testo per nulla improvvisato, a lungo maturato e coperto, lasciando svolgere il copione del 'rito ricompositivo' fino alla sua inevitabile conclusione. Nessuna ricomposizione possibile.

Quel discorso conteneva, con una certa fermezza, tutte le regole di discontinuità a cui questo week-end -con al centro le contorsioni dei fronti populistici, quello grillino e quello leghista- ha cercato di assegnare piuttosto il valore di una predichetta, facilmente trascurabile.

Tra l'altro, a proposito di fermezze, si è visto metter mano ad una pratica diventata decisiva nella formazione degli ultimi due governi, quella del trasformismo, per cambiare radicalmente posizione da un giorno all'altro. Certi soggetti politici non sono ormai decifrabili in base alla coerenza e alla capacità dimostrate. Ma si fanno riconoscere dal ritmo delle invettive, dagli anatemi detti e contraddetti, dal 'mai più' cancellato senza preavviso. Eccetera. Qualcuno dice 'siamo cresciuti', ma altri purtroppo lo smentiscono.

Sentire i Cinquestelle che spiegavano, prima ancora di averlo ascoltato, che tipo di governo deve fare Mario Draghi (Giuseppe Conte in testa) è parsa un'evidente stonatura. Così come ascoltare da Matteo Salvini il recupero della parola Europa solo associata all'idea di '*andare a picchiare i pugni sul tavolo*' («non è questione di essere europeisti o anti europeisti, se ci sarà un'impresa italiana, una spiaggia italiana, da difendere, noi saremo a Bruxelles a difendere l'interesse nazionale»), non ha fatto una bella impressione. La regola 'europeista' è che l'Europa sei tu. Per il momento andare a Bruxelles a difendere le loro spiagge tocca ancora agli albanesi, augurando che anche questa transizione per loro passi. Non è una buona idea quella di retrocedere per definizione.

Insomma, da una parte invocare il '*governo politico*' pare significare solo conservare il posto che lo stesso elettorato di qualche anno fa, dimezzandosi, ha ritenuto mal gestito. Dall'altra parte è credere che basti tornare a proporre il nazionalismo litigioso a Bruxelles per mostrarsi adatti a un governo europeista.

Lo stesso Matteo Renzi, che beneficerebbe molto di un silenzio che lasci ai fatti dimostrare il ruolo che indubbiamente ha avuto nella crisi, passa il fine settimana a raccontarsi 'come un Machiavelli'.

Le discontinuità necessarie

Ora, questo articolo è una semplice opinione. Non concorre a formare una maggioranza o a contare i voti in Parlamento. Il Presidente incaricato saprà alla fine certamente come mettere al sicuro il mandato nell'ambito di un approccio di metodo concordato con il Quirinale.

Il punto è che il largo favore (tutti i sondaggi) che emerge in queste ore attorno alla figura di Mario Draghi, una volta palesatasi un'alternativa di leadership vera, è già la prova della discontinuità indispensabile per rimuovere dalla scena -complici in una certa parte pure i media- anche questi vecchi teatrini.

Poi magari non sarà così e comunque per ora non trapela alcun indizio. Ma si potrebbe anche immaginare che, insieme a figure competenti e di sicura dedizione istituzionale, ci possano essere figure di carattere 'allusivo', ovvero 'simboliche' rispetto alle aree significative delle tendenze elettorali rappresentate. Ma - come il Presidente Mattarella ha detto esplicitamente- non tali da configurare questa o quell'altra 'rappresentanza politica'. Figure che potrebbero concorrere ad una maturazione del ruolo e della prospettiva di tutti i soggetti politici italiani, da destra a sinistra, nel senso europeo delle partite aperte. Escludendo attitudini punitive. Ma escludendo altresì la prosecuzione sic et simpliciter di una sceneggiata sterile e dispersiva del confronto politico in Italia.

Non è per caso che il Presidente incaricato abbia una storia legata al modo con cui Carlo Azeglio Ciampi ha interpretato il senso di un servizio al Paese in tutti i suoi elevati incarichi. Il motto di Ciampi è stato: '*Repubblica res severa*'. Dunque proprio attorno alla forma di esercizio di quel servizio che, prima ancora dei contenuti, corrisponde a una necessità di uscire ora dall'infantilismo berciante che purtroppo è arrivato (ma c'era chi l'aveva detto dall'inizio) anche a sfibrare un gruppo dirigente che ha una sua maturità come è quello del PD. È anche immaginabile che il '*governo politico*' di Draghi possa consistere piuttosto nel rispettare e stimolare in un certo senso il percorso che i partiti vorranno fare per la loro rigenerazione. Non cose astratte, ma necessarie all'Italia. Far crescere proposte all'altezza delle sfide nella democrazia politica -che dobbiamo ovviamente consolidare non vanificare- che affronterà le prossime elezioni. Non è difficile pensare che lo

spazio di governo del duro 2021 non possa essere l'arena di risse quotidiane in nome della visibilità, del puro 'annuncismo', delle lotte intestinali e della mancanza di disciplina. Come scrive Ferruccio de Bortoli sul 'Corriere': «Draghi manterrà soprattutto un atteggiamento di sobrietà comunicativa».

L'effetto Draghi' lo ha ben spiegato Roberto D'Alimonte sul 'Sole-24 ore' di ieri, domenica: «A fare i conti con il cambiamento sono ora soprattutto M5S e la Lega», una metamorfosi che oggi esprime tensioni ma anche ampie resistenze. Soprattutto una metamorfosi che deve svolgersi in un tempo in cui 'la frattura sovranista' sia veramente superata -questo per D'Alimonte il «principale effetto sistemico» -senza far pagare all'azione di governo i naturali contraccolpi.

Mario Draghi non è superman, non è il messia, non è la politica angelicata. E' un ottimo rappresentante di una classe dirigente messa a dura prova negli ultimi venticinque anni di storia politica del Paese che, non a caso, ha ritenuto di esprimersi alla fine meglio sullo scenario internazionale.

Il Presidente Mattarella, che è professore di diritto parlamentare, nutre sicuro rispetto per la priorità rappresentata dalla formazione di una maggioranza. Ma ha spiegato agli italiani l'eccezionalità di un contesto che questo ultimo week-end annuncia come un argomento che alcuni capiscono bene, altri fanno finta di non avere sentito o capito.

COMMENTI/2

Febbraio-Marzo 2021

Draghi, la comunicazione torna all'antico? ⁴⁴

Bruno Tucci ⁴⁵

Forse è finita con Twitter e Facebook: per i giornalisti si cambia, finalmente

Draghi da Palazzo Chigi farà conoscere a deputati e senatori quelle che potrebbero essere le sue decisioni. E una volta ottenuto il placet diramerà i provvedimenti presi

Draghi primo ministro. Nascerà un Governo esclusivamente tecnico o sarà insieme tecnico e politico? E' questo uno degli interrogativi di fondo che tutti si pongono prima che super Mario Draghi si rechi al Quirinale per sciogliere la riserva.

Le fonti ufficiali tacciono, nemmeno una parola o una indiscrezione che possa indicare una delle due strade. Come mai?

Fortunatamente è cambiata la comunicazione o meglio il modo di informare l'opinione pubblica. Non più twitter, Facebook o altre diavolerie del genere. Avverrà che Draghi da Palazzo Chigi farà conoscere a deputati e senatori quelle che potrebbero essere le sue decisioni. E una volta ottenuto il placet diramerà i provvedimenti presi. Una svolta che ridarà al Parlamento quello che gli spetta secondo i canoni della Costituzione.

Finisce quindi l'epoca di un uomo solo al comando, dei numerosi DPCM, delle importanti comunicazioni servendosi dei social. Si torna così all'antico, insomma si fa un passo indietro? La risposta è no, perché non si può pensare che Draghi da Palazzo Chigi faccia conoscere seri provvedimenti attraverso un tweet o informandone all'ultimo momento gli altri ministri e le forze politiche.

È accaduto che a volte, se non spesso, chi doveva essere messo al corrente sia stato informato di notte a poche ore dalla ufficialità del provvedimento, se non prima. Per il giornalismo, di carta stampata o radiotelevisivo, la "novità" (se così si può chiamare) è di grande aiuto. Nel senso che non ci si può servire soltanto dei social saltando a pie' pari quello che è un controllo vero e proprio della nostra professione.

Spieghiamoci meglio. Fino a una decina di anni fa, se un a un personaggio molto importante del mondo politico si voleva chiedere una intervista, questa la si poteva avere se il colloquio si fosse svolto o con il direttore della testata o con un giornalista di primo piano della stessa.

Si aveva così il modo di ascoltare quel che esprimeva l'interlocutore. E, magari, porgli qualche domanda che lo smentiva o poteva comunque metterlo in imbarazzo. E' la funzione del "cane da guardia" che nessuno di noi dovrebbe dimenticare. Ma che, a sua volta, dovrebbero rammentarsi i politici. Oggi, invece, avviene che gli abitanti di Montecitorio o di Palazzo Madama vengano invitati ad una trasmissione con un grande indice di ascolto. E abbiano così la possibilità di fare il loro comizio senza che la conduttrice o il conduttore del programma possa intervenire.

Tutto questo non perché essi siano persone poco intelligenti. Per carità! Ma per il semplice motivo che i giornalisti (soprattutto quelli che si occupano quotidianamente di politica) saprebbero come controbattere alle parole del Parlamentare e inchiodarlo con domande molto appropriate.

Non si potranno cancellare i social network - Finirà questa singolare epoca di fare informazione? Certo, non si potranno cancellare i social (sono una conquista, si dice) ma almeno si ridarà a Cesare quel che è di Cesare. Il modo in cui si sta comportando in questi giorni il presidente incaricato è un indice che la comunicazione (cioè trasmettere ad altri il proprio pensiero) tornerà ad essere quella di una volta. Un bene, un male? Lo giudicherà l'opinione pubblica.

⁴⁴ Genteditalia.org (10.2.2021) - <https://www.genteditalia.org/2021/02/10/draghi-la-comunicazione-torna-allantico-forse-e-finita-con-twitter-e-facebook-per-i-giornalisti-si-cambia-finalmente/>

⁴⁵ Giornalista, per 20 anni è stato inviato de Il Messaggero e per 24 inviato de Il Corriere della Sera per i quali ha seguito tutti i più importanti avvenimenti nazionali ed internazionali. Dal 1994 e per molti anni è stato presidente dell'Ordine dei Giornalisti del Lazio e Molise.

COMMENTI/3

Febbraio-Marzo 2021

Scena politica, il governo Draghi e la comunicazione politica ⁴⁶

Giovanni Marco Santini ⁴⁷

Sono tantissimi gli interrogativi sul prossimo governo Draghi, tra visibilità, social network e media tradizionali. Ne abbiamo parlato su Clubhouse. Desiderosi di provare Clubhouse e curiosi di confrontarci sugli effetti del Governo Draghi nella comunicazione politica, abbiamo organizzato – e continueremo a organizzare – una serie di room di approfondimento sul social network più chiacchierato del momento: tono leggero, scaletta elastica, tanti speaker e la volontà di capire come cambierà la comunicazione nei prossimi mesi.

Ecco qui qualche appunto, per fare ordine tra le tante cose dette e avere una base da cui riprendere il discorso giovedì 11 febbraio, sempre alle 18, sempre su Clubhouse.

Un presidente senza social

Draghi non ha i social e non crediamo debba farseli. Non sarebbe il primo caso di un capo di Stato senza profili attivi, ad esempio la cancelliera tedesca Angela Merkel non ce li ha (e le cose fino ad ora sono andate abbastanza bene). L'alternativa all'apertura dei suoi canali personali potrebbe essere l'occasione per inaugurare un profilo del Presidente del Consiglio che si passi di presidente in presidente, un po' come avviene con l'account @Pontifex del Papa.

Un'altra opzione, secondo noi valida, sarebbe iniziare a usare in maniera seria e continuativa il profilo Palazzo Chigi – Presidenza del Consiglio dei Ministri che nonostante abbia 400.000 fan, fino ad ora è stato utilizzato principalmente per condividere i post della pagina di Giuseppe Conte.

<https://www.facebook.com/palazzochigi.it/posts/3619279121473375>

Nuova vita ai media tradizionali

La spasmodica ricerca di aneddoti su Mario Draghi di questi giorni – chi erano i suoi compagni di classe? Faceva sport? Che voti aveva? – ci dice di più sul ruolo che potranno avere i media tradizionali nella comunicazione dell'ex presidente della BCE. Senza poter attingere alla grandissima mole di informazioni disponibili grazie a un racconto di vita quotidiana fatto sui social, la stampa è stata costretta a fare tante ricerche offline e ad annusare il terreno. Se il trend dovesse continuare, la comunicazione di Draghi sarebbe meno diretta e sempre più filtrata dai media tradizionali. Insomma, niente più lanci di agenzia da tweet striminziti, niente più "indizi social", niente più notizie costruite da quanto ogni tanto trapela dai profili. Almeno non da parte del Presidente.

Certo, questa strategia avrà dei rischi e dei vantaggi: l'importante sarà evitare di fare cose "social" su canali tradizionali. Ricordate il cane di Monti vero?

Gli effetti sul tono di voce della Politica

Questo governo di unità nazionale potrebbe avere effetti benefici almeno sul tono della comunicazione sui social network. La soluzione di compromesso, infatti, potrebbe aver insegnato a tutti a essere un po' meno duri e insultanti nei confronti degli avversari politici.

Le forze in parlamento e i leader dei partiti riusciranno a dimostrarsi collaborativi oltre che nelle dichiarazioni di rito post-consultazioni, anche nella comunicazione quotidiana durante i mesi di governo? A giudicare da questo post della Meloni, sembra che questa piccola rivoluzione copernicana sia già iniziata.

<https://www.facebook.com/giorgiameloni.paginaufficiale/posts/10158955593107645>

⁴⁶ Oracomunica.com (11.2.2021) - <http://www.oracomunica.com/scena-politica-il-governo-draghi-e-la-comunicazione-politica/>

⁴⁷ Luiss Business School

Complessità da governo tecnico vs semplificazione da comunicazione social

Una cosa è certa e già ne vediamo i primi esempi: con un governo tecnico sostenuto da un'ampia maggioranza, scelte e soluzioni saranno più di "compromesso". La politica dovrà infatti trovare la sintesi tra diverse sfaccettature e non ci sarà più spazio per misure spot. In questo nuovo contesto, come cambieranno le strategie digital dei vari partiti? Non c'è dubbio che i social possano veicolare una comunicazione capace di restituire la complessità della politica, ma fino ad ora quel che abbiamo visto più spesso è stata invece una ipersemplicificazione e una polarizzazione del dibattito.

Anche in questo caso i comunicatori politici sono davanti a una bella sfida. Ad esempio, la pagina Lega Salvini Premier riuscirà a continuare a pubblicare 4500 post al mese senza cadere in contraddizione?

Governo di unità nazionale ed elezioni amministrative

Le regionali del 2020 ci hanno mostrato quanto possa essere complicato concorrere alle elezioni con coalizioni diverse da quelle che si hanno a livello nazionale. Se le sfide che abbiamo descritto fino a ora sono di comunicazione politica, ce ne sono anche di comunicazione più prettamente elettorale: non solo molti duetti maggioranza-minoranza attualmente in carica sono diversi da quelle nazionali, ma nel giro di una manciata di mesi si voterà anche nelle principali città italiane.

Mentre il PD e i Cinquestelle cercano di rendere strutturale l'alleanza, tutti i leader del centrodestra hanno rassicurato che la coalizione di livello locale non è in discussione. Sarà davvero così?

COMMENTI/4

Febbraio-Marzo 2021

Con Draghi torna al Governo la comunicazione istituzionale ⁴⁸

Romana Ranucci ⁴⁹

Lo immagino il professor Mario Draghi che all'inizio del Consiglio dei Ministri sequestra i cellulari ai suoi, e lo riconsegna alla fine della riunione. *"Ragazzi durante i miei Consigli dei Ministri non si twitta, non si scrivono post, non si mandano messaggi agli amici giornalisti. Ascoltate, prendete appunti, proponete ma niente social quando ci sono io"*.

E già perché il nuovo inquilino di palazzo Chigi non ha profili sui social e sicuramente è un uomo di poche parole. Certo la comunicazione, anche quella istituzionale, ormai corre su Twitter, Facebook, Instagram, quindi anche lui dovrà adeguarsi, ma siamo sicuri lo farà seguendo il suo stile low profile. E mentre un profilo istituzionale, sopra le righe si chiude per sempre, quello dell'ex presidente americano Donald Trump, un altro, oltreoceano, si aprirà presto. Per ora gli unici Mario Draghi che leggiamo sono profili fake.

Sicuramente leggeremo ancora la formula "a quanto si apprende da fonti istituzionali", fa parte delle regole non scritte della comunicazione politica; vedremo ancora circolare bozze di provvedimenti, ma di certo non assisteremo alle scene viste durante il lockdown: gente impazzita che scappa dalla città, dopo fughe di notizie su decreti quanto mai delicati.

Non assisteremo a scene di tavolini, apparecchiati con mille microfoni, in mezzo ad una piazza, quasi sacra, per ascoltare dichiarazioni improvvisate del presidente del Consiglio. Non assisteremo ad annunci di dirette Facebook, conferenze stampa, di premier e ministri, trasmesse anche con ore di ritardo. Il famoso #Matteorisponde sarà solo un lontano ricordo. Non leggeremo più veline diffuse da chi sa quale portavoce, solo per vedere l'effetto che fa.

Fossi un giornalista che segue il presidente del Consiglio, a questo giro sarei anche intimorita a fare domande al premier durante le conferenze stampa, mi sentirei sempre sotto esame: *"capace che quello dopo la mia domanda mette il voto"*. E i suoi ministri social seguiranno questo low profile comunicativo? Vedremo quanto si sapranno trattenere. Per molti sarà un esercizio molto difficile.

⁴⁸ Ilcaffeeonline (13.2.2021) - <https://ilcaffeeonline.it/2021/02/13/ranucci-con-draghi-torna-al-governo-la-comunicazione-istituzionale/>

⁴⁹ Tennista di Roma Nord, giornalista professionista, collabora con l'agenzia stampa "Italpress". Laureata in Sociologia, ha scritto due libri: " Leopolda. Diario di viaggio di una nuova generazione politica" e "Fake Republic". Socia fondatrice di Assobuffet.

COMMENTI/5

Febbraio-Marzo 2021

Governo Draghi fra deficit di comunicazione e nodo Rai ⁵⁰

Angelo Zaccone Teodosi ⁵¹

Inizia col piede storto il Governo Draghi: u-turn improvviso sulla riapertura degli impianti sciistici, comunicazione istituzionale incerta e “no social”. Rai in attesa di soluzioni.

Se – come suol dirsi – il buon giorno si vede dal mattino, quello del Governo Draghi non è un buon inizio: se è vero che il neo Premier ha ritenuto di lasciare Roberto Speranza alla guida del Ministero della Salute, non possiamo credere che il titolare del dicastero non si sia consultato con il Presidente del Consiglio... e quindi la decisione, comunicata nella sera di domenica 14 febbraio 2021, che la riapertura degli impianti sciistici (prevista da un Dpcm per oggi lunedì 15 febbraio) sarebbe stata rimandata al 5 marzo 2021 è veramente sintomatica di un forte deficit cognitivo e di un processo decisionale malato.

D'accordo – si dirà – non si può “cambiare rotta” nell’arco di poche ore (in effetti, il neo Esecutivo ha giurato di fronte al Presidente della Repubblica soltanto nella mattinata di ieri l’altro sabato 13, ed è ancora in corso il “gioco” delle nomine dei 37 Sottosegretari, a fronte del 23 Ministri già in carica), ma se questa è una reazione emblematica di come il nuovo Governo affronta tempestivamente ed efficacemente l'emergenza (le emergenze) non si tratta di un buon avvio di percorso. Secondo quel che risulta pubblicamente, il Comitato Tecnico Scientifico (Cts) si era già dichiarato contrario alla riapertura delle piste da sci, ma allora perché il Ministro Speranza ha ritenuto di attendere le... ore 19 di domenica 14 febbraio?

Oggi, in effetti, doveva essere il giorno di riapertura degli impianti da sci nelle Regioni classificate come “gialle”. Invece, intorno alle 18.50 di ieri domenica, sentito al telefono il Presidente del Consiglio, il Ministro della Salute Speranza ha firmato un provvedimento che posticipa la riapertura a venerdì 5 marzo 2021, data di scadenza dell’attuale Dpcm. La decisione sarebbe stata maturata a seguito di un ulteriore parere del Cts, secondo cui alla luce delle “mutate condizioni epidemiologiche” dovute “alla diffusa circolazione delle varianti virali del coronavirus, allo stato attuale non appaiono sussistenti le condizioni per ulteriori rilasci delle misure contenitive attuali, incluse quelle previste per il settore sciistico amatoriale”.

Varianti e divieto last minute

A cosa si deve questo divieto “last minute”? In effetti, il Cts aveva espresso un primo parere, la settimana precedente, meno rigido, perché aveva accolto con favore il “protocollo di sicurezza” inviato dalle Regioni. Qualcosa, però, da allora è cambiato: Agostino Miozzo, Coordinatore del Cts, ha infatti sostenuto che “l’Istituto Superiore di Sanità ci ha inviato l’esito dell’indagine sulla diffusione della variante inglese. Molto preoccupante, non ci sono le condizioni per ripartire con lo sci”. I governatori delle Regioni del Nord, il settore della montagna ed anche due dei nuovi ministri leghisti, Giancarlo Giorgetti (Sviluppo Economico) e Massimo Garavaglia (Turismo), sono giustamente insorti, chiedendo che i “ristori” siano immediati (il Presidente della Regione Veneto Luca Zaia richiede anche il “risarcimento danni”).

A meno di 36 ore dal giuramento, questa è senza dubbio la prima “grana” (grossa) per il Governo Draghi.

Come comunicherà Draghi? Verosimilmente non sarà... bulimico

Sicuramente lo “stile comunicazionale” di Draghi non riprodurrà quello del predecessore.

Scrive Alessandro Barbera su “La Stampa” di ieri domenica 14 febbraio: *“la prima riunione del consiglio dei ministri – mezz’ora in tutto – sta per finire. Il premier ha appena terminato di elencare le priorità del discorso che pronuncerà in Parlamento la prossima settimana, su tutte l'emergenza sanitaria e del lavoro. Da uno dei ventitré loculi divisi dal plexiglass, un ministro gli chiede quale sarà il tipo di comunicazione al quale si ispirerà. Una domanda non banale per chi, fra i tanti confermati, ha conosciuto quello vivace di Giuseppe Conte. La risposta si può riassumere così: farò parlare i fatti. Quando aprirò bocca, lo farò nel rispetto delle regole istituzionali. Un invito implicito ai colleghi a limitare la bulimia verbale”*. E conclude Barbera: *“sull’uscio di*

⁵⁰ Key4biz (15.2.2021) – <https://www.key4biz.it/governo-draghi-fra-deficit-di-comunicazione-e-nodo-rai/345222/>

⁵¹ Collaboratore di Key4biz - Presidente Istituto italiano per l’Industria Culturale – IsICult

piazza Colonna non c'è un solo ministro disposto a concedersi a telecamere e taccuini. Non uno dei vecchi, non uno fra i nuovi. Si contiene persino Renato Brunetta, che ai giornalisti non si nega mai".

Va segnalato che, ad oggi, il Premier non ha ancora un Portavoce...

In effetti, la nomina del Portavoce non sembra rientrare tra le sue priorità.

Per ora, il suo primo assistente è il Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio Roberto Garofoli.

Garofoli sarà veramente l'“uomo-chiave” nel Governo Draghi. Noto Consigliere di Stato, stimato “grand commis” fu costretto a lasciare il Ministero del Tesoro a fine 2018, per le pressioni dei Cinque Stelle e del Portavoce di Conte, Rocco Casalino. 54 anni, nato a Taranto, magistrato dal 1999, Presidente di Sezione del Consiglio di Stato. Nel 2018, da Palazzo Chigi fu accusato (“la manina”) di aver infilato alla chetichella – nella veste di Capo di Gabinetto dell'allora Ministro Giovanni Tria – in un decreto un comma a favore della disastrosa Croce Rossa, poi cassato personalmente dal premier (ma Garofoli scrisse a “il Fatto Quotidiano” che si trattava di una “storia falsissima”). Dal 2006 al 2008, è stato Capo dell'Ufficio Legislativo dell'allora Ministro degli Esteri Massimo d'Alema, e negli ultimi anni è stato Capo di Gabinetto del Ministero dell'Economia nei governi di Matteo Renzi, Paolo Gentiloni e nel primo governo di Giuseppe Conte...

È interessante riportare quel che scrive di Garofoli l'Anonimo (ma certamente Capo di Gabinetto) autore dell'indispensabile *“Io sono il potere. Confessioni di un capo di gabinetto”* (curato dal giornalista Giuseppe Salvaggiulo), edito da Feltrinelli, un libro essenziale per comprendere come funzionano i meccanismi del governo in Italia, ovvero lo Stato Profondo, il cosiddetto “Deep State”: *“l'asciutto, elegante e un po' arrogante Roberto Garofoli, che non molto tempo fa, a ragione ma in pubblico, si è concesso di interrompere e dare torto al presidente Conte; e a chi si complimentava ha risposto: “Allora non sapete che cosa facevo con Renzi”*”. Pare che Draghi sia tutto concentrato sul testo del discorso programmatico che sottoporrà alla Camera mercoledì e giovedì in Senato.

Draghi, in stile... “no social”? Esecutivo analogico?

Va certamente segnalato che Draghi sembra snobbare i “social”, come ben segnala oggi Franco Stefanoni sul “Corriere della Sera” – “ma non è soltanto lui nel nuovo governo a stare fuori dall'agone mediatico costituito dalle piattaforme di comunicazione online”. A differenza dei ministri politici, tutti utilizzatori dei “social” tranne Giancarlo Giorgetti ed Erika Stefani, i ministri tecnici risultano in gran parte privi di profili personali. Marta Cartabia, Luciana Lamorgese, Daniele Franco, Patrizio Bianchi, Cristina Messa, Enrico Giovannini, Roberto Cingolani e il Sottosegretario alla Presidenza Roberto Garofoli non compaiono né su Twitter né su Facebook. Unica eccezione Vittorio Colao, il Ministro per l'Innovazione Tecnologica e la Transizione Digitale, con una presenza sporadica: su Twitter con post in inglese su temi di sua competenza, e su Facebook con foto prevalentemente in bici, la sua passione. Se si osserva invece il “lato politico” della compagine governativa, quasi tutti sono presenti sulle piattaforme, di persona o attraverso lo staff. I 5 Stelle fanno notoriamente della comunicazione sui “social” un cavallo di battaglia, ma anche la Lega ha costruito parte della sua forza con le campagne “social”.

Stile “no social”

Non sarà semplice per Draghi trasmettere il suo stile “no social”. C'è chi prevede uno stile comunicazionale analogico ed “algido”, in contrasto con quello digitale e “mediterraneo” cui ci ha abituato Giuseppe Conte. Crediamo comunque – anzi auspichiamo – che non si verrà a determinare una “coppia” Premier + Portavoce, come avvenuto durante il Conte 1° ed il Conte 2°, non a caso denominato da alcuni osservatori il “Governo Conte – Casalino”. Rocco Casalino ha appena dato alle stampe la propria autobiografia, intitolata giustappunto “Il portavoce. La mia storia” (per i tipi di Piemme): anche questa una lettura indispensabile per comprendere meglio alcune dinamiche del rapporto tra potere e media. Alcuni attribuiscono al mitico “Rocco” anche la sceneggiatura della sortita di Conte da Palazzo Chigi, con servizi televisivi che riportavano gli applausi dei funzionari dalle finestre del palazzo, mentre camminava sul tappeto rosso, mano nella mano con la compagna Olivia Paladino... E come pensare non siano premeditate finanche le lacrime di commozione di Casalino, all'uscita da Palazzo Chigi?!

Lockdown totale

A proposito di stili comunicazionali... algidi e delicati, cosa pensa il Ministro Speranza della intervista che il suo consigliere supremo Walter Ricciardi ha concesso ieri al “Corriere della Sera”, nella quale chiede un

“lockdown totale” del Paese?! Ha dichiarato l'ex Presidente dell'Istituto Superiore di Sanità – Iss (dal settembre 2015 al dicembre 2018, predecessore di Silvio Brusaferro), che sarebbe “necessario un immediato lockdown totale in tutta Italia, che preveda anche la chiusura delle scuole, facendo salve le attività essenziali, ma di durata limitata”. Questo perché “è evidente che la strategia di convivenza col virus adottata finora è inefficace e ci condanna alla instabilità”. Condivisibile la reazione del leader della Lega Matteo Salvini che, ospite di Lucia Annunziata a “Mezz'ora in più”, ha preso di mira Ricciardi: “non ci sta che un consulente del ministero della Salute una mattina si alzi e senza dire nulla a nessuno dica che bisogna chiudere le scuole e le aziende. Prima di terrorizzare tutti, ne parli con Draghi”. Si rinnova confusione. Si riproduce l'intollerabile rimpallo tra “scienziati” e “politici”, in un gioco di dichiarazioni e contro-dichiarazioni – rilanciate spesso acriticamente dai media – che è inaccettabile, in un Paese che si vanta di essere democratico e moderno.

Si aggrava la confusione, l'infodemia galoppa.

Secondo il sempre ipercritico Michele Anzaldi, deputato di IV e Segretario della Vigilanza Rai, per il momento, peraltro, nulla è cambiato nei tg Rai, rispetto allo strapotere dell'ex Portavoce Casalino: *“se avessi il numero del portavoce del neopresidente Draghi – ha scritto su Facebook – gli manderei questo messaggio: ‘Caro collega, il tuo prestigioso incarico dovrà fare i conti con molte situazioni critiche. In particolare dovrai rapportarti con una Rai che in questi mesi ha toccato il fondo, raggiungendo livelli di faziosità e partigianeria mai visti’*. Il “dossier Rai”, pericolosa convergenza M5S e Forza Italia e Lega per... aprire ai privati? E Draghi dovrà affrontare presto il “dossier Rai”, dato che la tv di Stato versa da molto tempo in una pericolosa deriva.

Vanno segnalate alcune notizie, sfuggite ai più, e correlate intelligentemente tra loro.

Nel “programma” in 17 punti pubblicato da Beppe Grillo giovedì scorso 11 febbraio, che ha titolato *“Per aspera ad astra”* il post sul suo blog nello stesso giorno in cui gli iscritti M5S erano impegnati a votare sulla piattaforma Rousseau l'adesione al Governo Draghi (ha vinto il “Sì” col 59,3 % dei voti, con un controverso quesito scritto “ad hoc” dal Capo Politico Vito Crimi con i “consigli” del Garante 5 Stelle), c'è infatti anche la Rai. *“Gli obiettivi del M5S. Ecco le azioni da mettere in atto secondo gli Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Onu”* ha scritto Grillo nel presentare il programma pentastellato sulle prossime riforme a cui tenderà il Movimento 5Stelle (un nuovo “libro dei sogni” hanno commentato alcuni avversari politici). Dopo “salute e benessere”, al secondo punto emerge “Istruzione di qualità”, declinata in 2 punti: “Riforma Rai ed Editoria” e “Piano d'Azione Scuola 2.0. Verso la scuola del futuro”.

Ma... a quale “riforma Rai” si riferisce l'Elevato?

Non è dato sapere, ma va segnalato che le ultime prese di posizioni del partito risalgono ormai all'estate di quasi due anni fa: il 19 giugno 2019, l'allora Vice Presidente del Consiglio Luigi Di Maio rilanciò con forza la proposta di legge di cui era stata prima firmataria Mirella Liuzzi, che prevedeva una radicale riforma della “governance”, testo che riprendeva una precedente proposta di legge della scorsa legislatura, di cui era stato primo firmatario Roberto Fico (allora Presidente della Commissione di Vigilanza e poi Presidente della Camera). Allora, Luigi Di Maio dichiarò a chiare lettere: *“serve subito approvare una legge per spezzare il legame tra la politica e la Rai. Il M5S ne ha una già depositata, che siamo pronti a discutere. La tv pubblica è dei cittadini, che pagano il canone, non dei politici. È ingiusto che paghino per tenerla in piedi così. Quindi approviamo subito la nostra legge, a firma Liuzzi, che punta a spezzare il cortocircuito tra politica e servizio pubblico, premiando il merito e la trasparenza, oppure tagliamo il canone agli italiani. Delle due l'una. La riforma Rai è nel contratto”*. Questo specifico punto del... “contratto” è stato evidentemente disatteso nell'azione di governo, tra Conte 1° e Conte 2°.

La confusione grillina in materia di riforma Rai e l'inerzia del Parlamento

A fine settembre 2020, nel corso di un'audizione in Commissione Cultura alla Camera dei Deputati sulle priorità del “Recovery Fund”, l'allora Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio Andrea Martella (Partito Democratico) ha dichiarato *“penso che sia arrivato il momento di affrontare seriamente il tema della riforma della Rai, della sua governance e del miglioramento della sua missione di servizio pubblico”*. Ed in quegli stessi giorni Primo Di Nicola, senatore del M5S (e Vice Presidente della Commissione di Vigilanza Rai), ha sostenuto: *“in Senato, ho già depositato un disegno di legge in questo senso, che ricalca la proposta fatta da Roberto Fico nella scorsa legislatura. È una base importante da cui partire. Noi siamo pronti, ne avevamo parlato”*.

insieme al resto della maggioranza in occasione di un convegno che si svolse in Senato. La Rai merita di essere finalmente liberata dai partiti, per un servizio pubblico davvero indipendente. Bisogna solo volerlo". Appunto. Questa volontà c'è realmente? Nel novembre 2019, il senatore Di Nicola aveva promosso un convegno che si pose anche come occasione per illustrare il disegno di legge che egli aveva annunciato il 15 luglio 2019, recante il titolo "Modifiche alla legge 31 luglio 1997, n. 249, e al testo unico di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e altre disposizioni in materia di composizione dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, di organizzazione della società concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo e di vigilanza sullo svolgimento del medesimo servizio" (si veda anche "Key4biz" dell'8 novembre 2019, "*Una nuova Rai è davvero possibile?*"). Si trattava del ddl n. S.1415, che recava la firma – tra gli altri – di esponenti grillini appartenenti a più "anime" del Movimento, da Paola Taverna a Gianluigi Paragone (espulso dal M5S ad inizio gennaio 2021 e fondatore del neo-partito ItalicExit), senza dimenticare Stefano Patuanelli, dal 5 settembre 2019 titolare del Ministero dello Sviluppo Economico (e trasferito da Draghi all'Agricoltura). Al 15 febbraio 2021, è marchiato come "assegnato" ma "*non ancora iniziato l'esame*".

L'iter è insomma ancora tutto da definire.

Proposte di legge e disegni di legge, nessuno incardinato concretamente nel dibattito parlamentare: perché?! Si ricordi anche che a metà luglio del 2019 era stata data notizia che due altri esponenti del M5S avevano presentato, rispettivamente alla Camera Maria Laura Paxia (Atto Camera n. 1983) ed al Senato Gianluigi Paragone (Atto Senato n. 1417), una proposta di legge che puntava ad abolire il canone Rai, aumentando gli introiti attraverso la pubblicità, eliminando quindi il tetto pubblicitario (vedi "Key4biz" del 15 novembre 2019, "Abolizione canone Rai: pubblicata la proposta di legge di Maria Laura Paxia"). Anche queste proposte sono dormienti... Il 16 luglio del 2019, lo stesso Luigi Di Maio aveva dichiarato "*come Movimento 5 Stelle presenteremo una proposta per ridurre drasticamente il canone Rai*".

Policentrismo e confusione, nell'ambito del Movimento 5 Stelle, in materia di Rai.

Va rimarcato che la proposta di Di Nicola intendeva riformare il sistema della comunicazione radiotelevisiva e il servizio pubblico, ri-presentando "pedissequamente" (così recitava la stessa relazione che accompagna il testo), le disposizioni contenute in una proposta di legge formulata, nella precedente legislatura, dall'onorevole Roberto Fico (Atto Camera n. 2922) e dal senatore Andrea Cioffi (Atto Senato n. 1855), successivamente ri-presentata nell'attuale legislatura alla Camera dei Deputati dall'onorevole Mirella Liuzzi (A. C. n. 1054). Insomma, confusione a parte, varie e reiterate son state le dichiarazioni di intenti, cui non hanno fatto seguito azioni operative coerenti. Questa volontà di riforma della Rai, evidentemente, non c'è stata in realtà, dato che, a distanza di mesi, l'iter delle varie proposte di riforma della "governance" di Viale Mazzini – da ultimo quelle del Pd, nelle persone di Andrea Orlando (A. C. n. 2723) e Valeria Fedeli (disegno di legge S. n. 2021) – non risultano essere state calendarizzate, come abbiamo denunciato più volte anche su queste colonne (vedi "Key4biz" del 22 gennaio 2021, "*Perché la riforma della Rai è finita nel dimenticatoio?*"). Beppe Grillo, indirettamente (senza meglio specificare) sembra voler rilanciare l'idea grillina (e quindi la proposta Liuzzi ovvero Fico ovvero Di Nicola ovvero...?): come dire? "*via la politica dalla Rai o tagliamo il canone*". E qui si potrebbe registrare una curiosa convergenza tra due componenti del nuovo Governo, giustappunto M5S e Forza Italia.

Latente rischio privatizzazione Rai?

Giustamente c'è chi ricorda – come l'Anonimo Redattore del sempre frizzante blog "BloggoRai – La Rai prossima ventura" – che nella novella compagine governativa siedono un Ministro come Renato Brunetta, già fautore nel 2016 di una "class action contro il canone Rai" ed un Ministro come Mariastella Gelmini, che già nel lontano 2009 dichiarava che la Rai aveva tradito la sua missione e che il canone dovesse essere assegnato soltanto a chi fa "vero servizio pubblico". Da segnalare anche che, in un'intervista a piena pagina sul "Corriere" di mercoledì 10 anche Lorenzo Sassoli de' Bianchi, appena confermato all'unanimità Presidente dell'Upa (l'associazione dei maggiori investitori in pubblicità), al suo sesto mandato triennale, ha dichiarato che ci sono diversi "dossier urgenti" sul tavolo: "*tra questi senz'altro la riforma della Rai, per noi di Upa una priorità*". E crediamo che Upa auspichi una apertura del "servizio pubblico" ai broadcaster privati (il dominus de La7 alias Rcs Urbano Cairo non attende altro, e si noti come molti giornalisti enfatizzino sempre più la funzione "pubblica" del Tg La7 guidato da Enrico Mentana...). E come non notare che il Ministero più

direttamente coinvolto rispetto alla Rai è quel Mise affidato al leghista Giancarlo Giorgetti (che subentra al grillino Stefano Patuanelli), controparte Rai nel “Contratto di Servizio”?

E si ricordi la Lega, rispetto alla Rai, non è mai stata tenera.

L’italica “memoria del criceto” evocata spesso da Sergio Rizzo sembra aver rimosso che – al di là di quel che fu prospettato dalla controversa “legge Gasparri” n. 112 del 2004 – nel lontano 1995 un referendum promosso dal Partito Radicale e dalla Lega Nord aveva abrogato (55 % dei votanti, con quorum superato) la norma del 1990 che stabiliva l’esclusiva proprietà pubblica della Rai... E pochi ricordano che, nel dicembre del 2012, l’europarlamentare della Lega Mara Bizzotto (ancora in carica, al terzo mandato dal 2009; è stata il candidato della Lega più votato in tutta Italia dopo il leader Matteo Salvini...) ha depositato una petizione, supportata da migliaia di firme, per l’abolizione del canone Rai, iniziativa che chiedeva al Parlamento Europeo l’apertura di una procedura di infrazione contro l’Italia. Esisteva peraltro (ed esiste ancora ed è attivo) anche un “Comitato per la Libera Informazione Radio Televisiva” (Clirt). Si segnala anche che le due proposte presentate dal Pd il 15 ottobre 2020 (Orlando) ed il 6 novembre 2020 (Fedeli) intervengono esplicitamente sulla questione della privatizzazione della Rai, dato che essa è prevista dall’ancora vigente articolo 21 della legge 3 maggio 2004, n. 112, ovvero dalla succitata “legge Gasparri”: Orlando e Fedeli chiedono l’abrogazione di quell’articolo per liberare il servizio pubblico da quella “spada di Damocle”. E giunge infine voce che alcuni esponenti della Commissione di Vigilanza abbiano scritto ai Presidenti di Camera e Senato affinché vengano accelerate / anticipate le procedure (e magari con modalità più trasparenti rispetto a quelle finora messe in atto) per la nomina del nuovo Consiglio di Amministrazione della Rai. Si ricordi che l’attuale Cda di Viale Mazzini si è insediato il 31 luglio 2018, e quindi – essendo il mandato triennale – scade a fine luglio 2021. Per quella data, non si avrà verosimilmente una nuova legge sulla Rai, ma forse un nuovo Cda potrebbe segnare una svolta, rispetto all’attuale stagnazione (con un Cda che rispecchia gli equilibri politici del Conte 1°) cui è costretto il servizio pubblico mediale italiano.

Tempi cupi per Viale Mazzini

Nubi pesanti si addensano comunque su Viale Mazzini.

E temiamo pecchi di ottimismo la nota che l’Usigrai (Unione Sindacale Giornalisti Rai) ha inviato sabato 13 al neo Presidente Mario Draghi, invocando *“autonomia e indipendenza subito per la trasformazione della Rai”*. L’Esecutivo del sindacato Usigrai sottolinea che *“un governo con una maggioranza così ampia ha tutte le condizioni per varare con urgenza e velocità la riforma della governance, per dare alla Rai i livelli di autonomia e indipendenza da partiti e governi chiesti dall’Europa, così come garantiti a istituzioni quali la Banca d’Italia”*. Evidente l’ammiccamento a Bankitalia... Sostiene Usigrai: *“il tempo stringe perché manca poco al rinnovo del vertice di Viale Mazzini. Ma la larga e trasversale maggioranza parlamentare offre le condizioni per una approvazione urgente. Solo così si potrà assicurare alla Rai un vertice nuovo in grado di costruire un Servizio Pubblico forte, rilanciandolo sui pilastri dell’inclusione e della coesione sociale, dell’innovazione tecnologica, e della trasformazione ecologica richiesta al nostro Paese”*. E temiamo che abbia poche chance di produrre consensi... trasversali anche la lettera aperta che Vincenzo Vita ha indirizzato giovedì scorso 11 febbraio al Presidente Mario Draghi, a nome dell’associazione “Articolo21”, nella quale auspica – tra l’altro – *“la ormai indifferibile riforma della Rai, da svincolare da forme inique di controllo: partitiche o lobbistiche o salottiere che siano”*. E temiamo altresì che possa restare lettera morta anche l’apprezzabile tentativo di un gruppo di ex dirigenti di Viale Mazzini, promosso da Andrea Melodia (e da molti esponenti dell’Adprai, l’associazione giustappunto degli ex dirigenti della Rai), che hanno lanciato un Manifesto per un nuovo servizio e la qualità della comunicazione: è trascorso un anno dal lancio della apprezzabile iniziativa (che ha raggiunto quasi 1.000 firme sulla piattaforma Change.org), ma non sembra che abbia smosso significativamente le stagnanti acque della “riforma” annunciata... Nutriamo dubbi infatti che la “larga e trasversale maggioranza parlamentare” del nuovo Esecutivo evocata da Usigrai possa mettere a punto una idea condivisa di riforma della Rai...

Molte, troppe, sono le “contraddizioni interne” del nuovo Governo, che temiamo possa scivolare su molte bucce di banana che si presentano sul suo cammino fin dai primi giorni di vita. La “maggioranza” parlamentare che sostiene l’Esecutivo guidato da Mario Draghi è infatti essa stessa portatrice (in/conscia?!) di molte mine vaganti.

COMMENTI/6

Febbraio-Marzo 2021

COMUNICAZIONE (È) POLITICA

Draghi e la comunicazione istituzionale: cambio di passo ⁵²

Domenico Bonaventura ⁵³

Draghi e la comunicazione istituzionale, l'esordio sembra ok.

“Per ora non abbiamo niente da comunicare, perciò non comunichiamo niente”. È il messaggio che ha voluto lanciare nella prima riunione del Cdm. Ha cioè indicato la via ai suoi ministri, che nel frattempo stanno formando i relativi staff. Si tratta, è evidente, di una grande novità nel panorama politico (italiano e forse non solo).

In questi giorni di consultazioni, consultazioni bis, totoministri e squadra di governo, c'è un vero unicum. Draghi ha agito in assenza di un portavoce personale, una figura che dunque filtrasse le notizie, facendo passare quello che voleva far passare. A tutt'oggi, mentre scrivo, ha nominato il suo Capo di Gabinetto, Antonio Funicello, ma non ancora il suo portavoce.

Per le informazioni ufficiali, il presidente del Consiglio (allora solo incaricato) si è affidato al Capo della Comunicazione della Camera dei Deputati, quel Moreno Marinozzi che già a Sky Tg24 aveva dato prova di professionalità e serietà. E difatti, da lì non è uscito niente. Non è partita alcuna velina, zero spifferi. Alcuni giornali si sono spinti ad attribuire a Draghi dei virgolettati, prontamente smentiti.

L'assenza di un portavoce, semplicemente fondamentale per la comunicazione di un uomo politico (specie di un presidente del Consiglio), avrebbe potuto anche anarchizzare la situazione.

Al contrario, Draghi e la comunicazione istituzionale è stato, banalmente, un connubio basato sulla discrezione.

Tutto è rimasto sotto una spessa cortina di silenzio. Mentre Rocco Casalino organizzava il banchetto popolano di Conte premurandosi di “non inquadrare Chigi”, Draghi mandava in fumo il cervello dei giornalisti. Si pensi ai retroscenisti: non una notizia, che fosse una, è venuta fuori dai corridoi del Palazzo (o delle caserme).

E si pensi, quindi, al nettissimo cambio di passo a cui abbiamo assistito in queste settimane. Ieri sera, ospite di Quarta Repubblica, proprio Casalino preconizzava la necessità, da parte di Draghi, di intervenire spesso, per sedare risse tra partiti.

Qui, però, non c'è bisogno di creare l'immagine di un uomo politico venuto da non si sa dove. Lo conferma la scelta di Funicello, e probabilmente quella del portavoce: si fa il nome di Paola Ansuini, capo comunicazione in Bankitalia. Tutto, quindi, sembra andare in quella direzione.

Un cambio di passo che è garanzia di serietà, quantomeno nella comunicazione. C'è bisogno di comunicare in modo asciutto, pragmatico. Anche per limitare l'overload informativo e, dunque, la nascita e la proliferazione di fake news. Nico Perrone, direttore dell'agenzia Dire, propone (qui) un incontro settimanale con i giornalisti.

E come scrive Francesco Giorgino in questa sua analisi, c'è la necessità di evitare il più possibile la sovrapposizione tra comunicazione istituzionale e comunicazione politica. Complicato, vista la natura della maggioranza. Ma anche questo sarebbe un bel cambio di passo.

⁵² Velocitamedia.it (16.2.2021) - <https://velocitamedia.it/draghi-e-la-comunicazione-istituzionale/>

⁵³ Giornalista. Consulente per la comunicazione politica e istituzionale.

COMMENTI/7

Febbraio-Marzo 2021

Come sarà la comunicazione strategica del premier Draghi ⁵⁴

Ci sarà una forte innovazione nella policy del governo Draghi dopo un periodo di minimizzazione dell'importanza della comunicazione strategica, troppo spesso effettuata attraverso organi non ufficiali e social media.

Francesco D'Arrigo ⁵⁵

La comunicazione è un processo di influenzamento reciproco continuo (Watzlawick, Beavin e Jackson, 1974).

La comunicazione strategica è un termine ombrello per descrivere le attività di discipline che includono le relazioni pubbliche, gli affari internazionali, la sicurezza nazionale, la comunicazione manageriale, la pubblicità. Come tale, definisce la capacità di tutte le organizzazioni – non solo le aziende, ma anche le organizzazioni no-profit e soprattutto i Governi – di impegnarsi in una comunicazione mirata.

La forza di una comunicazione governativa è rappresentata dalla sua enfasi sulla strategia, piuttosto che su argomenti di carattere tattico, per la mera ricerca di consenso (soprattutto di tipo temporaneo come quello ottenuto mediante i sondaggi). Inoltre, la crescente complessità di una società globale e digitale rappresenta un grande ostacolo alla capacità del Governo di impegnarsi in una comunicazione strategica che sia coerente con i suoi obiettivi politici e socio economici a lungo termine.

Il nostro governo inizia così ad adattare la propria comunicazione, non solo alle esigenze interne ma anche alle insidie poste dalle tecnologie del 21° secolo. Anche se è difficile per molti digerire il termine, da diverso tempo siamo coinvolti nella prima info warfare (guerra) della storia – per quanto non convenzionale e irregolare possa essere – in un'era di e-mail, blog, smartphone, Instant Messaging, Internet globale, dark web senza inibizioni, videocamere portatili, dirette streaming, chat cifrate, notiziari 24 ore su 24, comunicazioni satellitari, alla portata di chiunque e non più strumenti di comunicazione esclusivi degli Stati. Non c'è mai stata, prima d'ora, una (info warfare) guerra combattuta in questo ambiente globale. E la difficoltà delle nostre Istituzioni nel comprendere ed affrontare questa situazione è evidente.

Attraverso i sistemi di comunicazione odierni, un governo ostile potrebbe utilizzare una delle piattaforme social globali, per influenzare la nostra percezione su alcuni temi (complottismo, fake news, pandemia, vaccini, ecc.) e perfino le campagne elettorali di paesi democratici, sfruttando le vulnerabilità della nostra cybersecurity, soprattutto quella a tutela della privacy, come la Casa Bianca ha recentemente evidenziato in un ordine esecutivo.

Questo tipo di operazioni sono già state realizzate con successo, varie volte ed utilizzando diverse piattaforme online. Lo scandalo che ha riguardato Cambridge Analytica nel 2016 si è concentrato sulla sua capacità di sfruttare i social media e i dati personali per influenzare le elezioni, utilizzando le medesime modalità attraverso le quali gli utenti vengono bombardati dai messaggi pubblicitari sui social.

Riveste pertanto una forte innovazione la policy del Governo Draghi, dopo un periodo di minimizzazione dell'importanza della comunicazione strategica, troppo spesso effettuata attraverso organi non ufficiali e social media gestiti da aziende straniere.

La comunicazione per un Governo rappresenta la “diplomazia pubblica” cioè un vero e proprio programma strategico per informare la propria opinione pubblica ed al contempo influenzare quelle di altri paesi, dei mercati e degli investitori.

Una forma di diplomazia completamente diversa da quella svolta dal Ministero degli Affari Esteri tra governi e che viene sovente tenuta il più possibile riservata, ma certamente uno degli asset del soft power nazionale, elemento essenziale della Grand Strategy del Presidente Draghi.

⁵⁴ Startmag.it (16.2.2021) - <https://www.startmag.it/mondo/come-sara-la-comunicazione-strategica-del-premier-draghi/>

⁵⁵ Direttore Istituto Italiano di Studi Strategici

COMMENTI/8

Febbraio-Marzo 2021

Draghi chiama Paola Ansuini per la comunicazione di Palazzo Chigi: stop ai social, si parla solo se c'è qualcosa da dire ⁵⁶

Roberto Mania ⁵⁷



Torna una donna al fianco del presidente del Consiglio, che l'aveva già voluta in Banca d'Italia e Financial Stability Board. Lo stile sarà istituzionale, per la coppia che si stima da anni ma si dà del "lei"

Torna una donna alla guida della comunicazione di Palazzo Chigi. Dopo Betty Olivi, portavoce di Mario Monti, il nuovo presidente del Consiglio, Mario Draghi, ha scelto Paola Ansuini direttamente dalla Banca d'Italia. E cambia lo stile della comunicazione dopo la lunga e discussa stagione di Rocco Casalino. Niente (o quasi) social, niente gruppi su whatsapp, pochi spin. Comunicazione istituzionale, rigorosa, fredda.

Un po' Banca d'Italia, un po' Commissione europea dove non si commentano i rumors e soprattutto non si creano. La missione, d'altra parte, l'ha indicata Draghi durante la prima riunione del Consiglio dei ministri: si comunica solo quando si ha qualcosa da comunicare. Le parole legate ai fatti. Ansuini punta a riorganizzare in tempi rapidi la struttura perché per comunicare i dossier bisogna avere anche le competenze.

La carriera di Ansuini - quattro figli, un cane, tanti libri e amante di Johann Sebastian Bach - si è svolta tutta all'interno della Banca centrale dove è entrata nel 1988. Laurea in Scienze politiche alla Luiss Guido Carli di Roma (l'università della Confindustria). Fino al 2000 è vice capo della delegazione di Bankitalia a Bruxelles. Ritorna a Roma per coordinare, nel 2001, la delicata e importante campagna di informazione per l'introduzione dell'euro. Poi, dopo le clamorose dimissioni di Antonio Fazio da governatore della Banca d'Italia a Palazzo Koch (siamo nel 2006) arriva Mario Draghi per rilanciare l'Istituto e fargli riconquistare la credibilità incrinata dallo scandalo Antonveneta. Al suo fianco, per la comunicazione, Draghi sceglie Ansuini che avrà lo stesso compito nel Financial stability board presieduto sempre dall'allora governatore.

Tra i due rapporti di stima, decisamente formali, si danno sempre del lei.

⁵⁶ Repubblica.it (17.2.2021) -

https://www.repubblica.it/economia/2021/02/17/news/draghi_chiama_paola_ansuini_per_la_comunicazione_di_palazzo_chigi_st_op_ai_social_si_parla_solo_se_c_e_qualcosa_da_dire-287945869/

⁵⁷ Giornalista di Repubblica

COMMENTI/9

Febbraio-Marzo 2021

Governo Draghi, così cambiano rapporti coi partiti e comunicazione ⁵⁸

Il prossimo cambiamento potrebbe riguardare la governance, con l'addio ai capi delegazione. Si cambia anche sul fronte della comunicazione.

Cambia la maggioranza, cambiano i ministri, cambia la comunicazione, cambiano le priorità. L'arrivo di Mario Draghi ha già portato una serie di novità al governo. Il prossimo cambiamento potrebbe riguardare la governance, il 'board' dell'esecutivo, coinvolgendo una delle maggiori caratteristiche del Conte II: i capi delegazione.

Addio ai capi delegazione?

Al momento il meccanismo dei vertici tra i responsabili dei partiti di governo appare infatti in 'stand by'. E, a sentire i vari azionisti di maggioranza, non sarebbe ancora arrivata una specifica sollecitazione in questo senso da palazzo Chigi. Un bel cambio rispetto alle riunioni del Conte II, quasi sempre fiume e in orari notturni, convocate per prendere decisioni praticamente su tutto: dalle leggi Finanziarie alle misure anti Covid, dalle zone gialle e rosse fino alle chiusure dei ristoranti e bar e i vaccini.

Solo Silvio Berlusconi, bruciando le tappe, ha indicato Maria Stella Gelmini come riferimento di FI al governo. Una decisione presa insieme ad una serie di mosse interne al partito. Poi si è fermato tutto. Dal Pd, in questo senso, ancora non si muove nulla. Nel Conte II è stato Dario Franceschini il capo delegazione. Adesso nel governo è anche entrato Andrea Orlando, che del Pd è vice segretario.

Stesso discorso per il M5S, dove il capo delegazione uscente Alfonso Bonafede non è più al governo. Anche tra i pentastellati, al momento, non pare in arrivo una indicazione formale di un capo delegazione. E anche dalla Lega su questo fronte non ci sono novità. Per Italia Viva, con l'uscita della capo delegazione Teresa Bellanova, resta la sola Elena Bonetti. Come per Leu, con il solo Roberto Speranza.

A questo proposito, una valutazione attraversa tutti i partiti della nuova maggioranza: la singolare natura dell'esecutivo, dove un pacchetto di ministri tecnici è stato inserito tra quelli politici, rende inapplicabile la formula dei capi delegazione per il governo Draghi.

Comunque sia, i cambiamenti portati dal nuovo inquilino di palazzo Chigi non dovrebbero mancare. Lo stesso Draghi ha dato delle indicazioni nel suo discorso sulla fiducia al Senato. Per esempio sul Pnnr, tema incandescente nel Conte II: "La governance è incardinata nel ministero dell'Economia e Finanza".

Un'altra novità potrebbe arrivare sul Covid: per la lotta alla pandemia dovrebbe nascere una sorta di cabina di regia composta da un esponente per partito e guidata dallo stesso Draghi: o comunque, anche per ragioni legate alla sua stretta operatività, con un ruolo rilevante per il sottosegretario alla presidenza Roberto Garofoli.

Comunicazione sobria ed efficace

Sul fronte della comunicazione, si potrebbe assistere ad una curiosa dicotomia: Draghi e i ministri tecnici da lui scelti non hanno profili social e si caratterizzano per una comunicazione il più possibile sobria, mentre i leader politici potrebbero addirittura aumentare la loro visibilità social per intestarsi o meno le varie misure del governo.

Ma in questo senso è più urgente fare in modo che la comunicazione del governo, soprattutto sulla pandemia, sia il più possibile univoca.

È il momento della chiarezza e della sobrietà, è necessario che si parli con una sola voce soprattutto da parte del mondo scientifico e da parte del Comitato Tecnico Scientifico.

⁵⁸ Quifinanza.it (18.2.2021) - <https://quifinanza.it/editoriali/governo-draghi-cosi-cambiano-rapporti-coi-partiti-e-comunicazione/463133/>

COMMENTI/10

Febbraio-Marzo 2021

Dal reality alla realtà, pregi (e rischi) di un governo "no social" ⁵⁹

Simone Cosimi ⁶⁰

Il presidente non ha profili social, la comunicazione di palazzo Chigi si annuncia sobria ed essenziale, l'audience complessiva dell'esecutivo scende. Ci voleva, ma occhio all'empatia. E dopo la pax draghiana, la giostra riprenderà a muoversi

Dal reality alla realtà. Si spera. Basta dare un'occhiata a qualche numero, raccolto da diversi analisti, per rendersi conto del cambiamento potenziale dell'ecosistema della comunicazione nel governo Draghi. Non solo l'ex presidente della Bce non ha alcun profilo sui social network, e non sembra intenzionato ad aprirne, ma l'audience complessiva della sua compagine governativa scende da circa 13,6 milioni di follower dei componenti del Conte Bis a 6,6. Con defezioni importanti: cinque ministri su 23 non dispongono di alcun profilo, altri si limitano a Twitter (sono Colao, Bianchi e Cingolani). Nello specifico, 16 ministri su 23 usano Twitter, 15 hanno un account Instagram e 14 una pagina Facebook (dati dell'Osservatorio digitale per Il Sole 24 Ore e dell'esperto di marketing Franz Russo).

Un quadro che ci racconta uno scenario a due facce. Da un lato avremo uno zoccolo duro governativo, quello dello stesso presidente del Consiglio e dei tecnici che rispondono solo a lui, che limiteranno la comunicazione allo stretto essenziale, transitando soprattutto da "vecchi" strumenti come note stampa ed eventuali interviste attentamente concordate con le testate giornalistiche. D'altronde, a parte il discorso al Senato, dal giorno della chiamata al Colle lo stesso Draghi non si è mai sentito e non si è mai rivolto davvero ai cittadini.

Uno spaesamento non da poco, dopo anni di show permanente con schede sui social ad annunciare le dirette in streaming a tarda notte di Giuseppe Conte e, com'è d'altronde tipico di quasi tutta la politica italiana, commenti continui su tutti i temi d'attualità sotto la regia di Rocco Casalino. Non dimentichiamoci tuttavia che prima della parentesi Gentiloni, nella precedente legislatura, avevamo avuto i mille giorni di un altro (all'epoca) campione dei social come Matteo Renzi. A questo cambio di paradigma si aggiunga la scelta di Paola Ansuini, storica collaboratrice di Draghi, alla direzione della comunicazione di Palazzo Chigi, in arrivo direttamente dalla Banca d'Italia: oltre ai social, niente gruppi in chat con i giornalisti, niente "spin", cioè spintarelle di notizie o anticipazioni, si comunicherà solo quando ci sarà qualcosa di preciso da dire, con il "sufficiente anticipo" di cui ha parlato il premier ieri nel discorso al Senato, e lo si farà in modo chiaro ed essenziale.

D'altro canto la presenza social degli altri componenti dell'esecutivo rimane comunque piuttosto solida: si va dai soliti Di Maio (con i suoi 2,3 milioni di fan su Facebook, 910mila su Instagram e 723mila su Twitter) a Mara Carfagna (183mila su Facebook e oltre 200mila su Twitter) fino ai 463mila di Dario Franceschini. E al netto dei 23 della squadra di Draghi, occorre tenere presente il labirinto del sottogoverno che verrà presto nominato e ovviamente i segretari e leader di partito: sono fuori dall'esecutivo e hanno le mani più libere, come ha dimostrato Matteo Salvini fin dai primi vagiti del nuovo governo. Oltre che un'audience sui social ben più ricca: sono tutti azionisti alla pari, o quasi, dell'esecutivo e parleranno con ogni probabilità più dei propri referenti in Consiglio dei ministri.

Per questo, se da una parte c'è senz'altro da tirare un sospiro di sollievo per il ritorno a una necessaria sobrietà e a un'essenzialità della comunicazione istituzionale, che riserverà al presidente del Consiglio i

⁵⁹ Wired.it (18.2.2021) - https://www.wired.it/attualita/politica/2021/02/18/governo-draghi-comunicazione-social-network/?refresh_ce=

⁶⁰ Giornalista

messaggi-chiave demandando i dettagli a documenti e note specifiche a parte, dall'altra dietro all'estrema asciuttezza si nascondono un paio di rischi. Il primo: che manchi un po' di empatia. Meglio la competenza dell'empatia, ovviamente, ma palazzo Chigi non è la Banca d'Italia né la Bce. In qualche modo, con tutti i suoi errori, Conte aveva compreso la necessità di farsi percepire vicino agli italiani, le cui vite sono state ribaltate da un anno di pandemia. Il secondo: che la parte politica dell'esecutivo, e soprattutto i più diversi rappresentanti dalla maggioranza arlecchino che sostiene Draghi (262 i sì incassati per la fiducia al Senato), alimentino un rumore di fondo ancora più irritante di quello precedente, rosicchiando passo dopo passo quello spazio del silenzio che il presidente del Consiglio sta costruendo intorno al proprio mandato.

Non subito: c'è ovviamente da aspettarsi qualche settimana, al massimo un paio di mesi, di pax draghiana o quasi, non fosse per rispetto al presidente Mattarella e per le sfide che abbiamo di fronte. Ma a un certo punto, magari al migliorare del quadro sanitario, dopo una scossa al pessimo piano vaccinale e al confronto con l'Europa sul Recovery Fund, la giostra si rimetterà in funzione. Con tutte le sue musicchette, il fracasso incessante e gli effetti sonori tipici di una legislatura calante.

COMMENTI/11

Febbraio-Marzo 2021

Draghi, per le donne è l'ora della svolta ⁶¹

Elvira Frojo ⁶²

Nel più drammatico periodo di emergenza sanitaria ed economica mondiale, l'Italia e l'Europa salutano con ottimismo l'insediamento del presidente del Consiglio Mario Draghi. Il nuovo governo rappresenta per le donne una grande opportunità

Sin dall'incarico, un'atmosfera solenne ma sobria ha accolto "l'uomo delle imprese impossibili". Considerato, durante il suo mandato alla Bce, "il salvatore dell'euro" rispetto alla grande crisi del debito sovrano che, a partire dal 2010, ha messo a rischio la moneta unica europea.

Un governo senza precedenti, insediatosi nell'assoluta incertezza politica e in una situazione di complessità surreale. Foto di gruppo, nel salone dei corazzieri del Quirinale, senza mascherine per soli 5 secondi.

Esperto di finanza, economia e amministrazione, uomo di indiscussa competenza e riconosciuta autorevolezza a livello internazionale, il "non politico" Draghi rispetta la politica e acquisisce consensi a tutto campo con approvazione delle forze politiche, economiche e sindacali del paese.

Da governatore della Banca d'Italia, nel maggio 2007, affermò: *"l'esperienza degli ultimi anni, dopo la riforma del titolo V della Costituzione, mostra come il processo decisionale condiviso fra Stato e Regioni sia faticoso e spesso inefficace"*. Un tema particolarmente attuale, in tempo di pandemia.

Ma quello che più colpisce è il fascino che esercita sul sentire comune. Nel discorso, soprattutto di "principi", davanti al Senato non ha chiesto un "passo indietro rispetto alla propria identità ma semmai, in un nuovo e del tutto inconsueto perimetro di collaborazione, uno avanti nel rispondere alle necessità del paese, senza pregiudizi e rivalità". *"Insieme per amore dell'Italia"*. Cancellato, dunque, il volto del potere che divide.

E una frase su tutte: *"non vi è mai stato, nella mia lunga vita professionale, un momento di emozione così intensa e di responsabilità così ampia"*.

In un momento difficile per l'economia del paese, il presidente Draghi recupera nei sentimenti dell'opinione pubblica il senso smarrito di un'eticità necessaria per attuare gravosi e mirati interventi. *"La crescita di un'economia di un paese non scaturisce solo da fattori economici. Dipende dalle istituzioni, dalla fiducia dei cittadini verso di esse, dalla condivisione di valori e di speranze. Gli stessi fattori determinano il progresso di un paese"*. Spiega i gravi effetti della pandemia sociale con i dati della Caritas italiana che mostrano un forte inasprimento del quadro di povertà. *"Quasi una persona su due che oggi si rivolge alla Caritas lo fa per la prima volta. Tra i nuovi poveri aumenta in particolare il peso delle famiglie con minori, delle donne, dei giovani, degli italiani, che sono oggi la maggioranza (52% rispetto al 47,9 % dello scorso anno) e delle persone in età lavorativa, di fasce di cittadini finora mai sfiorati dall'indigenza"*, ricorda Draghi.

In Italia, dati inquietanti per le donne.

Il tasso di occupazione femminile è appena al 48,9 per cento e il nostro paese è al 126° posto al mondo per parità di salario tra uomini e donne (fonte Eurostat). Nell'anno 2020, nel solo mese di dicembre, sono 99mila, su 101mila occupati in meno, le donne che hanno perso il lavoro, per lo più impiegate nel settore dei servizi e in attività precarie. Eppure sono quelle donne "acrobate" nel difficile equilibrio tra lavoro, casa e famiglia, secondo i dati Censis, in periodo di pandemia.

Nel 2019 si era ridotto notevolmente il divario di genere in termini di occupazione. Ma nulla è per sempre e nessun traguardo è definitivamente conseguito. Rigoroso nella sua autorevolezza, nello sguardo e nelle parole ma empatico, Mario Draghi comunica con occhi obliqui e penetranti. Spesso con il silenzio.

Lotta alla pandemia, sviluppo e innovazione, riforme in ogni settore, recovery plan sono gli obiettivi programmatici per la rinascita di un'Italia che spera. Nella cornice di un tema antico, il rapporto tra etica ed economia. Interventi da attuare da chi è in grado di sentire il richiamo al dovere del bene comune. Perché ogni decisione ha conseguenze di carattere morale prima che economico.

⁶¹ Formiche.net (19.2.2021) - <https://formiche.net/2021/02/donne-politica-opportunita/>

⁶² Laureata in Giurisprudenza, avvocato, dirigente della carriera prefettizia, coordinatore didattico di master universitari. Scrittrice e giornalista pubblicista.

È delicato e, insieme, forte il messaggio verso i giovani e le donne. Arriva al cuore di tutti. Draghi “sveglia” l’Italia con la visione di una possibile rinascita, con attenzione per i giovani, verso i quali è forte il senso di responsabilità. E guarda alle donne come ad un’irrinunciabile risorsa per l’Italia, promettendo parità effettiva e sostanziale di genere. Talento, capacità intellettuali e umane in gran parte non utilizzate nel mondo del lavoro. Risorse, oltre che traguardi della dignità dei diritti umani. *“Una vera parità di genere non significa un farisaico rispetto di quote rosa richieste dalla legge, richiede che siano garantite parità di condizioni competitive tra generi. Intendiamo lavorare in questo senso, puntando a un riequilibrio del gap salariale e un sistema di welfare che permetta alle donne di dedicare alla loro carriera le stesse energie dei loro colleghi uomini, superando la scelta tra famiglia o lavoro”*, ha affermato il premier che gode, a livello europeo e internazionale, della stima incondizionata di donne ai vertici dei massimi organismi.

È il tempo del cuore e delle donne anche in politica?

Il cuore, sorgente inesauribile di conoscenza. Il cuore conforto e ascolto ma anche risposta al senso di smarrimento, di inquietudine e di mancanza di prospettive nel difficile momento. Per disvelare fragilità nelle quali è possibile ritrovare fiducia, forza, futuro.

Sono cinque le donne ministre, nel nuovo governo. Le donne della competenza, del coraggio ma anche della dedizione e dell’ascolto. Per credere in orizzonti di cambiamento che seguano anche le ragioni del cuore. Per ristabilire priorità, nell’incontro e nel dialogo. Donne che guardano al passato per coglierne soprattutto gli errori, motivate ad un forte impegno per un futuro da definire con paradigmi diversi.

Questo è il tempo delle scelte e del coraggio.

Ho il timore, come donna, che quando usciremo dalla crisi che ha travolto la nostra esistenza e spazzato via il passato, si possa tornare indietro come se nulla fosse accaduto. Soggiogati da quelle sovrastrutture, divisioni, conflitti, rancori che ci hanno condotto in un baratro. Ancor prima della pandemia.

Vivere, per ogni donna, è ampliare il tempo e l’orizzonte con il dono dell’amore. Con fiducia nei legami autentici, nelle relazioni che arricchiscono la profondità del sentire. È ricchezza per la società e per il mondo del lavoro. Evitando scorciatoie. Per una parità di genere fondata sulla competenza e sul merito e non solo su “quote rosa”. La voce delle donne “che fanno”, senza bisogno di urlare e prevaricare. È l’immagine della forza migliore. E, forse, chissà, non saranno necessarie quelle continue verifiche rispetto agli uomini, tese a dimostrare di essere sempre di più all’altezza dei ruoli, per poter conquistare posizioni di rilievo.

Ma occorre maggiore autostima e solidarietà tra le donne. Rafforzamento dell’autostima e potere delle donne, tra gli obiettivi dell’Agenda ONU 2030 per lo Sviluppo sostenibile, significa anche contrastare la violenza, contro pregiudizi e stereotipi culturali.

Recuperiamo, così, nei nostri cuori, quei sentimenti condivisi che possono renderci più forti. Donne unite in una sostanziale e concreta emancipazione che, credo, possa essere prioritariamente affermata proprio da noi stesse. Contrastando una violenza spesso sotto traccia, subdola e dominata da rapporti di forza e da discriminazioni talvolta non dirette e conclamate. Insidie che si nascondono nelle pieghe della nostra società, talvolta tra le stesse donne. Gli uomini responsabili e consapevoli ne prendono sempre più atto e molti sono intimamente coscienti del valore aggiunto della “risorsa” femminile.

Solo così, salvaguardando la sensibilità femminile, potremo cambiare il modo di pensare e di vivere anche degli altri. Parlandone meno. Agendo di più, con determinazione e concretezza.

Il governo Draghi è dalla nostra parte. A partire dal linguaggio, fatto anche di sentimenti comuni e di silenzio. Per un cambiamento trasformativo per le donne e per il paese. Una nuova opportunità. Come risulta dai dati, il Pil registrerebbe un aumento di circa 88 miliardi, in situazione di parità di genere nell’occupazione.

Il coronavirus rappresenta per l’uomo il momento della scelta, come ha ricordato al mondo, un anno fa, Papa Francesco, in preghiera in una deserta piazza San Pietro. “Ci chiami a cogliere questo tempo di prova come un tempo di scelta”, ha detto il Pontefice rivolgendosi a Dio: “non è il tempo del tuo giudizio, ma del nostro giudizio: il tempo di scegliere che cosa conta e che cosa passa, di separare ciò che è necessario da ciò che non lo è. È il tempo di reimpostare la rotta della vita verso di te, Signore, e verso gli altri”.

È tempo di “conversione” anche morale e civile. È tempo di scendere nella profondità del nostro cuore per curare le ferite e vincere la paura del futuro. Guardando avanti con fiducia. È la grande sfida dell’amore. Per tutte le donne, non solo per quelle del nostro Governo. Senza escludere gli uomini!

COMMENTI/12

Febbraio-Marzo 2021

COMUNICAZIONE E POLITICA

Draghi e la “disruption” per media e fautori del lockdown ⁶³

Alberto Contri ⁶⁴

La disruption provocata da Draghi sta creando grande disorientamento nei giornalisti nostrani. E saranno inevitabili cambiamenti per le aziende

Il 13 febbraio l’Unesco ha celebrato il 110° anno di nascita della radio, che risulta essere ancora il mezzo di comunicazione più ascoltato nel mondo. Ma non si è potuto festeggiare ovunque. In Ungheria è stata chiusa Klubradio, l’unica emittente rimasta, in quel Paese, a trasmettere dei contenuti di dissenso. La Cina ha sospeso la licenza alla BBC, ritenuta addirittura sovversiva. Nel bene e nel male, le tecniche di comunicazione sono ovunque protagoniste.

Nel processo per il secondo tentativo di impeachment dell’ex Presidente Trump, l’accusa ha presentato un montaggio video con accostamenti temporali tecnicamente arbitrari, che è stato diffuso con grande insistenza in tutto il mondo. Uguale diffusione non è stata data al video presentato dalla difesa, in cui si dimostrava come con la stessa tecnica di montaggio, affermazioni simili fatte da leader democratici potevano egualmente risultare un incitamento alla violenza.

Osservando cosa e come si comunica nei più diversi paesi del mondo, ci riscopriamo protagonisti ora de Il mondo nuovo di Huxley, ora della Fattoria degli animali di Orwell.

Mentre Putin minaccia gravi ritorsioni contro l’Ue che gli chiede di liberare il suo avversario politico Navalny, Erdogan fa arrestare ogni giorno studenti che protestano per le interferenze del Governo nella nomina del Rettore dell’Università di Istanbul. L’ex-premier Matteo Renzi paragona “il Rinascimento” dell’Arabia Saudita a quello della Firenze che fu, nonostante il principe Bin Salman sia stato unanimemente considerato il mandante dell’assassinio del giornalista Jamal Kashoggi, e nel suo Paese siano tuttora in vigore gravi limitazioni dei diritti delle donne e dei lavoratori. Per questi motivi il ministro degli Esteri Luigi Di Maio ha sospeso la vendita di armi all’Arabia Saudita, senza però fare una piega per le sempre più chiare responsabilità dei Servizi segreti egiziani nell’assassinio di Giulio Regeni: consentendo a Fincantieri di consegnare all’Egitto due Fregate, 20 pattugliatori, 24 caccia, 20 velivoli da addestramento e addirittura un satellite da osservazione.

Tanto poi ci pensano i tipi come Casalino a dire e a non dire, e a proporre ai diversi media la versione che i tecnici definiscono elegantemente la vulgata mainstream. Perso il ruolo di grande suggeritore al seguito del Presidente Conte, ce lo siamo ritrovato a concionare e a sguazzare nella sempre più indigesta insalata russa di alcuni salotti televisivi, mentre sulla grande stampa impazzavano i toto-ministri e gli immancabili retroscena, che in realtà sono dei banalissimi pettegolezzi o delle assai interessate promozioni di autocandidature. Colmo dei colmi, Casalino ha dichiarato all’Ansa che i discorsi di Draghi alle Camere “erano senza empatia e pativano la mancanza dell’intervento di un esperto di comunicazione”. Meno male. Sarà per questo che l’ultimo sondaggio di Monitor Italia dà a Draghi un gradimento del 61% contro il 34,4% di Conte. *Sic transit gloria mundi.*

Disorientamento

La disruption provocata da Draghi, come dicono i sociologi, sta creando grande disorientamento nei giornalisti nostrani, improvvisamente privati delle soffiare pilotate o malamente mascherate con penose e

⁶³ <https://www.ilsussidiario.net/news/comunicazione-e-politica-draghi-e-la-disruption-per-media-e-fautori-del-lockdown/2132262/>

⁶⁴ Ha ricoperto incarichi di vertice in importanti agenzie di pubblicità multinazionali e in associazioni del settore, tra cui l’EAAA (unico italiano nel Board dell’Associazione Europea Agenzie di Pubblicità). Dal 1999 al 2019 è stato presidente della Fondazione Pubblicità Progresso. È stato Consigliere della Rai, Amministratore Delegato di Rainet, Presidente e Direttore generale della Lombardia Film Commission. Attualmente svolge ruoli di consulenza, ed è docente di Comunicazione Sociale all’Università IULM di Milano.

reiterate allocuzioni tipo *“Renzi dice ai suoi”*. Clamorose cadute di stile denotano poi a chiare lettere il travaso di bile di chi provava gran gusto nel fare un giornale di lotta e di potere.

Se il saggio afferma che i politici non sono migliori dei loro elettori, possiamo pure dire che i giornalisti non sono migliori dei loro lettori. Che sono poi gli stessi che sui social difendono a oltranza l'ex presidente Conte, abile affabulatore e veloce trasformista, rimpiangendolo per il suo bon ton. Cose da non credere.

Del nuovo presidente Draghi si celebra in genere la sobrietà, ma sotto sotto c'è in giro nelle redazioni molta preoccupazione per una sua frase, sfuggita ai più: *“Non abbiamo fatto ancora niente, quindi non abbiamo niente da comunicare”*. Chapeau.

In realtà, ben più di qualcosa Draghi lo ha detto in Senato, e di molto importante: *“Uscire dalla crisi non è come riaccendere la luce per riprendere come prima. Sarebbe un errore proteggere indifferentemente tutte le attività economiche. Molte dovranno cambiare, anche radicalmente”*.

E ha accennato alla riconversione industriale che è seguita alla Grande Guerra, che è una faccenda da far tremare le vene dei polsi, perché richiede ristrutturazioni, inversioni di rotta, aggiornamento e formazione, cambi di paradigma, flessibilità, coraggio, lagrime e sangue.

Attività e sentimenti che nemmeno le grandi e piccole aziende private sanno più frequentare, avvelenate come sono dai big della consulenza che sanno solo offrire a tutti le stesse identiche ricette fordiste-tayloriste in ogni parte del globo.

Fuori dalle righe

Anche per questi motivi il paese si ritrova del tutto impreparato. Anche perché il Governo Conte ha sempre insistito sull'obiettivo di *“riaccendere la luce”* proponendo come unica via d'uscita il lockdown, i vaccini e i ristori, ignorando la prevenzione e le cure precoci, come suggerito dall'Istituto Mario Negri e da una rete di coscienti medici di base che hanno saputo *“prendersi cura”* sul serio dei propri pazienti, evitando ricoveri in terapia intensiva e i relativi decessi.

Stupisce non poco, in proposito, che il consigliere del Ministro della Sanità, il Prof. Ricciardi, imperversi di continuo con le proprie severissime tesi su giornali e tv, quando il suo ruolo gli imporrebbe di parlare riservatamente all'orecchio del Ministro. E basta. Non ho autorità per discutere i suoi argomenti, ma ho le competenze adeguate per giudicare inopportuno un modo di comunicare del tutto fuori dalle righe.

Recentemente l'Osservatorio Europeo sulla Mortalità, EuroMomo, ha riportato che la media europea di gennaio delle morti in tutta Europa per ogni causa risultava inferiore a quella dei precedenti tre anni. Ma come...? Se è così c'è più di qualcosa che non torna, e quindi si sente il bisogno di una comunicazione asciutta e sensata, come quella che sembra prediligere il neo-presidente Draghi.

Che non ha nemmeno ancora incassato dalle due Camere la prevedibile fiducia, e già gli si chiedono miracoli, oppure gli si imputano le vere e proprie cattiverie (vedi stop-and-go alle stazioni sciistiche) inevitabilmente ereditate dal governo precedente.

Il Presidente Mattarella aveva parlato di un *“governo di alto profilo”*, mentre ci ritroviamo sulla tolda di comando molti responsabili di altrettanti errori, oltre che imbarazzanti pasticcioni (è un eufemismo) come il super Commissario a tutto. Probabilmente non si poteva fare diversamente pur di consentire a Draghi di circondarsi di un manipolo di fidati esperti nei ministeri chiave. Inoltre, si sa, il meglio è nemico del bene.

Ma in assenza della farraginoso, confusa e dannosa comunicazione che ci è stata ammannita, nel nuovo e salutare silenzio farebbe tanto bene al morale un bel segnale di pulizia, anzi, di decenza.

Così da poterci rimboccare tutti le maniche con maggiore entusiasmo.

COMMENTI/13

Febbraio-Marzo 2021

Shh, silenzio. La comunicazione di Mario Draghi ⁶⁵

Giovanni Manco⁶⁶

Una parola è troppa, due sono poche. Bisogna scegliere con attenzione le parole da dire, e anche quelle da non dire, come dice la poetessa Alda Merini. Insomma, fare comunicazione non sempre è facile. Anzi, spesso è difficile. Figuriamoci quella politica, di comunicazione.

Il governo Draghi è nato: oro, incenso, mirra. L'ex Presidente della BCE è ora il Presidente del consiglio dei Ministri. Tra le tante incognite e curiosità riguardanti quello che sarà il suo esecutivo c'è quella che afferisce alla comunicazione politica: come comunicherà Mario Draghi?

La comunicazione di Mario Draghi

La discontinuità è netta. Il vangelo secondo Casalino verrà messo per un attimo da parte, ma solo per un attimo eh: la campagna permanente e la comunicazione postmoderna sono tutte cose che torneranno. Evidentemente, ora, c'è bisogno di altro. E l'altro è Mario Draghi con la sua comunicazione silente. Dopo tanto bla bla bla ora shh, silenzio!

Il professore adotterà una comunicazione sobria, minimalista ed istituzionale. Le comunicazioni si circoscriveranno a pochi ed ufficiali momenti: dalle conferenze stampa ad eventuali comunicati. Niente social, Draghi non li ha e non li creerà in quattro e quattr'otto come fece il suo predecessore Giuseppe Conte. Tornerà centrale la figura dell'ufficio stampa, a discapito di quella dello spin doctor. La scelta ricondotta a Paola Ansuini va proprio in questo senso: già curatrice della comunicazione di Bankitalia e per il Financial Stability Board, la Ansuini sarà alla testa di questa svolta comunicativa propensa alla essenzialità. Niente annunci, niente mosse acchiappa like, sarà la credibilità politica di Draghi a parlare. Ma soprattutto a fare, senza inutili preannunci o trionfistiche autocelebrazioni. Il suo silenzio fa così rumore, che pure lo spread si sta ritirando.

Le motivazioni che stanno alla base di questo cambio di passo sono diverse, ma si possono ricondurre tutte quante ad una semplice formula: oriented-consensus. Due parole che vogliono declinare un modo di fare – e quindi di fare comunicazione politica – orientato al consenso elettorale. I politici devono coniugare, alla platonica arte del ben governare la polis, la necessità di tenere sempre alto il proprio consenso i termini di gradimento popolare. Ebbene, tutto questo non tocca in alcun modo la figura di Mario Draghi. Tecnico super partes, indifferente ai giochi di consenso poiché non c'è alcun indirizzo politico nel suo futuro. Questo punto di partenza rende inutili i giochi casilinstici – o di chi per lui – e rendono bastevole una comunicazione old school, mainstream, vecchia maniera. I giornalisti torneranno a fare il loro vecchio lavoro: le informazioni non verranno più carpite col semplice scorrere del feed di un social network, ma verranno filtrate dal sano filo diretto che saranno capaci – o non capaci – di tessere con i canali ufficiali di palazzo Chigi.

Ma quindi va bene non comunicare?

Occhio però, perché non è tutto Draghi quel che (non) luccica. Gli analisti della comunicazione politica sono piuttosto divisi sul tema: va bene non comunicare? Noi, personalmente, ci siamo già esposti sul tema nell'articolo di analisi dell'intervista di Rocco Casalino da Lilli Gruber (LEGGILA QUI). Giusta una comunicazione essenziale, ma talvolta la voce di Draghi potrebbe risultare necessaria. I suoi silenzi potrebbero essere colmati dalle voci dei tanti leader che compongono il lunghissimo perimetro partitico del governo: da Di Maio a Zingaretti passando per Salvini. Proprio quest'ultimo non ha perso tanto tempo, a pochi giorni dalla nascita del Draghi ha subito dedicato stoccate d'amore agli amici di governo, al Ministro Speranza specialmente. Le critiche sono state poi ritratte ed armonizzate – forse Draghi s'è fatto sentire in sede privata – ma resta comunque il fatto che la voce di Salvini e degli altri potrebbero, di tanto in tanto,

⁶⁵ Politicamenteincoerenti.it (22.2.2021) - <https://www.politicamenteincoerenti.it/comunicazione-politica/shh-silenzio-la-comunicazione-di-mario-draghi/>

⁶⁶ Giornalista pubblicitario iscritto all'ODG della Regione Lazio, corrispondente calcistico, studente di comunicazione politica.

sovrastare la silente macchina draghiana. Potremmo chiederci poi cosa farà il Premier nel caso in cui dovessero emergere fake news sul suo conto o sul suo operato. Qualcosa dovrà pur dire. Notare bene: parlare non vuol dire – per forza – parlare alla Conte, ci sono modi e modi di comunicare, e Draghi potrà farlo – al minimo, quando necessario – nel suo stile e nelle sue modalità rigorosamente istituzionali.

Prospettive, queste, di cui parla anche **Massimiliano Panarari** che oggi, su La Stampa, spiega bene come i vuoti politici – anche in termini di comunicazione – si riempiono facilmente. E che qualcuno, questo vuoto reso tale dal silenzio di Draghi, potrebbe riempirlo con disinformazione ed aumentando il tasso di inciviltà in rete. Dunque, ok lo stile da “banchiere centrale” sobrio ed ingessato, ma occhio agli effetti collaterali. Anche perché non dimentichiamolo: siamo in una situazione di crisi ⁶⁷.

Ed il *crisis management* ci insegna che, in questi momenti, i flussi di informazione – quindi anche di disinformazione – sono elevatissimi.

Draghi dovrà essere bravo a fungere da voce unica e ridurre al minimo la sensazione di incertezza in capo all’opinione pubblica. Ok che non c’è un elettorato da coccolare, ma siamo pur sempre dinanzi alla nascita di quello che è – a detta di tutti – un governo della responsabilità.

⁶⁷ **Massimiliano Panarari**, *Addio storytelling, ecco i silenzi istituzionali: così Draghi rivoluziona le parole del potere* - La Stampa, 22.2.2021 - *“La stagione del “roccocasalinismo” è finita, si torna a una comunicazione istituzionale e autorevole”*

COMMENTI/14

Febbraio-Marzo 2021

I fatti e la narrazione

Il potere del sapere: Draghi e la comunicazione politica fondata sulla conoscenza ⁶⁸

Franco Forchetti ⁶⁹

Il potere per il (e del) sapere. Questa potrebbe essere la formula che riassume il senso profondo del discorso di Mario Draghi alle Camere. È un'espressione che aveva usato anche la filosofa Martha Nussbaum, in un articolo su The Times Literary Supplement, a proposito del declino del sapere umanistico e socratico. Draghi ha evocato il termine "potere" ma lo ha fatto per liberarlo dal suo significato negativo. "Il tempo del potere", ha detto, *"può essere sprecato anche nella sola preoccupazione di conservarlo"*.

Quello che lui evoca non è il potere per il potere ma è il potere di fare le cose, di tradurre la conoscenza e i saperi in sviluppo attraverso un governo "senza aggettivi", mosso da uno "spirito repubblicano". Il rischio, dietro l'angolo, è che i discorsi di fiducia siano, sovente, elenchi di desiderata, di progetti (a volte utopici) e di obiettivi: quella che Eco chiama la "vertigine della lista". Nel discorso di Draghi non c'è stato nessun elenco algido e tedioso ma si è snodata una riflessione sul (nuovo) metodo di governo e sui principi che lo guideranno.

L'ex presidente della Bce ci ha offerto, soprattutto, una visione del futuro fondata sulla conoscenza.

"Conta la qualità delle decisioni, conta il coraggio delle visioni, non contano i giorni": il tempo di Draghi vuol essere un tempo di qualità e non di sterile quantità. Non poteva non esserci la pandemia al principio del discorso, *"una trincea dove combattiamo tutti insieme"* e dove il virus è il nemico di tutti. Solo che la lotta al virus non esclude l'innovazione e Draghi, citando Cavour, crede che le riforme al tempo giusto diano maggiore vigore allo Stato.

Scilla e Cariddi

La pandemia e la crisi economica sono come Scilla e Cariddi: la nave di Draghi dovrà procedere senza finire nelle grinfie né dell'uno né dell'altro. Ecco perché, come ha osservato Quagliariello nel suo discorso al Senato, bisogna armonizzare tutela della salute pubblica e salvaguardia dell'economia, anche attraverso una nuova comunicazione che non getti nel panico cittadini ed operatori.

Quello della "biosicurezza" epidemica, e in più in generale della biopolitica, è diventato il nuovo volto dello Stato che ha dovuto prendersi cura dei suoi cittadini per proteggerlo dal rischio biologico della pandemia. Foucault era stato profeta allorché scriveva sul rapporto tra liberalismo e biopolitica e, in molte opere, aveva sostenuto che il controllo dei corpi (anche quando avviene per motivi di salute pubblica) delinea un nuovo dispositivo di potere che riscrive, nella sostanza, le regole democratiche. In tempi più recenti il filosofo Agamben, suscitando un ampio dibattito, evocava il rischio che lo stato d'emergenza, durante la pandemia, mutasse in stato d'eccezione.

In altri termini, il problema è sempre quello di temperare il diritto alla salute pubblica con gli altri diritti della persona e naturalmente di farlo sempre nel recinto dello stato di diritto. A causa della pandemia la comunicazione politica è diventata comunicazione biopolitica e ha assunto una dimensione più ampia, più statuale. Se la comunicazione elettorale e lo storytelling del singolo leader cominciano ad apparire meno importanti, lo stesso non può dirsi della comunicazione dello Stato e di chi lo guida.

La cura della comunità

Il premier è diventato colui che ha cura della comunità: il suo è un heideggeriano "prendersi cura" di un popolo. Nei nuovi scenari pandemici, il premier di uno Stato deve mediare tra scienza ed economia, essendo il decisore politico per definizione. Gli si chiede, in altre parole, di essere il buon pastore di una comunità che soffre sia per il virus che per la crisi economica. Non si tratta più, come nella Prima Repubblica, di fare l'ago

⁶⁸ L'Occidentale.it (22.2.2021) - <https://l'occidentale.it/il-potere-del-sapere-draghi-e-la-comunicazione-politica-fondata-sulla-conoscenza/>

⁶⁹ Docente universitario, professionista della comunicazione, autore e formatore.

della bilancia di un governo effimero e “balneare”, sorretto da una forte partitocrazia, ma di caricarsi sulle spalle un compito “epocale”, quello di traghettare una nazione fuori da una crisi pandemica e di sistema, “sperando contro ogni speranza” per dirla con le parole dell’Apostolo. E nel discorso di Draghi si oscilla sempre tra la consapevolezza di una missione “epocale” di salvezza, il pragmatismo di chi sa che bisogna resettare un sistema e la visionarietà di colui che deve immaginare un Paese nuovo.

Non basterà a Draghi agire in modo efficace ma dovrà sapientemente evitare sia il rischio della scarsità di comunicazione (non comunicare o comunicare troppo poco lasciando campo aperto ad altri attori politici) sia quello del sovraccarico informativo e comunicativo (comunicare in modo eccessivo e talvolta contraddittorio). E in quest’ultima categoria può trovare posto una sorta di “demopatia” comunicativa (prendiamo a prestito l’espressione coniata dal politologo **Luigi Di Gregorio** nel suo libro *Demopatia. Sintomi, diagnosi e terapie del malessere democratico*, Rubbettino 2020). Come evidenziato l’11 novembre 2020 da Openpolis (“*La politica degli annunci, quando comunicazione e realtà divergono*”), accade che, mentre si ricorre a una costante decretazione d’urgenza (in qualche caso oggetto di critiche da parte dei costituzionalisti), si possa scadere nella “politica degli annunci” per la quale può passare molto tempo tra l’annuncio di un provvedimento e la sua adozione formale. Sia la costante decretazione d’urgenza che una confusa politica degli annunci rischiano di confondere e destabilizzare cittadini ed operatori economici.

Combattere l’infodemia

Una comunicazione politica efficace serve anche a combattere il fenomeno dell’infodemia. L’infodemia per fortuna non uccide ma è altrettanto nociva per la società, tanto più in uno scenario pandemico dove – come scrive il politologo Luigi Di Gregorio nel suo saggio nel libro (Rubbettino 2020) – occorre saper mettere in atto una “comunicazione di crisi”. L’infodemia si ha quando circolano velocemente troppe informazioni non verosimili, fuorvianti, quando una fake news si diffonde a tal punto da sembrare contro-informazione. Alla comunicazione non si chiede soltanto coerenza (se non sui contenuti almeno sul metodo), ma anche credibilità, un concetto che, come sostengono **Gili e Panarari**, potrebbe apparire “inattuale” ma che invece gioca un ruolo fondamentale, visto che chiama in causa un altro concetto: la competenza, il saper fare (*La credibilità politica*, Marsilio 2020).

Proprio perché governare la salute pubblica della nazione significa coniugare sapere politico, sapere medico e sapere socio-economico, esso non può essere appannaggio di un politico “puro” o di un realista della politica ma è il compito di un leader “trasformatore”, quale è Mario Draghi: in grado sia di pilotare un atterraggio d’emergenza, senza mandare nel panico i passeggeri, sia di far ripartire l’aereo verso rotte più ambiziose.

Se allo scoppio dell’epidemia, nel marzo 2020, la risposta della nazione è stata omogenea e coesa, è perché un intero paese si è stretto intorno al governo. Gli esperti lo chiamano effetto “round the flag”: una guerra, una pestilenza, un attacco terroristico compattano, almeno nel breve termine, una comunità. È accaduto per l’America dopo l’11 settembre e l’attacco alle Torri Gemelle. I problemi iniziano dopo questa prima fase: cosa accade quando la pandemia dura per mesi e comincia a fare seriamente male all’economia di un paese? Come si fanno a prolungare le politiche rigide di tutela della salute pubblica senza mettere in crisi le imprese, la scuola, le attività culturali e come si riesce a non inimicarsi l’opinione pubblica?

Liberiamo il campo da un equivoco: non è la coerenza a tutti i costi che si chiede ad un governo. In uno scenario pandemico, soggetto inevitabilmente a variare e a richiedere continui aggiustamenti, la coerenza potrebbe rivelarsi letale. Le strategie possono (e devono) variare in ragione dei mutamenti di scenario: la coerenza non deve essere tanto sui contenuti quanto sullo stile di comunicazione.

Se si cambia strategia, bisogna spiegare (bene) ai cittadini perché si sta cambiando e mettendo i dati a loro disposizione. Sono i dati e la loro lettura algoritmica a fare la differenza, come ci dimostra il caso virtuoso della Corea del Sud. Se, come scrive **Michele Mezza** nel *Contagio dell’algoritmo. Le Idi di Marzo della pandemia* (Donzelli 2020), si riuscisse ad anticipare le dinamiche virali interpretando i dati sanitari e quelli messi a disposizione dai giganti del web (Google, Facebook, Twitter, ecc.), potremmo individuare in anticipo i focolai e prevenire il contagio.

Far tornare competitivo il sistema Italia

Draghi è consapevole che gli si chiede non solo di garantire la sicurezza sanitaria ma di far tornare competitivo il sistema Italia. Il discorso al Senato ha fatto emergere la parola chiave: conoscenza. La “Nuova

Ricostruzione” di cui parla Draghi è la traduzione del “tempo dei costruttori” del Presidente della Repubblica e si fonda sul primato della conoscenza. “Il capitale umano, la formazione, la scuola, l’università e la cultura” rappresentano la bussola del discorso di Draghi. Non c’è solo il super-ministero della transizione ecologica nel nuovo governo, ma anche quella “transizione culturale a partire dal patrimonio identitario umanistico riconosciuto a livello internazionale”.

Draghi è un accademico di grande fama, uno studioso di economia e politiche monetarie, allievo di Federico Caffè e di Modigliani: chi meglio di lui può mettersi alla guida di un nuovo progetto per l’Italia che metta al centro la conoscenza come driver dello sviluppo? Draghi non ignora che il nostro dna è umanistico e che l’Italia sconta, purtroppo, un ritardo nella formazione tecnico-scientifica. Se per **Martha Nussbaum** “*il potere del sapere*” era quello dei saperi umanistici indispensabili anche nella società tecnologica e nell’economia di mercato, il discorso di Draghi vuole riporre al centro, pur non rinnegando le nostre radici classiche, le culture tecniche e scientifiche. Esiste un “*fabbisogno di diplomati di istituti tecnici nell’area digitale e ambientale*” che la nuova scuola dovrà fronteggiare.

“*La globalizzazione, la trasformazione digitale e la transizione ecologica*” dice Draghi, “*stanno da anni cambiando il mercato del lavoro e richiedono continui adeguamenti nella formazione universitaria*”.

Servono, in sostanza, più investimenti nella ricerca. Né possiamo buttare alle ortiche – sostiene Draghi – la buona esperienza della didattica a distanza che – ci piaccia o meno – ha permesso alla scuola di poter continuare a formare gli allievi.

Eppure quel sapere digitale che si è generato nell’emergenza dovrà essere riformulato, migliorato e integrato anche nella didattica in presenza allorché la scuola potrà ricominciare dappertutto con regolarità.

Né apocalittico, né integrato: Mario Draghi punta a una visione moderna della scuola dove apprendimento in presenza e formazione a distanza devono interagire, scambiandosi informazioni e buone pratiche. “*Occorre infine costruire sull’esperienza di didattica a distanza maturata nello scorso anno*”, continua Draghi, “*svilupandone le potenzialità con l’impiego di strumenti digitali che potranno essere utilizzati nella didattica in presenza*”.

Una comunicazione politica proiettata nel futuro.

Lui lo aveva fatto già intendere: si comunicano i fatti ma, se non ci sono i fatti, non si comunica. Nell’era Draghi ci sarà probabilmente una decrescita comunicativa, almeno da parte del premier, perché ciò che davvero conta è la crescita economica che passa attraverso la soluzione del problema pandemico. A dover crescere in conoscenza non dovranno essere solo i giovani, ma anche i funzionari pubblici, la loro “preparazione tecnica, legale ed economica”: non si dà Stato che funzioni senza apparati (usiamo il termine in modo neutro) che agiscano secondo logiche di knowledge empowerment.

Si può quasi dire che Draghi annunci l’avvento di una “ecologia della conoscenza” e che intenda proporsi come un facilitatore dell’incontro tra diverse sfere (“digitalizzazione, energia, cloud computing, biodiversità”) nell’ottica di una “sfida poliedrica che vede al centro l’ecosistema in cui si svilupperanno tutte le azioni umane”. La comunicazione di Draghi è, per un verso, concentrata sulle sfide di breve termine (vaccini, scuola, recovery plan) e, per un altro, tesa a porre le fondamenta di un’età della conoscenza. E’ la comunicazione della necessità del cambiamento, soprattutto per quei settori economici che dovranno necessariamente trasformarsi, in un processo inevitabile di riconversione.

Draghi dice che “*compito dello Stato è utilizzare le leve della spesa per ricerca e sviluppo, dell’istruzione e della formazione, della regolamentazione, dell’incentivazione e della tassazione*”. È un leader che porta con sé il germe della trasformazione: un leader trasformazionale che esercita la sua leadership nel cambiamento e grazie al cambiamento. Non partiamo ex nihilo perché “*siamo una grande potenza economica e culturale*” con “*la profonda ricchezza del nostro capitale sociale*”, indispensabile, come sostiene il politologo **Marco Almagisti** (*La qualità della democrazia in Italia: capitale sociale e politica*, Carocci 2011), nel fare da collante delle istituzioni democratiche e da volano per l’economia.

Dentro il capitale sociale c’è il capitale umano, quei brillanti giovani in formazione a cui l’Italia deve garantire un futuro. Perché l’economia della conoscenza ha bisogno non solo di macchine e algoritmi, ma di cervelli che facciano funzionare quelle macchine e progettino quegli algoritmi.

Governare lo scenario in crisi

Una pandemia causa paura, ansia, terrore, limitazioni dei diritti, oltre che effetti socio-economici devastanti: pandemia sanitaria, emotiva, informativa e socio-economica si fondono in un cocktail micidiale.

Di fronte a questo c'è bisogno di un leader che sappia governare, anche dal punto di vista comunicativo, uno scenario di crisi. Non si può chiedere a Draghi di trasformarsi in un leader-coach super-empatico perché, di fondo, la sua è una leadership fondata sulla conoscenza, sebbene nel suo discorso egli abbia confessato che non vi era mai stato, nel corso della sua lunga esperienza professionale, *“un momento di emozione così intensa e di responsabilità così ampia”*.

Per vincere la sfida della pandemia e della crescita economica non è sufficiente una macchina statuale che amministra risorse e assume decisioni di salute pubblica ma occorre stabilire una *“connessione sentimentale”* con la nazione, motivare i propri cittadini e indurli a condividere le decisioni dell'esecutivo non per fideismo ma con argomenti razionali. Senza, beninteso, degenerare nel populismo o nel paternalismo e senza dimenticare che i fatti, senza comunicazione, sono muti e che la comunicazione, senza fatti, è vuota. Ed è probabile che la leadership di Draghi saprà muoversi anche in questa direzione.

COMMENTI/15

Febbraio-Marzo 2021

Conte era campione sui social, Draghi governa col silenzio ⁷⁰

Bene parlare quando si ha da dire qualcosa che vale più del silenzio. La sobrietà del nuovo inquilino di Palazzo Chigi.

Francesco Pira ⁷¹

"Uno stile-Draghi che, da un lato sta frustrando giornalisti, commentatori e leader politici che, per la prima volta, non hanno potuto esercitarsi con il negoziato su nomi e caselle, dall'altro ha già prodotto un dibattito tra gli esperti di comunicazione..."

"Il primo grado della saggezza è sapere tacere; il secondo è saper parlare poco e moderarsi nel discorso ..." l'Abate Dinouart, nel suo trattato, pubblicato a Parigi nel 1771, *"l'arte di tacere (l'art de se taire)*, scrive di silenzio e del silenzio.

E ci abitueremo al silenzio del nuovo Presidente del Consiglio, Mario Draghi, dopo il fragore del suo predecessore, Giuseppe Conte, soprattutto sui social network. I giornalisti politici che frequentano i palazzi del potere hanno già avvertito che l'aria che tira (per citare il titolo di una trasmissione de La 7 dove la politica viene incalzata) è completamente diversa. Al posto di Rocco Casalino, in questi giorni ovunque sui media per parlare del suo libro autobiografico *"Il Portavoce"* arriva una donna Paola Ansuini, targata Banca d'Italia. Adesso i retroscenisti che affollano Palazzo Chigi, adeguatamente distanziati, dovranno essere capaci di leggere i silenzi.

Come ha scritto giustamente **Gianluca Comin** su Formiche: *"Per la prima volta a memoria di osservatori, l'assenza di qualsiasi anticipazione e gossip sui nomi e sul programma di governo è di per sé un argomento di discussione e di analisi, anche degli esperti. Uno stile-Draghi che, da un lato sta frustrando giornalisti, commentatori e leader politici che, per la prima volta, non hanno potuto esercitarsi con il negoziato su nomi e caselle, dall'altro ha già prodotto un dibattito tra gli esperti di comunicazione. Se in Italia, abituata ai rumorosi talk show e alla ridda di dichiarazioni, il silenzio come modalità di comunicazione politica è come uno shock del sistema, all'estero non è un atteggiamento nuovo, tanto da aver prodotto non pochi paper universitari di studio e analisi"*.

E per noi italiani che siamo caciaroni, abituati alla violenza dei messaggi politici, ormai assuefatti ad una comunicazione politica che si rifugia negli slogan, urla, inveisce e contesta, il nuovo stile Draghi è davvero tutto da scoprire. Persino il tono di voce pacato ci ricorda quello del parroco che sa fare le prediche, che ti convince ma non ti stanca, anche se sei seduto su un banco in chiesa molto scomodo.

Comin insiste su questo: *"il silenzio, o meglio la riservatezza, è la cifra della comunicazione dei banchieri centrali. Persino con un filo di snobismo, come il noto atteggiamento del fondatore di Mediobanca, Enrico Cuccia, noto per non aver mai rilasciato una intervista e per la sua capacità di attraversare nugoli di giornalisti senza proferire parola"*.

Tutto questo avviene in un periodo, come spiega benissimo in articolo scientifico sulla rivista Comunicazione Politica, il professore di sociologia della Luiss, **Michele Sorice**, in cui è in atto un: *"processo di piattaforma della sfera pubblica attraverso i social media, per creare un'opinione pubblica verticale sebbene essa sia narrata come entità orizzontale. Non è un caso che proprio nella platform society vengano facilitati fenomeni di iperleaderismo e di emersione di forme di rappresentanza diretta"*.

E così sembra un ricordo, anche se è passato pochissimo tempo l'incredibile dato totalizzato da Giuseppe Conte.

⁷⁰ LavocediNewyork.it (22.2.2021) - <https://www.lavocedinewyork.com/news/politica/2021/02/22/conte-era-campione-sui-social-draghi-governa-col-silenzio/>

⁷¹ Esperto di comunicazione pubblica, cura la rubrica "Tutto scorre" sul giornale La Voce di NewYork

Dario Adamo, social media manager di Giuseppe Conte lo ha raccontato a Mashable: oltre un milione di like in meno di 24 ore. Oltre 2 milioni fra reazioni e commenti. Più di 5 milioni di interazioni e quasi 11 milioni di persone raggiunte.

“Fin dai primi post – racconta Adamo – abbiamo condiviso l’idea di una comunicazione che rispettasse il suo stile: sobrio, pulito, istituzionale, ma non per questo meno autentico o privo di emozioni. Da qui i post sulle sue attività pubbliche, i resoconti delle missioni ufficiali all’estero, ma anche i contenuti più “leggeri”, i commenti su fatti di cronaca e le note conferenze stampa in diretta streaming durante la fase più dura della pandemia. Un lavoro costante, quotidiano, frutto di un confronto diretto tra di noi”.

Indubbiamente due modi diversi di comunicare. Draghi con i suoi silenzi e Conte con i suoi post. Due stili diversi. Totalmente. Ma non sono in gara: interpretano due modi diversi di vivere l’esperienza istituzionale in un’Italia disorientata e che spera in un futuro migliore.

COMMENTI/16

Febbraio-Marzo 2021

La comunicazione del governo Draghi è donna ⁷²

Monica D'Ascenzo ⁷³

Sono nate fra gli anni '70 e inizio anni '80, sono laureate, spesso con master di specializzazione, per la maggior parte sono giornaliste professioniste con esperienze in redazioni giornalistiche (diverse in agenzie stampa). Alcune hanno avuto esperienze all'estero e comunque parlano a buon livello lingue straniere. Per nulla appariscenti sui social, in diverse hanno già lavorato nelle istituzioni o nella politica, ma ci sono anche outsider al primo giro nei palazzi del governo italiano. Sono le portavoce scelte dai ministri dell'esecutivo di Mario Draghi. A loro sarà affidata la comunicazione di un governo che fin dalle prime battute sembra molto sobrio. Saranno loro a riscrivere i paradigmi della comunicazione politica, a scegliere i toni, a dosare la presenza dei ministri e delle ministre sui social. E' loro il compito di rendere le azioni di governo comprensibili dai più e in un momento complesso come quello che l'Italia sta vivendo non sarà cosa semplice. La crisi economica, la necessità di evitare una crisi sociale, gli investimenti del Recovery Fund, il dialogo con le parti sociali e le associazioni datoriali, le riforme da troppo tempo rimandate. I dossier sui tavoli dei ministri sono tanti e complessi. Si tratta comunque di un passaggio storico per il nostro Paese, per questo sarà fondamentale come lo racconteremo. Un racconto da costruire via via, che avrà in Paola Ansuini, portavoce del premier Mario Draghi, il perno di un meccanismo composto da professionisti e professioniste che sembrano comunque già parlare lo stesso linguaggio. Ma chi sono le professioniste di cui sentiamo parlare? Abbiamo provato a ricostruire sommariamente i loro curricula.



Paola Ansuini. La portavoce del presidente del Consiglio Mario Draghi, laureata in Scienze politiche, è stata dal 27 luglio 2020 a capo del servizio comunicazione della Banca d'Italia, di nuova costituzione. Assunta in via Nazionale nel 1988, è assegnata all'ufficio stampa dove rimane fino al 1997. Nel 1998 entra a far parte della carriera direttiva della Banca e viene assegnata, con il ruolo di vice capo, alla delegazione di Bruxelles dove rimane fino al 2000. Nel 2001 rientra a Roma presso l'amministrazione centrale della Banca ed è nominata alla guida della divisione stampa e relazioni esterne. Dal 2006 al 2011 cura la comunicazione per il presidente del Financial Stability Board (precedentemente Financial Stability Forum) ed è responsabile dei rapporti con la stampa internazionale in occasione dei vertici dei capi di Stato e di governo del G7, G8 e G20. Nel 2013 è nominata responsabile della comunicazione della Banca e dal 2014 vice capo del servizio segreteria particolare del direttorio e comunicazione. È sposata, ha quattro figli e un golden retriever.

⁷² Ilsole24ore.com (23.2.2021) - https://alleyoop.ilsole24ore.com/2021/02/23/comunicazione-draghi-donna/?refresh_ce=1

⁷³ Giornalista (Finanza&Mercati, Il Sole 24 ore)



Iva Garibaldi. La portavoce del ministro dello Sviluppo economico, Giancarlo Giorgetti, era capo-comunicazione di Matteo Salvini e responsabile ufficio stampa della Lega. Giornalista professionista dal 2000, è laureata in Lettere moderne presso l'Università La Sapienza di Roma e ha lavorato alla Padania dai tempi di Umberto Bossi. Accanto alla passione politica, coltiva quella per i viaggi, la lettura e l'arte contemporanea.



Raffaella Calandra. La portavoce della Guardasigilli Marta Cartabia è inviata di Radio24-IlSole24ore, dove si occupa soprattutto di cronaca giudiziaria. Conduttrice della trasmissione Storiacce. Nata a Benevento, è laureata in Lettere antiche. E' stata assunta dal Gruppo 24 ore nel settembre 2001, a conclusione del master-scuola di giornalismo dell'Università di Bologna dopo stage e collaborazioni con le redazioni di Repubblica/Bologna e Repubblica.it, Libero, Il Corriere del Mezzogiorno di Napoli, Gr 1 RadioRai, Internazionale. Ha collaborato anche con Al Jazeera International. Dal 2012 al 2016, è stata vicedirettrice della scuola di giornalismo "Walter Tobagi" di Milano. Vincitrice dei premi "F. Giustolisi" (2017); Comunicazione giuridica A.Sta.F (2014); cronista dell'anno (2010); "G.Vergani" (2009); "E.Fromm" (2000). Partecipa come relatrice a dibattiti e festival sui temi della legalità.



Stefania Divertito. Roberto Cingolani, ministro dell'Ambiente e della Transizione ecologica ed Energia, ha scelto Divertito come portavoce. Napoletana, classe 1975. Da oltre vent'anni giornalista in campo ambientale, è stata responsabile delle pagine di cronaca nazionale a Metro, e con la sua inchiesta sull'uranio impoverito ha vinto il premio Cronista dell'anno nel 2004, premiata dal presidente della Repubblica Ciampi.



Chiara Muzzi. All'Istruzione, con il ministro Patrizio Bianchi, Muzzi è stata portavoce dell'uscente sottosegretario al Mef, Maria Cecilia Guerra, ma già all'Istruzione con Maria Chiara Carrozza (2013-2014).

Laureata in Lingue e letterature straniere, è stata giornalista dell'agenzia stampa Asca dal 2004 al 2008 e poi fino al 2013 vice capo ufficio stampa.



Caterina Perniconi. La portavoce di Vittorio Colao, ministro dell'Innovazione tecnologica e transizione digitale, è stata capo ufficio stampa al ministero dell'Università e della ricerca (2006-2008), alla Cultura (2013-2014) e all'Agricoltura (2014-2018) nelle passate legislature e da ultimo al Commissariato italiano per l'Expo Dubai presso la Presidenza del Consiglio. Classe 1980, Perniconi è laureata in Management delle organizzazioni pubbliche all'università La Sapienza di Roma. E' stata giornalista parlamentare per Il Fatto (2009-2013).



Nicoletta Santucci. Portavoce di Lorenzo Guerini al ministero della Difesa, Santucci è laureata in Filosofia e ha un master in media relations alla Business School del Gruppo Sole 24 Ore. E' giornalista professionista dal 2015. E' stata portavoce del commissario straordinario presso Roma Capitale e capo ufficio stampa presso ministero Semplificazione e Pubblica amministrazione. Dal 2018 responsabile sviluppo relazioni esterne ed eventi presso l'università Luiss.



Manuela Perrone, giornalista de Il Sole 24 Ore e ora portavoce di Renato Brunetta alla Pubblica amministrazione. Laureata con lode in comunicazione istituzionale e d'impresa, specializzata alla Scuola di giornalismo radiotelevisivo di Perugia, master in Pari opportunità, da 21 anni è giornalista del Sole 24 Ore: si è occupata di sanità e welfare e, da cronista parlamentare, di politica e politica economica. Ha co-coordinato il blog multifirma Alley Oop, dedicato al diversity management, ed è presidente dell'associazione culturale "Tutto un altro genere" che promuove l'educazione al rispetto nelle scuole e nelle carceri.



Claudia Caputi. Torna con Enrico Giovannini al ministero delle Infrastrutture e Trasporti dopo aver lavorato con lui all'Asviss. Ha lavorato per le principali agenzie e testate giornalistiche nazionali (tra cui Ansa, Agi, Asca), ha collaborato con la Repubblica e con la RAI ("Inviato Speciale" del GR1Rai, Ballarò Rai 3). È stata capo ufficio stampa e portavoce del ministro del Lavoro e delle Politiche sociali, Enrico Giovannini e dei ministri per le Politiche Europee, Emma Bonino e Giorgio La Malfa. È stata responsabile dell'ufficio stampa di enti e istituzioni (tra cui Inail e Cnel) e consulente per la comunicazione e ufficio stampa di varie organizzazioni, tra cui Save the Children, Consumers' Forum, ICF Italia. È stata co-fondatrice della prima testata giornalistica scientifica online "Galileo" e dell'associazione per la promozione delle pari opportunità Pari o Dispare.



Daniela Gentile. La portavoce del ministro del Lavoro, Andrea Orlando, è laureata in Scienze politiche e ha avuto una carriera accademica all'università Luiss. Gentile (classe 1974), giornalista professionista dal 2002, è stata coordinatrice dell'area comunicazione del Partito democratico dal 2009 al 2013 e poi portavoce viceministro dell'Interno, Filippo Bubbico.



Carlotta Sabatino. Già portavoce e addetta stampa di Mara Carfagna, vice presidente della Camera dei deputati e Gregorio Fontana, questore della Camera dei deputati, ha seguito ora Carfagna diventata ministra per il Sud e la coesione territoriale. Giornalista professionista, in precedenza era stata portavoce del gruppo di Forza Italia alla Camera. In precedenza, direttrice responsabile del quotidiano ThinkNews.it, ufficio stampa di Datamedia Ricerche. Laureata in Lettere, ha un master in comunicazione all'università Luiss.



Valeria Calicchio. Laureata in Scienze della comunicazione e con un master in giornalismo, Calicchio, giornalista professionista, è la portavoce del ministro dei Rapporti con il Parlamento, Federico D'Incà. Ha cominciato in Campidoglio e poi è arrivata a lavorare in Parlamento, con alcuni gruppi. Dal primo Governo Conte lavora con l'esecutivo. In precedenza è stata ufficio stampa di diversi gruppi parlamentari. Ha collaborato con il Gruppo L'Espresso, Yep, L'Unità in qualità di redattrice.



Roberta Leone. Con il ritorno di Elena Bonetti alle Pari opportunità e famiglia, Leone torna come portavoce. Giornalista professionista, dipendente della Fondazione di religione Santi Francesco d'Assisi e Caterina da Siena. Classe 1979, Leone è laureata in Lettere classiche, ha un master in studi storico-artistici ed è docente invitato di lingua latina alla Pontificia università urbaniana. Dal 2017 al 2019 ha collaborato come giornalista con l'Unione cattolica stampa italiana.



Narda Frisoni. La portavoce di Massimo Garavaglia, ministro del Turismo, si è occupata precedentemente di comunicazione per la Camera dei Deputati e per il parlamento europeo. E' stata capo-segreteria del sottosegretario alla presidenza della regione Lombardia dal 2015 al 2018. E' laureata in Scienze politiche e giornalista pubblicista.



Cinzia Iovino. La portavoce di Erika Stefani ministra alla Disabilità, in precedenza ha ricoperto l'incarico di seguire il ministero della Famiglia e disabilità con il ministro Lorenzo Fontana. Classe 1975, laureata in Lettere e con un master in comunicazione, Iovino è giornalista professionista dal 2008. Tra il 2005 e il 2006 ha vissuto e lavorato a New York scrivendo per America Oggi e Oggi Sette.

COMMENTI/17

Febbraio-Marzo 2021

Draghi e i social: torniamo ad usare i taccuini ⁷⁴

Maurizio Boldrini ⁷⁵

S'è fatto un gran parlare del fatto che il nuovo presidente del Consiglio non usi i social per comunicare. In realtà parla poco in generale: ha imparato bene, nelle grandi stanze che ha frequentato, che spesso tacere conta quanto se non più del parlare. Comunque si son viste facce scure tra i colleghi giornalisti che assediano, da mane a sera, i palazzi romani della politica. Sgomenti si sono chiesti: e ora che fare? Carpire qua e là qualche dichiarazione? Tornare a usare i taccuini?

Ironia a parte: per comunicare, lo sanno gli apprendisti comunicatori, non ci sono solo i social. C'è tanta roba in giro: televisioni, radio, giornali di carta e on-line, blog e infiniti altri strumenti che coprono un universo mediale al quale nulla sfugge e al quale nulla si può nascondere. Pensate alla storia di quei tre amici fiorentini che, credendosi al bar ed essendo invece in radio, hanno fatto nascere un casino che più grosso non si può. I mezzi bisogna saperli usare per non esser da loro usati, specie quelli potenti come i social. Anzi è perfino consigliabile non usarli troppo, alla fine potrebbero portare anche sfortuna: chiedetelo a Trump.

Spesso il silenzio ha più voce delle mille voci che blaterano sui social. Lo sa bene Mario Draghi. Anche la televisione, a dire il vero – dopo che i fans del nuovo che avanza si erano spellate le mani per gli applausi – è rimasta un po' stordita. In un divertente e lungo dialogo su "Il Foglio" di sabato, Michele Masneri e Andrea Minuz, inseguono i supplizi dei talk-show, ritraendoli in uno stato di profonda apnea: "Altro che ristoranti, negozi, funivie. Tra le categorie più danneggiate nelle ultime settimane e assai incerte sul da farsi ci sono anche i nostri talk-show con la loro compagnia di giro". La costruzione del racconto televisivo di Mario Draghi resta un gran mistero, anche per i più collaudati cacciatori di retroscena. Lo sanno tutti: per i talk show e per le dirette perenni "il BisConte-Casalino con Salvini all'opposizione sguaiata era una manna. E ora con un governo in cui tutti sono d'accordo?".

La complessità non si risolve parlando o non parlando sui social. Il presidente del consiglio si farà un profilo istituzionale con il quale parlare ai media e al paese. Come fanno in quasi tutti i paesi democratici. Lo avesse fatto Conte, avrebbe potuto scansare, forse, qualche rognia di troppo.

Non sono solo i mezzi di comunicazione a dare i contenuti e a risolvere i problemi. Alcuni maîtres à penser del nostro giornalismo, a dire il vero, ci pencolano ma non è il loro mestiere e si sente. La complessità si affronta mostrandola per quella che è; rassicurando i cittadini che su di essa chi governa sa fare opera di sintesi positiva. Ora dopo ora, giorno dopo giorno, intervenendo per risolvere i molteplici guai che ci affliggono. E parlando anche alla stampa o sui social e favorendo così la crescita di un senso di appartenenza a un governo che tutti dicono sia il più rappresentativo dell'unità nazionale.

Si dissolve l'idillio?

Quel clima idilliaco che i nuovisti (hanno ancora le mani spellate per gli scroscianti applausi) si sono sforzati di mostrare, nella prima settimana, si sta lentamente smontando. Ho il vizio di leggere i giornali e questo mi permette di tenere gli occhi e la mente vigili. Martedì 23 febbraio 2021 sul "Corriere della Sera" ho letto il blocco titolo di prima pagina: "Governo al lavoro sui 21 parametri per i colori delle zone. L'ipotesi di far scattare alcune misure su aree limitate. Draghi sente Merkel. La linea delle scelte in base "a dati appropriati". Cioè c'è ancora confusione, tant'è che l'editorialista Massimo Franco, lo chiarisce affermando che vi è "un equilibrio che l'esecutivo fatica ancora a raggiungere". Sarà il Corsera, penso. Apro "La Repubblica" e, in prima pagina, leggo il seguente titolo: "La lotta al Covid. Ministri divisi sulle chiusure. Draghi impone il rigore". A rincarare, nelle pagine interne: "Nel governo due linee sul Covid. Speranza gela Lega e FI: serve rigore". Eppure il giornale che fu di Scalfari era stato capace, giorni addietro, di sfornare roboanti titoli sull'era Draghi.

⁷⁴ Strisciarossa.it (23.2.2021) - <https://www.strisciarossa.it/draghi-e-la-comunicazione-torniamo-ad-usare-i-taccuini-non-ci-farache-bene/>

⁷⁵ Giornalista (già direttore del Nuovo Corriere Senese e del Centro di Comunicazione dell'Università di Siena) e docente presso il Dipartimento di Scienze sociali, politiche e cognitive dell'Università di Siena

Insisto con “il Foglio”, più sofisticato e attento e leggo in prima pagina: *“Via le misure Dragoniane. La discontinuità di Draghi passa dal nuovo approccio sui lockdown (prima del picco), da un nuovo algoritmo (sì ai dpcm), da una news a Palazzo Chigi (cerca Fauci). Oltre le intese c’è di più (e occhio a Lufthansa)”*. Scrive poi Cerasa nell’incipit del suo articolo: *“Nelle prossime ore, il governo delle larghissime intese guidato dal presidente del consiglio Mario Draghi scoprirà in modo non sappiamo quanto traumatico che avere una maggioranza molto ampia non è sufficiente per governare in nome dell’unanimità”*.

Che stia già cambiando aria? Dove sono finite le immediate e conclamate novità?

La politica è roba seria e i problemi di ogni giorno guardano in faccia i governi. Ogni giorno. La propaganda pretende di piegare la storia a ideologie di parte; l’informazione, invece, deve fare i conti con ciò che concretamente accade; con i fatti che diventano notizie e non con le finte notizie che qualcuno ha la pretesa di trasformare in fatti. Le mutazioni in atto sono profonde e chi a che fare con i giovani si accorge di questi repentini mutamenti. Qualche giorno fa, Gianni Cuperlo ragionando in un articolo sull’uscita di un bel libro, *“Un tempo senza storia. La distruzione del passato”* di Adriano Prosperi, ci ha ricordato una massima di Marc Bloch: nel succedersi delle generazioni i figli sono destinati a somigliare sempre più ai loro tempi piuttosto che ai loro padri. In questo processo di decontestualizzazione di ciò che concretamente accade i social sono sommi maestri. L’oblio travestito da memoria: troppi politici e giornalisti praticano questo futile e pericoloso gioco. Già ieri è un tempo lontano nella logica dei social, figuriamoci quant’è lontano ciò che è successo negli ultimi mesi e in questo terribile lungo anno.

Capitalismo digitale

Il capitalismo digitale vede accrescere i propri profitti come Paperon de’ Paperoni dopo la scoperta delle miniere del Klondike. Questi profitti aumentano, con tutti noi che diventiamo i nuovi mezzadri dell’era digitale. Post dopo post, fake dopo fake. L’odio social è il carburante del capitalismo digitale. Ha bisogno di contenuti gratis che generino azioni e reazioni. *“E’ l’ora di prendere atto – scrive Stefano Feltri nell’editoriale di Domani – che l’odio social non è soltanto il prodotto di qualche mente disturbata, ma il carburante di quel capitalismo digitale che sta corrompendo le nostre democrazie”*.

Ci interessa, dunque, davvero poco che Mario Draghi usi o non usi i social; che si presti o meno alle sceneggiate dei talk. Importa che ci faccia vaccinare al più presto, che aiuti i milioni di poveri che ormai popolano anche il nostro dolce e beato paese, che risolva quelle urgenze per le quali il Presidente Sergio Mattarella l’ha chiamato.

Ci comunichi nella forma che crede le cose fatte e i problemi risolti.

COMMENTI/18

Febbraio-Marzo 2021

Inizia l'era Mario Draghi: zitti tutti ⁷⁶

Corrado Formigli ⁷⁷

“Giuseppe Conte è amatissimo dagli italiani. Pensate, il suo post su Facebook, scritto dopo aver lasciato Palazzo Chigi, ha avuto più di un milione di like”.

L'ex portavoce Rocco Casalino, figura al confine del mitologico, riassume così la più grande espressione di popolarità di un presidente del consiglio: il numero di like sui social.

Vi scandalizzate? Io un po' sì, lo ammetto. L'idea di misurare il successo di un politico dal grado di popolarità mi pare discutibile. Dovrebbero essere altri i parametri di un mandato di governo: i numeri, i risultati. Gli indicatori sociali ed economici.

D'altra parte, che il riscontro sui social (e nei sondaggi) sia diventato il metro di valutazione della politica non è una novità. Berlusconi governava con i numeri di Luigi Crespi e Alessandra Ghisleri. Renzi affollava i social come e più di Conte, Salvini non ne parliamo. Oggi, alla fine della sbornia comunicativa populista, improntata a magnificare le gesta del leader in diretta Facebook, possibilmente con look informale, sfondo amichevole e personalizzato e giornalisti fuori dai piedi, stiamo entrando nell'era Draghi.

E il clima sembra improvvisamente cambiato. Di più: la comunicazione del leader sembra addirittura sparita. L'ex presidente della Bce pare un marziano atterrato dal pianeta Francoforte: niente sorrisi, zero battute, social kaputt. Non gesticola su Facebook. Non compulsa Twitter. Non cucina su Instagram. Non canta su Tik Tok. Non possiede account social. Un'ondata di gelo artico è calata sulla comunicazione del Presidente del Consiglio.

Al portavoce controverso, discusso e discutibile, ex concorrente di successo del Grande Fratello e autore di un'interessante autobiografia, succede Paola Ansuini stimata e composta professionista di Bankitalia. Qualcuno l'ha già ribattezzata “portasilenzi” per via del poco che Draghi comunicherà agli sfortunati giornalisti in trepida attesa di ogni suo sospiro.

Ma non fatela facile, né esultate troppo per la novità: parlare, spiegare, creare una connessione sentimentale con i cittadini in un momento così tragico per il nostro Paese è importante. Se nel frastuono comunicativo dell'era Conte, fra tante, troppe parole qualcosa è mancato, è un autentico discorso di verità, pronunciato al di fuori della bolla artificiale e passeggera del consenso, del piacionismo digital televisivo.

Mi auguro che Mario Draghi non faccia l'errore di opporre a quel modello un ostinato e gelido silenzio. Che sia la verità, scomoda e magari impopolare.

Ma ce la dica per favore. E si sottoponga al rito faticoso e indisponente delle domande, all'esercizio irritante ma essenziale del confronto.

⁷⁶ Elle.com (24.2.2021) - <https://www.elle.com/it/magazine/a35559013/governo-draghi-corrado-formigli/>

⁷⁷ Giornalista, conduttore “Piazzapulita” (La7)

COMMENTI/19

Febbraio-Marzo 2021

Da Trump a Biden, da Conte a Draghi: come cambia la comunicazione politica ⁷⁸

Sia negli USA che in Italia, in un solo mese la comunicazione politica ha subito quella che gli esperti chiamano "rivoluzione", cambiando radicalmente stili, modalità e paradigmi.

Feltrinellieducation

Da Donald Trump a Joe Biden, da Giuseppe Conte (e Rocco Casalino) a Mario Draghi. In meno di un mese la comunicazione politico-istituzionale ha subito un cambio di paradigma talmente radicale da spingere molti esperti a parlare di rivoluzione.

USA: politica = Twitter

Negli Stati Uniti le differenti strategie di comunicazione tra Trump e Biden non sono passate inosservate, soprattutto per quanto riguarda la gestione dei social network, diventati da tempo il principale strumento di comunicazione politica dei Presidenti.

Perché i social sono ormai la seconda casa della politica? Secondo Beppe Severgnini *"È inevitabile che candidati e partiti li usino: il genio è uscito dalla bottiglia, e dentro non torna. È disdicevole, però, che li usino per trasmettere faziosità senza contraddittorio"*, scrive il giornalista sul Corriere.

Nel 2012 Barack Obama si servì di social e big data per raccogliere donazioni e spingere la propria campagna elettorale. Dal 2016 in poi, Donald Trump ha trasformato Twitter nel suo ufficio stampa personale. Se però l'ex presidente usava i social network e le Tv *lanciare insulti, regolare conti e promuovere teorie del complotto infondate* per *"",* fa notare USA Today, Joe Biden *"nel primo mese della sua presidenza ha utilizzato la piattaforma principalmente per promuovere le sue politiche e la sua filosofia politica"*. Netamente diversi, continua il giornale statunitense, i toni utilizzati dai due Presidenti, lo stile e i contenuti dei messaggi veicolati. Brian Ott, che dirige il dipartimento di comunicazione della Missouri State University, spiega come Biden abbia *"una visione molto tradizionale del ruolo dei social media. Li vede come uno strumento di pubbliche relazioni."* *Non a caso, il suo feed riflette il ritorno a uno stile di governo più tradizionale, "un significativo allontanamento dall'approccio indisciplinato di Trump al lavoro"*, prosegue USA Today. Ma la svolta comunicativa di Biden è visibile anche nel target di riferimento dei suoi messaggi. Il nuovo Presidente si rivolge *"all'intero pubblico americano che tu sia d'accordo o in disaccordo con lui"*, sostiene Ott. *"I tweet di Trump erano diretti quasi esclusivamente alla sua base. Trump non ha utilizzato la piattaforma per cercare di convincere le persone che non erano già d'accordo con lui. Tutto ciò che Donald Trump ha fatto riguardava se stesso. Per Joe Biden, non si tratta di Joe Biden, ma del popolo americano"*.

C'è però chi, nonostante i cambiamenti in atto, continua a nutrire timori su questa forma di comunicazione, considerandola *"un'attività rischiosa perché i tweet presidenziali rimangono una forma di propaganda"*, dichiara Jennifer Grygiel, esperta di social media e assistente professore di comunicazioni presso la Syracuse University. *"Sono profondamente preoccupata per il fatto che abbiamo normalizzato la propaganda del governo tramite i social"*, dice Grygiel, secondo cui il rischio è quello di inondare i cittadini di molte più informazioni di quante ne arriverebbero attraverso la stampa, che nel passato fungeva da filtro, depotenziando la propaganda politica.

Il silenzio della comunicazione

Se negli USA si discute sul modo in cui i Presidenti che si avvicendano alla Casa Bianca gestiscono la comunicazione sui social network, in Italia - paradossalmente - si parla del modo in cui non li utilizzano più. Perché non solo il Presidente del Consiglio, Mario Draghi, non possiede un profilo su nessun social network,

⁷⁸ Feltrinellieducation.it (24.2.2021) - <https://www.feltrinellieducation.it/magazine/da-trump-a-biden-da-conte-a-draghi-come-cambia-la-comunicazione-politica>

ma in aggiunta, da quando ha ricevuto l'incarico di formare il nuovo Governo, ha ridotto le comunicazioni all'osso, dimostrando che "anche il silenzio comunica", come recita il Manifesto della comunicazione non ostile.

"Per la prima volta a memoria di osservatori, l'assenza di qualsiasi anticipazione e gossip sui nomi e sul programma di governo è di per sé un argomento di discussione e di analisi, anche degli esperti. Uno stile-Draghi che, da un lato sta frustrando giornalisti, commentatori e leader politici che, per la prima volta, non hanno potuto esercitarsi con il negoziato su nomi e caselle, dall'altro ha già prodotto un dibattito tra gli esperti di comunicazione", afferma Gianluca Comin, professore di Strategie di Comunicazione alla Luiss e fondatore di Comin & Partners, su Formiche.net.

La musica non è cambiata neanche dopo l'insediamento del nuovo Esecutivo. La voce di Draghi l'abbiamo sentita solo in occasione dei discorsi tenuti in Parlamento prima di ricevere la fiducia e anche i ministri tecnici e politici per il momento sembrano mantenere (non si sa quanto volontariamente) un profilo basso. Insomma, il nuovo Premier sta imponendo alla politica italiana una sorta di *"dieta comunicativa"*, in netta contrapposizione rispetto a quanto visto nel recente passato, quando la sovrabbondanza di tweet, post, foto, dirette social, condivisioni, interviste e partecipazioni ai talk show per i politici era la regola e non l'eccezione.

Il "Whatever it takes"

"Stile comunicativo europeo" hanno commentato molti osservatori, paragonando i silenzi di Draghi a quelli di Angela Merkel che sono addirittura stati oggetto di uno studio pubblicato su Contemporary Political Theory. *"Stile da banchiere centrale"* hanno detto altri.

Proprio quando era a capo dell'Eurotower, tra l'altro, Draghi fece il discorso più famoso mai pronunciato da un banchiere centrale. Era il 26 luglio del 2012 il giorno in cui con tono asciutto, ma diretto disse: "La Bce farà tutto ciò che è necessario per salvare l'Euro. E credetemi, sarà abbastanza". Con quelle parole, con lo sguardo che aveva stampato in faccia mentre le diceva, ma anche con le pause tra una parola e l'altra e con il tono utilizzato, Draghi riuscì a fermare i grandi fondi che stavano speculando contro i debiti sovrani. *"Perché quelle sue tre parole, 'Whatever it takes' sono considerate le più potenti nella storia delle banche centrali? Per la credibilità di chi le ha pronunciate"*, ha commentato l'attuale presidente della Bce, Christine Lagarde.

Governo silenzioso?

Adesso, a Draghi viene chiesto, da Presidente del Consiglio, di ripetere lo stesso "miracolo" fatto nove anni fa da banchiere centrale. Stavolta è l'Italia quella da salvare dalla crisi economica e dai mali che si porta dietro da anni. Proverà a farlo senza dirci nulla? Non proprio. *"Non c'è dubbio che il nuovo inquilino di Palazzo Chigi adotterà un suo stile comunicativo, ben diverso da quello di Conte-Casalino"*, scrive Comin su Formiche.net, mentre Repubblica anticipa quella che sarà la sua strategia: *"Niente (o quasi) social, niente gruppi su WhatsApp, pochi spin. Comunicazione istituzionale, rigorosa, fredda. Un po' Banca d'Italia, un po' Commissione europea dove non si commentano i rumors e soprattutto non si creano"*. Lo slogan del non detto è già pronto: *"Si comunica solo quando si ha qualcosa da comunicare"*, conclude il giornale.

COMMENTI/20

Febbraio-Marzo 2021

Comunicazione istituzionale.

Il presidente Draghi non ha più parlato agli italiani dal 17 febbraio.

Sia permesso un colpo di tosse.⁷⁹

Stefano Rolando⁸⁰

Mercoledì 17 febbraio il presidente del Consiglio Mario Draghi parla in Senato, in forma memorabile, per avviare il confronto con la fiducia dei parlamentari e per farsi altresì ascoltare – in diretta – dagli italiani. *“Questo è lo spirito repubblicano – dice - di un governo che nasce in una situazione d'emergenza raccogliendo l'alta indicazione del capo dello Stato”*. E aggiunge, nelle ultime parole: *“Oggi l'unità non è un'opzione, l'unità è un dovere. Ma è un dovere guidato da ciò che, sono certo, ci unisce tutti: l'amore per l'Italia”*.

Si potrebbe sostenere che lo *spirito repubblicano* non sia solo da intendere come l'appello a questa *convergenza delle diversità* per far fronte a mali maggiori. Ma che sia anche il ritorno – o comunque la conversione – di uno stile di governo più sobrio, più severo, meno annunciante, meno coreografico e, per dirla tutta, anche meno comunicativo. Non che il presidente Conte si sbracciasse in una invadente retorica peronista. A suo modo ha avuto una certa sobrietà. Sia pur accudita da un'idea della comunicazione istituzionale – coltivata nel palazzo ormai negli anni – vistosamente attenta alla visibilità, alla televisionalità, alla seduttività. Pochette comprese.

E accompagnata da inverosimili balconate di ministri e, soprattutto nel governo precedente, da un vero e proprio arrembaggio perentorio, annunciatorio, proclamatorio.

L'inversione di tendenza non si poneva dunque solo come una questione di carattere personale. Ma come la traduzione simbolica di un paradigma dei *governi dei tempi difficili*. Che già Carlo Azeglio Ciampi – fonte di ispirazione per lo stesso Draghi – aveva chiamato negli anni '90 *“Repubblica come res severa”*.

Una parte del plauso e del consenso, che la demoscopia italiana ha misurato subito a cifre altissime, conteneva questa percezione di un cambiamento al tempo stesso utile e necessario.

Sono passate quasi due settimane da quelle parole entrate nelle case degli italiani e la voce del presidente Draghi è tuttavia uscita dai radar degli italiani stessi.

Nella città del presidente Ciampi, Livorno, un vecchio motto dice *“nulla è un po' pochino”*.

Lungi da critiche su questioni che richiedevano un segnale chiaro e anche un po' prolungato per risultare emblematiche. E tuttavia è venuto il momento per un colpo di tosse.

Un colpo di tosse giustificato dal persistere della pandemia. Dal mantenersi vive le inquietudini di indirizzo attorno a manovre che non contengono solo componenti di nomina ma anche di efficacia sociale (come le vaccinazioni). Per non parlare del chiarimento sull'impostazione progettuale del Recovery Plan e del chiarimento sul quadro relazionale in particolare con l'Europa in una fase in cui anche la meritoria e meritevole Europa segnala alcuni svarioni di comportamento.

La pandemia ha fatto emergere a più riprese – lo abbiamo scritto in queste pagine e anche in libri di analisi – una domanda di *“più istituzione”* da intendersi anche come *“più spiegazione”* e *“più accompagnamento”*. Ben inteso, in una chiave di servizio e non di propaganda. Un modo di modellare in modo semplice ed efficace la *comunicazione scientifica*, un po' troppo lasciata al trattamento giornalistico di *“virologi”* preziosi ma anche un po' litigiosi. E di trattare la *comunicazione economica* lasciata per mesi ad esprimere lo slalom tra le *lobbies* e poco capace di spiegare ai cittadini vincoli e opportunità non di un breve passaggio ma di una grande e lunga trasformazione. A cominciare da questi temi (molti altri temi fanno la fila alle spalle) la ripresa di una seria comunicazione istituzionale rigenerata programmaticamente e nei punti cruciali – cosa inevitabile – incardinata nella parola del premier, è ora questione di doverosa segnalazione.

Resta metodologicamente forte e convincente la secca spiegazione data dallo stesso presidente Draghi a primi colpi di tosse non ricordo dove maturati (*“si comunica ciò che si fa non ciò che si intende fare; non abbiamo ancora fatto niente e quindi nessuna comunicazione”*). E tuttavia democrazia e controllo sociale richiedono anche una

⁷⁹ Articolo pubblicato sul giornale online Moondo.Info 1.3.2021 - <https://moondo.info/sia-permesso-un-colpo-di-tosse/>

⁸⁰ Università IULM, Milano

austera, pedagogica e misurata “spiegazione” attorno a obiettivi concreti e indirizzi poi misurabili. Soprattutto in questa fase storica una parola compresa non come retorica promozionale ma come messaggio sociale intrinseco nella funzione istituzionale stessa. Quella che per esempio gli italiani hanno colto nella morte di un ambasciatore e di un carabiniere che non hanno fatto discorsi, agendo per obiettivi sociali e umanitari. Il presidente Draghi ha grandi risorse morali e culturali per trovare i modi di svolgere – nella cornice di una politica di comunicazione istituzionale complessivamente riguardata – questa forma di servizio nel modo sicuramente più consono alla sua filosofia di governo e anche alle attese della gente.

COMMENTI/21

Febbraio-Marzo 2021

Riempire il vuoto. I silenzi di Draghi alla prova del tempo ⁸¹

«**Comunicheremo qualcosa quando avremo fatto qualcosa**».

Lo stile del premier, autorevole e minimale, ha regalato tanti silenzi istituzionali. Ma il vuoto comunicativo nasconde insidie. I consigli di chi a Palazzo Chigi c'è stato (Filippo Sensi)

L'attesa per le conferenze stampa e le indiscrezioni ai giornali, i messaggi ai cronisti e le dirette su Facebook. Tutto cancellato da un giorno all'altro, in una rivoluzione annunciata da tempo ma che ha colto di sorpresa la politica e i media. Il passaggio da Giuseppe Conte a **Mario Draghi** ha colpito e disorientato anche il mondo dell'informazione: in pochi giorni si è passati dalla presenza ad ogni costo a un'assenza che parla da sé, un vuoto comunicativo durato giorni che presto dovrà essere riempito.

Durante il primo e il secondo governo Conte la comunicazione di Palazzo Chigi è stata gestita da **Rocco Casalino**, l'ingegnere pugliese cresciuto in Germania – concorrente della prima edizione del Grande Fratello – che imperversa in tv per presentare il suo libro, *Il portavoce*, in cui racconta il dietro le quinte degli ultimi anni. Un periodo caratterizzato da un *news management* molto aggressivo, con una serie di gruppi WhatsApp per gestire i rapporti con la stampa e un sistema di veti e ripicche a regolare il traffico nei talk show della sera. Una comunicazione spregiudicata e tutta incentrata sul presidente del Consiglio.

«Dell'era Conte, segnata dalla pandemia, ricorderemo la costruzione di eventi personalizzati in perenne ritardo e la tendenza a contrarre l'agenda e restringere il contraddittorio» spiega **Andrea Montanari**, già direttore del Tg1 ma soprattutto «quirinalista» e «chigista», come si chiamano i cronisti che seguono il governo. «Si è cercato di bypassare i giornalisti togliendo loro spazio tramite una comunicazione unidirezionale. Oggi assistiamo a modalità diverse: Draghi comunica senza parlare e per il momento la cosa gli riesce».

Lo stile dell'ex presidente della Bce, autorevole e minimale, ha regalato finora tanti silenzi istituzionali. Il basso profilo è piaciuto ai media – non si contano gli apprezzamenti per l'assenza di Draghi dai social – ma al tempo stesso ha disorientato. Si spiegano anche così gli articletti di colore sul barbiere e l'edicolante del premier, o le interviste esclusive al suo barista di fiducia: se Palazzo Chigi non fornisce notizie, si crea **uno spazio vuoto** che vuoto non può restare. La compiacenza per Draghi di buona parte della stampa rischia di trasformarsi in insofferenza se la strategia del silenzio durerà troppo a lungo.

Segnali precisi di un cambio di passo, dopo l'incertezza della prima settimana, si sono però visti negli ultimi giorni. A partire dalla composizione della squadra, a cui si sono aggiunti tutti i tasselli: donne e uomini che sceglieranno la strategia comunicativa del nuovo governo. Portavoce del presidente del Consiglio è la fidata Paola Ansuini, una vita in Banca d'Italia e un'amicizia di vecchia data con il premier. Capo di gabinetto Antonio Fuciniello, intellettuale di aria dem a capo dello staff di Paolo Gentiloni, quattro anni fa: a lui il compito di regolare l'accesso alla stanza di Draghi. Altro nome di peso è quello di **Ferdinando Giugliano**, già al *Financial Times* e a *Bloomberg*, che curerà i rapporti con i media stranieri.

Alcuni membri dello staff di Draghi, sentiti da *Zeta*, hanno preferito non rilasciare dichiarazioni. Per tutti valgono le parole del presidente del Consiglio: «*Non abbiamo ancora fatto niente. Comunicheremo qualcosa quando avremo fatto qualcosa*». Una linea che presto potrebbe essere smentita. «*La macchina comunicativa di Palazzo Chigi è incredibile ma non ha la potenza dell'Eliseo o di Downing Street*» ricorda **Filippo Sensi**, portavoce di Renzi e poi di Gentiloni tra il 2014 e il 2018.

Il deputato del Pd, *nomfup* su Twitter, non esprime giudizi netti su suoi successori. Inganna le domande con aneddoti e sorrisi, ma come la pensa lo si capisce comunque.

⁸¹ Zetaluiss.it (1.3.2021) - <https://zetaluiss.it/2021/03/01/i-silenzi-di-draghi-alla-prova-del-tempo/>

«Il portavoce deve tenere unite la dimensione politica e quella istituzionale senza che l'una prevalga sull'altra. Dovrebbe essere un porta-silenzi più che un porta-parole. Poi certo, conta molto il carattere del portavoce e della figura pubblica che rappresenta».

Il pensiero corre a Rocco Casalino ma anche a Renzi e Gentiloni, temperamenti diversi e compatibilità politica. *«In ogni caso, la voce del politico deve parlare secondo il suo timbro, lo stile comunicativo della persona deve aderire alla sua immagine».*

Vale anche per il presidente del Consiglio, che dovrà evitare l'errore di un altro tecnico: quel Mario Monti che finì la sua carriera politica – in un'improbabile operazione simpatia – con un boccale di birra e un cagnolino in braccio, ospite di una trasmissione tv. *«Finché il governo è in luna di miele tutto è perdonato, ma subito dopo ogni passo falso è un potenziale disastro»* avvisa Sensi.

Sono i rischi di un eccesso di personalizzazione, che probabilmente Draghi non corre: difficilmente lo vedremo in tv ogni sera, e profili social personali potrebbe anche non aprirne. Ma per lui rimane il rischio opposto.

«Il premier non scenderà nell'arena dei talk, ma un vuoto comunicativo nasconde insidie. Draghi deve comunicare o i leader di partito colmeranno quel silenzio» ha scritto su La Stampa il sociologo **Massimiliano Panarari**, evidenziando la momentanea efficacia della non-comunicazione di Draghi ma anche i rischi legati alla «polifonia» di voci nella maggioranza. *«Lo stile del premier assomiglia a quello di Gentiloni, toni bassi e rassicuranti al posto di una comunicazione esplosiva.*

In genere i politici dell'età di Paolo tendono a ringiovanirsi, si mostrano più dinamici di quanto non siano. Lui ha fatto il contrario, *“ha lavorato per sottrazione anziché spingere sull'acceleratore”*, ricorda ancora Sensi, che guarda al passato per parlare del presente.

Se per il momento Draghi non comunica – si è espresso solo in sedi istituzionali, al Quirinale e alla Camera – va notato che la macchina di Palazzo Chigi ha iniziato a prendere il suo passo. Con modalità non troppo diverse da quelle di ieri e dell'altro ieri. *«Martedì il presidente ha accolto il feretro dell'ambasciatore Attanasio: a Ciampino non c'erano telecamere ma Palazzo Chigi ha pubblicato una sua foto. Poi i telegiornali hanno diffuso un video che mostra il premier durante il Consiglio europeo e le agenzie hanno ricevuto dei virgolettati del suo intervento»* dice l'ex spin doctor di Renzi, come è stato impropriamente definito.

Feed the beast, nutri la bestia. La regola è sempre la stessa e vale pure per Draghi: trovata la chiave più adatta, anche questo governo dovrà dettare l'agenda. O almeno provare a farlo. Magari con una comunicazione intensa e «stretta», puntando su pochi eventi di forte impatto; privilegiando giornali e radio rispetto agli schermi tv; sfruttando i social istituzionali anziché quelli personali. Non è in dubbio l'opportunità di comunicare, va soltanto capito che modalità adottare. *«L'arrivo dei fondi del Next Generation Eu e il nuovo aggravarsi della pandemia sono due storie che dovranno essere raccontate. Qualcosa già si è fatto rinunciando alle conferenze stampa notturne e abolendo la pluralità di voci del Comitato tecnico scientifico»* conclude Sensi.

Lo stile adottato da Draghi – con una comunicazione a bassa intensità e ad alta resa, rarefatta ma autorevole – può funzionare per qualche tempo ma essere un problema se protratto a lungo. Ma quand'è che il breve periodo diventa lungo? Il ruolo della variabile tempo è centrale anche per **Andrea Montanari**, oggi alla guida dell'Ufficio Studi Rai: *«Un conto è se Draghi punta al Quirinale nel 2022, un altro se mira ad arrivare a fine legislatura un anno dopo. Se il governo non si pone limiti di durata, il premier dovrà badare al consenso e abbandonare il suo stile iniziale».*

Riempire i vuoti e imporre la sua agenda, prima che a farlo ci pensino i partiti.

COMMENTI/22

Febbraio-Marzo 2021

Niente social né conferenze stampa, la comunicazione di Mario Draghi ⁸²

Comunicare solo quando c'è qualcosa da dire: far parlare i fatti.

Il neo Presidente del Consiglio, Mario Draghi, lo ha detto chiaro e tondo durante il suo primo Consiglio dei Ministri, il 13 febbraio scorso. E da allora si è attenuto rigorosamente a questa linea.

Un intervento di circa 50 minuti al Senato per presentare le linee programmatiche del Governo, rispettando rigorosamente il testo scritto. La personale consegna del suo intervento alla Camera. Due repliche a braccio al Senato e alla Camera, dopo avere ascoltato tutti gli interventi dei parlamentari, tanto da meritarsi l'appellativo di 'vescica di ferro' tra gli onorevoli più impertinenti.

Nelle repliche Draghi ha accuratamente evitato di ripetere i temi del suo intervento programmatico, applicando la regola del 'ne bis in idem'. Un accenno sullo sport, una puntualizzazione sul turismo, un passaggio sulla corruzione. Ma soprattutto una frase che conferma la linea 'fatti non parole': «*Ringrazio per la stima ma anche questa dovrà essere giustificata e validata nei fatti dal Governo da me presieduto*».

Le parole di Draghi sono finite lì, fatto salvo un asciutto intervento per l'inaugurazione dell'anno giudiziario della Corte dei Conti. Nulla ai giuramenti dei ministri e dei sottosegretari. Le nomine di Curcio alla Protezione civile e Figliuolo a Commissario per l'emergenza covid sono state rese note con un comunicato. Simile la formula per gli uscenti Borrelli e Arcuri: a Borrelli vanno «*i ringraziamenti per l'impegno profuso e il lavoro svolto in questi anni*»; ad Arcuri «*i ringraziamenti del Governo per l'impegno e lo spirito di dedizione con cui ha svolto il compito a lui affidato in un momento di particolare emergenza per il Paese*».

Il primo decreto legge che ha eliminato la possibilità di visitare parenti e amici nelle zone rosse è stato divulgato con il comunicato stampa del Consiglio dei Ministri. Il Dpcm, che regolerà le vite degli italiani a partire dal 6 marzo, è stato illustrato oggi alla stampa dai ministri Gelmini e Speranza, affiancati dagli esperti Locatelli e Brusaferrò. Per le richieste di accredito alla conferenza di palazzo Chigi, i giornalisti in autonomia hanno fatto capo all'Associazione Stampa Parlamentare.

Prima ancora, la decisione di Draghi di creare un ministero per la Transizione ecologica era stata divulgata dal Wwf, al termine di una consultazione. La decisione di non esercitare la golden power per il Credito Valtellinese era stata comunicata dagli acquirenti del Credit Agricole.

Mario Draghi non usa i social, neppure Twitter e Facebook. Renzi e Conte da premier ne hanno fatto largo uso. Non esiste un intervento sui media di Draghi, neppure per il G7 e per il Consiglio europeo, svoltisi in videoconferenza.

Oggi Draghi non ha detto pubblicamente alcunché neppure all'ambasciata italiana presso la Santa Sede, in occasione della celebrazione dei Patti Lateranensi. E' stato lui ad accogliere personalmente i cardinali Parolin e Bassetti, rispettivamente Segretario di Stato e Presidente della Cei. Il prossimo intervento pubblico è programmato per il 24 marzo al Senato, in vista del Consiglio europeo del 25 e 26 marzo. Qualche giornalista scommette sull'eventualità che Draghi non pronunci un suono fino ad allora.

⁸² Gds.it (2.3.2021) - <https://gds.it/articoli/politica/2021/03/02/niente-social-ne-conferenze-stampa-la-comunicazione-di-mario-draghi-f0219a8a-c148-4af7-99d0-ab77ade4801b/>

COMMENTI/23

Febbraio-Marzo 2021

Draghi ai ministri: parlate solo quando ci sono provvedimenti da spiegare ⁸³

Gabriele Laganà ⁸⁴

Per volere del presidente del Consiglio Mario Draghi cambia il modo di comunicare del governo. Dietro la svolta forse anche motivazione strategiche

È sulla comunicazione che già si può notare un deciso cambio di passo messo in atto dall'attuale governo guidato da Mario Draghi rispetto al precedente esecutivo giallorosso.

Basta annunci e lunghe dirette sui social e in tv come accaduto con Giuseppe Conte. Ora i ministri devono divulgare notizie solo quando c'è effettivamente qualcosa da annunciare. Quindi niente più interventi tanto per avere visibilità mediatica e niente giudizi continui che possono alimentare tensioni e creare disorientamento. Insomma, toni bassi per tutti. Una prova del nuovo corso la si è avuta ieri quando è stato presentato il primo, e forse ultimo, Dpcm (l'intenzione di Palazzo Chigi sarebbe quella di utilizzare i decreti legge appena i tempi tecnici lo consentiranno) che entrerà in vigore dal prossimo 6 marzo. Draghi, infatti, ha deciso di mantenere un profilo basso non apparendo in alcun video. Il premier ha, invece, lasciato spazio al ministro della Salute Roberto Speranza, e al titolare per gli Affari Regionali, Mariastella Gelmini, per illustrare il decreto.

In sostanza l'ex numero uno della Bce sta mantenendo il suo proposito annunciato chiaramente durante il suo primo Consiglio dei ministri del 13 febbraio. E da allora non si è mai discostato da questa linea. "Fatti non parole" è il mantra di Draghi. "Ringrazio per la stima ma anche questa dovrà essere giustificata e validata nei fatti dal governo da me presieduto", disse poi il presidente del Consiglio nella sua replica in Parlamento.

Secondo quanto riferisce **Marco Antonellis** su Tpi, in realtà ci sarebbero state delle indicazioni ben precise date dallo staff di Palazzo Chigi, sempre con la benedizione di Draghi, per la gestione dei rapporti con la stampa. Ad esempio, durante la formazione del governo era stata data la disposizione a tutti i ministri di non rilasciare interviste fino a quando non fossero stati nominati anche i sottosegretari.

In più, spiegano fonti di Palazzo Chigi, Draghi starebbe usando la comunicazione anche per creare l'"amalgama" giusto tra partiti così diversi che lo sostengono. Non è un caso che ieri per la conferenza stampa abbia volutamente mettere allo stesso tavolo la Gelmini e Speranza, ovvero esponenti di Forza Italia e Leu, per spiegare il nuovo Dpcm. Un modo, questo, per fare squadra e rendere più coeso il governo.

⁸³ [ilgiornale.it](https://www.ilgiornale.it/news/politica/diktat-draghi-ai-ministri-parlate-solo-quando-ci-sono-1928116.html) (3.3.2021) - <https://www.ilgiornale.it/news/politica/diktat-draghi-ai-ministri-parlate-solo-quando-ci-sono-1928116.html>

⁸⁴ Giornalista napoletano (Il Giornale).

COMMENTI/24

Febbraio-Marzo 2021

Governo Draghi, la (non) comunicazione può causare gravi danni al Paese ⁸⁵

Marco Venturini ⁸⁶

Il presidente del Consiglio Mario Draghi non ha partecipato alla conferenza stampa sul Dpcm, nonostante si tratti, appunto, della presentazione di un Decreto del presidente del Consiglio dei ministri. Ad illustrarlo sono stati i ministri Speranza e Gelmini. Questa assenza è in linea con lo stile comunicativo, o meglio, non comunicativo di Draghi.

Il presidente, anzitutto, non ha profili social. Durante il primo Consiglio dei ministri, secondo un retroscena, avrebbe pure detto: “Noi comunichiamo quello che facciamo. Non abbiamo fatto ancora niente e non comunichiamo niente”. Quel “noi” sta a significare che anche ai ministri e ai leader delle forze di Governo è richiesto un basso profilo. Una settimana fa ha incontrato Matteo Salvini a Palazzo Chigi per una tirata di orecchie: Draghi era probabilmente infastidito dal sostegno del leghista al movimento “Io Apro”, contro le chiusure serali dei ristoranti. Dopo l’incontro, il presidente avrebbe apprezzato il cambiamento di toni di Salvini.

Qualcuno giustifica questa mancanza di comunicazione da parte di Draghi dicendo che non si tratta di un politico, non vuole candidarsi e quindi non ha bisogno del consenso popolare. Non è vero. La comunicazione non serve solo a fare propaganda. E il consenso non serve solo a prendere voti. L’assenza di comunicazione da parte di Draghi potrà causare molti problemi a lui, al Governo e al Paese. Almeno tre. Vediamo il primo.

1 – Una nazione non è una banca

La banca è fatta di freddi numeri, la nazione è formata da un popolo, da persone, che hanno dei sentimenti. Se non sai suscitare i giusti sentimenti nella popolazione, grazie alla tua comunicazione, non sarai seguito da essa.

La scorsa estate, per esempio, gli italiani avevano un forte desiderio di libertà, dopo mesi passati chiusi in casa. Abbiamo pagato quella libertà con la seconda ondata. Ma un nuovo lockdown in estate non sarebbe stato accettato dalla popolazione, che probabilmente non avrebbe rispettato le limitazioni imposte dal Governo. Conte ne era consapevole. Lo ha dichiarato l’ex portavoce di Conte, Rocco Casalino, a Piazzapulita. Occorre quindi preoccuparsi dei sentimenti della nazione che si guida, se si vuole essere seguiti.

La **comunicazione rassicurante ed empatica** di Conte nella fase 1 è stato uno dei fattori chiave per essere seguiti dalla popolazione. Conte infatti, nonostante i sacrifici che chiedeva agli italiani, era molto apprezzato. Se Draghi non instaurerà una relazione solida con la popolazione, attraverso una comunicazione efficace e costante, non sarà seguito dagli italiani. Avremo sempre più proteste in strada e la situazione potrebbe finire fuori controllo.

2 – Anche se Draghi non comunica, i partiti lo faranno

Per il momento Draghi sta riuscendo ad imporre toni bassi ai partiti. Ma quest’anno ci saranno le **elezioni** in alcuni Comuni importanti, fra i quali **Roma, Milano e Napoli**. Quando la campagna elettorale entrerà nel vivo, i leader dei partiti alla ricerca di consenso ammiccheranno alle categorie scontente e faranno grandi promesse. Solleciteranno quindi qualche ministro e lo stesso Draghi per dei cambi di linea nel Governo.

A quel punto, se Draghi non comunicherà, passerà solo la narrazione critica dei partiti e la sua popolarità crollerà. Con essa finirà anche la sua autorevolezza nei confronti della popolazione.

3 – Se Draghi non comunica, come smentirà le fake news?

Le fake news colpiscono tutti, sempre e comunque. Colpiranno anche Draghi. Per ora, quando usciranno delle **bufale**, saranno i partiti a fare il lavoro sporco di smentita. Saranno i social e le uscite mediatiche dei

⁸⁵ Ilfattoquotidiano.it (3.3.2021) - <https://www.ilfattoquotidiano.it/2021/03/03/governo-draghi-la-non-comunicazione-puo-causare-gravi-danni-al-paese/6119577/>

⁸⁶ Consulente in comunicazione politica

leader delle forze di Governo, dei ministri politici e di qualche esponente di spicco a colmare il vuoto comunicativo lasciato da Draghi.

Ma cosa accadrà quando i partiti si rifiuteranno di farlo? Potranno esserci momenti in cui lasciar passare certe fake news farà il gioco di alcuni leader. Ci saranno momenti di freddezza nei confronti di Draghi, durante i quali non vorranno prendere le sue difese.

Ricordiamo che nel caso di una fake news molto forte diffusa da Salvini e Meloni – quella sulla presunta attivazione del **Mes** da parte di Conte – lo stesso ex presidente del Consiglio fu costretto a smentirla durante un'importante conferenza stampa a Palazzo Chigi. Draghi come si comporterà durante una crisi comunicativa del genere, se non comunica?

Questi sono solo alcuni motivi per cui non comunicare è dannoso per se stessi e per gli altri in politica. Spero che il presidente Draghi **ci ripensi** e si mostri di più agli italiani, i quali hanno bisogno di una guida presente, anche fisicamente, davanti ai loro occhi.

COMMENTI/25

Febbraio-Marzo 2021

Repubblica, 3.3.2021

Da banchiere a politico. Draghi brucia i tempi e sfida i riti dei partiti**Stesso metodo, decisioni più rapide. Ieri solo i ministri in conferenza stampa "per fare squadra".****Ma il premier conferma che presto riparerà al Paese.**

pagina 6

Primo piano *L'Italia contro il Covid*

Mercoledì, 3 marzo 2021 | La Repubblica

PALAZZO CHIGI

Da banchiere a politico Draghi brucia i tempi e sfida i riti dei partiti

Stesso metodo, decisioni più rapide. Ieri solo i ministri in conferenza stampa per "fare squadra", **ma il premier conferma che presto riparerà al Paese**

di Tommaso Ciriaco
e Roberto Mania

ROMA — Il Draghi politico non è esattamente lo stesso del Draghi tecnocrate e banchiere centrale. Stesso metodo, sì, ma tempi diversi per le decisioni. E quelli da premier sono diventati molto più rapidi, non solo per la situazione di emergenza sanitaria ed economica che stiamo vivendo. Dall'Eurotower di Francoforte, sede della Banca centrale europea, Draghi sceglieva quando sapeva di avere un consenso così largo da ridurre gli spazi di manovra dei suoi oppositori; da Palazzo Chigi, da dove guida la politica italiana, Draghi decide bruciando i tempi — coinvolgendo solo i suoi più stretti collaboratori, a cominciare dal sottosegretario Roberto Garofoli — e sfruttando la mancanza di opposizione. Sfidando anche i malumori. Che sono emersi pure ieri nella maggioranza (salute)

po dell'esecutivo: «Per quanto riguarda la presenza di Draghi in occasioni pubbliche, stiamo studiando un'agenda che soddisferà le vostre legittime domande e ho fiducia che presto ci saranno comunicazioni su questo punto».

Ma torniamo al metodo Draghi. Dalla linea di comando principale ha sostanzialmente escluso i partiti che lo sostengono. Le decisioni economiche passano lungo l'asse Palazzo Chigi-Ministero dell'Economia, dove siede il tecnico Daniele Franco, ex direttore generale della Banca d'Italia. Così il nuovo Recovery Plan lo scriveranno insieme entro la fine di aprile. Ieri è stato convocato a Palazzo Chigi il direttore generale dell'Agenzia delle Entrate, Ernesto

Maria Ruffini. È facile pensare che il prossimo decreto per il sostegno alle imprese e per il quale è già stato autorizzato uno scostamento di bilancio di 32 miliardi di euro, sarà definito tra il premier e il responsabile dell'Economia, con poco spazio per le bandiere dei partiti.

**Di fatto ha escluso
la politica dalla linea
di comando: le scelte
economiche le fa lui
insieme a Franco**

Punto di svista

Ellekappa

PRESIO
DRAGHI
PARLERÀ
AL PAESE

PUÒ FARLO
O VIOLA IL
MONOPOLIO
DI SALVINI?



Nella gestione logistica dell'emergenza sanitaria ha rafforzato la componente tecnica con la nomina di Fabrizio Curcio al vertice della Protezione civile e, soprattutto, mettendo al posto del commissario straordinario per il Covid Domenico Arcuri, manager dalle antiche e feconde frequentazioni politiche, il generale Francesco Paolo Figliuolo, comandante della logistica dell'esercito. Due scelte senza coinvolgere i partiti.

Quando nel luglio del 2012, invece, pronunciò a Londra il famoso "whatever it takes" salvando l'euro, Mario Draghi sapeva di avere dalla sua la cancelliera Angela Merkel e che dunque "il nemico" Jens Weidmann, capo della Bundesbank, era

rimasto disarmato. Fece, allora, un passo dopo l'altro scegliendo il momento più opportuno per calare l'asso. Ma tutto era stato accuratamente (e politicamente) preparato prima con un intenso negoziato multilaterale all'interno del Consiglio della banca centrale.

Il Draghi politico non cerca (per ora) il consenso preventivo pur muovendosi con lo stesso pragmatismo. Adotta il metodo con cui ha lavorato al Tesoro, alla Banca d'Italia e, infine, alla Bce. Punta a snellire ed accelerare le procedure (riunioni brevi e ristrette), a tagliare i rituali e a delegare, una volta individuato e condiviso l'obiettivo. Tutto questo, tuttavia, in politica si trasforma in discontinuità. Ed è inevitabilmente destinato a generare tensioni tra gli azionisti di maggioranza.

Nel Consiglio europeo della scorsa settimana l'Italia ha rotto il tabù del vaccino monodose. Ora l'obiettivo è vaccinare nei tempi più rapidi possibili il maggior numero di persone. Le nomine di Curcio e Figliuolo sono coerenti con questa logica. Di

COMMENTI/26

Febbraio-Marzo 2021

Sulla comunicazione la strategia di Draghi: il premier non parla. Ma fino a quando?⁸⁷

Angelo De Mattia⁸⁸

Fabio Panetta, membro del Comitato Esecutivo della Bce, a proposito dell'azione dell'Istituto in materia sia di rendimenti di mercato in dollari, sia di politica monetaria, confermata e accentuata come espansiva, martedì scorso in un intervento virtuale alla Bocconi, ha fatto ricorso a un brano dei Daft Punk per sottolineare la forza e la velocità con la quale occorre operare, innanzitutto, per chiudere il divario tra produzione e inflazione.

Quest' ultima ancora nel 2023 sarebbe non molto vicina al target «*intorno ma sotto il 2 per cento*» che sancisce l'avvenuto conseguimento della stabilità dei prezzi, attestandosi, invece, all'1,4 per cento.

“Stare altrove?”

Dunque, una comunicazione che non si sottrae anche a un riferimento canoro per rafforzare l'efficacia.

L'ex capo della Bce, l'attuale Premier Mario Draghi, invece, ha optato, con lo scopo di valorizzare lo spirito di squadra come ha detto la portavoce, per lasciare ai Ministri competenti la illustrazione del Dpcm che entrerà in vigore il 6 marzo.

Draghi, che da banchiere centrale, ha dimostrato di essere pure un grande comunicatore, ora decide - almeno così sembra - di non comunicare in prima persona e non perché, come i maligni direbbero, preferisce stare «altrove», bensì per una scelta strategica precisa.

Ma fino a quando? Chi avrebbe potuto pensare alla tradizionale conferenza - stampa della Bce dopo le riunioni del Direttivo sulla politica monetaria senza la sua presenza?

E l'apoteosi della comunicazione a Londra il 26 luglio 2012, la famosa frase «*whatever it takes*» per il salvataggio dell'euro, che però arrivava dopo che il Consiglio europeo aveva dato via libera all'acquisto di titoli pubblici da parte della Bce: chi altro avrebbe potuto pronunciarla?

Condizionare le aspettative

E l'attenzione continua dell'ex Governatore alla «forward guidance» per condizionare d'anticipo le aspettative?

Non è pensabile che, pur essendo passato a un ben diverso incarico, Draghi abbia cassato dalla propria mente quella che risulta essere stata sempre una sua particolare predilezione, anche perché ne potrebbe derivare quello che sicuramente sarebbe un grosso equivoco, apparendo superiore la cura dedicata alla comunicazione anche personale nell'esercizio della precedente carica. Ma così non è.

Allora è sperabile che si registrino a breve delle novità al riguardo, essendo l'informazione e la comunicazione in genere un preciso dovere istituzionale anche e soprattutto di chi è all'apice del Governo, come lo è il confronto con le richieste di chiarimenti, i dubbi e le critiche che possono essere esposti in occasione delle conferenze stampa.

L'«accountability» non tollera casi di «altrove». Finanche il «deus ex machina» - definizione che qualche volta è stata attribuita a Draghi - a un certo punto della rappresentazione scendeva sulla scena, azionandosi un'apposita apparecchiatura (la «machina», appunto).

Allora non si può che essere sicuri che la comunicazione, la quale in queste prime fasi di rodaggio lascia a desiderare, segnerà un salto di qualità, anche perché una diversa condizione non sarebbe ammissibile.

Draghi ha tutti gli strumenti per segnare una tale svolta.

⁸⁷ Iltempo.it (5.3.2021) - <https://www.iltempo.it/politica/2021/03/05/news/mario-draghi-non-parla-strategia-comunicazione-governo-bce-26426486/>

⁸⁸ Editorialista di startmag.it. Per 40 anni in Bankitalia in cui è stato anche segretario particolare del governatore Antonio Fazio.

COMMENTI/27

Febbraio-Marzo 2021

Governo Draghi: la forza della parola dopo il frastuono ⁸⁹

Angelo Perrone ⁹⁰

Ha fatto colpo su chi, di suo, non era avvezzo. O su quanti, ormai frastornati da fragorose e martellanti presenze sulla scena, avevano scambiato l'andazzo per la norma, ritenendola infine la regola al tempo della postmodernità. Il silenzio che accompagna i primi passi del governo Draghi annuncia una novità vistosa, a prima vista più importante della sua stessa insolita composizione. Quasi un indicatore di sobrietà e misura. È il rovesciamento di un canone, l'indicazione di un altro stile, che riguarda in primo luogo la persona, ma investe di riflesso, al netto di immancabili intemperanze ("vecchia politica"), pure la compagine, uniformatasi di colpo al nuovo, non si sa se per convinzione o perché presa in contropiede. Forse ne può uscire influenzato persino il modo di governare. Il silenzio intorno all'azione di governo – prima sui nomi, poi sulle mosse successive: nomine, scelte iniziali – è così sorprendente da diventare appunto assordante.

Dalla comunicazione Social a quella istituzionale

Nessun sito personale, niente profilo social, si è detto da subito. Nemmeno annunci da rilasciare ad ogni occasione o like da apporre su post roboanti. Non una comunicazione spicciola, sbrigativa, estemporanea. Solo quella istituzionale, e quando occorra. La circostanza sembrava all'inizio una nota di colore, per dire della riservatezza di Mario Draghi, e della sua ritrosia ad una eccessiva esposizione mediatica. Sul suo ambito personale si sapeva così poco. Poi ha suscitato osservazioni di altro tipo.

È servita quella constatazione per raccontare l'indole dell'uomo, e anche per descrivere il mutamento della comunicazione al tempo dei social, divenuti strumenti abusati; la trasformazione inesorabile del rapporto tra politica e società. Non proprio nel segno positivo di una maggiore vicinanza dell'una all'altra.

Inevitabili i ricordi, disordinati e frammentari, di questo tempo così lungo: le tribunette televisive, i talk raffazzonati, le sceneggiate compiaciute. Per esprimere poi il nulla, oltre la banalità dell'istante, appena si presenta l'occasione e si ha a disposizione un microfono compiacente. Lunga la lista dei personaggi in cerca di autore, esile quella di chi si è sottratto al carosello: ecco dunque tanti turbo-ciarlieri, vanagloriosi, lamentosi, allarmisti. Di tutto un po', purché con poche idee e confuse. Ma lesti a cogliere lo spunto e a muoversi secondo convenienza.

Comunicare solo quando si ha qualcosa da comunicare

Il primo motivo di stupore, riguardo all'esperienza Draghi, è legato al fatto che non si tratta dell'ultimo venuto, preso a caso per rivitalizzare la politica in stato comatoso. Non che la situazione, per la pandemia e la crisi, non sia abbastanza drammatica da giustificare anche questo, la manovra disperata. Ma il soggetto invocato (sino all'eccesso, forse al ridicolo) come possibile salvatore della patria, designato con l'aureola del demiurgo, è certamente uno assai pratico delle cose del mondo, abituato – eccome – a confrontarsi ad ogni livello, esperto nell'illustrare progetti e nel rappresentarli al pubblico.

È facile riferirsi agli innumerevoli interventi nelle sedi ufficiali, prestigiose e affollate, in cui la comunicazione è stata per così dire "orizzontale". Rivolta agli intervenuti, e al medesimo ambiente: ministri, capi di Stato, organizzazioni internazionali, banche ed associazioni. Eppure non è mancata una "dimensione verticale", il rapporto diretto con la gente, la comunicazione con il cittadino qualsiasi. Non meno importante, e significativa, di quella con il potere. Condotta però in forma del tutto originale.

⁸⁹ eurispes.it (5.3.2021) - <https://www.leurispes.it/governo-draghi-la-forza-della-parola-dopo-il-frastuono/>

⁹⁰ Giurista, è stato pubblico ministero e giudice. Cura percorsi professionali formativi, si interessa prevalentemente di diritto penale, politiche per la giustizia, diritti civili e gestione delle istituzioni. Ha collaborato e collabora con testate cartacee (La Nazione, Il Tirreno) e on line (La Voce di New York, Critica Liberale). Ha fondato e dirige Pagine Letterarie, rivista on line di cultura, arte, fotografia.

Whatever it takes

In fondo, più che pregiate esposizioni di teoria economica e di programmi finanziari, a colpire l'immaginazione alla fine è stata una semplice frase, in sé asciutta e stringata, oltre tutto espressa senza ampollosità nella più sintetica delle lingue. Quel *whatever it takes*, che racchiude tutto in poche parole. È un programma e un atteggiamento. Un messaggio ideale, anche un modello operativo. Insomma un modo asciutto per dire – a chi ha la responsabilità delle scelte e a chi le subisce – quello che occorre in un momento tragico: non possiamo mollare proprio ora, dobbiamo fare tutto il necessario. Ad ogni costo, appunto. I dettagli necessari vengono dopo, ma prima occorre questa chiarezza.

COMMENTI/28

Febbraio-Marzo 2021

Con questo discorso Draghi oggi sta dalla parte delle donne e ha molto da insegnarci ⁹¹

8.3.2021 - Il Premier ha scelto questa data per il suo primo discorso alla Nazione e ha invocato l'unità come unica via per combattere le disuguaglianze del nostro Paese

Elena Fausta Gadeschi ⁹²



Mario Draghi con la moglie Serena (POOL+GETTY IMAGES)

“Questo non è il momento di dividerci o di riaffermare le nostre identità”, ma “di combattere le disuguaglianze”. Con queste parole Mario Draghi ha scelto, oggi 8 marzo, di rivolgersi per la prima volta alla Nazione e in modo particolare alle donne, attraverso un videomessaggio trasmesso durante la conferenza Verso una Strategia Nazionale sulla parità di genere, promossa dalla ministra per le Pari opportunità e la Famiglia **Elena Bonetti**. Nell’ambito di un discorso più ampio dedicato all’andamento epidemiologico e al piano vaccinale che richiede di “*compiere scelte meditate, ma rapide*” per “*non lasciare nulla di intentato*”, il premier ha rivolto un augurio speciale alle donne italiane, che di questa pandemia sono state troppe volte silenziose testimoni, vittime di disuguaglianze e di una povertà sempre più estrema, che secondo le stime preliminari dell’Istat sul 2020 arriva a toccare in Italia la cifra record di 5,6 milioni di persone.

“*In un solo anno il numero di italiani che vivono in una situazione di povertà assoluta è aumentato di oltre un milione, mentre si sono acuite altre disparità, prima fra tutte quella tra donne e uomini. A fronte dell’esempio di molte italiane eccezionali in tutti i campi, anche nella normalità familiare, abbiamo molto, moltissimo da fare per portare il livello e la qualità della parità di genere alle medie europee*”, ha proseguito Draghi, per il quale la mobilitazione delle energie non può passare solo attraverso un mero riconoscimento simbolico del titolo e della funzione, ma richiede “*azioni mirate e profonde riforme*” oltre che un cambio di mentalità “*nella quotidianità della vita familiare*”.

“*Gli strumenti che dobbiamo impiegare sono vari, penso tra gli altri ai congedi parentali, penso al numero dei posti negli asili nido che ci vede inferiori agli obiettivi europei, e alla loro distribuzione territoriale che va resa ben più equa di quanto non sia oggi. Tutto ciò è obiettivo di questo governo*”, ha spiegato il premier, richiamando implicitamente le parole del presidente della Repubblica Sergio Mattarella, che stamattina al Quirinale, durante le celebrazioni per l’8 marzo, ha ricordato come “*oggi in alcuni ambiti del pubblico impiego la percentuale di donne che vi lavorano è maggiore rispetto a quella degli uomini, ma se si guarda ai livelli apicali, la predominanza resta maschile. Così come avviene ai vertici dei consigli di amministrazione di tante aziende pubbliche e private*». Il presidente Mario Draghi ha ricordato anche la piaga del femminicidio, rispetto alla quale il programma NextGeneration EU rappresenta una reale occasione di svolta per contrastare questo fenomeno in allarmante crescita. “*Tra i vari criteri che verranno usati per valutare i progetti del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza ci sarà anche il loro contributo alla parità di genere. È con questo spirito di fiducia nel nostro, nel vostro, futuro e con l’impegno di questo governo a conquistarsela, che vi auguro buon 8 marzo*”.

⁹¹ Elle.com (8.3.2021) -<https://www.elle.com/it/magazine/women-in-society/a35768163/mario-draghi-discorso-donne/>

⁹² Giornalista (Elle)

COMMENTI/29

Febbraio-Marzo 2021

Il videomessaggio di Mario Draghi letto da un esperto di comunicazione⁹³

"Un governo senza aggettivi" all'insegna del "pragmatismo comunicativo", dice **Massimiliano Panarari** che analizza il video messaggio di lunedì del presidente del Consiglio Mario Draghi

AGI - "Il videomessaggio di Mario Draghi si può considerare come la *rentrée comunicativa del presidente del Consiglio*", annota su 'La Stampa' **Massimiliano Panarari**, consulente di comunicazione politica. Perché, "a distanza dalla *première del discorso programmatico della fiducia alle Camere*, Draghi ha ribadito i pilastri (e l'intonazione) della sua comunicazione per come si era delineata nelle rare occasioni precedenti", ovvero "il punto di partenza è la sobrietà (di modi, toni, espressioni) considerata come attributo naturale, insieme alla solennità, delle istituzioni – e resa visivamente in modo molto diretto dallo sfondo classico delle riprese, con l'arazzo e le bandiere (italiana e Ue)".

Specie se confrontata con la "pantagruelica, bulimica e, a tratti, 'pirotecnica' comunicazione del precedente esecutivo". Così, invece, "scarna, essenziale ed effettuale sarà verosimilmente quella dell'odierno, finalizzata a costruire un framing che, in un quadro di larghissime intese (e di potenziali molteplici divergenze), deve anche inevitabilmente procedere 'per sottrazione'".

Insomma, conclude l'analista dei messaggi, "la grammatica del draghismo comunicativo è infatti, come riconfermato dal messaggio, quella di un governo 'senza aggettivi', e che deve agire ed essere quanto più possibile fattivo ('per tutelare la salute, sostenere chi è in difficoltà, favorire la ripresa economica, accelerare le riforme')", ovvero "la comunicazione del pragmatismo, con 'il pensiero costante diretto a rendere efficace ed efficiente l'azione dell'esecutivo', una scelta di aggettivazione derivante, in maniera inconfondibile, dalla familiarità con il linguaggio dell'economia".

Una distanza che **Panarari** definisce "siderale" dai "vezzi e dai vizi della politica-spettacolo (come l'annunciate)" che "si misura nelle parole – 'non voglio promettere nulla che non sia veramente realizzabile' – e nei gesti, molto misurati, fino alla postura statica, se non fosse per il braccio e la mano destra che si muovono per sottolineare alcuni passaggi del discorso".

Insomma, conclude **Panarari**, ciò ha evidenziato "un atteggiamento più empatico e partecipe (in termini anche di ipotetica risposta a coloro che lo giudicano troppo 'algido'), a proposito di un registro comunicativo che vedrà, nel tempo, alcuni cambiamenti (molto contenuti e certamente non 'snaturanti' i fondamentali)" perché "l'agire comunicativo di Draghi è di tipo eminentemente linguistico e ispirato alla razionalità".

⁹³ Agi.it (9.3.2021) - <https://www.agi.it/politica/news/2021-03-09/videomessaggio-mario-draghi-letto-da-esperto-comunicazione-11693140/>

COMMENTI/30

Febbraio-Marzo 2021

Whatever it takes, ma senza i social network ⁹⁴

Rosangela Cesareo ⁹⁵

Comunicare solo quando c'è qualcosa da dire: far parlare i fatti. Il neo Presidente del Consiglio, Mario Draghi, lo ha detto chiaramente durante il suo primo Consiglio dei Ministri. Da allora ha osservato rigorosamente questa linea e gli italiani assistono a grandi silenzi.

Senz'altro Draghi ha stravolto la comunicazione, qualcuno ha persino definito il suo stile "non comunicativo". Il presidente, anzitutto, non ha profili social, né Twitter, né Facebook. Non esiste un intervento sui media di Draghi, neppure per il G7 o per il Consiglio europeo, che ha svolto da solo con una penna biro ed un foglio in videoconferenza.

Qualcuno afferma che questa mancanza di comunicazione del presidente del consiglio sia dovuta al fatto che non si tratta di un politico, che non vuole candidarsi e quindi non ha bisogno del consenso popolare. Io mi trovo in disaccordo per più di una ragione. La comunicazione, infatti, non serve solo a fare propaganda così come il consenso non serve esclusivamente a prendere voti.

L'Italia è formata da un popolo, da persone che sono mosse dai sentimenti. Se non riesce a suscitare i giusti sentimenti nella popolazione, grazie alla comunicazione, il presidente del consiglio non verrà seguito, ma quello che è ancora peggio non verrà compreso. Si creerà un distacco ancora più marcato di quello esistente tra i cittadini e chi governa. Quella del leader deve essere per definizione una comunicazione efficace e costante, anche se istituzionale e rigorosa perché una non esclude l'altra.

Questa comunicazione istituzionale pragmatica ed essenziale adottata da Draghi, poi, è in assoluta controtendenza con la rivoluzione digitale che vive il Paese ormai da anni, con le logiche dei social network che sono ormai fra i primi strumenti di comunicazione dei cittadini di ogni target.

Draghi ha tutti gli strumenti per segnare una svolta per l'Italia, un salto di qualità in questo tragico momento che persiste da più di un anno ormai a causa della pandemia. Ma si apra al popolo, gli parli perché tanto spera in lui, in lui ha riposto più che una speranza. E usi i mezzi di comunicazione a cui tutti possono accedere grazie al digitale.

⁹⁴ Opinione.it (9.3.2021) - http://opinione.it/societa/2021/03/09/rosangela-cesareo_mario-draghi-comunicazione-twitter-facebook-g7-consiglio-europeo-videoconferenza-rivoluzione-digitale-cittadini-speranza/

⁹⁵ Responsabile Relazioni Istituzionali Aidr.

COMMENTI/31

Febbraio-Marzo 2021

Claudio Velardi: *“Se i fatti sono buoni la comunicazione arriva a seguire”*⁹⁶

Laura Cesaretti ⁹⁷

“SE I FATTI SONO BUONI, LA COMUNICAZIONE ARRIVA A SEGUIRE” - CLAUDIO VELARDI ANALIZZA LA (NON) COMUNICAZIONE DI DRAGHI: “STIAMO USCENDO DA UNA PESANTISSIMA OVERDOSE. SIAMO COME TOSSICI ALL'ULTIMO STADIO, DOPO ANNI E ANNI DI ESCALATION COMUNICATIVA: DA BERLUSCONI A RENZI, FINO ALL'APOTEOSI CASALINIAN-CONTIANA. NON È CHE DRAGHI NON PUÒ, MA NON VUOLE FARLA...” - “SE I FATTI FANNO SCHIFO PUOI FARE TUTTE LE DIRETTE CHE VUOI, E AVERE MILIONI DI MILIARDI DI SEGUACI SU FACEBOOK, MA ALLA FINE TE NE VAI COMUNQUE A QUEL PAESE...”

Claudio Velardi, lei è un esperto di comunicazione politica, ma è stato anche braccio destro di un premier (D'Alema, ndr). Ci dia il suo giudizio sul debutto comunicativo di Mario Draghi.

Va fatta una premessa: noi (e parlo di tutti, politica, media, pubblico) stiamo uscendo da una pesantissima overdose di comunicazione. Siamo come tossici all'ultimo stadio, dopo anni e anni di escalation comunicativa: da Berlusconi a Renzi, fino all'apoteosi casalinian-contiana. Ora, con Draghi a Palazzo Chigi, ci hanno messo tutti a San Patrignano a disintossicarci, e soffriamo molto, cerchiamo disperatamente un metadone e lui, algido, non ce lo dà.

Per restare alla sua metafora, Draghi non le pare intenzionato a fare il pusher?

Non è un animale comunicativo, per come siamo abituati a considerarlo noi. Ha scelto un'altra cifra: il comunicato con cui ha diffuso l'altro giorno la sua agenda (la visita, l'inaugurazione, il messaggio) sembrava fatto per Mariano Rumor. Una cifra ingessata, formale, senza lustrini. Ovviamente lui sa benissimo che non è questa la comunicazione cui si è abituati al giorno d'oggi, quindi non è che non può, ma non vuole farla. E ci vedo anche una sorta di sottile, elitario sfottò verso un pubblico di intossicati da dirette Facebook.

Ma questa cifra può durare o prima o poi dovrà cambiarla?

Potrebbe durare se non ci fosse più bisogno di comunicazione perché arrivano subito i fatti. Ma i fatti non possono arrivare in tempi talmente rapidi da poter continuare così a lungo. Al primo incidente di percorso dovranno intervenire, inventarsi una forma comunicativa per le emergenze. Finora di incidenti non ce ne sono stati, c'è stata solo quella polemica idiota su Mc Kinsey, risolta con un gelido comunicato del ministro dell'Economia.

Ma così non rischia di lasciare un palcoscenico ai vari leader politici che si agitano in astinenza da telecamere?

Per ora Draghi può ancora permettersi di restare nell'iperuranio a guardare dall'alto in basso i soliti noti che si agitano in cerca di visibilità. Del resto, due dei principali partiti della sua maggioranza - Pd e Cinque Stelle - sono lì che razzolano nei cassonetti delle loro crisi interne. Salvini si dà molto da fare per apparire, ma resta anche lui alla periferia. Persino la Meloni non va oltre i suoi videomessaggi fiume sui 35mila euro. L'agenda politica la ha saldamente in mano Draghi, gli altri sono materia da pastoni dei tg, la gente sa che al Paese ci pensa il premier, non certo Salvini o Zingaretti.

Una mossa assai ad effetto l'ha fatta pure il premier, però, con l'annuncio del blocco dei vaccini per l'Australia che ha fatto rumore in tutta Europa. Non è buona comunicazione?

Ma quella è politica, anzi: politicon. Mica ha fatto dirette social o edizioni straordinarie dei tg: ha prodotto fatti. E se i fatti sono buoni, la comunicazione arriva inevitabilmente a seguire. Se i fatti fanno schifo puoi fare tutte le dirette che vuoi, e avere milioni di miliardi di seguaci su Facebook, ma alla fine te ne vai comunque a quel paese.

⁹⁶ dagospia.com (10.3.20'21) - <https://www.dagospia.com/rubrica-3/politica/ldquo-se-fatti-sono-buoni-comunicazione-arriva-seguire-rdquo-263379.htm>

⁹⁷ Per il quotidiano “Il Giornale”

COMMENTI/32

Febbraio-Marzo 2021

Mario Draghi e il silenzio come strategia comunicativa ⁹⁸

La comunicazione del presidente Draghi è distante da quella di Giuseppe Conte. Ma rimanere in silenzio è sempre una buona idea?

Redazione Blog

«Non voglio promettere nulla che non sia veramente realizzabile» ha detto, in un video messaggio registrato, il presidente del Consiglio Mario Draghi l'8 marzo, durante la conferenza Verso la strategia nazionale per la parità di genere del ministero per le Pari Opportunità e la Famiglia.

La frase, pronunciata nella prima apparizione pubblica di Draghi dopo il discorso alla Camera del 18 febbraio, è apparsa a molti commentatori e analisti politici come un vero e proprio manifesto della strategia comunicativa di Palazzo Chigi.

La comunicazione del presidente Draghi

«Il punto di partenza – ha scritto **Massimiliano Panarari** il 9 marzo su La Stampa riferendosi al videomessaggio del presidente Draghi – è la sobrietà (di modi, toni, espressioni) considerata come attributo naturale, insieme alla solennità, delle istituzioni [...] La grammatica del draghismo comunicativo è infatti, come riconfermato dal messaggio, quella di un governo «senza aggettivi», e che deve agire ed essere quanto più possibile fattivo («per tutelare la salute, sostenere chi è in difficoltà, favorire la ripresa economica, accelerare le riforme»).

La strategia comunicativa del neo Governo, è apparso chiaro fin dal suo insediamento, si basa sulla decisione di riferire ai cittadini solo ciò che viene realizzato, escludendo le narrazioni di piani eventuali e di possibilità. Un obiettivo che Draghi persegue attraverso comunicati stampa istituzionali, senza mai rilasciare interviste – come di fatto già era accaduto per la presidenza alla Banca Centrale Europea, in cui le uniche occasioni di confronto con i giornalisti erano le conferenze stampa – e non affidandosi ad alcun account social. In linea con questo disegno comunicativo è stata anche la gestione del “caso” McKinsey, chiarito dal Governo solo attraverso una nota ufficiale pubblicata sul sito del ministero dell’Economia e delle Finanze.

La differenza con lo stile comunicativo dell’ex presidente del Consiglio Giuseppe Conte è apparsa a molti evidente. La precedente comunicazione presidenziale, gestita da Rocco Casalino, si basava su alcuni punti cardine come l’esposizione mediatica, l’alta frequenza di annunci e la decisione di utilizzare canali personali di comunicazione per veicolare messaggi istituzionali. Considerando per esempio il report L’informazione nei programmi televisivi. Tempo di parola dei soggetti politici, istituzionali e sociali di AGCOM, nel periodo marzo-aprile 2020, viene evidenziato come Conte avesse parlato in totale per 21 ore e 15 minuti nei programmi televisivi Rai, Mediaset e La7.

L’informazione nei programmi televisivi, AGCOM (marzo-aprile 2020)

In un lungo articolo pubblicato su HuffPost il 17 febbraio **Francesco Giorgino**, direttore del master LUISS in Comunicazione e Marketing politico e istituzionale, spiegava che la «postura culturale» di Mario Draghi è basata su due valori: il pragmatismo e l’essenzialità. «Una comunicazione pragmatica è una comunicazione radicata nella logica della dimostrabilità e delle evidenze empiriche [...] volendo separare il certo dall’incerto, il possibile dal probabile, le intenzioni dalle deliberazioni. Pragmatico è ciò che attiene ai fatti, a ciò che è realistico, a ciò che è concreto».

Due sono gli aspetti da considerare secondo gli esperti di comunicazione politica. Il primo è il fatto che Mario Draghi non debba accrescere la propria notorietà né ricercare il consenso elettorale: l’unico incarico che potrebbe ricoprire dopo la presidenza del Consiglio sarebbe quella di presidente della Repubblica, che, non

⁹⁸ Blog.it (12.3.2020) - <https://www.blog.it/post/mario-draghi-e-il-silenzio-come-strategia-comunicativa>

essendo eletto dalla cittadinanza, non richiede alcuna campagna elettorale. Il presidente del Consiglio sarebbe dunque indifferente al “gioco” del consenso, che si basa sul sapere governare attraverso decisioni che permettano (anche) di mantenere elevato il gradimento popolare. Il secondo punto sarebbe poi quello di evitare che si creino situazioni di confusione e incertezza tipiche dei retroscena. E la decisione di incaricare come portavoce Paola Ansuini, a lungo figura responsabile della comunicazione di Bankitalia, ne darebbe conferma. Il 13 febbraio la portavoce di Mario Draghi aveva infatti re-tweetato un podcast realizzato da **Corrado Chiominto**, capo redattore della sezione economica di ANSA. Chiominto, riferendosi a un dialogo con Gianluca Comin, docente di Strategie di Comunicazione alla Luiss e fondatore di Comin & Partners, spiegava la differenza tra il comunicatore politico e quello istituzionale: *«lo Spin Doctor è un professionista che sa fiutare l'opinione pubblica; gestisce il messaggio, l'immagine e i simboli del politico ed è capace di orientare o distrarre i media solo al fine di aumentare il consenso da trasformare in voti alla prima occasione elettorale. Il comunicatore istituzionale ha invece come primo e, per certi versi, unico obiettivo quello di raccontare il lavoro del governo e del suo premier con trasparenza e onestà»*.

Il compito, per questa seconda figura, è dunque quello di *«misurare parole e immagini, tenendo conto dei riflessi internazionali e diplomatici»* che queste possono avere e anche quello di informare l'opinione pubblica, convincendola che le misure prese sono adeguate al bisogno. *«Addio veline e addio retroscena, di certo l'informazione dal palazzo governo sarà di certo più essenziale e legata ai fatti»*, concludeva Chiominto.

Il silenzio nella comunicazione politica

La politica è spesso concepita e percepita soltanto come “uso della voce”. È il caso dei dibattiti che vediamo in televisione, dei proclami fatti nelle piazze, delle frasi “gridate” sui social network. In una visione comunicativa in cui la parola è “presenza”, il silenzio diviene di conseguenza “assenza”. E due sono le interpretazioni: da un lato il silenzio come carenza di informazioni, nell'idea che il potere, non comunicando, nasconda i propri meccanismi all'opinione pubblica; dall'altro il silenzio come volontà di non fare emergere, o addirittura reprimere, le voci delle categorie più scomode o deboli. Ma può essere anche molto altro, come viene analizzato nel paper *The nature of silence and its democratic possibilities*. «Il silenzio viene percepito negativamente, come qualcosa che deve essere “rotto” dal buon politico. Concettualmente, non viene analizzato come un fenomeno in sé ma, più spesso, come la mancanza di qualcosa [...] derivandone un'idea di pericolosa assenza in termini di responsabilità politica e/o di partecipazione», si legge a p.426.

La strategia del silenzio come “concetto” era già stata adottata da Mario Monti. Discorsi asciutti, nessuna intervista al di là delle sedi istituzionali, distacco e la linea guida di dire «sempre la verità, senza indorare la pillola sui sacrifici richiesti». Un modello comunicativo basato sulla spiegazione di fatti ed eventi – anche se per alcuni, come **Luca Telese**, troppo elitaria a causa dell'utilizzo di termini tecnici e di espressioni in lingua inglese – e che aveva segnato, nel 2011, una netta discontinuità con quello adottato dal precedente presidente del Consiglio Silvio Berlusconi. Sobrietà, ironia centellinata e distanza da confusione e retroscena hanno però funzionato per Monti solo nel breve periodo, limitatamente all'esperienza da presidente del Consiglio. Nel 2013, dopo la candidatura alle elezioni nazionali, il mutamento della modalità di rivolgersi ai cittadini e la volontà di porsi come icona pop, avevano determinato per Monti il presupposto di una involontaria caduta.

Il silenzio di Mario Draghi è un bene?

La presenza al governo di Mario Draghi – definito anche come “deus ex machina”, espressione figurata usata per definire una persona che interviene a risolvere una situazione difficile – ha portato con sé grandi aspettative. E come si colmano le aspettative se una comunicazione essenziale lascia troppo spazio al silenzio? Due sono i casi che hanno portato molti analisti a riflettere sulla strategia di Draghi. Un primo segnale è stata l'assoluta assenza delle liste contenenti i nomi dei ministri che avrebbero composto la compagine governativa; la formazione della squadra è infatti stata comunicata dal presidente del Consiglio stesso in conferenza stampa. Ancora: il primo dpcm del neo Governo è stato presentato non da Draghi, ma dai ministri Mariastella Gelmini (Affari regionali e autonomie) e Roberto Speranza (Salute), accompagnati dal presidente del Consiglio Superiore di Sanità Franco Locatelli e dal presidente dell'Istituto Superiore di Sanità Silvio Brusaferro. La decisione di fare parlare i ministri rappresenterebbe, come riportato dalla portavoce Paola Ansuini, «lo spirito di squadra con cui il presidente opera».

Secondo **Patrick Trancu**, esperto di comunicazione di crisi di impresa e autore del libro *Lo Stato in Crisi*, «nella gestione della pandemia la comunicazione di crisi non è l'azione del comunicare, ma è il comunicare l'azione. Il "farò", il "vedremo" non fanno parte di questo metodo, che si basa solo su azioni che nascono da riflessioni. Prima si mette a punto, poi si comunicano le azioni che si vogliono intraprendere o, nel setting ideale, quelle che si sono già intraprese».

«Ci sono però poi le circostanze reali e non possiamo prescindere dai social media, oggi, e dal giusto equilibrio della comunicazione – ha continuato **Trancu** – e questo vuoto di comunicazione di Draghi è un errore, perché lascia spazio ad altri. E se gli altri sono scaltri, ecco che rischi di avere un problema».

Una tesi sostenuta su Il Fatto Quotidiano anche da **Marco Venturini**, consulente in comunicazione politica. La presenza di appuntamenti elettorali, con comizi e strategie comunicative forti, potrebbero fare nascere una narrazione volta a sollecitare il Governo sulla fattibilità di alcuni punti cardine dei programmi elettorali. «Se Draghi non comunicherà – sottolinea **Venturini** – passerà solo la narrazione critica dei partiti e la sua popolarità crollerà». Un altro punto è quello del sentimento, perché «la nazione non è una banca [...] Se non sai suscitare i giusti sentimenti nella popolazione, grazie alla tua comunicazione, non sarai seguito da essa». Una netta distanza da Giuseppe Conte caratterizzato, secondo Venturini, da una «comunicazione rassicurante ed empatica».

L'ultimo punto analizzato riguarda la disinformazione: il silenzio, e quindi le mancate smentite, potrebbero creare, soprattutto online, lo spazio ideale per la diffusione di notizie false o inesatte. E in alcuni casi scatenare anche il panico. Giovedì 11 marzo l'Agenzia Nazionale del Farmaco ha bloccato un lotto del vaccino AstraZeneca a seguito della segnalazione di alcuni eventi avversi gravi avvenuti in concomitanza temporale con la somministrazione delle dosi di vaccino. Una decisione adottata in via precauzionale e senza che, precisa AIFA, sia stato «stabilito alcun nesso di causalità tra la somministrazione del vaccino e tali eventi».

Palazzo Chigi non ha emesso alcun comunicato stampa sull'evento. L'unico contatto è stato riportato da ANSA, che ha riferito che, secondi fonti vicine al Governo, il presidente del Consiglio avrebbe avuto un colloquio telefonico con la presidente della Commissione europea, Ursula Von der Leyen.

Dalla conversazione sarebbe emerso che «non c'è alcuna evidenza di un nesso tra i casi di trombosi registrati in Europa e la somministrazione del vaccino AstraZeneca».

Un retroscena che non è apparso però questa volta sufficiente.

La manca di una risposta tempestiva da parte del presidente del Consiglio ha generato infatti sui social network commenti e reazioni sconfortate, negative, accomunate da una richiesta: quella di spiegazioni chiare e immediate per cercare di comprendere cosa fare in un momento di tale ansia e tensione.

Il presidente del Consiglio dovrebbe essere presente oggi 12 marzo, alle 15, in conferenza stampa. Un confronto atteso da tempo per permettere ai giornalisti di porre richieste e chiarimenti, avanzando dubbi e critiche per ora esposti solo a ministri, viceministri e sottosegretari.

COMMENTI/33

Febbraio-Marzo 2021

Draghi e la comunicazione politica ⁹⁹

Il governo Draghi sta cambiando molto la comunicazione politica alla quale eravamo abituati. I fatti hanno la prevalenza sulle parole. I talk show politici saranno costretti a ridimensionarsi.

Valentino Baldacci ¹⁰⁰

Il primo discorso pubblico di Mario Draghi come Presidente del Consiglio non è stato accolto con grande entusiasmo dai professionisti della comunicazione e in particolare dai giornalisti. Non che ci fosse l'aspettativa di un intervento dai toni enfatici a cui la comunicazione politica ci ha da tempo abituati e nemmeno che il capo del Governo si lasciasse andare a dichiarazioni particolarmente impegnative sul percorso di fuoriuscita dalla pandemia; tuttavia c'era l'attesa per un discorso di taglio persuasivo, qualunque fosse la forma che questo intento di persuasione potesse assumere. Proprio sotto questo profilo l'attesa è andata delusa: le osservazioni critiche sul discorso di Draghi hanno soprattutto messo in rilievo la sua rigidità, addirittura la sua legnosità; ma in realtà questa è stata la firma più soft per dire che da Draghi ci si aspettava qualcosa che ci persuadesse, naturalmente nel senso delle attese generali di una via verso la fine della pandemia.

Quello che molto professionisti della comunicazione sembrano non aver capito è che, a questo punto, dopo un anno dall'inizio della pandemia e con un nuovo trend al rialzo dei contagi, l'unico discorso persuasivo è quello dei numeri e che questo linguaggio non può essere sostituito da nessun altro, anche se ben argomentato. I più accorti tra i commentatori hanno perciò lasciato da parte ogni considerazione sulla forma del discorso di Draghi sottolineando invece l'attendibilità di quanto detto dal presidente del Consiglio rispetto alle molte promesse del passato rimaste senza seguito.

Più in generale il discorso di Draghi ha fatto venire al pettine i nodi legati a una ormai lunga consuetudine alla contaminazione dei generi, in questo caso dei generi comunicativi. La parola contaminazione, che a lungo ha avuto un significato negativo, ha col tempo rovesciato il suo senso, diventando segno di una positiva rottura dei confini che dividevano i generi espressivi. Non c'è dubbio che la contaminazione dei generi qualche risultato positivo l'ha dato, sollecitando una maggiore creatività e una maggiore flessibilità del linguaggio. Al tempo stesso ha però introdotto molta confusione, facendo venir meno alcune distinzioni che permettevano di comprendere fino a che punto un discorso politico si richiamasse a contenuti reali e fino a che punto fosse solo puro esercizio di persuasione, del tutto separato dai contenuti che apparentemente venivano proposti. La spia di questa crescente confusione è stata data dal progressivo imporsi dei talk show televisivi come forma primaria di comunicazione politica, una mutazione genetica del discorso politico che ha trovato in Italia la sua terra di elezione. Nel talk show il contenuto politico solo apparentemente è ancora al centro della comunicazione. In realtà la forma, anzi il "format", indica allo spettatore l'atteggiamento che deve assumere nei confronti di questo tipo di comunicazione.

È possibile che, col tempo e con l'effettiva realizzazione di un piano vaccinale efficace, i futuri interventi pubblici di Draghi assumano un più preciso taglio persuasivo. Anche il linguaggio scientifico può essere persuasivo, anzi può esserlo al massimo grado, se si appoggia a dati di fatto verificabili e non a previsioni di un futuro per sua natura incerto. Quello che si può fin d'ora escludere è che, anche nel futuro, Draghi sia disponibile a quella contaminazione di generi a cui si accennava, e di farsi coinvolgere nel palcoscenico di un talk show.

⁹⁹ Soloriformisti.it (15.3.2021) - <https://www.soloriformisti.it/draghi-e-la-comunicazione-politica/> (originariamente pubblicato su "Pagine ebraiche 24" (11.3.2021))

¹⁰⁰ Laureato al "Cesare Alfieri" di Firenze con Giovanni Spadolini, ha dedicato la vita professionale all'organizzazione culturale e alla ricerca. Tra i fondatori della casa editrice Guarnaldi. È stato direttore della Fondazione "Piero della Francesca". Ha promosso e gestito mostre e progetti culturali per la Regione Toscana. È presidente della Associazione Italia-Israele di Firenze. Docente e autore di molti saggi.

COMMENTI/34

Febbraio-Marzo 2021

La comunicazione di Mario Draghi e le sfumature del silenzio ¹⁰¹

Massimiliano Massimi ¹⁰²

Mi occupo di comunicazione interpersonale da molti anni e oggi mi sono infilato in una ricerca leggermente bizzarra ma che non considero tempo perduto perché sarà sicuramente oggetto di uno dei miei prossimi corsi di cui ho in mente già il titolo: *L'arte di tacere*.

Dopo aver sentito alcuni commenti giornalistici, ho pensato che avrei potuto dedicarmi allo studio della comunicazione del Presidente Mario Draghi.

Be', c'hai messo poco, direte voi. In effetti, vi do ragione. Anche se la regola numero uno della pragmatica della comunicazione umana ci dice che è *impossibile non comunicare*.

Per confermare tale principio vi dimostrerò come l'assenza di parole di Mario Draghi non significa che non stia comunicando, semplicemente lo sta facendo con una sofisticata forma comunicativa: il silenzio.

Prendo spunto da un libricino, tanto piccolo quanto illuminante, che ho letto molti anni fa.

È stato scritto nella seconda metà del '700 da un ecclesiastico mondano francese dal nome Joseph Antoine Toussaint Dinouart. *“Quando Padre Lamy dell'oratorio donò la sua opera intitolata L'arte di parlare al cardinale Le Camus, costui gli disse: Ecco, senz'altro eccellente, ma chi ci insegnerà l'arte di tacere?”*

Il Presidente ha sicuramente letto questo libro e seguito i consigli di Dinouart.

Tace molto bene. Forse troppo. Ama il silenzio che ne è la diretta conseguenza.

Ma, e ora viene il bello, il silenzio è straordinariamente eloquente perché le sue sfumature di significato sono molte e sorprendenti.

Cercherò quindi di tratteggiarne qualcuna:

- Il silenzio è prudente quando si sa tacere opportunamente, secondo i tempi e i luoghi in cui ci si trova e secondo le attenzioni dovute alle persone con cui trattiamo e viviamo.
- Il silenzio è artificioso quando si tace soltanto per sorprendere, sia sconcertando così coloro che ci dichiarano i loro sentimenti, senza far conoscere a loro i nostri, sia usando ciò che abbiamo udito e osservato, con l'intenzione di rispondere in maniera ingannevole.
- Il silenzio compiacente non consiste solo nell'ascoltare senza contraddire coloro ai quali vogliamo piacere ma anche nel manifestare loro segni del compiacimento che proviamo nell'ascoltarli e nell'osservarli. In questo modo gli sguardi, i gesti e tutto il corpo suppliscono all'assenza della parola.
- Il silenzio canzonatorio è un riserbo malizioso e artificioso: non interrompiamo le sciocchezze che ascoltiamo e vediamo fare nei discorsi leggeri e indiscreti, e segretamente ridiamo di coloro che credono di essere approvati e ammirati quando invece sono le vittime.
- C'è un silenzio spirituale quando, sul volto della persona che tace, scorgiamo quella franchezza, quell'aria gradevole e vivace che fa comprendere, senza l'aiuto della parola, i sentimenti che si vogliono rendere palesi.
- C'è un silenzio di disprezzo quando non ci degniamo di rispondere a coloro che ci parlano, o che aspettano un nostro parere su un argomento e quando consideriamo con freddezza e alterigia tutto ciò che dicono.
- Il silenzio politico è quello di un uomo prudente, che si contiene, che si comporta con circospezione, che non si apre sempre, che non dice tutto ciò che pensa, che non chiarisce sempre la sua condotta e le sue intenzioni.

Infine, mi è sovvenuto un vecchio adagio che grosso modo diceva così: “Il silenzio a volte fa sembrare saggio un uomo mediocre e capace un ignorante”. Ma, con franchezza, direi che non è il caso di Mario Draghi.

¹⁰¹ LinkedIn.it (17.3.2021) - https://it.linkedin.com/pulse/la-comunicazione-di-mario-draghi-e-le-sfumature-del-silenzio-massimi?trk=read_related_article-card_title

¹⁰² Formatore di risorse umane e divulgatore culturale.

COMMENTI/35

Febbraio-Marzo 2021

Comunicazione e consenso al tempo del Governo Draghi ¹⁰³

L'analisi di FB Bubbles sulla comunicazione del Governo e i suoi effetti sulle strategie di consenso delle forze politiche.

In netta rottura con lo stile del suo predecessore, il neopresidente del Consiglio Mario Draghi ha accompagnato il suo ingresso a Palazzo Chigi con un radicale cambio nello stile di comunicazione: “Comunicare solo quando c’è qualcosa da dire e far parlare i fatti”. Questa è l’indicazione che avrebbe dato durante il primo Consiglio dei Ministri fornendo una chiara indicazione a tutto l’esecutivo di riserbo e silenzio, anche (e soprattutto) nella comunicazione social. Un cambio di paradigma che – forse proprio per la distonia rispetto alla narrazione dei precedenti esecutivi – è stata accolta con vibrante apprezzamento e sollievo, ma non ha mancato, tuttavia, di suscitare alcune perplessità, soprattutto rispetto a consolidati e largamente accettati meccanismi di costruzione del consenso.

Quali saranno gli effetti e le implicazioni nel dibattito pubblico di questo nuovo stile comunicativo del Governo? FB Bubbles, divisione di FB&Associati specializzata in analisi del dibattito pubblico e strategie di advocacy, ha fatto una ricognizione dei primi segnali di questo nuovo approccio, mettendo a confronto il posizionamento social del nuovo esecutivo e quello dei partiti con l’assetto parlamentare di quella che rappresenta una delle più ampie – e variegate – maggioranze parlamentari di tutta la storia repubblicana. Difficile tirare delle somme in una fase così preliminare e caratterizzata da un’emergenza sanitaria ed economica così rilevante. L’obiettivo, quindi, è di selezionare alcuni iniziali “alert” al fine di poter rilevare nel breve termine le nuove dinamiche operate dai vari partiti ed esponenti politici, oltre ad analizzare quali siano gli effetti di queste dinamiche nel dibattito pubblico.

Un kick off turbolento

Gli inizi di questo nuovo corso comunicativo sono stati segnati da alcuni corto circuiti, dovuti all’occupazione – anche impropria – di spazio di dibattito da parte di altri stakeholders. Tra l’insediamento del nuovo Governo e il voto di fiducia da parte della Camere, si rileva il caso delle dichiarazioni di Walter Ricciardi sull’esigenza di un nuovo lockdown e le critiche mosse dal centrodestra al ministro Speranza per la chiusura degli impianti sciistici poco prima della programmata riapertura.

Tuttavia, pur a Governo pienamente operativo, non sono mancate critiche da parte di diversi partiti, anche da parte della nuova e ampia maggioranza, che hanno espresso perplessità su questa scelta, soprattutto dopo il mancato intervento del Presidente Draghi alla conferenza stampa di presentazione del nuovo Dpcm del 2 marzo scorso.

Il nuovo stile di comunicazione è destinato ad evolvere e l’attenzione è puntata sul tipo di utilizzo che verrà fatto degli account ufficiali di Palazzo Chigi i quali contano – tra Facebook e Twitter – circa 2 milioni di follower. Proprio questi account sono stati infatti utilizzati dal premier Draghi per la pubblicazione di un videomessaggio in occasione della Giornata Internazionale della Donna. Una condivisione che conferma la direzione comunicativa intrapresa dal nuovo esecutivo e, probabilmente, l’inizio di una nuova fase in cui i profili social di Palazzo Chigi acquisiranno una rinnovata centralità.

Partiti, maggioranze e comunicazione social

Una maggioranza così ampia, composta anche da forze che fino a poche settimane fa portavano avanti un legittimo ruolo di opposizione, porta inevitabilmente con sé una riflessione su quali strategie saranno messe in campo dai vari partiti politici per massimizzare il proprio impatto politico, oltre a far evolvere o mantenere la propria identità.

¹⁰³ Fbassociati.it (17.3.2021) - <https://www.fbassociati.it/comunicazione-e-consenso-al-tempo-del-governo-draghi/> - Società di consulenza in advocacy e lobbying fondata e presieduta da **Fabio Bistoncini**. L’articolo è pubblicato anche in <https://formiche.net/2021/03/comunicazione-governo-draghi/>

Per quanto riguarda la neonata compagine governativa, da un'analisi delle fanbase emerge che il gruppo parlamentare che può vantare il maggior seguito è il M5S, grazie soprattutto ai quasi 4 milioni di follower di Luigi Di Maio, tra tutti anche il ministro con la fanbase più ampia. Ad un ipotetico secondo posto troviamo Forza Italia con quasi 1.2 milioni di follower, al terzo il Partito Democratico con 874.710 follower e a seguire Liberi e Uguali, Lega, Italia Viva e i ministri tecnici.

I partiti del Governo Draghi sui Social Network

Nella classifica dei ministri più seguiti sui social, a lunga distanza da Di Maio, troviamo il Ministro della Cultura Franceschini, la Ministra per il Sud Carfagna, il Ministro della Salute Speranza e la Ministra per gli Affari regionali Gelmini. Un'assenza importante è quella dei ministri della Lega, che fino a questo momento hanno mostrato scarsa propensione a comunicare sui social, dettaglio singolare soprattutto se si pensa al massiccio utilizzo delle piattaforme da parte del partito e del leader Matteo Salvini.

In questo contesto, è legittimo pensare che ad essere determinanti saranno le scelte dei leader delle forze di maggioranza i quali, nonostante non ricoprano incarichi di governo, resteranno i detentori delle quote più consistenti di share-of-voice nell'arena social. Primo tra tutti Matteo Salvini, con una fanbase complessiva di oltre 8 milioni di follower, seguito da Giuseppe Conte, probabile prossimo nuovo capo politico del M5S, con i suoi 6,7 milioni di follower. A distanza segue il centrosinistra con i quasi 5 milioni di follower di Matteo Renzi e il milione di fan del dimissionario segretario PD Nicola Zingaretti.

A supporto di questa evidenza, si affianca una fotografia della maggioranza parlamentare pari a 262 voti al Senato e 535 alla Camera, dove le differenze interne sono ampie. Tuttavia, da una prima ricognizione dei rapporti di forza all'interno delle commissioni parlamentari, appare evidente come una eventuale rottura dell'alleanza, mai troppo formalizzata, tra PD e M5S rappresenti un grande vantaggio politico per la compagine di centrodestra che potrebbe diventare la forza più compatta a supporto del Governo Draghi. I numeri nelle Commissioni parlamentari, se analizzati per alleanze, dimostrano quanto oggi sia il centrodestra ad essere il vero "nucleo di forza", unitamente ad una presenza di esponenti chiave – sia di Lega che di Forza Italia – in diversi ministeri chiave.

Il Governo Draghi – forte dell'autorevolezza del Premier e di un'agenda governativa focalizzata sul portare il Paese fuori da quella che costituisce la più grande crisi economica e sanitaria dal secondo dopoguerra – pone alle varie forze politiche un dilemma apparentemente contrastante: trasformare in opportunità di consenso politico un processo che in realtà mette in crisi i posizionamenti identitari dei partiti stessi. Una sfida che caratterizzerà costantemente l'evolvere di questa fase politica e governativa. E il cui esito non sarà affatto scontato.

Il riassetto, anche nel posizionamento dei leader, è in corso, come si nota dal grafico che mostra l'andamento dell'engagement dei principali leader di partito, dal 3 febbraio – data del conferimento del mandato a Draghi – dove si osserva un calo diffuso nelle interazioni con i post, probabilmente fisiologico rispetto alla nascita di un esecutivo che include quasi tutte le forze elette in Parlamento e al conseguente compattamento sul fronte del centrodestra.

Sorge dunque spontaneo chiedersi, infine, quale sia il margine di azione dell'opposizione, rappresentata dai fuoriusciti del Movimento, ma soprattutto da Fratelli d'Italia. L'attenzione è focalizzata su Giorgia Meloni che dovrà trovare il giusto *tone of voice* per sfruttare lo status di unico partito d'opposizione – che per ora sembra premiata con una crescita dell'1,3% nelle intenzioni di voto (arrivando al 17,55%) – senza tuttavia infastidire gli alleati di coalizione. Da un'analisi dei post pubblicati dalla leader di Fratelli d'Italia nelle ultime settimane si nota l'assenza di attacchi diretti a Draghi: anche nel giustificare il voto contrario alla fiducia al nuovo governo, è mancato un attacco al Presidente del Consiglio, sostituito con un'accusa rispetto all'eccessivo "peso della sinistra nell'Esecutivo".

Questa "pax draghiana" è destinata a durare? Gli equilibri interni raggiunti all'interno del centrodestra, non sono scevri da latenti frizioni nelle diverse anime dell'esecutivo. Anche nel PD, l'inaspettata uscita di Nicola Zingaretti e l'arrivo del neo segretario Enrico Letta aprono una lunga fase di riorganizzazione che avrà effetti anche sugli equilibri parlamentari e governativi, oltre che sul piano delle alleanze con il Movimento. Ciò che invece appare certo, è che fino a questo momento il principale contraltare del governo Draghi è stato Il Fatto Quotidiano, il quale seppur negli ultimi anni sia stato aperto sostenitore del M5S ora si trova a esprimere le critiche più accese al nuovo esecutivo, in cui il Movimento, grazie ai numeri che detiene in Parlamento, ricopre ancora una quota significativa della maggioranza, ma che rischia di non essere sufficiente a sé stessa.

COMMENTI/36

Febbraio-Marzo2021

Draghi, perché non parli? ¹⁰⁴

Edoardo Caprino ¹⁰⁵

Un comunicatore spiega come il Presidente del Consiglio stia parlando per atti più che con parole. Spesso parlar troppo diventa un farsi parlare. Poi arriverà il tempo anche delle interviste.

“Perché non parli?” come dei novelli Michelangelo di fronte al Mosé nel mondo nostrano dei media la domanda si rincorre ogni giorno di più. Destinatario il Presidente del Consiglio Mario Draghi. Dopo anni di ubriacatura mediatica da parte degli inquilini di Palazzo Chigi – Giuseppe Conte è stato solo l’ultimo, gli osservatori dei Palazzi romani stanno andando ai matti con un personaggio che non ha un profilo social, che tiene discorsi di sette minuti, che non ha concesso – ad oggi – ancora un’intervista e che parla per atti. Non siamo abituati a questa “dieta tedesca” più appropriata, per alcuni, alla Cancelleria di Berlino che a Roma. Ma è così?

“Un consiglio più generale. Bisogna scoraggiare la smania di comunicazione. Spesso parlar troppo diventa un farsi parlare”. L’autore di questa massima è uno dei “principi” dei Portavoce italiani, **Tonino Bettanini**. La si può recuperare nel suo libro “Io, il portavoce”, un volumetto pubblicato nel 1995 e che voleva essere - per l’epoca - una guida pratica su come organizzare dal nulla l’ufficio stampa di un’azienda, di un partito e via dicendo. Bettanini ha innovato, come pochi, la figura del portavoce di Ministri e uomini di partito.

Come ricordava Paolo Franchi in occasione della presentazione del volume - l’audio dell’incontro è ancora disponibile su Radio Radicale, e mai sarà ringraziata l’emittente per questa prodigiosa memoria storica comune da loro conservata - il portavoce sino ad allora era a sua volta un uomo politico fatto e finito, un censore e non solo. Il perfetto rappresentante della categoria – per Franchi – era stato Tonino Tatò, il mitico portavoce e ufficio stampa di Enrico Berlinguer. Con l’arrivo del “marziano” Bettanini a Roma – proveniente dalla sua amata Genova - al seguito di Claudio Martelli la professione del portavoce ha fatto un profondo salto in avanti. Bettanini lo racconta molto bene nel suo - ahinoi - quasi introvabile volume.

Certo i tempi sono cambiati; i comunicati non si mandano con il fax. Oggi i giornalisti si bombardano con whatsapp, sms e chat varie – altro che la difesa delle segreterie di redazione invocata sempre da Franchi – ma lo stile e le regole sono – o dovrebbero essere- ancora oggi immutate. Un portavoce, specie se risponde a un Ministro o opera all’interno di una pubblica Istituzione, è la figura più adatta a trasmettere la trasparenza del Palazzo. Si può pensare che in questo momento manchi comunicazione e trasparenza da parte dei Palazzi del Governo? Certo che no. E’ solo cambiato lo stile di comunicazione: si parla per atti. E in alcuni casi che atti. Si pensi solo al blocco dell’esportazione di vaccini verso l’Australia. Una disposizione richiesta da Draghi per nulla strillata e annunciata con messaggini e vocali per “scaldare il clima”, ma potente come non mai. Un provvedimento che nessun leader europeo- Merkel e Macron in primis- aveva mai ipotizzato.

Diamo il tempo a Draghi

Torniamo al Bettanini pensiero perché ancora una volta ci viene incontro per affrontare la situazione odierna “non dovete...commettere l’errore strategico – ma anche etico- di pensare che il vostro lavoro consista sempre e soltanto nel promuovere la visibilità del vostro personaggio”.

Occhio al temine. Bettanini non parla solo di errore strategico- e passi – ma etico. E qui entriamo in una sfera che negli ultimi anni, per qualcuno, puzza di stantio. L’etica del professionista non è cosa da poco, non è un orpello. E’ il tutto. Per questo meglio un tiro di freno rispetto alla comunicazione mediatica se il rischio è un’effimera ricerca di visibilità che può superare anche limiti etici. Draghi non lo vedremo probabilmente mai in un talk show, ma sicuramente troverà, anche nell’immediato futuro, le modalità per una comunicazione più fluida e diretta con gli italiani. Il discorso tenuto a Bergamo (nella foto), breve ma intenso, ha già fatto vedere un cambio di passo. Più emozionato- e non poteva essere altrimenti- e più sentito.

¹⁰⁴ Vita.it (19.3.2021) - <http://www.vita.it/it/article/2021/03/19/draghi-perche-non-parli/158730/>

¹⁰⁵ Giornalista milanese. Fondatore della Agenzia di comunicazione “Bovindo”.

Il Presidente del Consiglio, in occasione di questa particolare situazione che la Nazione sta vivendo, potrebbe introdurre un appuntamento settimanale nel corso del quale fa il bilancio di quanto compiuto. Un “discorso del caminetto” nel fine settimana: dieci minuti durante i quali in prima persona racconta alla popolazione cosa è stato fatto e cosa si intende fare.

Nulla di nuovo: basta orientare la testa a Washington e pensare a quegli appuntamenti fissi di diversi Presidenti. Sarebbe un’innovazione non da poco. E poi arriverà sicuramente il tempo per qualche intervista di peso sulla stampa. Italiana e estera.

Diamo il tempo a Draghi di cambiare un modus operandi maturato in più di quarant’anni di attività.

COMMENTI/37

Febbraio-Marzo2021

Draghi preferisce i fatti alle parole, ma comunicare è fondamentale¹⁰⁶

Carlo Fusi¹⁰⁷

Un bel tacer non fu mai scritto. Per Draghi diventa non fu mai detto. Ieri il presidente del Consiglio è andato a Bergamo ad inaugurare il Bosco della memoria nella città più martoriata dalla prima ondata del Covid. Ha detto cose molto importanti, di impatto anche emotivo. Tutte condivisibili.

Eppure in tanti continuano ad accusarlo di evitare il rapporto mediatico, di essersi chiuso nel castello di palazzo Chigi e di averlo trasformato in un maniero da dove esercita il potere, impartisce direttive e sostituisce Commissari straordinari e componenti del Comitato tecnico-scientifico. Neanche troppo velatamente, più d'uno lo accusa di voler combattere in solitudine solipsistica la battaglia della vaccinazione di massa; di essere capace di interloquire sciorinando autorevolezza, prestigio e competenza con gli omologhi della cancellerie europee e mondiali ma di non mettere in agenda una conferenza stampa con i media italiani. Quel suo "comuniciamo ciò che facciamo" – e dunque finché non si raggiungono gli obiettivi prefissati non c'è nulla da dire – da stile di lavoro si è trasformato in un sudario che isola, un fossato che separa e perfino esclude.

Ma è davvero così?

Sono giusti richiami o affannate richieste da circo mediatico? La realtà è che si tratta di una questione delicata, forse la più delicata di tutte. Perché rimanda al tema decisivo rappresentato dal ruolo politico che la Costituzione assegna al presidente del Consiglio, figura non più solo centrale nell'azione governativa ma diventata istituzionalmente semi-esclusiva nel rapporto con i cittadini visto lo scemare di credito del Parlamento. Forse è utile rileggere quel che dice la Carta a questo proposito. L'articolo 95 disegna e stabilisce le funzioni del capo dell'esecutivo: "Il Presidente del Consiglio dei Ministri dirige la politica generale del Governo e ne è responsabile. Mantiene l'unità di indirizzo politico ed amministrativo, promuovendo e coordinando l'attività dei Ministri". Dunque è tutto lì, in quelle due parole: "politico ed amministrativo".

Tradotto nell'epoca della comunicazione digitale in tempo reale significa che il Presidente del Consiglio non è solo il decisore ultimo delle iniziative e dei provvedimenti legislativi; non è soltanto la cima della piramide, il vertice amministrativo del Paese. Bensì è chiamato anche (e forse in questa fase soprattutto) a svolgere un compito politico. Che è quello di caricarsi sulle spalle le angosce, le incertezze, le paure e la rabbia di milioni di italiani che sono alle prese con una tragedia che gli oltre centomila morti e le devastazioni economiche e lavorative squadernano, e che chiedono impegni e rassicurazioni da parte di chi si è assunto l'onere di guidarli.

Non c'è solo una questione di riconoscimento delle legittimità dei media, che pure è tema tutt'altro che trascurabile. C'è soprattutto l'esigenza di infondere fiducia nei cittadini con le modalità più opportune, di spiegare il perché e l'esigenza di alcune decisioni rispetto ad altre. C'è il dovere di illustrare agli italiani dove li si vuole condurre, e come. Non solo nella aula parlamentari ma anche sui mezzi di comunicazione di massa. Ovviamente a questo tipo di ansia si può replicare ribadendo che l'obiettivo è chiaro e Draghi lo ha esplicitato di nuovo anche ieri appunto a Bergamo: procedere alla vaccinazione generale in tutti i modi, usando tutti i vaccini e se qualcuno difetta sostituendolo con altri. Ogni riferimento ad Astrazeneca è voluto. Giusto.

Però la forza del messaggio, il potere e la capacità di convincimento cambiano se la platea si allarga fino a ricomprendere tutto il Paese. Come pure non è la stessa cosa se le modalità del dispiegamento dello sforzo vaccinale le illustra da remoto il generale Figliuolo in uno studio televisivo oppure se lo fa il capo del governo rivolgendosi – per questo o per altri casi – con un messaggio tv specificamente rivolto ai cittadini.

¹⁰⁶ Quotidianodelsud.it (19.3.2021) - <https://www.quotidianodelsud.it/laltrovoce-dellitalia/le-due-italie/politica/2021/03/19/draghi-preferisce-i-fatti-alle-parole-ma-comunicare-e-fondamentale/>

¹⁰⁷ A lungo notista politico e commentatore del Messaggero. È direttore del quotidiano "Il Dubbio".

Le forze politiche devono confrontarsi

Il ruolo politico del capo del governo in un sistema democratico è una esigenza ineliminabile. Draghi è senz'altro più a suo agio nei panni di presidente della Bce che tratta con persone che hanno uno spessore simile al suo. Ma è noto che Mattarella lo ha scelto perché l'Italia attraversa una crisi di sistema e una figura come la sua è la migliore per affrontarla. E così come le forze politiche devono confrontarsi con un cambio di schema concorrendo con spirito unitario allo sforzo di rimettere in carreggiata il Paese, mutando atteggiamenti e tatticismi per sintonizzandosi appieno con la fase che si è aperta, alla stessa stregua SuperMario è chiamato a confrontarsi con la comunicazione intendendola come lo strumento più efficace per consentire a tutti di seguirlo e sostenerlo in un percorso difficilissimo ma che è privo di alternative.

È un compito "di servizio" per così dire, che può solo aiutare a rafforzare il profilo specifico del capo del governo e l'adesione dell'opinione pubblica al piano di rilancio dell'Italia. Nell'ora più buia Churchill – che non era solo un politico ma vinse anche il Nobel per la letteratura: non un tecnico bensì un umanista – disse che prometteva sangue sudore e lacrime. Dal comandante in capo i cittadini si aspettano, ed è legittimo oltretutto ineludibile ed opportuno, parole che li persuadano, li spronino, diano loro fiducia. Non può che essere Draghi a pronunciarle. E comunicarle nel modo più accessibile a tutti.

COMMENTI/38

Febbraio-Marzo2021

Draghi lavora col favore delle tenebre? Una nuova strategia di comunicazione ¹⁰⁸

Fabiana D'Eramo ¹⁰⁹

La strategia di comunicazione di Mario Draghi è quella di «parlare solo se c'è qualcosa da dire». Una svolta rispetto al “casalinismo” di Giuseppe Conte, o all'esperienza di Matteo Renzi, anche lui campione sui social. L'attuale presidente del Consiglio non ha alcun profilo social. Ha tenuto il suo primo discorso al Senato il 13 febbraio scorso. Un intervento di cinquanta minuti, dopo il quale non ha pubblicamente più pronunciato alcun suono.

Non si può non comunicare. È il primo assioma della comunicazione secondo la Scuola di Palo Alto. Anche il silenzio trasmette un messaggio – in sordina, ma non si può dire che rimanga senza effetto. Al contrario, bisogna riconoscere che dopo ventisette anni di bombardamento quotidiano di dichiarazioni shock e aggiornamenti minuto per minuto, il silenzio come strategia di comunicazione è una rivoluzione del sistema.

La presenza sui social

È Paola Ansuini la nuova portavoce del presidente del Consiglio, a fianco di Draghi anche in Banca d'Italia. Sarà lei a riscrivere i paradigmi della comunicazione del governo, a scegliere i toni, a dosare la presenza dei ministri sui social – cinque dei quali, oltre a Draghi, non sono su nessuna piattaforma. I social media, infatti, non sembrano contare molto nel nuovo esecutivo, che in quanto a numeri vanta solo la metà dei seguaci complessivi del Conte Bis: secondo i dati dell'Osservatorio digitale per Il Sole 24 Ore, se il vecchio governo aveva complessivamente tredici milioni e seicentomila seguaci, la squadra di Draghi può contare attualmente “solo” su sei milioni e seicentomila follower.

Conte ha 4,6 milioni di fan su Facebook, Draghi Facebook non ce l'ha nemmeno. Poco importa. Niente più dirette streaming per annunciare le nuove restrizioni, niente più colpi di tweet, e pochi spin. Le comunicazioni ufficiali passano per i canali ufficiali: comunicati e note stampa. Il nuovo Dpcm del 15 marzo scorso ha riportato molti italiani in zona rossa senza che il volto e la voce di Draghi ne illustrassero l'introduzione.

La strategia di comunicazione del Conte Bis

Una linea ben diversa da quella diretta dall'ex portavoce Rocco Casalino. Il mezzo busto di Conte, proteso appena verso la scrivania, le mani giunte, occasionalmente sciolte per accompagnare le parole, è l'immagine più simbolica che conserviamo dei primi momenti dell'emergenza coronavirus. Conte appariva in diretta streaming sui canali YouTube e Facebook di Palazzo Chigi quasi abitualmente. Entrava nelle nostre case in tarda serata e usava la sua stessa voce per illustrare le nuove restrizioni.

La disintermediazione non è un fenomeno che inizia con Giuseppe Conte, ma quando scavalca il filtro dei media mainstream per parlare direttamente con i suoi cittadini attraverso una piattaforma digitale privata, l'ex presidente del Consiglio sta dicendo che i gradi di separazione della comunicazione istituzionale sono troppi.

Comunicare via social mette sullo stesso piano chi usa gli stessi mezzi, e li avvicina. Questo crea un forte effetto di empatia. Una vicinanza tale al leader che non solo ci permette di mettere “mi piace” ai suoi contenuti social come siamo soliti fare con quelli di un amico, ma anche di vederlo addirittura piombare nei nostri salotti in tarda notte.

La comunicazione de-istituzionalizzata aveva però una giustificazione: erano le fasi iniziali dell'emergenza. L'intero Paese, isolato e spaventato, osservava il mondo andare al rovescio a causa di un virus che non conosceva e che impediva di fare cose banalissime come uscire di casa. Si trattava di un evento inatteso, repentino, spaventoso. Almeno all'inizio, il mezzo busto di Conte sui nostri schermi – su tutti i nostri schermi, tv e device vari – doveva garantire più della riduzione dell'incertezza: la sua presenza. Il quotidiano promemoria che nonostante la confusione e la paura, almeno il capo dell'esecutivo era lì, per noi, a

¹⁰⁸ thewisemagazine.it (20.3.2021) - <https://www.thewisemagazine.it/2021/03/20/draghi-nuova-strategia-comunicazione/>

¹⁰⁹ Laureata alla Sapienza in *Comunicazione, tecnologie e culture digitali*, Svolge attività pubblicitaria.

confortarci. Magra consolazione, ma l'aspetto relazionale della comunicazione è fondamentale nella gestione delle crisi. L'empatia del leader attutisce l'impatto psicologico della malattia sulla gente. Infatti nel sondaggio Demos di marzo 2020 per La Repubblica l'indice di gradimento per Giuseppe Conte toccava quota 71%, ben 19 punti percentuali in più rispetto a febbraio.

La strategia di comunicazione di Draghi

Oggi Draghi si trova a fronteggiare una situazione diversa. Il suo silenzio può essere scambiato per mancanza di empatia, ma ormai la crisi è diventata parte della normalità, relativamente controllabile e prevedibile. Inoltre, per ora Draghi non sembra avere bisogno di comunicare direttamente con i cittadini per guadagnare fiducia, dato l'alto grado di gradimento di cui già gode e la campagna santificatoria operata a suo vantaggio dai media.

Niente politica-spettacolo dunque, ma un nuovo modello comunicativo fondato sulla sobrietà e sul contenimento. Se le dirette social sono state abolite, sostituite da fredde note stampa – anche i passaggi nei talk show sono sconsigliati.

La discontinuità è forte, e i giornalisti che frequentano i palazzi del potere l'hanno già avvertita. L'assenza di qualsiasi anticipazione e gossip sui nomi e sul programma di governo hanno costituito un cambiamento netto con la politica pop all'italiana, fatta di sussurri e retroscena. Non sapremmo nemmeno che dirci durante una maratona Mentana: Draghi attraversa grumi di giornalisti senza proferire parola, con riservatezza, e persino con un filo di snobismo. I neo ministri ignorano le telecamere e rinunciano ai commenti a caldo.

Il nuovo silenzio non è, però, in gara con i vecchi post di Conte. Sono modi diversi di comunicare che funzionano bene o male a seconda di quale tratto dell'emergenza si sta percorrendo, se il picco o se la lenta discesa. Ed è troppo presto comunque per dire che agli italiani piaccia davvero lo stile delle poche parole. I sacrifici imposti da un anno di pandemia influiranno sul modo in cui leggere il silenzio. Draghi non scenderà nell'arena dei talk show, né creerà un profilo Facebook, ma non potrà non comunicare. Oltre alle parole e ai fatti, ricordano gli studiosi della scuola di Palo Alto, anche il silenzio ha valore di messaggio. Influenza gli altri che, a loro volta, risponderanno a tale silenzio.

COMMENTI/39

Febbraio-Marzo 2021

Senza fuffa.

Lo stile europeo di Draghi e la fine della comunicazione populista ¹¹⁰

Mario Lavia ¹¹¹

Nella conferenza stampa sul decreto ristori abbiamo visto un presidente del Consiglio normale, che sa quello che dice, che calibra le risposte, comprese quelle che convincono di meno (sul numero dei vaccini). Prima fa le cose e poi le comunica alla stampa, in modo puntuale e garbato. Dopo anni di casalinismo, tira finalmente aria nuova a Palazzo Chigi.

Molto più a suo agio di quanto si poteva immaginare, Mario Draghi: buona la prima. Una conferenza stampa più francofortese che casaliniana, ed è un bene per tutti: niente spettacolo, niente fuffa. Le conferenze di Giuseppe Conte erano intimamente populiste, nel senso che lui utilizzava la comunicazione istituzionale per rivolgersi al popolo, questa prima conferenza stampa di Draghi è scorsa via secondo modalità europee, con il presidente del Consiglio che rispondeva non al pubblico televisivo ma al giornalista che domandava (di qui il puntuale e reiterato «dov'è?») cercando con gli occhi il cronista di turno a cui fornire risposta).

Un'ora di domande, disciplinate dalla portavoce Paola Ansuini, con fugaci interventi del ministro dell'Economia Daniele Franco e il ministro del Lavoro Andrea Orlando, e lui, il presidente del Consiglio, molto secco, senza fronzoli ma anche senza infingimenti. Anzi, pure troppo chiaro: «Siamo pratici, se il coordinamento europeo funziona si segue, se non funziona si fa da soli. Questo ha detto la Merkel e questo penso io».

Ben 32 miliardi, rimborsi entro aprile, la scuola che riaprirà per prima. La vaccinazione che riprenderà forte. Tutto spiegato con calma.

Un presidente del Consiglio normale, che calibra le risposte.

Abbiamo visto insomma un presidente del Consiglio normale, che sa quello che dice, che calibra le risposte, abile nell'eludere le domande politiche sulla durata del suo governo, sullo scontro con la Lega che ha dominato tutta la giornata («È stata per me una prima esperienza ed è andata molto bene»), persino lievemente andreottiano, nel tono appena appena romanesco, quando ha detto «mi auguro che le delusioni non siano pari all'entusiasmo che c'è adesso...».

Stop alle polemiche su AstraZeneca, con i giornalisti che cercano di strappare qualcosa, forse un'autocritica. Macché, «voi cosa avreste fatto?», e via con la spiegazione che lo stop precauzionale era doveroso ma che le conseguenze non saranno terribili, un ritardo che verrà recuperato, e per dare un'idea che il problema superato arriva l'annuncio: «*Mi vaccinerò con AstroZeneca, anche mio figlio lo ha fatto*».

Peccato che poi il presidente del Consiglio abbia esagerato affermando che in Europa solo il Regno Unito sta facendo meglio di noi. Dai dati non sembra esattamente così.

Ha mediato ore e ore, il tecnico Draghi, più politico di tanti politici, ha accordato Lega e Partito democratico su una specie di condono fiscale, promettendo una riforma del meccanismo di riscossione, che è poi il vero problema. Ha fatto insomma quello che deve fare un presidente del Consiglio: fare le cose e poi comunicarle alla stampa, in modo puntuale e garbato. Un po' di stile europeo dopo anni di casalinismo, aria nuova a Palazzo Chigi.

¹¹⁰ Linkiesta.it (20.3.2021) - <https://www.linkiesta.it/2021/03/draghi-decreto-ristoro-miliardi/>

¹¹¹ Giornalista, scrive su Linkiesta e su Huffington Post.

COMMENTI/40

Febbraio-Marzo 2021

L'ex-silenzio di Mario Draghi ¹¹²

Stefano Rolando ¹¹³

Non mi è passata nemmeno per l'anticamera del cervello l'idea di influenzare con un articolo il presidente del Consiglio dei Ministri (che non mi è venuta nemmeno ai tempi in cui prendevo uno stipendio dallo Stato per farlo).

Mi riferisco al 1° marzo con un titolo su queste colonne (*Comunicazione istituzionale. Il presidente Draghi non ha più parlato agli italiani dal 17 febbraio. Sia permesso un colpo di tosse*) che, pur se per primo, si incrociava con un pensiero altrettanto prudente di altri e, nel mio caso, con la riflessione che la "domanda di istituzione e di spiegazione" che il Paese esprime dall'inizio della pandemia non poteva attendere il "fare tutte le cose" attorno a cui il premier aveva dichiarato di considerare legittima la comunicazione.

Evidentemente il premier aveva valutato che una certa discontinuità era necessaria per inquadrare anche il "relazionale pubblico" con le varianti imposte dalla crisi di governo. Due varianti mi sembrano ora ancora più chiare. Una: non contro la politica, ma senza i riti dell'annuncismo e della rissosità. Due: non per eterne rassicurazioni, ma anche per responsabilizzare nei rischi collettivi.

E così il 18 e il 19 marzo un "uno-due" in grande stile.

A Bergamo il 18 marzo in quelle difficilissime circostanze che sono le liturgie civili.

A Roma il 19 marzo per rompere il ghiaccio con chi avanzava il sospetto del suo sfuggire alle domande dei giornalisti. Passando in rassegna le opinioni anche di chi non si è limitato al nostro cauto "colpo di tosse", politici, giornalisti, operatori socio-sanitari hanno in larghissima maggioranza derubricato l'idea che Draghi non voglia o non sappia parlare.

Persino Marco Travaglio che mantiene il suo posizionamento di vedova insofferente (del governo Conte), fino a sostenere che Conte e Draghi dicono le stesse cose e fanno le stesse cose (mah...), almeno sulla capacità retorica non mantiene ombre. "L'ho sempre detto che Draghi parla e parla anche molto bene".

La leader dell'unica opposizione, Giorgia Meloni, ha l'intelligenza di togliere l'argomento dalla lista dei dissensi, per avere mano libera su ciò che realmente costituisce dissenso.

Insomma, incassiamo una soddisfazione morale ma solo per lo scopo di poter riprendere l'argomento generale della linea sostanziale della comunicazione istituzionale del governo Draghi in rapporto ai predecessori.

A Bergamo Draghi ha fatto qualcosa in più che segnalare una discontinuità formale. Ha detto: "Siamo qui per promettere ai nostri anziani che non accadrà più che le persone fragili non vengano adeguatamente assistite e protette. Solo così rispetteremo la dignità di coloro che ci hanno lasciato".

In conferenza stampa a Roma – chiamando con il suo nome il "condono" ma contenendolo all'interno di un basso tetto di reddito – ha aperto un fronte di discontinuità anche nei confronti di componenti non efficaci della amministrazione: "Questo azzeramento delle cartelle da un lato permette di perseguire la lotta all'evasione con più efficienza. Ma è ovvio che in questo caso lo stato non ha funzionato, accumulando milioni e milioni di cartelle. Per questo ci vuole una riforma delle modalità di riscossione delle cartelle. Il vero sollievo è una riforma del meccanismo".

Ancora due annotazioni.

Pochissime parole per togliere la questione del Mes da un dibattito formale di schieramenti: "Con gli attuali tassi di interesse non è una priorità".

Altrettanto chiara e secca la rivendicazione di autonomia pur correlata al suo noto europeismo: "Siamo un paese fondato su europeismo e atlantismo, i nostri rapporti internazionali non sono in discussione. Se ordineremo vaccini per conto proprio? Vediamo. Se il coordinamento europeo non funziona dobbiamo essere pronti. È quello che ha detto la Merkel ed è quello che dico anch'io".

¹¹² Moondo.Info (22.3.2021) - <https://moondo.info/lex-silenzio-di-mario-draghi/>

¹¹³ Università IULM, Milano

Poi ci sono le annotazioni di stile, l'impeccabile assenza di accenti, la misura dell'andare a braccio ma su piste meditate, la leggera ironia, le piccole sdrammatizzazioni che risvegliano (questioni generazionali) i tocchi di classe dell'Avvocato. Ma questa è un'altra storia.

Per la sostanza politica del difficile momento che attraversiamo siamo lieti del titolo di oggi: *l'ex-silenzio di Mario Draghi*. Non ci frena il meraviglioso articolo di Giuliano Ferrara *Il silenzio di Draghi inizia ora* (Il Foglio 20-21 marzo) che ragiona di filosofia dell'agire e quindi di filosofia del potere sulla trama del "dire e non dire" in cui ipotizza il futuro comunicativo prossimo del premier da intendersi come una "dissimulazione onesta". È un bel terreno, quello dell'editoriale di Ferrara. Ma è anche un'altra partita. Ora il tratto pericolosamente elitario, rispetto a un quadro di solitudini che la non rammendata politica italiana non riesce nemmeno a intercettare, il punto di "accompagnamento" è un punto fermo. Sul sottile terreno di analisi a cui Ferrara invita, ci sta Draghi come qualunque leader contemporaneo di livello. Figuriamoci un banchiere formato dai gesuiti.

COMMENTI/41

Febbraio-Marzo 2021

Comunicazione istituzionale: lo stile dei leader italiani

Un' analisi dello stile comunicativo di Giuseppe Conte e Mario Draghi ¹¹⁴

Nicolò Giammarresi ¹¹⁵

In tempi di pandemia, la comunicazione ha un ruolo assai importante, specialmente la comunicazione istituzionale dei nostri rappresentanti. Siamo passati da un governo giallo-rosso con come Presidente del Consiglio il professor avvocato Giuseppe Conte a un governo di larghe intese, di unità nazionale, con a capo Mario Draghi, famoso economista noto per il suo ruolo come Presidente della Banca centrale europea. Due approcci differenti nel public speaking e verso le nuove tecnologie. Il primo, un personaggio che ha fatto dell'informazione un mezzo per essere conosciuto; il secondo "un marziano" dei social network poiché privo di un account in qualsiasi social network presenti nel panorama della comunicazione. Analizziamo i loro stili comunicativi nel dettaglio.

Giuseppe Conte: tra social network e comunicazioni ufficiali

L'avvocato del popolo, Giuseppe Conte, precedentemente premier con in governo 5 Stelle, molto pragmatico in questa prima esperienza, ha trovato largo consenso durante la pandemia grazie alle conferenze a reti unificate. Gli italiani in preda alla paura si sono affidati a un homo novus della politica italiana che entrava con le sue conferenze stampa frequenti nelle case degli italiani.

Possiamo notare come anche come nella sua esperienza da capo di governo fosse solito twittare un messaggio che poi veniva pubblicato anche sulla sua pagina di Facebook e di Instagram. Infatti, notiamo che su Facebook ha ben 3,7 milioni di follower; quasi 2 milioni su Instagram e quasi un milione su Twitter, numeri che gli attribuiscono un peso politico slegato al ruolo di premier. Nelle sue conferenze Conte ha usato un lessico complesso che ha portato nel panico milioni di italiani, per esempio sul termine "congiunto" e nel controllo delle informazioni e nella loro diffusione. Sicuramente, non è stato un gesto volontario, però, nel mondo politico, così come nel mondo della comunicazione, bisogna essere sintetici e più chiari possibili, per includere anche chi non ha gli strumenti per capire discorsi estremamente tecnici.

Mario Draghi: tra Europa e tradizioni

Mario Draghi è un importante economista italiano che è stato Presidente della Banca Centrale Europea. Il suo mandato in Europa si può racchiudere in una sola frase che è stata ripetuta in maniera forse eccessiva il giorno del suo incarico a capo del governo italiano ed è: "Whatever it takes". Tradotto dall'inglese come "ad ogni costo", sembra una di quelle frasi della sui libri di storia come "Alea iacta est", eppure ha avuto un grande impatto mediatico. In un periodo dove la Banca centrale era stata colpita dalla crisi finanziaria del 2008, lui riuscì ad evitare il peggio con il famoso "bazooka di SuperMario".

Riassumendo, Draghi è uomo senza social, osserva le criticità dei problemi e parla poco senza sbagliare un colpo. Anche perché in un mondo così capitalista come il nostro, ogni parola, ogni frase sbagliata, ha delle ripercussioni sul mercato azionario. Mario Draghi raffigura per essenza uno dei principi importanti dell'economia molto utilizzato dai filosofi e dagli scienziati il cosiddetto "Rasoio di Occam" detto anche "principio della parsimonia" dove avendo due soluzioni, una semplice e una complessa, è sempre bene scegliere quella più semplice. Grazie al suo pragmatismo, ha un temperamento comune a pochi e tipico, ad esempio, dei padri costituenti come De Gasperi che trainò l'Italia fuori da una crisi senza precedenti ottenendo e investendo bene i soldi del piano Marshall.

Per concludere da quello che emerso da questa analisi comunicare troppo e su molti canali può generare molte aspettative, forti incertezze e stati di ansia tra la popolazione, mentre un atteggiamento più riservato meno plateale si presta a un profilo di autorevole che dà maggiore sicurezza.

¹¹⁴ Zai.net (23.3.2021) -<https://www.zai.net/articoli/attualita/18965734/-Comunicazione-istituzionale--lo-stile-dei-leader-italiani>

¹¹⁵ ...

COMMENTI/42

Febbraio-Marzo 2021

Il silenzio assordante di Draghi ¹¹⁶

Andrea Barchiesi ¹¹⁷

Il silenzio è un'ottima soluzione di discontinuità ma tende rapidamente ad essere percepito come distacco. Cinque punti per evitarlo.

Il 2021 è cominciato con un premier senza social. Se ce lo avessero annunciato anche solo qualche mese fa, non ci avremmo creduto. Ed ecco Mario Draghi e il suo silenzio che si estende a macchia d'olio su tutto il governo. Va detto che è anzitutto un tratto identitario. Negli effetti però rivela anche una fine strategia di comunicazione, un po' come quel The Young Pope che si nascondeva ai fedeli per accrescere la loro fede, con tutti i distinguo del caso. Anche il silenzio è comunicazione, soprattutto dopo la confusione.

Una prima indicazione arriva proprio dall'analisi della Rete: le citazioni online del premier sono in caduta libera. Dal 17 febbraio, giorno in cui con il suo discorso programmatico al Senato ha raggiunto l'ultimo grande picco di attenzione, sono calate del 67%. Ecco quindi il primo 'paradosso' di questo di questo Governo: il Presidente del Consiglio era molto più al centro dei media prima di assumere l'incarico. Nelle settimane successive al suo insediamento assistiamo ad un processo di dissolvimento. Un segnale indicativo. Quella di Draghi appare come una strategia di netta discontinuità per smarcarsi dai precedenti governi.

Gli italiani ancora ricordano le infinite attese prima delle conferenze stampa in diretta di Giuseppe Conte: appuntamenti live che generavano picchi di traffico superiori a quelli di tanti influencer. Uno schema, Dpcm-diretta Facebook, al quale non sono state risparmiate critiche. La scelta di Draghi in tal senso risulta quasi necessaria. Un diverso stile è fondamentale per imporre un cambio di passo. È una logica, a ben vedere, molto corporate. Un altro elemento di cesura netta rispetto al passato: il neo Presidente del consiglio ha scelto, per curare la propria immagine, professionisti di comunicazione classica istituzionale.

Siamo passati dall'ex Grande Fratello Rocco Casalino che lavorava per Conte, all'ex Banca d'Italia Paola Ansuini per Draghi.

Dinamiche della tv, dei social e dei reality da una parte, comunicati stampa e relazioni istituzionali dall'altra. Quindi è finita la centralità dei social nella politica? A chi in queste settimane me lo ha chiesto, ho sempre risposto: no, sono solo cambiati gli attori. Mario Draghi appartiene ad un'altra generazione, altra tipologia e forma culturale e indipendentemente da tutto il social network è anche un abito che ti deve stare addosso. La sensazione è che la scelta di Draghi influenzerà un certo *understatement*, imponendo un taglio più manageriale.

I social resteranno comunque primari

I social network resteranno comunque primari nella politica poiché interagire direttamente in tempo reale con una oceanica piazza digitale è nell'essenza stessa della politica. Draghi, con tutto il rispetto, dovrebbe fare però attenzione, il silenzio è una ottima strategia di rottura, inadatta però a diventare strategia portante soprattutto durante le crisi tende a trasformarsi facilmente in distacco. Il silenzio esteso ha un ulteriore importante difetto: non comunicare significa lasciare la narrazione di sé agli altri. Lo scrivevo anni fa nel mio libro intitolato appunto La tentazione dell'oblio: *"Aspirare all'oblio, all'agire sottotraccia non solo oggi non è più possibile ma non è neppure auspicabile"*.

La parola con la quale molti descrivono lo stile del governo Draghi è sobrietà.

Ma sobrietà non significa necessariamente silenzio, soprattutto se sei alla guida di un Paese. I cambiamenti in atto nella società vanno infatti verso un modello di leadership sempre più attivo, attento ai grandi temi del presente e alla relazione. I rischi del silenzio sono tangibili, quelli di una comunicazione sfrenata altrettanto.

¹¹⁶ Andrea-barchiesi.it (23.3.2021) - <https://www.andrea-barchiesi.it/2021/03/23/il-silenzio-assordante-di-draghi/>

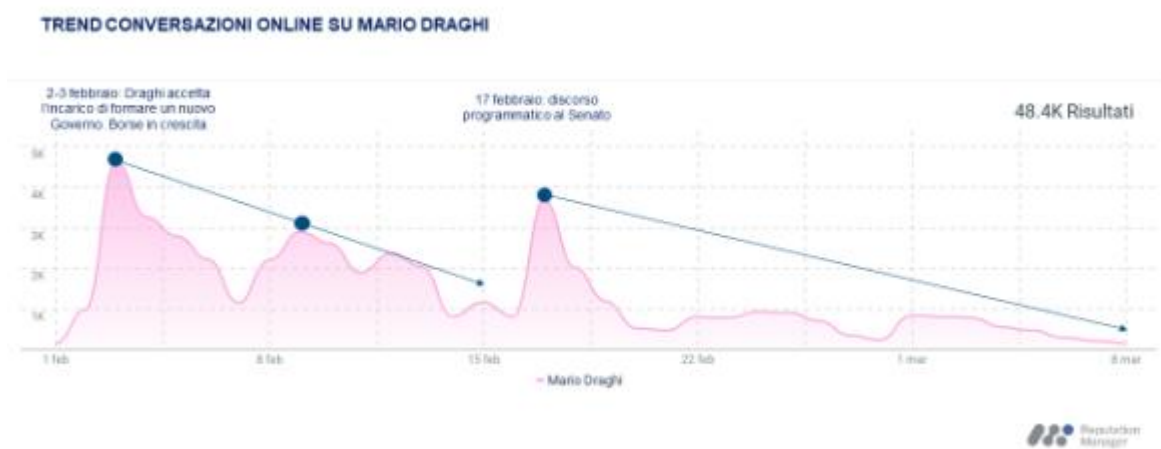
¹¹⁷ Giornalista e commentatore della rivista Prima Comunicazione

Come coniugare sobrietà e comunicazione? Primo: scegliere il proprio stile, cucendolo su misura come se fosse un abito. Il rischio di snaturarsi e apparire fuori luogo è altissimo (vedi Monti e il barboncino). Secondo: approccio analitico. Oggi il mondo è fluido, serve una comunicazione adattativa nei toni e nelle modalità. Senza analisi è come mandare una lettera senza destinatario. Terzo: progressività nell'adozione, come in auto, non si passa dalla prima alla quarta. Quarto: non ignorare i social network.

Piuttosto va trovata una formula adatta, più asciutta e informativa. La pandemia ha addirittura accresciuto il ruolo dei social, non possono essere lasciati fuori. Quinto: relazione, va costruita con il proprio pubblico. La crisi richiede non solo decisione ma anche dialogo, soprattutto se si chiedono sacrifici. Alcuni retroscena riportano che il premier abbia dichiarato "Noi comunichiamo quello che facciamo" ma siamo sicuri che poi verrà capito correttamente?

Anni di lavoro nell'analisi dei dati mi dicono che è spesso una speranza disattesa.

Per questo il silenzio deve evolvere.



COMMENTI/43

Febbraio-Marzo 2021

Conte VS Draghi.

I segreti della comunicazione di due premier spiegati da Mario Benedetto ¹¹⁸

Il politico e la comunicazione sono un tutt'uno, e il rapporto tra l'agire comunicativo del decisore e la sua reputazione è sempre più simbiotico col passare degli anni.

Siamo ormai lontani anni luce dalla Prima Repubblica, nella quale c'era una sorta di muro tra il politico e il cittadino. Il palcoscenico televisivo divideva in modo netto la vita quotidiana da ciò che accadeva in Parlamento, e il percepito delle persone era nettamente differente rispetto all'attuale modo di approcciarsi a un personaggio politico.

È cambiato tutto specialmente negli anni '90 con la comunicazione emozionale e spettacolarizzata figlia del berlusconismo, che strideva nettamente con l'ethos di un Aldo Moro (per fare un esempio).

Oggi la comunicazione politica continua a cambiare, e probabilmente dopo il 2020 del Covid non sarà più la stessa.

Un anno di conferenze, attese, notizie e dolori raccontati in prima serata da Giuseppe Conte con una buona dose di strategia a reti unificate. In soli pochi mesi di Presidenza di Mario Draghi abbiamo però capito altrettanto sull'ex governatore della BCE e i suoi metodi comunicativi: più silenzi e parole molto più dosate a suggellare la figura di un Presidente focalizzato sull'obiettivo.

Ne abbiamo parlato a *'Lavori in Corso'* con il Prof. **Mario Benedetto**, docente di *Teorie e tecniche della comunicazione integrata e dell'audiovisivo* alla Luiss Guido Carli.

- *Sono molto soddisfatto di questa nuova stagione, perché si comunica meno ma si comunica meglio, per richiamare il titolo di un libro di una giornalista di qualche anno fa, che parla di come il contenuto debba oggi essere privilegiato in forma sintetica e non necessariamente con una sovraesposizione alla quale purtroppo stiamo assistendo su tanti fronti.*
- *Probabilmente **Conte** ha avuto un'attitudine personale e professionale, considerando che viene da un'appartenenza alla famiglia degli avvocati. Conte è stato insolitamente sovraesposto, ma anche a suo danno secondo me, perché c'è stato un tema che si può sintetizzare su due aspetti fondamentali: la quantità, e qui dobbiamo dire che la sovraesposizione non necessariamente genera buona reputazione. Poi la qualità: a mio giudizio alcuni contenuti delle comunicazioni sono stati calibrati in un modo che andrebbe rivisto (e infatti è stato corretto). C'era cioè un riempire di contenuti politici dei momenti informativi come le conferenze stampa nei confronti di un popolo che aspettava le notizie con grande attesa, a scapito di una comunicazione di servizio; dire cosa succede e cosa bisogna fare. La qualità.*
- ***Draghi**? Cerco di stare sul tecnico: lo trovo serio. Lo trovo serio nel senso che si comunica e si dice qualcosa quando c'è qualcosa da comunicare e da dire. Riempire dei vuoti o cercare di persuadere sulla bontà del proprio operato sovraesponendosi e continuando a fare dichiarazioni che sono molto spesso ematiche, più che di servizio, risponde al canone di serietà: ciò che oggi i politici devono avere, soprattutto in un contesto critico come questo. Io quindi ricondurrei a un iter naturale della presa di contatto tra il Draghi professionista e il Draghi premier e un'evoluzione dei fatti che comportano la necessità di esprimersi quando necessario. In questi giorni è stato più opportuno e il premier si è esposto di più“.*

¹¹⁸ Radioradio.it (25.3.2021) - <https://www.radioradio.it/2021/03/contе-draghi-comunicazione-politica-mario-benedetto/>

COMMENTI/44

Febbraio-Marzo 2021

La comunicazione di Mario Draghi: la politica del silenzio ¹¹⁹

Donatello D'Andrea ¹²⁰

Il governo di Mario Draghi è stato salutato come un punto di rottura con gli esecutivi precedenti soprattutto dal punto di vista della comunicazione. Non sono pochi i commentatori che hanno lodato il silenzio dell'ex banchiere, paragonandolo a una forma di sobrietà istituzionale concentrata più sui fatti che sulle parole. In netta discontinuità con il Conte bis, la comunicazione di Mario Draghi avrebbe avuto una componente meno emotiva ma più concreta e sarebbe stata la fine di quella "annunciate" che da anni ammorba lo scenario politico italiano.

Anche una parte consistente dell'opinione pubblica la pensava così, almeno fino agli ultimi eventi che hanno riguardato le chiusure, McKinsey e soprattutto il caso di AstraZeneca che in molti reputano apertamente un "fallimento comunicativo" a tutti i livelli, dalla politica alla sanità. Dopo appena un mese, a lodare la comunicazione di Mario Draghi sono soltanto i giornalisti. Il resto dell'opinione pubblica, disorientata e impaurita dagli eventi appena delineati, chiede risposte che, prima o poi, costringeranno il sobrio ex banchiere ad aprire un canale di dialogo meno essenziale con gli italiani. E in parte sta già succedendo, come è stato possibile notare dall'ultima conferenza stampa con i giornalisti.

Ma non c'è soltanto il sentiment tra le chimere della comunicazione di Mario Draghi, ci sono anche i partiti e gli intramontabili problemi di opportunità politica. Non passerà molto tempo che questo vuoto informativo verrà colmato dai partiti e dai loro leader. Un esempio è quello di Matteo Salvini e delle minacce circa le riaperture pasquali, tema sul quale Draghi è stato "costretto" ad intervenire. Chi occupa il vertice di un'istituzione non può esimersi dal trasmettere un flusso costante di informazioni verso il basso circa le decisioni che intenderà prendere. Lasciare mano libera ai partiti di intestarsi questo o quel provvedimento creerebbe soltanto ulteriore confusione in un periodo in cui questa regna già sovrana.

In sostanza, il nuovo modello comunicativo adottato dal governo Draghi non è sprovvisto di insidie, nonostante la stampa nostrana ne sottolinei soltanto i pregi. La carica che l'ex banchiere ricopre con tanta sobrietà, d'altronde, esige dei doveri che toccano anche la comunicazione istituzionale, la quale, a prescindere dalle opinioni in merito, è una costante fondamentale dell'attività politica e una virtù aggiunta se usata con giudizio.

Il silenzio come strategia comunicativa

In molti l'hanno ribattezzata "comunicazione pragmatica", cioè un tipo di comunicazione avvezza agli annunci, alla politica pop a cui l'Occidente è ormai abituato e che si attiene soltanto ai fatti dimostrati empiricamente. Nonostante l'enfasi mediatica con cui questa definizione è stata presentata, le evidenze dimostrano che gli annunci fanno parte anche del sobrio esecutivo del banchiere. Dai vaccini alla ripartenza del Meridione, passando per le premesse della transizione ecologica che non sorridono alle aspettative degli ambientalisti

Il pragmatismo della comunicazione di Mario Draghi poggia sulla solida base dell'autorevolezza del soggetto e su un particolare secondario come il fatto di non dover massimizzare il consenso per le prossime elezioni. L'ex banchiere è un tecnico e non punta ad accrescere il proprio consenso elettorale al quale normalmente puntano partiti e leader politici in un orizzonte temporale sempre più ristretto. D'altronde, egli non è nemmeno un politico di professione e non ha un partito di riferimento. Il suo, poi, non è un esecutivo "normale" in senso stretto, bensì il classico "governo del presidente" basato su una maggioranza molto larga e su espedienti di responsabilità aventi il fine di portare a termine una missione politica già decisa in partenza.

¹¹⁹ liberopensiero.eu (27.3.2021) -<https://www.liberopensiero.eu/27/03/2021/politica/la-comunicazione-di-mario-draghi-la-politica-del-silenzio/>

¹²⁰ Laureato in Scienze Politiche e *Relazioni Internazionali* e frequenta la magistrale in Sistemi di Governo alla Sapienza di Roma. Appassionato di storia, politica e attualità, scrive articoli e cura rubriche per alcune testate italiane e internazionali.

La comunicazione del governo Draghi si circoscrive a pochi e ufficiali momenti: conferenze stampa, dirette brevi e senza contraddittorio e comunicati ufficiali. I social, per ora, sono esclusi dal novero degli eventuali strumenti da utilizzare. La scelta di Paola Ansuini, già curatrice della comunicazione di Bankitalia, va proprio in questa direzione. Via gli spin doctor e dentro un più sobrio e istituzionale ufficio stampa che parla soltanto attraverso delle comunicazioni essenziali, meno emotive e non consensus oriented.

A dieci anni dall'ultimo esecutivo tecnico, la comunicazione politica ha subito dei profondi cambiamenti. I dibattiti in tv sono urlati, la propaganda serrata non lascia spazio alla sobrietà e l'uso dei decibel della propria voce è ormai una tecnica collaudata ed efficace a discapito degli argomenti. In una visione comunicativa di questo tipo, il silenzio diviene "assenza" e in alcuni casi può risultare addirittura lesivo. Le interpretazioni in questo caso sono due: da un lato il silenzio indica carenza di informazioni, nella convinzione comune che chi non comunica ha qualcosa da nascondere e preferisce celare i meccanismi della politica all'opinione pubblica; dall'altro il silenzio può indicare la volontà di non far emergere certe istanze, di solito quelle dei più deboli. Entrambe sono percepite negativamente dalla collettività, la quale finisce per affidarsi a quella "voce fuori dal coro" in grado di "rompere" il silenzio.

Al plauso dei giornalisti potrebbe sostituirsi un certo malumore da parte dei comuni cittadini, disorientati dall'assenza di qualsivoglia tipo di comunicazione istituzionale e in cerca di rassicurazioni e informazioni che arrivano con il contagocce. Inoltre, l'incertezza potrebbe facilmente confondere la comunicazione istituzionale con la sempreverde comunicazione elettorale, che i partiti adottano con fare fraudolento anche quando sono al governo per le più disparate esigenze di consenso. Quello di Salvini è soltanto uno dei molteplici esempi di come un partito al governo possa comportarsi come uno di opposizione e trovare anche chi gli ascolta.

Le insidie della comunicazione di Mario Draghi

Gli analisti della comunicazione politica sono divisi sul tema: comunicare o no? Una comunicazione essenziale sarebbe sicuramente una manna dal cielo per una politica da tempo prigioniera di una sorta di bulimia comunicativa. D'altro canto, il popolo non è una massa informe che non reagisce agli stimoli, al contrario. Gli italiani sono rimasti profondamente sconvolti dal caso AstraZeneca e ciò è potuto accadere soprattutto a causa della cattiva gestione comunicativa del fenomeno. La politica ha assecondato i sondaggi, la sanità non è stata in grado di far valere quelle ragioni empiricamente valide che lo stesso Mario Draghi fissò nella sua tabella di marcia non appena accettato l'incarico.

Le masse reagiscono agli stimoli. Un uomo politico dovrebbe saperlo ma urge ricordare che Mario Draghi non lo è. Il Presidente del Consiglio è innanzitutto un economista e un burocrate, uno dei migliori, il quale basa le sue scelte sul mero calcolo contabile e non tiene conto del sentiment dei suoi concittadini semplicemente perché non ne ha bisogno. Se da un lato una tale soluzione potrebbe risultare una virtù, dall'altro risulta chiaro che una nazione non è una banca fatta di freddi numeri.

La nazione è formata dal popolo, da persone dotate di sentimenti e problematiche quotidiane che necessitano di risposte. Occorre occuparsi anche di loro se un governo si pone l'obiettivo di farsi seguire e comprendere. Durante una pandemia poi, la comunicazione è quanto mai necessaria. I cittadini hanno bisogno di indicazioni, di rassicurazioni, di empatia. Un governo per avere un seguito deve obbligatoriamente instaurare un rapporto solido con la popolazione attraverso una comunicazione efficace e costante.

Inoltre, come già sottolineato, se il governo Draghi rinunciassero a comunicare lascerebbe questo onere ai partiti che alla comunicazione istituzionale preferiscono quella elettorale. Per ora l'ex banchiere è riuscito tutto sommato a controllare l'umore delle formazioni politiche ma è improbabile che, in procinto delle elezioni comunali, questa pax draghiana reggerà. Quando la campagna elettorale entrerà nel vivo, il caos comunicativo generatosi costringerà il governo a compiere spericolate giravolte sugli argomenti del momento con conseguenze pesanti sulla sua credibilità e autorevolezza.

In molti ricorderanno quel periodo in cui Lega e Fratelli d'Italia diffusero la bufala dell'approvazione del MES da parte del precedente esecutivo. In quel momento Giuseppe Conte fu costretto a intervenire in diretta nazionale per smentire questa eventualità. Si trattò di un gesto estremo, che ha suscitato controversie, ma necessario poiché la notizia avrebbe fortemente indebolito il suo governo in un momento fin troppo delicato per lasciare spazio all'incertezza. Le fake news colpiranno anche Draghi, su questo non c'è dubbio. Un primo assaggio ha riguardato il vaccino di AstraZeneca, nel cui caso la mancanza di una risposta tempestiva ha

generato commenti e reazioni sconfortate, accomunata dalla richiesta di spiegazioni chiare e immediate per cercare di comprendere cosa fare in un momento di tensione.

La politica del silenzio non può essere una soluzione a lungo termine. Alla logorrea del Conte bis, il governo Draghi non può rispondere con un'afasia controproducente. Sui social, ad esempio, una corretta comunicazione istituzionale può funzionare da filtro di notizie troppo semplicisticamente date in pasto al pubblico dai portatori sani di propaganda. Inoltre, in alcuni casi anche la funzione emozionale dei social, che annulla la distanza piazza-palazzo, può tornare utile a quel governante di turno troppo rigido in pubblico e che cerca soluzioni alternative. In questo senso i social sono un mezzo formidabile.

In sostanza, la comunicazione del governo Draghi non è esente da effetti collaterali. Complice il periodo di crisi scaturito dalla pandemia Covid-19, i flussi di informazione sono elevatissimi e l'utilità di una voce unica in grado di ridurre al minimo la sensazione di incertezza dell'opinione pubblica è quanto mai necessaria. L'ex banchiere dovrà essere in grado di superare l'irrigidimento contabile in nome di un ruolo più dinamico e in cui la responsabilità si esercita anche attraverso la comunicazione, la quale, è bene ricordarlo, non è un semplice orpello bensì una delle tante virtù dell'attività politica.

COMMENTI/45

Aprile-Maggio 2021

Anche Draghi vuole il suo Casalino a Palazzo Chigi.

Sta per finire il silenzio sui social?¹²¹

Redazione

Mario Draghi e il silenzio sui social. Uno stile che a molti non dispiaceva affatto, soprattutto dopo la vana loquacità di Giuseppe Conte. Ma sul quale forse vi è un ripensamento. A scriverne è oggi Il Fatto quotidiano, il giornale che più ha nostalgia dell'era Casalino, quando l'annuncio di un nuovo Dpcm diventava subito "evento".

Draghi non sbarca sui social ma la pagina istituzionale di palazzo Chigi deve crescere.

"Il presidente del Consiglio – scrive Il Fatto – anche alla luce dei sondaggi degli ultimi giorni che danno il suo indice di gradimento in calo, ha capito che non può più fare a meno della comunicazione sui social network".

Questo non significa che Draghi sbarcherà sui social ma si pensa di rendere più attrattiva la pagina istituzionale della Presidenza del Consiglio sul modello di quella dell'Eliseo in Francia e della Casa Bianca negli Stati Uniti.

E' questo il compito della portavoce Paola Ansuini.

Ci sta pensando la portavoce del premier Paola Ansuini, una vita nella comunicazione di Banca d'Italia, che ha deciso di coinvolgere anche gli altri esperti sul tema di Palazzo Chigi – in primis il capo di Gabinetto Antonio Funciello e il giornalista Ferdinando Giugliano (che cura i rapporti con i media esteri) – "per trovare un profilo che possa dare una svolta social alla comunicazione di Draghi".

La visibilità all'inizio: due citazioni al minuto

L'effetto visibilità iniziale comincia a logorarsi. Non è più il tempo dunque in cui i media ci facevano sapere se Draghi aveva fatto colazione con cappuccino e cornetto integrale. All'epoca, fine febbraio, Mario Draghi appena nominato premier era gratificato dai media con una citazione ogni due minuti. Ora le cose sono un po' cambiate. Ma l'overdose di citazioni è rimasta. Secondo l'ultimo rapporto di Mediamonitor.it, dal 2 marzo all'1 aprile il premier ha battuto tutti i leader politici in quanto a visibilità e citazioni in televisione: nell'ultimo mese ha avuto 2.566 passaggi audiovisivi, molto sopra Enrico Letta con 1.906 citazioni e Matteo Salvini con 1.158.

Le conferenze stampa di Draghi meno seguite di quelle di Conte.

"Diverso il discorso per il profilo social di Palazzo Chigi – avverte Il Fatto – dove i numeri latitano: per fare solo un esempio, l'ultima conferenza stampa dopo la cabina di regia sulle misure anti-covid di aprile è stata vista su Facebook da 202 mila persone mentre quelle dell'ex premier Giuseppe Conte, sulla stessa pagina istituzionale, hanno sempre superato la soglia delle 300 mila".

¹²¹ secoloditalia.it (7.4.2021) - <https://www.secoloditalia.it/2021/04/anche-draghi-vuole-il-suo-casalino-a-palazzo-chigi-sta-per-finire-il-silenzio-sui-social/>

COMMENTI/46

Aprile-Maggio 2021

AstraZeneca, comunicazione confusa e terrorizzante. Draghi prenda una decisione¹²²

Davide La Cara

L'EMA rassicura, l'ISS consiglia l'uso sopra i 60 anni, le dosi saranno molte meno rispetto a quelle previste. C'è troppa confusione attorno ad AstraZeneca, è ora che il Presidente del Consiglio prenda in mano la situazione e parli chiaramente ai cittadini.

Cosa dobbiamo aspettarci dalla conferenza di Mario Draghi prevista oggi pomeriggio sul caso AstraZeneca? Il vaccino prodotto dalla casa farmaceutica di Oxford ha subito una nuova valutazione da parte di EMA. E' sicuro? Verrà inoculato solo agli over 60? Quante dosi arriveranno davvero? La comunicazione è confusa, i media stanno terrorizzando irresponsabilmente la popolazione ma il Governo non prende decisioni chiare e i cittadini sono confusi.

L'Italia ha puntato molto sul siero anti-Covid che doveva essere la chiave di volta per far uscire l'Italia dalla pandemia, ma le incognite sono troppe ed Ema contribuisce a far crescere i dubbi, tanto che anche l'Italia alla fine come altri Paesi europei decide di raccomandarne l'utilizzo nei soli over 60 con la nuova circolare del Ministero della Salute firmata da Roberto Speranza.

¹²² meteowee.com (8.4.2021) - <https://www.meteowee.com/2021/04/08/astrazeneca-comunicazione-confusa-e-terrorizzante-draghi-prenda-una-decisione-cpe/>

COMMENTI/47

Aprile-Maggio 2021

Mario Draghi e i social media: le variabili da considerare ¹²³

Dino Amenduni ¹²⁴

Un retroscena giornalistico — sin qui né confermato né smentito — accenna alla possibilità di un ripensamento della strategia digitale del presidente del Consiglio. Sarebbe un errore o una scelta corretta/inevitabile?

Il 7 aprile 2021 è apparso, sul Fatto Quotidiano, un retroscena di Giacomo Salvini che alluderebbe alla possibilità di una maggiore strutturazione della comunicazione digitale di Mario Draghi — come capo del Governo più che come personalità politica individuale. A due mesi dal suo arrivo a Palazzo Chigi, e dopo una serie piuttosto lunga di articoli che hanno messo in luce l'assenza sui social media del Presidente del Consiglio, qualcosa sarebbe cambiato. In particolare, citando l'articolo, "se a Palazzo Chigi sono molto soddisfatti per come viene rappresentato Draghi su tv e giornali, non si può dire la stessa cosa per i profili Facebook, Twitter e Instagram".

LA SVOLTA DOPO SETTIMANE DI SILENZIO ORA IL PREMIER VUOLE UNA SQUADRA PER FB E INSTAGRAM

Draghi in calo: Chigi cerca l'esperto social

di Giacomo Salvini

AAA cercasi social media manager. Magari l'idea non sarà quella di seguire l'impostazione iper-comunicativa di Rocco Casalino o la strategia social di Dario Adamo come avveniva quando a Palazzo Chigi c'era Giuseppe Conte, ma poco ci manca: la strategia del "comunicheremo solo se abbiamo qualcosa da dire" dei primi tempi dell'era Draghi ora inizia a vacillare. Il presidente del Consiglio, anche alla luce dei sondaggi degli ultimi giorni che danno il suo indice di gradimento in calo, ha capito che non può più fare a meno della comunicazione sui social network per arrivare a più persone possibile: non aprirà, almeno nell'immediato, un profilo social ma l'ordine è quello di far crescere la pagina istituzionale della Presidenza del Consiglio sul modello di quella dell'Eliseo in Francia e della Casa Bianca negli Stati Uniti. Sicché la portavoce del premier Paola Ansuini, una vita nella comunicazione di Banca d'Italia, ha deciso di coinvolgere anche gli altri esperti sul tema di Palazzo Chigi - *in primis* il capo di Gabinetto Antonio Funicello e il giornalista Ferdinando Giugliano (che cura i rapporti con i media esteri) - per trovare un profilo che possa dare una

svolta social alla comunicazione di Draghi. L'obiettivo sarà quello di mettere in piedi una struttura adeguata, una vera squadra social, ma i lavori sono ancora in corso.

PER IL MOMENTO non cambierà invece l'approccio comunicativo del premier secondo cui "bisogna parlare solo quando c'è qualcosa da dire" e soprattutto, ci tiene a spiegare chi parla spesso con lui, Draghi "non è un capo di partito e quindi non scenderà mai nell'arena dei talk show o delle polemiche di giornata con i leader". Eppure i giornalisti che seguono il premier quotidianamente nelle ultime settimane si sono accorti che la comunicazione di Chigi è cambiata rispetto ai primi tempi: adesso gli "spin" - le dritture inviate dai politici per orientare l'informazione - cominciano a fare capolino nelle chat (private e di gruppo) dei cronisti. E lo stesso principio sarà applicato ai social network che finora stanno deludendo. Se infatti a Palazzo Chigi sono molto soddisfatti per come viene rappresentato Draghi su tv e giornali, non si può dire la stessa cosa per i profili Facebook, Twitter e Instagram. Secondo l'ultimo rapporto di *Mediamonitor.it*, dal 2 marzo all'1 aprile il premier ha

battuto tutti i leader politici in quanto a visibilità e citazioni in televisione: nell'ultimo mese a lui sono stati dedicati 2.566 passaggi audiovisivi, molto sopra Enrico Letta con 1.906 citazioni e Matteo Salvini con 1.158.

DIVERSO IL DISCORSO per il profilo social di Palazzo Chigi dove i numeri latitano: per fare solo un esempio, l'ultima conferenza stampa dopo la cabina di regia sulle misure anti-covid di aprile è stata vista su Facebook da 202 mila persone mentre quelle dell'ex premier Giuseppe Conte, sulla stessa pagina istituzionale, hanno sempre superato la soglia delle 300 mila. Inoltre il sostegno al governo Draghi sui social non fa bene nemmeno ai leader dei partiti che lo sostengono: in queste settimane, come rileva *FBS/Associati*, le interazioni sui profili di Salvini, Zingaretti, Conte, Di Maio e Renzi sono crollate rispetto al governo precedente.

di ANSA/AGENZIA ANSA/AGENZIA

Premesso che non è il massimo fare analisi basate su speculazioni giornalistiche prive di un fondamento formale, vorrei condividere con voi un esercizio metodologico che vale oggi per Draghi ma che in generale potrebbe essere applicato a tutte le situazioni in cui una personalità politica assente (o presente in modo non professionale) sui social media debba prendere una decisione sul cosa fare e "come starci". Le variabili in gioco, a mio avviso, sono (almeno) tre.

¹²³ dinoamenduni.medium.com (9.4.2021) -

<https://dinoamenduni.medium.com/mario-draghi-e-i-social-media-le-variabili-da-considerare-50b404b1b851>

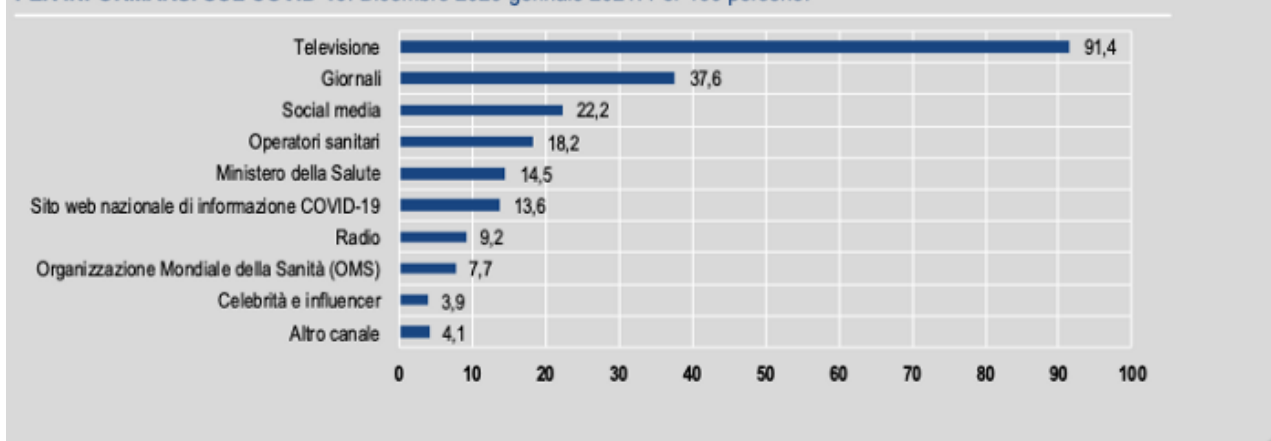
¹²⁴ Socio, comunicatore politico e pianificatore strategico dell'agenzia di comunicazione Proforma (www.proformaweb.it)

1. L'approccio di comunicazione è basato sulla condivisione dei risultati o anche dei processi che hanno portato al raggiungimento degli obiettivi?

Mario Draghi ha esordito con un posizionamento comunicativo piuttosto netto: “bisogna parlare solo quando c'è qualcosa da dire”. La frase è stata salutata da più punti di osservazione come una boccata di aria fresca: dopo l'era Conte-Casalino, considerata di ‘ipercomunicazione’, si è ritenuto che una maggiore sobrietà nella comunicazione istituzionale (soprattutto nella quantità) potesse giovare al dibattito pubblico nel nostro paese. Se questo posizionamento fosse ancora ritenuto valido e sensato, probabilmente i social media continuerebbero a essere relativamente poco utili.

Una ricerca pubblicata dall'Istat qualche giorno fa ci dice infatti che la dieta mediatica dei cittadini italiani a proposito del reperimento delle informazioni sulla pandemia è prevalentemente di tipo tradizionale: solo il 22.2% dei rispondenti dichiara, infatti, di informarsi a proposito del Covid-19 attraverso i social media. La televisione, invece, raggiunge il 91.4% del pubblico e persino i ‘giornali’ sono fruiti maggiormente rispetto a Facebook e compagnia.

FIGURA 3. PERSONE DI 18 ANNI E PIÙ PER FONTE DI INFORMAZIONE UTILIZZATA PIÙ FREQUENTEMENTE PER INFORMARSI SUL COVID-19. Dicembre 2020-gennaio 2021. Per 100 persone.



Fonti di informazione più utilizzate per informarsi sul Covid-19 (dati Istat)

Dunque: se comunicare vuol dire ‘parlare solo quando si ha qualcosa da dire’, che in definitiva vuol dire comunicare o le intenzioni politiche (inizio del processo) o i risultati (fine del processo), i media tradizionali possono tranquillamente assolvere il compito di reintermediazione e propagazione del messaggio istituzionale.

Se però la comunicazione istituzionale dovesse essere anche qualcos'altro, e cioè il racconto di come si arriva dal punto A al punto B, a quel punto i media tradizionali non basterebbero più, non fosse altro perché l'agenda giornalistica non può (e a mio avviso non deve) coincidere con quella della propaganda politica e quindi è impensabile che tutto ciò che è prodotto da una data istituzione, partito o leader finisca inesorabilmente sui giornali o sulle tv.

La comunicazione di processo, cioè dei passi che si fanno per raggiungere un determinato obiettivo, del perché delle singole scelte, o delle complicazioni che si possono essere sul cammino (esempio: perché non siamo ancora arrivati alle famose 500mila vaccinazioni al giorno promesse dal generale Figliuolo, il giorno del suo insediamento come Commissario Straordinario per l'emergenza-Covid?) richiede perciò un altro sbocco: i social media.

Essendo ‘proprietari’, cioè sotto il controllo del messaggio da parte dei mittenti, gli account politico/istituzionali possono essere usati con maggiore frequenza e autonomia e quindi sopperire a quel vuoto di senso che i media tradizionali non possono colmare per i motivi spiegati poc'anzi.

In sintesi: l'eventuale scelta di Draghi di aumentare il presidio digitale della comunicazione del suo Governo potrebbe servire a passare dalla comunicazione ‘di prodotto’ (parlare solo quando si ha

qualcosa da dire, quindi relativamente poco) alla comunicazione ‘di processo’ (parlare dei singoli passi necessari al raggiungimento degli obiettivi, quindi relativamente molto).

2. Comunicare in tempi di crisi richiede un approccio diverso rispetto alla gestione ‘ordinaria’?

I social media sono stati visti, soprattutto in passato e soprattutto nei confronti di politici con bassi livelli di consenso (e ancor di più per chi ha responsabilità di governo), come un “di più” rispetto all’attività politico/istituzionale. Quante volte vi sarà capitato, infatti, di leggere commenti del tipo “vai a lavorare” sulle bacheche di leader non particolarmente amati e che comunicavano — secondo i destinatari — più del necessario? Questo corto circuito classico della comunicazione politica — il paradosso per cui è più facile comunicare quando si è amati ed è più complicato proprio quando è più necessario, cioè quando si prova a recuperare consenso — può essere traslato anche alla valutazione sulla gestione delle situazioni di crisi.

Davanti alla necessità di gestire una calamità naturale (o nello specifico, una pandemia) bisognerebbe comunicare poco attraverso i social media per non dare l’idea che si stia ‘perdendo tempo’ e bisogna concentrarsi sul ‘lavoro’ o al contrario bisognerebbe comunicare più del solito per informare, rassicurare, coinvolgere, dare un indirizzo e una guida emotiva ai propri concittadini?

Questo è a mio avviso il principale elemento di fragilità dell’attuale posizionamento comunicativo del governo Draghi. La comunicazione ‘di prodotto’ (comunico un obiettivo e poi torno a comunicare quando l’ho raggiunto) appare infatti più sostenibile in periodi di relativa tranquillità o comunque in momenti in cui il dibattito pubblico può focalizzarsi su diversi temi in contemporanea. In quel caso il materiale informativo necessario a saturare la discussione politica (sia sui media tradizionali sia su quelli digitali) può essere prodotto dai partiti e attraverso il dibattito parlamentare, oltre che dalla libera discussione su qualsiasi argomento sia di interesse per l’opinione pubblica.

Ma l’Italia non è in questa fase: gli occhi di tutti gli attori del processo di costruzione dell’opinione pubblica (politica, media, cittadinanza) stanno guardando nella stessa, sola direzione da oltre un anno. Di fatto, non c’è niente di più simile alla comunicazione di crisi aziendale, fatta eccezione per la durata, esponenzialmente più estesa nel caso della gestione di una pandemia globale.

Nella comunicazione aziendale di crisi (classico esempio: l’incidente di una nave petroliera che perde materiali inquinanti nell’Oceano) sarebbe impensabile utilizzare una strategia di basso profilo. Bisognerebbe, al contrario, comunicare costantemente l’entità del problema, se è in via di risoluzione, se ci sono danni, se ci sono rischi per la popolazione, qual è la tempistica per uscirne, se si intende adottare azioni per compensare gli eventuali danni generati, e così via.

Dunque: se la comunicazione istituzionale durante una pandemia fosse paragonabile a una comunicazione di crisi aziendale che dura oltre un anno, sarebbe possibile comunicare poco? Se il paragone dovesse reggere, la risposta sarebbe inevitabilmente: no.

Un cambio di linea da parte del governo Draghi potrebbe dunque essere opportuno, se questo ragionamento fosse condiviso da Palazzo Chigi.

3. Autenticità versus efficienza: cosa pesa di più?

Mario Draghi avrebbe tutto il diritto a non essere un appassionato di comunicazione digitale (in verità non si è ancora espresso in modo netto sull’argomento, quindi anche qui non si può che restare nel campo delle speculazioni) e dunque di ritenere il presidio dei social media meno importante rispetto ad altre modalità di comunicazione, o addirittura di ritenere la comunicazione meno importante rispetto alla produzione di output politici.

Provando a rendere generale il ragionamento: davanti a una situazione del genere, cioè a una mancanza di interesse per la comunicazione digitale da parte del mittente politico, ha senso forzare un cambio di strategia che non rispecchia le reali inclinazioni del soggetto della comunicazione?

Per farla breve: è più importante che l’opinione pubblica sia informata in ogni caso, anche se il mittente politico non ha la minima idea di cosa voglia dire stare sui social media, perché “è impossibile non comunicare” e perché “la comunicazione è politica” (frasi molto in voga e altrettanto discutibili, ma magari ci tornerò in altra sede) o piuttosto ha senso che i cittadini colgano l’autenticità del posizionamento del leader (non ama i social media, dunque non li usa)?

Personalmente ritengo che l'autenticità debba prevalere sull'efficacia tecnica, perché ritengo che la gestione della reputazione del mittente politico abbia un peso specifico maggiore rispetto alla sua capacità tecnica di comunicare (qui un mio slideshow di un paio di anni fa sull'argomento); dunque ritengo che Draghi non debba essere forzato a comunicare sui social media se non si sentisse a suo agio o non li ritenesse genuinamente utili. Il dibattito, naturalmente, resta aperto.

In sintesi

A mio avviso, la comunicazione politico/istituzionale sui social media è maggiormente utile, se non proprio indispensabile, se:

- si intende comunicare i processi che portano al raggiungimento degli obiettivi politici, e non solo il punto di partenza (l'input politico) e quello di arrivo (l'eventuale obiettivo raggiunto);
- si deve gestire una situazione di crisi di comunicazione;
- il mittente è genuinamente convinto dell'utilità di questi mezzi di comunicazione per informare l'opinione pubblica (e per parlarci pure, magari).

COMMENTI/48

Aprile-Maggio 2021

Draghi e la comunicazione ¹²⁵

Antonio D'Andrea ¹²⁶

Quando si assume la guida di una qualsiasi istituzione non solo questa finisce per essere rappresentata e persino identificata con chi “sale” a quel livello di “comando” ma, inevitabilmente, costui diventa una persona “nuova” che “cede” alla carica ricoperta molto di sé stesso in particolare della sua sfera privata (ancorché questa, pur presumibilmente ridimensionata, non si possa azzerare). Immagino che sia così, piaccia o meno ai diretti interessati, in questo tempo nel quale, oltretutto, sono diffusi modi assai intrusivi (e aggressivi) di “contatti sociali”; gli stessi del resto a cui prestano molta attenzione proprio coloro i quali rivestono quei ruoli direttivi per divulgare all'esterno, alla portata di tutti, ciò che ritengono utile dover comunicare, talvolta anche oltre il racconto della loro attività istituzionale. In verità ottenere consenso ed essere apprezzati dalla più vasta platea possibile costituisce un aspetto innegabile della condizione umana!

Anche per questa ragione, legata alla informazione e all'uso che se ne fa nel tempo presente, quale che sia la carica e quale che sia il modo si ottiene il “comando” mi pare illusorio pensare che si possa dismettere o sospendere ad intermittenza l'assunzione di un ruolo istituzionale anche quando in realtà non si esercitano funzioni connesse a quella carica. Non ho detto che sia impossibile, anzi talvolta è indispensabile – giuridicamente necessario – saper distinguere i differenti piani dell'agire individuale (si pensi al tema delicato delle immunità contemplate nell'ordinamento costituzionale in favore del libero e indipendente esercizio di alcune ben definite funzioni pubbliche) ma, in particolare per la pubblica opinione e, a maggior ragione per coloro si occupano di informazione, lo “scettro” resta saldamente nelle mani di chi se lo si ritrova: e proprio in ragione di tale posizione eminente ricoperta nella società costui finisce per essere “capillarmente” giudicato, apprezzato o denigrato, ben oltre la valutazione di come svolge la sua attività istituzionale.

Nessuna particolare meraviglia che si possa essere sotto la lente dell'informazione quando si è persona “interessante” per il grande pubblico; si perde in questi casi persino il pieno dispiegarsi della necessaria riservatezza che limita l'intrusività nella nostra invalicabile sfera privata. Naturalmente so bene che, in un contesto democratico e plurale, ci sono modi e procedure differenti per ottenere prestigiosi riconoscimenti, così come pure si riscontrano presidenze e direzioni di vario genere, alcune delle quali condizionate dall'operare, in parallelo, di altri organi, a loro volta, ricoperti da altri soggetti che potrebbero riuscire ad impedire financo il “governo del capo”. Tutte cose note, qui semplicemente richiamate per dire che è sempre oggettivamente interessante conoscere e divulgare quel pensa e dice un “capo” se si è un operatore dell'informazione.

Ciò succede in modo eclatante quando si ha la possibile di interloquire direttamente e pubblicamente con chi ricoprire una carica istituzionale di primario livello, di quelle cioè in grado di “posizionare” il Paese in una direzione o in quella opposta sul piano politico specie di rilievo internazionale.

Il Presidente del Consiglio Draghi qualche sera fa sapeva benissimo da sé che, pur essendo stato organizzato dal suo entourage un incontro con la stampa al fine di spiegare l'ennesima strategia governativa per fronteggiare la pandemia che ci affligge, era da considerarsi perfettamente logica la domanda di chi gli chiedeva, sebbene su altro e differente tema, di esprimersi “a caldo” sul noto episodio apparentemente “protocollare” di non banale rilievo, appena verificatosi nel corso di un incontro ufficiale tra il Presidente turco e i rappresentanti di due istituzioni europee.

E naturalmente sapeva altrettanto bene di dover fornire una sua risposta, senza poter nel frattempo sentire né gli altri capi di governo dei Paesi dell'Unione Europea e neppure riunire l'organo collegiale, il Consiglio dei ministri e confrontarsi con il ministro degli esteri!

¹²⁵ lacostituzione.info (11.4.2021) - <http://www.lacostituzione.info/index.php/2021/04/11/draghi-e-la-comunicazione/>

¹²⁶ Ordinario di Istituzioni di diritto pubblico Facoltà di giurisprudenza Università degli Studi di Brescia

Sarebbe stata comunque valutabile come una presa di posizione istituzionale della personalità che guida il Governo italiano – certo non eletto bensì nominato secondo un meccanismo conosciuto nella gran parte delle democrazie occidentali di tipo parlamentare – anche una risposta meno ruvida rispetto a quella fornita alla stampa riunita per parlare del piano vaccinale e che non è affatto piaciuta alla Turchia; sarebbe stato significativo lo stesso “no comment” magari giustificato con un’espressione perplessa del tipo “*non è questa la sede per parlare di questo argomento*”.

Altra considerazione.

Credo che al Presidente Draghi non sfugga affatto (o comunque non sfugge più) l’inevitabile, progressiva compenetrazione della sua figura nel nuovo e differente ruolo di guida politica dello Stato alla quale è giunto dopo essere o, meglio, proprio perché è stato uno stimato esponente del mondo economico e finanziario anche internazionale: si è probabilmente illuso chi ha pensato davvero che, in attesa di una nuova e dirimente prova elettorale generale da posticipare più in là possibile – anche per effetto dell’epidemia che non aveva consentito il ritorno alla normalità sul versante politico-istituzionale (e naturalmente... dopo aver eletto il Capo dello Stato, evento che non sarà posticipato perché si riuscirà a far votare i parlamentari in carica e anche i delegati regionali “in sicurezza”) – si sarebbe potuto distinguere agevolmente la sola sapiente gestione tecnica collegata al contrasto della pandemia e all’auspicato rilancio economico-sociale, affidata a Draghi e al suo Esecutivo lasciando fuori dall’orbita governativa e perciò accantonando tutto il resto, diciamo il pur impegnativo e davvero imprevedibile fronte politico residuo.

Vedremo come si svilupperà e se si consoliderà in ampiezza l’indirizzo perseguito dal Governo in carica e se nel suo concreto operare riuscirà a vedere confermata la sua amplissima maggioranza parlamentare di partenza. Per intanto il Presidente Draghi ha “battuto” qualche colpo, al momento non completamente decifrabile, con riguardo tanto alle *relazioni internazionali extra-europee* (si pensi alla stessa visita ufficiale, la prima compiuta, al caotico Stato libico) quanto a quelle interne alla sua maggioranza, difendendo con fermezza l’operato di uno dei ministri in carica – proprio quello posto alla guida della Sanità – oggetto di ricorrenti critiche da parte di una consistente componente che lo sostiene nelle Camere.

Questione chiusa? Dalle parole e dai toni del “capo” sembrerebbe di sì! Ma forse è ancora troppo presto per dirlo. Il Presidente del Consiglio in un sistema parlamentare democratico non è certo un dittatore e qualche condizionamento lo deve certo mettere nel conto ma anche di questo Draghi sembra avere assoluta consapevolezza.

COMMENTI/49

Aprile-Maggio 2021

Al governo la comunicazione cambia registro... e genere ¹²⁷

Da Paola Ansuini ad Antonella Dragotto, da Iva Garibaldi e Raffaella Calandra: le portavoce di Mario Draghi, Daniele Franco, Giancarlo Giorgetti e Marta Cartabia riportano le relazioni istituzionali al rigore, ma col sorriso

Monica Setta ¹²⁸

C'era una volta un tempo in cui esistevano i poteri forti e il più forte di tutti era la Fiat di Agnelli & Romiti. Lo stile dell'Avvocato e del Dottore sono rimasti da allora inimitabili, malgrado milioni di tentativi velleitari e senza futuro. Quegli abiti perfetti di taglio, la falcata netta eppure soave, un modo di parlare mai sopra le righe definivano quei capitani coraggiosi che fino all'avvento di Mario Draghi erano spariti dalla scena finanziaria. Era un mondo elegante che comunicava attraverso gente che aveva stile.

Personalmente ricordo la bellezza di Noris Morano e la sua sapienza nel gestire cose complesse in modo semplice e perfino accattivante. Per molto tempo, dopo la fine di "quella" Fiat, a comunicare c'erano soltanto maschi e spesso senza neanche troppa classe. È per questo che il mondo giornalistico (non solo romano) ha accolto con gioia l'arrivo di Paola Ansuini, portavoce di Draghi a palazzo Chigi, donna di capacità e misura che ha già dimostrato come si fa (bene e senza esagerare). Paola, come ricorda Ettore Maria Colombo, ama Bach e adora parlare in inglese.

Dal ministro del Tesoro Daniele Franco arriva un'altra ex Bankitalia, la bionda Antonella Dragotto. Antonella ha scritto un libro con la brava Janina Landau responsabile della sede romana di Class Cnbc dal titolo "Comunicatrici".

Iva Garibaldi, giornalista tosta e sorridente, per anni capo ufficio stampa della Lega e ombra di Matteo Salvini, segue il ministro dello sviluppo economico Giancarlo Giorgetti, mentre da Erika Stefani (ministro della Disabilità) arriva un'altra bravissima, Cinzia Iovino. La fascinosa Raffaella Calandra è con il Guardasigilli Marta Cartabia; ex vicedirettore della Scuola di giornalismo Walter Tobagi e inviata di giudiziaria di Radio 24, la Calandra è una di quelle che non gira intorno alle cose. Se è sì è sì, altrimenti niente. La valanga rosa delle comunicatrici del governo Draghi (la lista è incompleta) si ispira complessivamente allo stile del premier, asciutto e rigoroso ma con il sorriso sulle labbra.

Tutte molto chic, chi in pantaloni, altre in tailleur, borse firmate e tacco 12, ricordano un tempo in cui eravamo tutti più seri ed eleganti. Tempo bello che forse, per ora, un po' è tornato. L'importante, come annota Prima comunicazione, è che siano molte di più le donne impegnate ad interfacciarsi con la stampa e che dunque la "narrazione" di questo esecutivo Draghi sia opera loro. Non è solo per difendere un punto di vista "di genere"; le donne, noi donne, sappiamo essere più articolate e abbiamo registri molteplici in situazioni complesse come questa attuale legata alla pandemia Covid 19.

E gli uomini intelligenti come il premier sanno che fidarsi di alcune (le migliori, of course) è una scommessa vinta in partenza. Siete d'accordo?

¹²⁷ [economymagazine.it \(18.4.2021\) - https://www.economymagazine.it/economy/2021/04/18/gallery/al-governo-la-comunicazione-cambia-registro-e-genere-48231/](https://www.economymagazine.it/economy/2021/04/18/gallery/al-governo-la-comunicazione-cambia-registro-e-genere-48231/)

¹²⁸ Giornalista, scrittrice e conduttrice televisiva (TMC, La 7, Rai2, Rai1 Canale 5).

COMMENTI/50

Aprile-Maggio 2021

Il tema “comunicazione” appare al “minimo sindacale” nel documento PNRR ¹²⁹

Stefano Rolando¹³⁰

Il Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR) – intitolato “#Nextgenerationitalia”, con il logo “Italia domani” in copertina, è stato presentato ieri alla Camera dal presidente Mario Draghi, allo scopo di ottenere un voto che riporti al Consiglio dei Ministri le determinazioni definitive per l’inoltro alla Commissione Europea entro la scadenza del 30 aprile.

Il documento è di 273 pagine, articolato in *Obiettivi generali* (1), *Riforme e investimenti* (2, in cui magna pars è costituita dalle 6 centrali *Missioni*), *Attuazione e monitoraggi* (2) e *Valutazione dell’impatto macroeconomico* (4)

A pagina 243 del capitolo sull’*Attuazione e il monitoraggio* un breve paragrafo di 183 parole introduce – per l’unica volta, cioè senza declinare il tema nelle varie articolazioni del Piano – l’espressione “Comunicazione”. Sostanzialmente riferisce alla “Cabina di regia” un mandato di relazionamento e trasparenza (rispetto a “stakeholder e cittadini”) e prevede un “portale dinamico” che sia aperto anche al tema dei “benefici per il Paese”, ovvero la dimostrazione di efficacia.

E’ il “minimo sindacale” che in democrazia si deve scrivere quando si muove una manovra progettuale generalizzata tesa a produrre immense risorse e a coinvolgere la vita e il lavoro di quasi tutto il Paese.

Ma non traspare nessuno spunto “organizzativo” teso a specificare ambiti e funzioni coinvolte e, soprattutto, anche poche parole per immaginare che anche in questo ambito sono necessarie se non “riforme” rilevanti adeguamenti e correttivi. Tecnologici, sociali, culturali e professionali.

Le *Premesse* a firma del presidente Draghi sono un testo breve di 2000 parole. Non vi è traccia di questa preoccupazione se non riferita ad una delle insufficienze di trasformazione digitale della PA: “*La scarsa familiarità con le tecnologie digitali caratterizza anche il settore pubblico. Prima dello scoppio della pandemia, il 98,9 per cento dei dipendenti dell’amministrazione pubblica in Italia non aveva mai utilizzato il lavoro agile*”. La struttura del testo corrisponde a una narrativa di corrispondenza tra destinazione delle risorse e strumenti di attuazione. Si capisce che l’approccio relazionale-cognitivo non è abituale in questo genere di testi, anche quando è in gioco il problema oggettivo di essere documenti compresi e partecipati. Qualche rinvio indiretto potrebbe venire attorno all’espressione di “*promozione della concorrenza*” (ma si capirà solo nel quadro di quella misura quanto esso sarà lambito da questa preoccupazione).

Dal documento “Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR)”

COMUNICAZIONE

Nel corso dell’attuazione del Piano, anche in raccordo con la Commissione Europea, sono garantite attività di informazione e comunicazione mirate al coinvolgimento di tutti i target di riferimento, dagli stakeholder fino al grande pubblico, secondo un’apposita strategia rispondente agli indirizzi comunitari in materia.

In particolare, tali iniziative, destinate a dare piena diffusione del Piano, garantiscono adeguata visibilità ai risultati degli investimenti e al ruolo dell’Unione europea nel sostegno offerto, e adempiono a quanto previsto dall’articolo 34 del Regolamento (UE) 2021/241.

PIANO NAZIONALE DI RIPRESA E RESILIENZA ATTUAZIONE E MONITORAGGIO

#NEXTGENERATIONITALIA 244

In tale contesto, il Portale PNRR costituisce la finestra di comunicazione del Piano. Si tratta di un portale dinamico che si adatterà nel tempo alle esigenze dei cittadini e faciliterà il coinvolgimento attraverso una comunicazione chiara e accessibile del PNRR e dei suoi benefici per il Paese.

L’esperienza offerta dal nuovo portale si basa su quattro principi guida: trasparenza, semplicità, immediatezza e personalizzazione. L’aspetto dinamico, inoltre, è un elemento vitale sia per soddisfare la necessità di tenere informato il pubblico in continua evoluzione sia nell’approccio alla produzione editoriale e alla condivisione dei dati.

¹²⁹ *Rivista italiana di comunicazione pubblica* – Note – FB (27.4.2021)

¹³⁰ Direttore di *Rivista italiana di comunicazione pubblica*

COMMENTI/51

Aprile-Maggio 2021

Fare politica senza i like: comunicare come Draghi ¹³¹

Per dirimere la questione fra comunicativisti e silenzisti bisogna comprendere la strategia dietro le tattiche

Nicola Bonaccini¹³²

Vicini al traguardo dei 100 giorni, che spesso identificano il carattere di un esecutivo, e dopo un anno di pandemia in cui ci è apparso chiaro che “nulla sarà più come prima”, viene da chiedersi se anche la comunicazione politica ovvero i modi, gli stili e le tattiche dei nostri uomini e donne di stato, dovrà cambiare per mantenere il contatto con le persone. Dal 13 febbraio, giorno dell’arrivo del “governo dei Migliori”, fiumi di inchiostro analogico e digitale sono scorsi per analizzare, e a volte riempire, quel silenzio così anomalo del premier Draghi. Chi ingenuamente gli consigliava di scendere nell’agone mediatico “*altrimenti qualcun altro colmerà il vuoto*” e chi invece attribuiva significati a quell’assenza di parole definendolo addirittura, per citare Mario Ajello su Il Messaggero, *silenzio eloquente*.

Per orientarci serve, innanzitutto, riequilibrare il ruolo della comunicazione togliendole il primato strategico e riportandola al suo vero compito: quello di strumento tattico.

Se la comunicazione viene prima della politica o si sviluppa in modo clichettato, crea solo mode momentanee e personaggi in commedia che, tra l’altro, non tutti possono permettersi di interpretare. A distanza di tempo, è ormai evidente che quei consigli che lo spin doctor del primo Obama diede a Mario Monti, quando si apprestava a fondare Scelta Civica, ovvero di diventare quello che, apparentemente, non era mai stato nei suoi primi 70 anni di vita e di carriera, determinarono il flop del progetto. Poiché il leader arruffapopoli del nuovo millennio deve essere percepito come empatico, si decise di “umanizzarlo” e quindi, via il Loden e largo alle chiacchierate nel talk con “birretta” della Bignardi. Andò molto male.

È facile dirimere la questione fra comunicativisti e silenzisti, se ci si concentra sul comprendere la strategia dietro le tattiche.

Ha indubbiamente ragione Claudio Velardi quando ricorda che “veniamo da anni di escalation comunicativa: da Berlusconi a Renzi, fino all’apoteosi casalinian-contiana” dove la comunicazione ha spesso sorpassato la politica rendendo addirittura protagonisti i portavoce, a volte a scapito dei loro leader.

Rocco Casalino, portavoce di Giuseppe Conte, aveva un compito diverso rispetto a quello di Paola Ansuini, attuale capo ufficio stampa di Palazzo Chigi. L’ex gieffino doveva costruire l’immagine di un uomo politico che fino al 20 agosto del 2019, giorno dello storico discorso in Senato e della fine del primo governo della XVIII legislatura, era considerato un vaso di coccio fra quei due vasi di ferro dei suoi vice. L’*“avvocato del popolo”* doveva diventare leader di un popolo allora non precisato e che oggi è il M5S.

Possiamo affermare o dedurre che l’obiettivo dell’ex-banchiere centrale sia lo stesso? Se, per esempio, fosse quello di salire sul colle più alto di Roma, la cui ascesa necessita di un largo consenso parlamentare, magari proprio lo stesso che sta sostenendo il suo governo, avrebbe senso esporsi, dividere, trattare?

Il focus ce li dice la rassegna stampa che ogni mattina varca il salottino giallo di Chigi verso lo studio del presidente: molto corposa, a base di politica interna e retroscena quella di Conte, molto più snella e focalizzata su economia e politica internazionale quella di oggi.

La forza di Draghi

La forza di Draghi è proprio quella di essere quello che è e speriamo che la tentazione di reagire frontalmente a questa o quella provocazione malpancista non lo convinca a cambiar strada.

A vedere la prima conferenza stampa del suo governo, quella con Gelmini, Speranza e i protagonisti del CTS, qualcuno potrebbe pensare a uno stretto ritorno del metodo base della comunicazione istituzionale: si parla solo quando si ha qualcosa da dire e non da promettere. Altra illusione. Quando comunichi alla moltitudine

¹³¹ Huffingtonpost.it (3..5.2021) - https://www.huffingtonpost.it/entry/fare-politica-senza-i-like-comunicazione-come-draghi_it_608fb94de4b0462027096ae0

¹³² Giornalista ed esperto di comunicazione presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri

dei cittadini, quando sei nell'ambito della comunicazione pubblica, ci sei con tutti e tre i suoi aspetti insieme: istituzionale, sociale ma anche politico, generando inevitabilmente reazioni e aspettative.

Fai comunicazione politica non solo quando ti colleghi in diretta Facebook ma anche, forse soprattutto, quando detti l'agenda, quando le tue parole trasformano il resto in rumore di sottofondo.

Solo così possiamo capire il significato della richiesta perentoria di bloccare l'export fuori continente delle dosi di Astrazeneca, della militarizzazione della campagna vaccinale, della presa di posizione contro quei dittatori con cui serve tuttavia cooperare finanche della predica ai saltafila dei vaccini.

La politica e il suo aspetto comunicativo ci sono ma a un livello diverso, spesso sovraordinato, per cui alle consuete polemiche sul significato del 25 aprile si risponde, con tono quirinalizio, elogiando i valori repubblicani o alla consueta sobrietà diplomatica si contrappone la schiettezza del "i dittatori, chiamiamoli per quel che sono".

Il cambio di premiership sta segnando una novità più che dal punto di vista della comunicazione, che ha semmai ritrovato la sua anima istituzionale finita in un cassetto da qualche lustro, nello scenario politico che sembra andare verso il tramonto del populismo a vantaggio del ritorno dell'elitismo.

In un recente incontro virtuale con gli studenti dell'Università di Padova, alla domanda sugli effetti politici della pandemia, mi è capitato di ripercorrere le caratteristiche degli esponenti di partito e di governo delle cosiddette nostre tre repubbliche. I primi avevano una carriera condizionata dalla presenza delle scuole di partito, dalla selezione sul campo e soprattutto dal peso dei voti. L'onorevole era il bacino elettorale che rappresentava.

Poi la mediatizzazione della politica che ha portato in pochi decenni dalla territorialità al casting, per cui il seggio non si pesa coi numeri elettorali ma con la notorietà e con la vicinanza al centro di potere. Da ultime, la virtualizzazione della propaganda e della selezione hanno portato a una classe dirigente non più guidata da principi identitari e non negoziabili ma ad un'iconoclastia che, a quanto pare, non riesce a passare dalla protesta alla proposta ma semmai alla trattativa, purché si governi. Il tetris politico degli ultimi tre esecutivi ne è ampia conferma.

In quest'ultimo scenario il nemico nella protesta, diventa poi l'amico nella proposta. Mario Draghi era il simbolo del male a cui venivano indirizzati parte degli impropri dai palchi del Vaffa o dalle sagre della bassa e oggi è il protettore dello spread, l'ecologista convinto, il garante del PNRR e il primo difensore dell'indispensabile Europa. La pandemia ha probabilmente rimesso al centro il valore dell'elitismo con l'ascensore, quel principio secondo il quale faccio quello che mi dice lo scienziato arcinoto per le sue pubblicazioni e non seguo le magie dello stregone. Lo stesso principio secondo il quale è più strategico mandare alle trattative chi ha il curriculum alla "whatever it takes".

Cosa c'è da imparare e di cui approfittare?

Un recente sondaggio dell'Istituto Piepoli mostra come, da febbraio a oggi, premiano solo la coerenza e le scelte nette. Il consenso non è frutto delle frasi ad effetto ma della chiarezza e della congruenza dei messaggi e quindi per definizione di un percorso medio-lungo e non estemporaneo.

Che fare allora, per rispondere alla domanda iniziale?

Avere una visione, di parte. "Non si può scrivere un romanzo politico senza un indice e senza partire dalla conclusione. Allo stesso tempo non si può fare politica solo con la comunicazione" dicevamo in un precedente articolo. La politica del "purché si governi" somiglia agli opportunismi della Prima Repubblica e sappiamo com'è andata.

Mettere prima la politica e poi la comunicazione. Vince chi si posiziona in modo chiaro e offre alle persone idee non negoziabili e non sacrificabili sull'altare delle poltrone. Prima la strategia e poi la tattica, non viceversa. Prima pensiamo a cosa dire, a chi dirlo, con quale orizzonte e solo dopo, di conseguenza, il titolo strappalike e non viceversa.

Aggiungere il "come" e il "quando" al "cosa". La classica annunciate, in un contesto ormai stremato dalle paure per i contagi e dalle incertezze per il futuro, non solo non funziona ma è controproducente. Serve un PNRR anche alla politica che oggi ha bisogno, più che mai, di motivare ma allo stesso tempo di staccarsi da certe promesse vuote. Serve dare un orizzonte misurabile.

Probabilmente, i politici post-pandemia dovranno essere più visionari per immaginare nuovi futuri, più competenti per realizzarli e più strategici per riuscirci. *Nos eligere optimus.*

COMMENTI/52

Aprile-Maggio 2021

Cento giorni di Draghi. Fenomenologia di un leader ¹³³

Francesco Corbisiero ¹³⁴

Semplifica, media, sfugge alla dittatura del sentiment. Un bilancio degli esordi tra politica e comunicazione. Girotondo fogliante con Panebianco, Campi, Comin e Velardi

Cento giorni sarebbero un periodo di tempo sufficiente per tracciare il bilancio dell'esordio di un governo guidato da chiunque, non in questo caso. Impeccabile civil servant abituato alla mediazione, stimato e conosciuto nelle cancellerie continentali e nelle istituzioni europee, Mario Draghi giurava nelle mani del presidente della Repubblica il giorno di San Valentino, poco più di tre mesi fa. Per l'occasione, l'emergenza sanitaria scompaginava il cerimoniale e imponeva ai ministri la distanza di sicurezza di un metro di fronte ai flash dei teleobiettivi. Niente assembramenti, anche le intese sono larghe. Da allora, sembra cambiato tutto. Dopo alcune incertezze, il piano d'immunizzazione ha conosciuto un'intensa accelerazione: è bastato semplificare, accentrare, cambiare qualche nome. I nomi, appunto. Il metodo dello spoil system è stato applicato in rapida successione a diversi ruoli apicali: fuori tutto il comitato tecnico-scientifico, Borrelli, Arcuri, Vecchione, Parisi; dentro Curcio, Figliuolo, Belloni e più poteri a Nicastro. Il piano per accedere al Recovery Fund riveduto e corretto, e soprattutto ampliato nella parte che riguarda le riforme da approvare, è stato presentato e si attende ora il vaglio della Commissione europea. "In questo caso, la partita è alle battute iniziali e appare da subito complicatissima, perché saremo valutati sulla base dei risultati, non delle intenzioni", spiega al Foglio Alessandro Campi, professore di Scienza Politica all'università di Perugia. "L'Ue – prosegue – non cederà su nulla e i tempi stringono. In più, le regioni hanno dato prova di non essere attrezzate per l'investimento dei fondi europei e l'apparato ministeriale ha dimostrato di andare in tilt quando si occupa di grandi piani d'investimento pubblici". E qualcosa ha cominciato a muoversi pure nel cantiere delle riforme, ma serve responsabilità. "Il principale punto debole mi sembra la maggioranza parlamentare su cui poggia il governo, per niente riformista e molto divisa su temi cruciali come immigrazione o giustizia", nota Angelo Panebianco, professore emerito dell'Università di Bologna.

Entrambi gli accademici concordano sul maggior punto di forza dell'esecutivo: proprio lui, il capo del governo. "La sua capacità di relazione e il prestigio acquisito a livello internazionale fanno di lui un interlocutore ascoltato in Europa e negli Stati Uniti" aggiunge Panebianco. Merito delle parole che dice, quando parla. "Rassicuranti per lo spessore intellettuale che contengono e per la loro semplicità: ognuna ne sottende molte altre e tutte vanno a segno. Così le ha descritte una mia parente. Non mi sento di darle torto", riconosce Claudio Velardi, già spin doctor ai tempi di Massimo D'Alema a Palazzo Chigi. Perché così tanta riluttanza, allora, nel rilanciarle? "Primo: perché Draghi è cresciuto da grand commis nel mondo della finanza, dove questo modo di porsi rappresenta la prassi. Secondo: al momento non ha bisogno di raccogliere intorno a sé un consenso elettorale", ci dice Gianluca Comin, docente di strategie di comunicazione alla LUISS Guido Carli.

Se sul terreno politico chi lamentava la scarsa rottura rispetto al recente passato si è dovuto presto ricredere, sul piano della comunicazione è stato il premier ad adeguarsi, mantenendo però una postura tutta sua. Arrivato nella stanza dei bottoni, l'ex numero uno della Bce si è messo alla ricerca nientemeno che di un social media manager. Anche perché, in sua assenza, i cahier de doléances degli utenti della rete cominciavano ad arrivare a pagine Facebook non ufficiali, gestite da giovani supporters impazienti di rispondere con ironia e abbondante fantasia. A inizio aprile, la svolta: una profilo su cui diffondere ogni aggiornamento sull'agenda. Nome disadorno, numero di fan nell'ordine delle centinaia di migliaia, post scritti in terza persona singolare, nessuno escluso. La scelta è stata quella di spersonalizzare: zero dirette a tu per

¹³³ Ilfoglio.it (22.5.2021) - <https://www.ilfoglio.it/politica/2021/05/22/news/cento-giorni-di-draghi-fenomenologia-di-un-leader-2428872/>

¹³⁴ Master in Giornalismo all'Università Cattolica di Milano. E' praticante giornalista.

tu, nessuna dichiarazione ficcante, niente foto piacione, bando a qualsiasi contenuto in grado di strizzare l'occhio ai gusti dell'utente. La linea va dettata, non inseguita, e la linea è istituzionale. Lecito allora chiedersi se tramonti la comunicazione ad ogni costo o siamo di fronte all'eccezione che conferma la regola. Davvero Draghi può sovvertire questa dinamica? "Non credo, almeno non fino a quando non s'imporrà un nuovo modello", osserva con scetticismo Comin. "La comunicazione sobria e misurata di Draghi è soltanto un intervallo da quella gridata dei predecessori e – com'è probabile – dei successori". Per altri, la cesura è ben più netta, forse addirittura irreversibile. *"Prima vivevamo nella bolla della comunicazione politico-istituzionale italiana, cresciuta a dismisura durante tutta la Seconda Repubblica e oltre. A contatto con la realtà drammatica della pandemia, non ha retto, è scoppiata"* chiarisce Velardi.

E il nuovo stil Draghi, al contrario, riuscirà a resistere, magari influenzando gli attori politici, economici e sociali – in altri termini, le classi dirigenti? Secondo Comin *"si viene eletti dal popolo, ma si governa grazie alle élite. La disintermediazione le ha molto indebolite e deresponsabilizzate, ma Draghi potrebbe riportarle a un ruolo attivo, in termini di forma, ma anche di contenuto. Credo che i corpi intermedi ne beneficerebbero, ma serve anche volontà, intelligenza e serietà da parte loro per conservare la propria credibilità"*.

COMMENTI/53

Giugno-Luglio-Agosto 2021

Comunicazione politica e registro emozionale durante il Covid-19 ¹³⁵

Emiliana De Blasio ¹³⁶

Durante la crisi derivante dalla pandemia da Covid-19 (anzi una meta-crisi, come è stata definita per la sua capacità di contenerne e generarne molte altre), l'Italia ha fatto da apripista per gli altri Paesi occidentali, inaugurando nuove pratiche di governance e di comunicazione di crisi. Al di là delle parole, la comunicazione è fatta anche di scambio emotivo; inoltre, nel contesto di frammentazione ideologica tipico della post-sfera pubblica, le emozioni diventano esse stesse un veicolo necessario a costruire una relazione tra cittadini e istituzioni. Non è un caso che molti autori abbiano sostenuto la necessità di sostituire (o affiancare) il concetto di opinione pubblica con quello di "emozione pubblica".

Lo studio sulla comunicazione del Presidente del Consiglio Giuseppe Conte (pubblicato sulla rivista in open access *Frontiers in Political Science*) ha interessato 58 discorsi pronunciati durante la prima ondata della pandemia. Sono stati rilevati quattro punti nodali, ovvero modalità con cui è stato descritto e interpretato il ruolo delle istituzioni nei confronti di quattro soggetti:

- 1) i cittadini e le imprese;
- 2) le regioni e gli enti locali;
- 3) la politica e, segnatamente, il Parlamento;
- 4) i Paesi alleati. Per ciascun punto nodale analizzati gli argomenti trattati, i dispositivi retorici e il repertorio emozionale.

La comunicazione del Presidente Giuseppe Conte è stata caratterizzata da un repertorio emozionale ambivalente: da una parte, i temi della preparazione del sistema sanitario e dell'efficacia delle misure di contenimento sono stati affrontati con una strategia di mitigazione mirante a indurre fiducia e tranquillità. Dall'altra, il tema del supporto economico alle imprese e alle famiglie è molto più drammatizzato. Conte cerca di costruire una relazione di empatia con i cittadini, mostrando di comprendere e condividere le loro difficoltà e i loro sacrifici. È sempre al centro della scena per spiegare, nel modo più diretto e disintermediato possibile, le azioni intraprese e le modalità con cui si è arrivati alla decisione. La drammatizzazione di una relazione di empatia tra il governo e i cittadini è funzionale alle strategie di legittimazione per le politiche adottate; in questo modo, chiunque critichi il leader o le sue decisioni sembrerebbe dimostrare insensibilità nei confronti delle sofferenze patite dai cittadini.

Anche nella relazione con gli enti locali, le regioni e le forze di opposizione si predilige una sorta di mitigazione emotiva, volta ad attenuare il conflitto politico (secondo il meccanismo noto come "rally round the flag"): gli appelli all'unità nazionale, alla collaborazione, al dialogo e alla trasparenza sono usati, o per meglio dire esibiti, frequentemente. È nella relazione con i partner internazionali, soprattutto quelli europei, che la comunicazione di Conte acquisisce una maggiore drammaticità. I negoziati con l'Unione Europea e con i capi di Stato dei vari Paesi membri sono la vera sfida che l'Italia deve affrontare. Su questo tema abbiamo riscontrato una completa sovrapposizione simbolica tra il successo del leader nei negoziati e la salvezza dell'Italia: le qualità personali esibite dal leader (determinazione, orgoglio, capacità di visione) sono indicate come decisive. Nel breve termine, la popolarità dell'ex premier ha beneficiato di questa strategia di comunicazione. Tuttavia, le conseguenze di medio-lungo termine che si possono intravedere riguardano l'affermazione di un paradigma emozionale disgiunto dal contesto di crisi, che interessa non solo i leader politici, ma anche quelle strutture di ancoraggio che tengono salde le istituzioni democratiche. In particolare, all'interno delle tradizionali modalità utilizzate nella comunicazione politica per rafforzare l'accountability, l'uso di un registro emozionale sta assumendo sempre maggiore centralità, a scapito della trasparenza delle procedure decisionali. Questa tendenza, peraltro, si colloca in maniera coerente in una sfera pubblica fortemente polarizzata e frammentata.

¹³⁵ Open Luiss (16.6.2021) - <https://open.luiss.it/2021/06/16/comunicazione-politica-e-registro-emozionale-durante-il-covid-19/>

¹³⁶ Vice-direttrice del CMDI – Centre for Media and Democratic Innovation "Massimo Baldini" della Luiss, dove insegna Sociologia della comunicazione e Media, gender e politica.

COMMENTI/54

Giugno-Luglio-Agosto 2021

Draghi: 'L'eterologa funziona, io la farò, ma c'è libertà di scelta'¹³⁷

Speranza: 'Nessuna obbligatorietà per i vaccini'. Figliuolo: 'Con l'eterologa la campagna vaccinale non rallenta'

Redazione ANSA

19 giugno 2021

"L'eterologa funziona, io sono prenotato martedì". Lo dice il premier Mario Draghi in conferenza stampa parlando dei vaccini nella sala polifunzionale della presidenza del Consiglio.

Al punto stampa partecipano anche il ministro della Salute Roberto Speranza e il commissario all'emergenza Covid Francesco Paolo Figliuolo.

Videoregistrazione al link

https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2021/06/18/attesa-per-la-conferenza-stampa-di-mario-draghi_629807fe-f2bd-426d-9dd5-91e5b53fcf0.html

Ho più di 70 anni" e la prima dose con Astrazeneca "ha dato risposta bassa e mi si consiglia di fare l'eterologa. Quindi funziona per me e ancor più vero funziona per chi ha meno di 70 anni e meno di 60 anni", dice il premier. "La cosa peggiore che si può fare è non vaccinarsi o vaccinarsi con una dose sola", afferma **Mario Draghi**.

"Se uno ha meno di 60 anni e gli è stato proposto di fare l'eterologa ma non vuole, questa persona è libera di fare la seconda dose di Astrazeneca purché abbia il parere del medico e il consenso informato, bene".

La cosa peggiore è non fare la seconda dose, ribadisce Draghi.

"Nonostante tutta la confusione, è straordinario come la popolazione non mostri l'intenzione di diminuire la vaccinazione e di non vaccinarsi, è straordinario. Rispetto ad altri Paesi, è uno dei comportamenti più ammirevoli, ricordiamocelo", sottolinea Draghi aggiungendo: "Pronti a chiarire ogni confusione ma il comportamento è veramente costante e straordinario".

"Non c'è alcun motivo" di temere "che ci sarà un rallentamento" nella campagna vaccinale. "Anzi, ci sarà maggiore libertà di scelta, quindi non c'è motivo per temere un rallentamento", sottolinea Draghi. "Bisogna cercare tutti coloro che non si sono ancora vaccinati, i cinquantenni, questa è la sfida che abbiamo noi da vincere. Non so quanti siano ma questi sono quelli che si ammalano, in maniera grave e devono essere vaccinati".

"Domani inoltrerò la richiesta al Cts perché ci dica se possiamo togliere la mascherina o no", lo dice il premier aggiungendo: "Ma non ci sono date". "Sullo stato di emergenza decideremo quando saremo vicini alla scadenza".

*"Nel nostro Paese è stato disposto l'obbligo per il vaccino anti-Covid per gli operatori sanitari e ciò è giusto ma in questo momento non c'è la previsione di altri tipi di obbligatorietà. Vediamo una risposta positiva dei nostri cittadini e la campagna continuerà ". Lo ha detto il ministro della Salute, **Roberto Speranza**.*

È stata già fatta tutta la pianificazione e riprogrammato con le regioni affinché siano già assicurate dosi con l'eterologa per tutto giugno, a breve per tutto luglio. Si tratta di 990mila cittadini che saranno vaccinati con mRNA e quindi non ci saranno rallentamenti, il ritmo resterà di 500mila somministrazioni al giorno". Così il Commissario per l'Emergenza, **Francesco Figliuolo**.

¹³⁷ https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2021/06/18/attesa-per-la-conferenza-stampa-di-mario-draghi_629807fe-f2bd-426d-9dd5-91e5b53fcf0.html

COMMENTI/55

Giugno-Luglio-Agosto 2021

Draghi e la comunicazione istituzionale ¹³⁸

Giuseppe Donato ¹³⁹

Nell'immaginario collettivo dell'italiano medio ha ormai preso piede l'assoluta convinzione che nel posizionare il premier Mario Draghi sulla poltrona più ambita dagli uomini e dalle donne partito che dominano l'italica scena politica (a chiacchiere e solo quando tutto va bene!), avrebbe giocato un ruolo non marginale quella famosa troika (di cui faceva parte egli stesso!) per lungo tempo impegnata informalmente a difendere i creditori ufficiali nelle operazioni di negoziazione con i paesi che rischiavano di subire l'onta del default, se non altro per garantire l'onorabilità dei capitali investiti dalla BCE con l'operazione Quantitative Easing, grazie alla quale l'Italia è riuscita a mantenere la permanenza nel club dei 27 paesi membri, urtando e non poco la sensibilità di colossi come la Germania e i cosiddetti paesi frugali, che in occasione della ripartizione delle risorse del Recovery Fund accordate al nostro paese (209 miliardi circa), non hanno risparmiato critiche feroci al Governo italiano, spesso ritenuto poco credibile in materia di riduzione del debito pubblico e avvio delle riforme strutturali.

Restava flebile però il dubbio che all'economista Mario Draghi non corrispondesse un omologo statista oppure che non gli fosse consentito in quest'ultima veste di muoversi con assoluta libertà, finendo per replicare certe costrizioni alle quali ci aveva abituato il precedente premier con la pochette, sovente tirato per la giacchetta nelle due edizioni governative (gialloblù e giallorosa) sorte dall'inconcludente risultato delle elezioni politiche del 2018.

Almeno ciò trapelava dalle traballanti e stitiche conferenze stampa alle quali ci aveva abituato il premier fino a ieri (18/6, ndr), quando, in preda ai bollori dettati dall'inconcludenza di alcuni membri dell'esecutivo (il ministro Speranza sembrerebbe in dirittura d'arrivo!), si è presentato ai giornalisti smontando e smentendo quanto di fatto comunicato nei giorni precedenti da Ema, Aifa, Cts e Ministero della Salute in merito al prosieguo della campagna vaccinale dopo il pasticcio messo in scena dal combinato disposto Speranza-Figliuolo-Regioni, culminato nell'ennesimo balletto dei limiti di età per la somministrazione del preparato anglo-svedese AstraZeneca.

Apriti cielo! Lo stesso premier comunicava ai giornalisti di aver programmato la conclusione del suo ciclo vaccinale preferendo la somministrazione eterologa (mix vaccinale) avendo ricevuto come prima dose AstraZeneca e resosi conto del magro risultato anticorpale generato dalla stessa!

Ma come, non si era detto che gli over 60 dovevano completare il ciclo vaccinale con la seconda dose di AstraZeneca e che la stessa era preclusa invece ai 18-60enni che avrebbero dovuto proseguire con una dose di siero mRNA (Pfizer o Moderna)?

No problem! SuperMario ha compensato la magra figura rimediata con il cambio al volo della sua somministrazione, promettendo ai 18-60enni di poter scegliere sotto la propria responsabilità (perché prima di chi era la responsabilità?), dopo aver ricevuto adeguate informazioni dal medico vaccinatore sui rischi che si corrono con la somministrazione del vaccino AstraZeneca, di procedere con l'inoculazione di una seconda dose omologa alla prima, ma alternativa a quella che resta comunque consigliata dal Cts ovvero quella a mRNA.

E vissero tutti felici e contenti (almeno fino alla prossima conferenza stampa del premier)!

P.S.: SuperMario ha avuto parole di biasimo anche per i supporters della conclusione dello stato di emergenza, attualmente fissata per il 31/7, ritenendo prematuro parlarne in anticipo di un mese e mezzo circa e tanto per cambiare tra questi "facinorosi" pare che ci fosse anche il ministro Speranza, reo di aver anticipato il tema nei giorni scorsi. *Intelligenti pauca.*

¹³⁸ Thisisacri.it (20.6.2021) - <https://www.thisisacri.it/draghi-e-la-comunicazione-istituzionale/>

¹³⁹ This is Acri è un blog di informazione che raccoglie le principali notizie che interessano Acri e più in generale l'intero comprensorio. Per contattate la redazione thisisacri@gmail.com

COMMENTI/56

Giugno-Luglio-Agosto 2021

Così Draghi ha deciso il filo diretto con il Cts: troppe «vischiosità» in certi ministeri¹⁴⁰

La linea di Palazzo Chigi: no a sbandamenti sulla campagna. Messaggi incompleti o imprecisi alimentano le polemiche
Monica Guerzoni ¹⁴¹

È l'ultimo miglio, l'ultimo tratto di strada verso il ritorno alla vita e alla libertà, premesse indispensabili per la ripresa economica e sociale del Paese. E Mario Draghi, con la conferenza stampa lampo di venerdì sera sui vaccini, ha fatto capire al convoglio del governo che non accetterà altri sbandamenti sul binario della lotta alla pandemia, che per il presidente del Consiglio è il più importante. Il modo e il tono con cui il premier ha messo la (sua) faccia sulla vaccinazione eterologa per tranquillizzare i dubbiosi, diradare la nebbia degli ultimi giorni e dare lo sprint alla campagna, è solo la parte più visibile della strategia con cui vuol prendere per mano gli italiani e portarli fuori dall'emergenza. La triangolazione tra presidenza del Consiglio, ministero della Salute e struttura del commissario Francesco Paolo Figliuolo sarà sempre più stretta e dalla sala comandi di Palazzo Chigi si intensificheranno le comunicazioni con i «big» del Comitato tecnico scientifico, Franco Locatelli e Silvio Brusaferrò. Raccontano che la fiducia di Draghi verso Roberto Speranza non sia mutata: il premier lo stima, apprezza il suo lavoro, non ha in mente commissariamenti o ridimensionamenti di sorta del ministro e non era certo lui il bersaglio del pubblico richiamo di venerdì. Ma il problema a quanto si dice ai piani alti del governo esiste e riguarda la struttura del dicastero della Salute, da cui negli ultimi tempi sarebbero usciti messaggi imprecisi o incompleti, o comunque non in linea con la «trasparenza totale» con cui Draghi ha deciso di affrontare l'emergenza Covid e la campagna vaccinale. Se il Comitato tecnico scientifico afferma che Johnson&Johnson è equiparabile ad AstraZeneca e poi dagli uffici del dipartimento Prevenzione della Salute escono documenti che non ne parlano, un governatore come Vincenzo De Luca può costruire una polemica politica gridando ai quattro venti che, sui vaccini a vettore virale, «la posizione del ministero non è definita in modo chiaro e vincolante». Simili perplessità Draghi e il suo staff nutrono nei confronti della struttura del ministero dell'Istruzione, che come quella della Salute non implementa o a volte o persino intralcia le scelte del governo. Anche sulla scuola da qui a settembre si dovranno prendere decisioni importanti per la vita di milioni di famiglie, ragazzi e bambini e sembra che Draghi sia molto infastidito dalla «vischiosità» di certi uffici e settori della pubblica amministrazione, abituati da decenni a fare il bello e il cattivo tempo grazie alla «santa alleanza» con i sindacati. Insomma, quando il governo decide, la struttura ministeriale deve eseguire e non ostacolare. Reduce dal G7, dal vertice Nato e dalla missione in Spagna, Draghi vuole muoversi nel solco delle grandi democrazie europee e di certo non gli dispiace primeggiare anche sui numeri dei vaccini, che in Italia hanno toccato punte di 580 mila al giorno. Germania, Francia e Spagna hanno già introdotto la vaccinazione eterologa, Draghi ne ha parlato ai massimi livelli anche a margine dei summit internazionali e si è convinto che il mix è sicuro. E così, dopo aver chiesto il parere al Comitato tecnico scientifico, ha spostato il suo peso sul piatto della bilancia.

Altro pilastro della strategia di Draghi è la comunicazione. Bisogna aggiustare il messaggio, fuggire in fretta la «confusione» e far capire ai cittadini che «la cosa peggiore è non vaccinarsi, o fare una dose sola». E dopo che l'ex capo della Bce ha fatto la sua parte affermando in diretta video con stile un po' americano che «il mix funziona» e lui stesso a 73 anni lo farà, Palazzo Chigi lancerà quegli spot attesi da settimane, che serviranno a convincere anche i più riottosi a fidarsi della scienza. Draghi teme che, pur di tenere il passo con la tabella di marcia di Figliuolo e Speranza, le Regioni si mettano a vaccinare i bambini, sulla cui immunizzazione si chiederà al Cts di esprimersi. Per il premier la sfida è andare a cercare tutti gli over 50 non ancora vaccinati e i «cacciatori di teste» saranno i medici di base. Il segretario nazionale della categoria, Silvestro Scotti, ha suggerito al ministro Speranza un sistema che consentirà ai dottori di famiglia di mappare i pazienti, per capire chi ha rinunciato per ragioni personali e chi invece non è riuscito ad accedere alle vaccinazioni. Il commissario Figliuolo ci sta lavorando e presto la novità darà un'altra scossa alla campagna vaccinale.

¹⁴⁰ Corriere della Sera (20.6.2021) - https://www.corriere.it/politica/21_giugno_20/draghi-cts-pandemia-f5ae2d8c-d13d-11eb-ae2e-08686ae203c5.shtml

¹⁴¹ Giornalista del Corriere della Sera

COMMENTI/57

Giugno-Luglio-Agosto 2021

Draghi: “La discriminazione delle donne è immorale, ingiusta e miope”¹⁴²

Alley Oop (l'altra metà del Sole) – Il Sole 24 ore

“Il nostro governo vanta il numero più alto di sottosegretarie donne nella storia d'Italia. Abbiamo anche nominato una donna come capo dei servizi segreti per la prima volta in assoluto. In ogni caso, questi sono solo dei primi passi. Quest'anno l'Italia ha la presidenza del G20. Ad agosto terremo una conferenza ministeriale sull'emancipazione femminile per la prima volta nella storia del G20. Vogliamo aiutare le leader femminili in tutto il mondo a favorire l'emancipazione di altre donne”.

Il premier Mario Draghi intervenendo, con un videomessaggio, al “Women Political Leaders Summit 2021” sottolinea quanto si stia facendo ma soprattutto quanto ci sia da fare a partire proprio dall'Italia.

“La riduzione delle disuguaglianze di genere deve essere una priorità a livello globale. Fin da giovanissime, le ragazze in tutto il mondo devono far fronte a pregiudizi e stereotipi culturali. La partecipazione delle donne al mercato del lavoro risulta essere 27 punti percentuali in meno rispetto a quella degli uomini. In alcune regioni tale divario è di oltre 50 punti percentuali. Solamente 22 Paesi hanno una donna che ricopre la carica di Capo di Stato o di Governo. Ben 119 Paesi – compreso il mio – non ne hanno mai avuto una. Benché ci siano stati alcuni miglioramenti, i progressi restano assai lenti e si rischia addirittura di tornare indietro”, sottolinea Draghi. *“Ogni giorno milioni di ragazze – ha continuato il premier – si trovano a dover imparare, a proprie spese, che non possono realizzare i propri sogni. Devono subire discriminazioni, a volte anche violente. Devono accettare anziché scegliere, devono obbedire anziché inventare. Solo perché sono donne. Questa situazione non solo risulta immorale ed ingiusta, ma rappresenta anche un atteggiamento miope. Le nostre economie stanno perdendo alcuni dei nostri talenti migliori. Le nostre società si stanno lasciando sfuggire alcune delle migliori leader del futuro”.*

Il divario da colmare in Italia

Che in Italia ci sia un divario di genere da colmare lo dicono i numeri e ormai da molto tempo. A partire dall'occupazione, che nel marzo scorso per le donne risultava essere scivolata al 47,5% contro una media europea che viaggia attorno al 60 per cento. E questo nonostante le ragazze nel nostro Paese si laureino prima e meglio dei compagni. Alla prova del mondo del lavoro però fanno più fatica ad entrare, difficilmente riescono a fare carriera e comunque guadagnano meno dei colleghi a parità di ruoli, anche a livello di management. *“Il nostro obiettivo in Italia è quello di investire, entro il 2026, almeno 7 miliardi di euro per la promozione dell'uguaglianza di genere”* ha detto oggi il premier, aggiungendo: *“Siamo determinati ad aumentare il numero di ragazze e donne che scelgono di studiare le discipline tecnico-scientifiche. Vogliamo ampliare i servizi di prima infanzia e di istruzione primaria in modo tale da poter aiutare le mamme lavoratrici. Stanzieremo fondi a sostegno dell'imprenditoria femminile e provvederemo a introdurre una clausola di condizionalità per fare in modo che le imprese assumano più donne. La bassa percentuale di donne specializzate in materie Stem rischia di svantaggiare ulteriormente l'occupazione femminile nel prossimo futuro, considerato che la maggior parte degli investimenti del Pnrr andranno proprio nella direzione della transizione digitale ed ecologica, ambiti prevalentemente scientifici e tecnici”.*

Dal lavoro alla politica. Finora il ruolo delle donne in Italia è stato marginale anche in politica. In 75 anni di storia della Repubblica su 4.864 presidenti, ministri e sottosegretari che hanno giurato al Colle appena 319 sono state donne. Il 6,56% del totale. *“Negli ultimi 15 anni, l'Italia ha registrato il tasso di crescita più alto d'Europa per quanto riguarda il numero di donne presenti nel Parlamento. Nel 2004, le donne rappresentavano solo il 9,9% del numero totale di parlamentari. Oggi tale percentuale ha raggiunto il 35,8%. Il nostro governo vanta il numero più alto di sottosegretarie donne nella storia d'Italia. Abbiamo anche nominato una donna come capo dei servizi segreti per la prima volta in assoluto. In ogni caso, questi sono solo dei primi passi”* ha sottolineato Draghi.

¹⁴² Il Sole 24 ore/Alley Oop (21.6.2021) - <https://alleyoop.ilsole24ore.com/2021/06/21/draghi-la-discriminazione-delle-donne-immorale-ingiusta-miope/>

COMMENTI/58

Giugno-Luglio-Agosto 2021

I giornalisti stranieri: con Draghi abbiamo più notizie (a parte le leggi incomprensibili) ¹⁴³

Alberto Ferrigolo ¹⁴⁴

“La comunicazione di Palazzo Chigi nei nostri confronti, come Associazione, va in modo eccellente”. È pienamente soddisfatto **Maarten Lulof van Aalderen**, il Presidente della Stampa estera e corrispondente di De Telegraaf, olandese, di come vanno le cose con il nuovo governo italiano da cinque mesi a questa parte. E di come Draghi comunica e si rapporta con loro, giornalisti stranieri in Italia. Poi ci tiene a precisare: “Proprio grazie a **Ferdinando Giugliano** e al suo braccio destro Nicola Lillo”. Il primo è il nuovo consulente per i media del premier, con delega ai rapporti con l'estero, che negli ultimi quattro anni ha lavorato a Bloomberg, prima ancora al Financial Times ed è stato opinionista per la Repubblica. Il secondo è, invece, il suo braccio destro e viene dalla comunicazione di Cassa depositi e prestiti. Poi, naturalmente, c'è **Paola Ansuini**, che del premier e di Palazzo Chigi è la portavoce ufficiale, e viene dall'ufficio comunicazione della Banca d'Italia, ma si occupa più in generale dei media nostrani.

Riservati e abbottonati

Riservati e abbottonati, i tre non indulgono affatto in soffiare o retroscena. Come avveniva in precedenza, con **Rocco Casalino**, portavoce di Giuseppe Conte, che operava anche una selezione precisa su chi meglio appoggiarsi. Un po' quel che è sempre avvenuto, pur nelle diverse forme comunicative che si sono succedute con i diversi presidenti del Consiglio: dal mitico **Pio Mastrobuoni**, addetto stampa di Andreotti, che offriva ai colleghi – specie italiani – ampi dettagli sugli incontri ufficiali del presidente del Consiglio con i leader degli altri Paesi, passando poi per l'affabile **Beppe Sangiorgi** con De Mita, fino ai giorni nostri con **Betty Ulivi**, voce di Mario Monti, e poi **Filippo Sensi** a guardia di Matteo Renzi e di Paolo Gentiloni, fino all'era Conte, appunto, con Casalino.

Van Aalderen è prodigo di informazioni: “*Subito dopo aver ricevuto l'incarico ho proposto a Giugliano e a Lillo di fissare degli incontri che sono molto, molto utili, e di cui c'è molta richiesta da parte della stampa estera. Giugliano è venuto proprio qui in sede e c'è stato molto interesse nei suoi confronti. Ha risposto off the record alle tante domande dei colleghi che volevano sapere moltissime cose di Palazzo Chigi e si è reso molto disponibile*”. Giugliano e Lillo “*hanno anche creato un gruppo whatsapp, canale attraverso il quale danno regolarmente informazioni su quello che Palazzo Chigi fa, oltre ad aver creato una email che viene mandata a tutti. Un lavoro ottimo. E non è sempre stato così. In passato abbiamo avuto numerosi problemi, non voglio dire quali, ma ora la comunicazione con Palazzo Chigi va in modo perfetto. Sono molto, molto soddisfatto. Siamo informati e, soprattutto, c'è qualcuno che risponde alle domande*”, torna a ribadire van Aalderen.

Documenti in anticipo

Gli incontri si svolgono a seconda degli eventi. Non sono fissi né regolari e a convocarli è lo stesso presidente della Stampa estera, che si mette d'accordo direttamente con l'advisor di Palazzo Chigi. Attraverso la chat e un'apposita email ai giornalisti stranieri arrivano anche dichiarazioni, note, documenti, testi dei discorsi del premier, con anticipo e rigorosamente “embargati”, cioè utilizzabili solo dopo che lo stesso ha parlato. Di incontri simili, ufficiali, aperti, alla luce del sole dei comunicatori ufficiali del governo italiano con la stampa estera sembra non ce ne siano mai stati prima. Né nella vecchia sede di via della Mercede, né in quella più recente di via dell'Umiltà, al civico 83. “*Non sicuramente con Casalino*”, annotano i maliziosi, anche se c'è chi

¹⁴³ Professionereporter.eu (27.6.2021) - <https://www.professionereporter.eu/2021/06/i-giornalisti-stranieri-con-draghi-abbiamo-piu-notizie-a-parte-le-leggi-incomprensibili/>

¹⁴⁴ Giornalista (Agenzia Giornalistica Italia)

ricorda che almeno un paio di volte **Filippo Sensi**, portavoce di Matteo Renzi, *“è venuto a farsi una chiacchierata qui da noi”*.

Da qui in poi tutte le informazioni riportate sono fuori virgolette e – dunque – non attribuibili, perché – per motivi diversi – i giornalisti stranieri, e soprattutto quelli italiani, non vogliono o non possono parlare ufficialmente, perché *“con loro ci lavoro”* o perché, *“secondo la prassi per rispondere dovrei chiedere l’autorizzazione o al direttore o ai vertici editoriali”*.

Out of Bounds

Da quando il governo Draghi ha giurato sono trascorsi ormai quasi cinque mesi e ancora ci si interroga su come il governo comunichi. Certo, lo fa con le conferenze stampa del premier, alcune delle quali aperte alle domande dei giornalisti, con i tweet dei suoi addetti che le annunciano, inoltrando anche poi la registrazione. In tutto, le conferenze stampa sono state 6, più quella del 22 giugno agli studi di Cinecittà con Ursula von der Leyen. Ma per il resto, come funziona il rapporto tra stampa e governo Draghi? Anche in relazione all’ultima era, quella Casalino? Fuori virgolette, e visto sempre da via dell’Umiltà, quel che emerge è che, ad esempio il portavoce di Conte – sia nella versione uno (gialloverde) sia due (giallorossa) – aveva un impianto comunicativo molto più concentrato sui media nazionali, piuttosto chiuso, e i media stranieri, di fatto, li considerava poco. Forse perché poco attrattivi. Tanto che avere conferme e informazioni di vario ordine, genere e grado direttamente da lui era piuttosto complicato. Cosicché tutte le varie chat che usavano i giornalisti italiani per comunicare con Casalino, erano *“out of bounds”*, fuori limite, fuori portata, almeno per gli stranieri. Insomma, un sistema molto chiuso, quasi inaccessibile.

Per grazia ricevuta

Non manca tuttavia chi, in qualche occasione, ha avuto la necessità di porgli delle domande dirette e qualche volta, *“per grazia ricevuta”*, lo speaker di Conte ha risposto per lo più a monosillabi. Poche cose utili ma soprattutto vaghe. Più fortunati, si racconta, sono stati semmai i media tedeschi rispetto a quelli di qualsiasi altra lingua, forse perché **Casalino**, per il solo fatto di essere nato a Frankenthal, città extra-circondariale di 48.762 abitanti del nord-est del Palatinato, ha avuto verso i colleghi tedeschi sempre un occhio di riguardo e anche un debole.

Parlare della comunicazione di Draghi, per forza di cose non può prescindere dal periodo e dalle persone che l’hanno preceduto. Differenza sostanziale e di stile. Con Draghi, dunque, c’è stata la nomina di Giugliano, che è molto autorevole, anche se c’è chi ricorda che *“pure con Conte”* c’è stata una figura che si occupava dei media stranieri, *“assolutamente professionale con tutti”* e con cui tutti avevano un buon rapporto, la quale dava informazioni organizzative e non tanto politiche, forse perché nella gerarchia di Chigi *“era di minor livello”*. Oggi la chat Palazzo Chigi-via dell’Umiltà conta all’incirca duecento persone. Per una funzione eminentemente di servizio. Nessuno si aspetta che Giuliano, Lillo e Ansuini raccontino segreti o facciano in generale grandi confidenze, perché hanno la funzione di essere dei filtri. *“Ma già è qualcosa il fatto che rispondono al telefono con garbo”*. E se proprio si vogliono fare paragoni, il loro è più uno stile di comunicazione europeo, sulla falsariga di ciò che vien fatto a Bruxelles o dal Vaticano. E tutto ciò, non certo per dire che all’estero va tutto bene. O sempre meglio che in Italia. Anzi, gli inglesi che hanno potuto sperimentare con mano come funziona la macchina comunicativa di Downing Street a Londra ne hanno viste di cotte e di crude. Sia con Theresa May sia con Tony Blair.

Salvo intese

Quel che resta semmai come una carenza strutturale rispetto a quanto accade all’estero, è una certa chiarezza sulle decisioni da prendere. Ma è anche vero, si sottolinea, che ciò riguarda più che altro il quadro istituzionale, il complesso e la complessità della macchina politica in sé, e *“però non è certo Draghi che lo può risolvere”*, viene detto come attenuante. Altro dettaglio, per fare un confronto con la Commissione europea, è che quando questa fa una conferenza stampa o annuncia una proposta di legge i giornalisti hanno già in mano il testo da almeno due o tre ore, in modo da poterlo leggere e porre poi domande pertinenti. In Italia, invece, ci sono le decisioni del Consiglio dei ministri *“salvo intese”*, cosicché i testi escono dopo giorni e scritti in un modo tale che – se già per un italiano di madre lingua sono spesso di difficile comprensione e pure diversi nei contenuti da ciò che è stato annunciato in precedenza sulla quella specifica materia – i giornalisti stranieri vanno letteralmente ai pazzi. Per loro non è davvero spiegabile come ciò possa avvenire. Tutta

questa approssimazione finisce per rendere più difficile il loro lavoro, tant'è in più di un'occasione è poi accaduto che il giornalista ha preferito non dare la notizia per non restare intrappolato nei meandri della legislazione italiana.

Un esempio per spiegare meglio? Riguarda il caso delle Grandi Navi in transito lungo il Bacino San Marco e attraverso il Canale della Giudecca a Venezia: se ne discute da tempo, spiegano a via dell'Umiltà. E, annunciata mille volte, che l'Italia vieta il passaggio delle Grandi Navi nel Bacino San Marco, "*divulgata su tutti i media nazionali e stranieri almeno tre o quattro volte*", puntualmente però la notizia si rivela infondata, perché c'è qualche falla nel meccanismo burocratico-legislativo, come si è dimostrato poche settimane fa quando le Grandi Navi hanno ricominciato ad entrare e uscire da Venezia.

Chi se ne occupa professionalmente rimane così disorientato.

COMMENTI/59

Giugno-Luglio-Agosto 2021

Sondaggio, gli italiani conquistati dall'appello di Draghi: "Il premier sa comunicare" Il 74% condivide le parole 'vaccinarsi o morire'. E il 60% preferisce il suo stile asciutto a quello di Conte ¹⁴⁵

Antonio Noto ¹⁴⁶



Cresce tra gli italiani la fiducia al presidente del Consiglio Mario Draghi. Nell'ultimo mese il trend è aumentato di ben 4 punti, evidenziando una sorta di "legame sentimentale" nei confronti della popolazione. Un legame che si traduce poi in consenso. Se all'inizio Draghi era stato percepito come una persona fredda, distante, che non parlava con i cittadini, adesso, dopo un periodo di rodaggio, il pregiudizio pare esser superato.

Determinante per comprendere le basi di tale consenso crescente è l'analisi della percezione del posizionamento politico di questo governo. Al di là della composizione della maggioranza, fatta di partiti di centrodestra e centrosinistra, per il 64% degli italiani (+5% rispetto al mese scorso) l'attuale esecutivo non ha "nessuna connotazione politica". Ciò dimostra che, sostanzialmente, gli italiani identificano questo governo con Draghi, figura scelta dal presidente della Repubblica proprio perché non rappresenta una parte politica. Si inserisce in questo scenario la discussione sulle parole pronunciate da Draghi in conferenza stampa: "L'appello a non vaccinarsi è un appello a morire". Dal test che abbiamo effettuato emerge che il 74% degli italiani condivide tale dichiarazione. Si tratta di un valore altissimo che dimostra la presenza di un consenso trasversale tra gli elettori di centrodestra e centrosinistra a riprova della percezione di terzietà di questo governo. Il dibattito sui vaccini e sulla recente introduzione del Green pass ci ha inoltre portato a indagare su quanti siano effettivamente oggi i 'No vax' nel nostro Paese.

Emerge che il 15% della popolazione in Italia si dice contraria al vaccino. All'interno di questa percentuale le motivazioni non sono, tuttavia, esclusivamente ideologiche. In una parte di questo 15% albergano, infatti, anche la paura e il timore della vaccinazione. Ed è proprio su questa fascia di persone che andrebbe attuata una comunicazione più convincente e motivante da parte del governo. Livelli di gradimento molto alti sono emersi anche dalla rilevazione sul giudizio relativo al modo in cui Draghi comunica con i cittadini: il 69% degli italiani ha espresso un giudizio positivo, sostenendo che il premier "è chiaro e va al cuore del problema" e solo per il 19% Draghi attua una comunicazione volta a "terrorizzare la popolazione".

Infine si è comparato il modo di comunicare di Draghi con quello del suo predecessore Giuseppe Conte. Anche in questo caso l'attuale premier raccoglie maggiori preferenze: la maggioranza, il 59% degli italiani preferisce "il modello Draghi".

¹⁴⁵ Quotidiano.net (25.7.2021) - <https://www.quotidiano.net/cronaca/conquistati-dallappello-di-draghi-gli-italiani-il-premier-sa-comunicare-1.6626269>

¹⁴⁶ Istituto demoscopico Noto Sondaggi

COMMENTI/60

Giugno-Luglio-Agosto 2021

L'INTERVISTA

Stefano Rolando: «Con Draghi il governo è cambiato rispetto a Conte. Ma i partiti quando cambiano?» ¹⁴⁷

Stefano Rolando, professore di Comunicazione pubblica e politica, analizza al DiariodelWeb.it i diversi stili comunicativi di Giuseppe Conte e di Mario Draghi da Presidente del Consiglio

Fabrizio Corgnati

All'inizio era apparso come un premier freddo, distante, poco comunicativo nei confronti dei cittadini. Ma negli ultimi giorni, con l'ormai famosa conferenza stampa del green pass e con l'appello a vaccinarsi, anche Mario Draghi ha dimostrato tutte le sue capacità comunicative. E i cittadini sembrano averlo percepito, stando ai consensi misurati nei sondaggi. Ma questo diverso stile rispetto al suo predecessore Giuseppe Conte nasconde una vera trasformazione? E, soprattutto, modificherà anche il sistema dei partiti? Il DiariodelWeb.it lo ha chiesto a Stefano Rolando, per decenni manager nelle comunicazioni e oggi professore di *Comunicazione pubblica e politica* e *Public branding* all'università Iulm di Milano.

Stefano Rolando, come comunicano i politici italiani, nel loro complesso?

La comunicazione pubblica è un tema importante. In un modo o nell'altro, dovranno pure conquistarsi un po' di consenso. A patto che non sia rivoltante, per il cittadino e per la società. Che si voglia rendere un servizio, piuttosto che ottenere visibilità. Purtroppo in Italia questo andamento era altalenante, ma da molto tempo viveva un ciclo basso. La politica conta meno, i politici hanno l'ansia di essere visibili e dunque puntano su ciò che garantisce loro più ascolto: i problemi, le crisi, le difficoltà.

A proposito di crisi, il coronavirus ha rappresentato un'occasione unica, per chi era al governo in quel momento.

Il problema viene da lontano, sarebbe ingiusto legarlo solo allo scorso governo. I partiti hanno perso vigore e si sono affidati più all'annuncio propagandistico che all'operato. Conte si è trovato a fare i conti con questo quadro politico e lo ha interpretato. All'inizio la sua comunicazione istituzionale non è stata ridondante, ma connessa alle richieste della comunità scientifica: state tutti a casa. E ha funzionato. Il problema è cominciato dopo. Tutti i Paesi hanno avuto il problema di conciliare la scienza, da un lato, e l'economia, dall'altro, che davano interpretazioni e prognosi diverse. Una politica di livello non li fa litigare, ma tenta la sintesi.

Da questo punto di vista, Conte è passato per un grande mediatore.

Eppure ha gestito questi forti conflitti non tanto mediando, quanto facendo la spola. Un giorno andava da una parte, quello dopo dall'altra. Un giorno apriva, quello dopo richiudeva. Questo zigzag, alla fine, ha disorientato, ha creato ansia e fatica. Non si capiva più quale parametro si stesse usando. E Conte ne ha pagato il prezzo, rimanendo popolare, ma perdendo efficacia nella sua azione e, alla lunga, perdendo i voti necessari in Parlamento.

Non è che Conte, dalla pandemia, volesse lucrare un consenso politico, ponendosi come unico salvatore?

Certo. Conte, quando ha iniziato il suo mandato, era fuori dal sistema, dunque doveva consolidare la sua immagine e la sua reputazione. Però, non appartenendo ad un partito, apparentemente non aveva nemmeno il problema della visibilità politica: questo era un vantaggio che, con il tempo, ha perso. Ad un certo punto ha dato l'impressione di voler stare in partita, recuperando quella legittimazione che gli mancava: si è capito fin

¹⁴⁷ Diariodelweb.it (27.7.2021) - <https://www.diariodelweb.it/opinioni/articolo/?nid=20210727-548368>

da quando ha utilizzato i rapporti europei per ottenere le sponde necessarie alla sua riconferma. A conferma che la sua comunicazione politica non era così diversa. Infatti ha cominciato ad entrare nelle case dei cittadini, tutti i giorni, il che poteva anche non essere utile.

In questo senso Draghi ha voltato pagina?

Draghi ha ereditato la necessità di mettere fine a queste discrasie. E lo ha fatto partendo da un'alta reputazione e un'alta conoscenza del sistema europeo. Ha imbarcato la politica in un momento in cui era stremata, facendole una proposta generosa: mi date i voti in parlamento per un anno e mezzo, non dovete esporvi ai conflitti laceranti, avete il tempo di ricostituire il progetto per il Paese; in cambio io, con i miei tecnici, gestisco la prospettiva, cioè la transizione che ci chiede l'Europa. Così ha già aggiustato un bel pezzo della situazione.

Ma è riuscito a spiegarlo agli italiani?

Per un po' di tempo non ha parlato. E può essere anche il migliore del mondo, ma il Paese lo deve comunque accompagnare. Non deve fare il banchiere, che compie le azioni e poi le dice. Ma successivamente ha iniziato a dar prova di saper parlare. Le conferenze stampa le conduce con eleganza, con un modello di retorica che ricorda l'avvocato Agnelli: non pasticciato, essenziale, leggermente ironico, con un filo di understatement. Sa trovare le parole riassuntive ed evitare la retorica del bisticcio simulato, tipico della politica. Se deve dire che una cosa è sbagliata, lo dice.

Questo stile cambierà anche quello dei partiti?

Io non ho mai visto cambiare la politica dopo un governo tecnico. La politica cambia quando finisce un ciclo e se ne apre un altro, fatto di visione, di indirizzo, di collocazione internazionale, di alleanze sociali, di ricette economiche, di modelli di partito e capacità di rapportarsi al Paese.

Cambi del genere all'orizzonte non se ne vedono.

Il Pd è quasi incomprensibile in questo periodo; l'area di centro liberal-democratica non riesce a trovare sintesi; la destra è opportunistica e abilmente cinica, accorpandosi e dividendosi su tutto. Ma una trasformazione Draghi l'ha fatta. Ha preso un'Italia marginale in Europa e lo sta restituendo centrale, grazie alla sua reputazione, al rimbalzo economico, alle difficoltà degli altri Paesi. Al punto tale che non c'è più un partito che si dica antieuropeo, perché è un dividendo che conviene a tutti. Penso che questo elemento resterà. Tuttavia la vera partita si giocherà nei prossimi sei mesi.

Ovvero?

Da una parte i partiti gestiscono l'esistente. Dall'altra i ministri tecnici hanno il problema di disegnare la griglia che terrà il Paese per i prossimi cinque anni. Questo lascito non è indifferente, non è quello del governo Monti che doveva spennarci perché avevamo la corda al collo. La pausa Draghi lascerà soldi, reputazione e scelte da attuare. I partiti possono diventare cinghia di trasmissione di questa trasformazione, comunicarla al Paese.

Cioè, raccontare ai cittadini il famigerato Pnrr?

Ma lei l'ha letto? Tutti dicono che è un grandissimo documento, ma è illeggibile, non si capisce niente. Nessuno ne parla, nessuno lo descrive, perché è difficile. I partiti avrebbero un grande ruolo, se facessero lo sforzo di partecipare a questo processo di spiegazione e accompagnamento.

Allora potrebbero cambiare davvero.

Ma non mi pare sia nell'aria, in agenda. Il nostro ceto politico ancora non sta confermando la massima del grande politologo tedesco Karl Schmidt, secondo cui la nuova classe dirigente dei Paesi maturi si crea solo e unicamente nei momenti di crisi. Noi facciamo fatica a vedere dove questa nuova classe dirigente stia.

COMMENTI/61

Giugno-Luglio-Agosto 2021

Draghi: clamoroso errore di comunicazione e strategia ¹⁴⁸

Francesco Pontelli ¹⁴⁹

Considero francamente un grandissimo errore politico, ed anche sotto il profilo della comunicazione, quello di Mario Draghi e del suo governo nell'aver scelto la professoressa Fornero come consulente del governo in carica. Esistono moltissime figure professionali che possono arricchire le dinamiche governative in particolar modo in un momento così complesso.

Rappresenta una scelta veramente sconcertante aver introdotto all'interno della compagine dei propri consulenti governativi una figura già ampiamente compromessa con il governo Monti, come l'ex ministro Fornero, ed anche per questo ancora oggi fortemente divisiva.

In un momento, poi, in cui si chiedono ancora una volta alla cittadinanza ulteriori sacrifici, navigando assolutamente a vista relativamente alle problematiche della variante Delta, mentre contemporaneamente si allunga la lista delle multinazionali, specialmente nel settore Automotive, che avviano le procedure dei licenziamenti per le molte filiali industriali collocate nel nostro Paese.

All'interno di una stagione ancora difficile, soprattutto per i cittadini, e a "soli" diciassette (17) mesi dall'inizio della pandemia, sarebbe stato sicuramente più opportuna una figura professionale nuova e, come ho detto prima, non divisiva in relazione al proprio operato come l'ex ministro del governo Monti.

La percezione della distanza tra il governo in carica e buona parte della popolazione e degli elettori comincia a diventare imbarazzante soprattutto quando contemporaneamente lo stesso governo si appella ancora una volta ad un senso del bene comune con l'obiettivo di superare questo ulteriore terribile periodo.

Risulta francamente imbarazzante come un Presidente del Consiglio, seppur privo di un qualsiasi mandato elettorale proprio per l'eccezionalità del momento storico, non dimostri alcuna attenzione per il sentimento generale e per le aspettative dei cittadini, i quali, dopo oltre un anno e mezzo di sacrifici, non possono ritrovarsi il ministro del governo Monti che ancora oggi non è in grado di indicare quanti fossero gli esodati.

Una responsabilità, va ricordato, condivisa con il Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega per la programmazione ed il coordinamento economico, tale Tabacci Bruno, vero superstita dalla prima Repubblica che ha cambiato nove (9) partiti, sempre per il "bene del Paese" ovviamente.

È mai possibile che non esista nell'emisfero occidentale un professionista (F/M) non ancora in pensione ed ovviamente non compromesso come la pensionata (dal 2018) Fornero?

Il classico caso di un errore di comunicazione e strategia che esprime il senso di lontananza tra la presunzione del governo e le aspettative dei cittadini.

¹⁴⁸ [ilpattosociale.it](https://www.ticinolive.ch/2021/07/23/draghi-clamoroso-errore-di-comunicazione-e-strategia/) (23.7.2021) - <https://www.ticinolive.ch/2021/07/23/draghi-clamoroso-errore-di-comunicazione-e-strategia/>

¹⁴⁹ Economista

COMMENTI/62

Giugno-Luglio-Agosto 2021

Donna e attenta a Esg, è la capo comunicazione più influente ¹⁵⁰

Lorenza Pigozzi unica italiana in classifica Influence100

Il premier italiano Mario Draghi tra i comunicatori più efficaci

Redazione ANSA - MILANO

(ANSA) - MILANO, 05 AGO - Donna, laureata e attenta alla sostenibilità e ai temi ESG: è l'identikit del direttore comunicazione più influente al mondo stilata da Influence 100, la selezione dei più autorevoli comunicatori aziendali a livello internazionale realizzata da PProvoke Media.

E tra di loro c'è anche Lorenza Pigozzi direttore comunicazione di Mediobanca, l'unica italiana in classifica.

A livello geografico, il 57% dei migliori direttori comunicazione lavora negli Usa, seguiti dall'Europa (22%), dall'Asia (14%), dal Medio Oriente e dall'Africa (7%) e dall'America Latina (2%).

Per quanto concerne, invece, il gender, per il secondo anno consecutivo la classifica vede più donne che uomini (55 contro 45).

Se si guarda invece ai leader politici il premier italiano Mario Draghi è uno dei comunicatori più efficaci.

Anche quest'anno comunque al primo posto c'è il primo ministro della Nuova Zelanda, Jacinda Arden, premiata per la chiarezza della sua comunicazione durante l'emergenza sanitaria.

Subito dopo, un nuovo arrivato in classifica, il Presidente degli Stati Uniti, Joe Biden. Sempre per i meriti relativi alla gestione della comunicazione nell'era covid, spiccano Draghi e la cancelliera tedesca Angela Merkel. (ANSA).

¹⁵⁰ Ansa.it (5.8.2021) - https://www.ansa.it/lombardia/notizie/2021/08/05/donna-e-attenta-a-esg-e-capo-comunicazione-piu-influente_145d3ac5-230b-4958-9b91-5886585323c6.html

COMMENTI/63

Giugno-Luglio-Agosto 2021

Vaccino e comunicazione: Draghi, ma cosa fai? ¹⁵¹

Chiara Barbatì¹⁵²

L'abbiamo detto sin dall'inizio di questa disastrosa, inaspettata e surreale pandemia: l'Italia ha un problema di comunicazione. Che sia quella dei politici che teoricamente dovrebbero governarci o quella dei divulgatori che dovrebbero rappresentare la voce autorevole della scienza, da marzo 2020 a oggi è tutto un susseguirsi di scelte sbagliate, menzogne dette – teoricamente – a fin di bene e verità esposte nei modi peggiori.

Tutti i disastri comunicativi che continuano ad avvicinarsi, dai lockdown che sarebbero durati poche settimane ai messaggi contrastanti su vaccini e precauzioni, non fanno altro che minare la fiducia delle persone nei confronti di chi prende le decisioni e nei confronti della scienza, ovvero le due autorità sulle quali si dovrebbe contare durante una crisi globale dovuta a una pandemia. E se tutto ciò che è successo nell'ultimo anno e mezzo non basta, le recenti dichiarazioni di Draghi sul vaccino sono state l'ennesima miccia che ha fatto esplodere la già disastrosa questione dell'immunizzazione.

Solo due settimane fa, criticavamo il modo in cui le scelte politiche nei confronti del vaccino AstraZeneca avessero seguito poco la logica e ancora meno la scienza, assecondando invece le ansie dei cittadini.

Negli ultimi mesi, infatti, AstraZeneca è stato prima riservato agli anziani, poi ai giovani, poi dato a tutti e poi vietato agli under 60, a cui prima si è negata la scelta in caso di seconda dose e poi si è ripristinata la possibilità di scegliere, cambiando idea talmente tante volte da confondere chiunque. D'altronde, è il rischio che si corre quando, in un momento di crisi, le figure che dovrebbero ispirare fiducia sono abituate ad agire per ottenere consenso e finiscono per assecondare le paure dei cittadini invece che il punto di vista più autorevole degli esperti in materia.

Ma cosa accade quando quelle stesse persone contraddicono anche le proprie decisioni e dimostrano di fare le stesse scelte di pancia che fanno i cittadini comuni?

Negli ultimi giorni, si è parlato di come sarebbe stata gestita la vaccinazione del Presidente del Consiglio e tutto ciò che ne è venuto fuori è stata una contraddizione completa di ogni cosa detta dalle istituzioni e dalla scienza. Draghi ha annunciato che dopo aver fatto la prima dose di AstraZeneca, avrebbe fatto la seconda di Pfizer poiché da un test era risultata una scarsa risposta degli anticorpi. Da questa dichiarazione possono essere dedotte giusto un paio di incongruenze.

Prima di tutto, come abbiamo già sottolineato altre volte, AstraZeneca resta un vaccino efficace e approvato per tutti da EMA e AIFA, che non ne hanno mai messo in dubbio l'efficacia, al contrario dello Stato italiano che si è fatto guidare dalle sensazioni delle persone invece che dalla scienza. Inoltre, il problema relativo alla seconda dose eterologa per vaccinati in prima dose con AstraZeneca riguarda solo i giovani, ovvero coloro che rischiano leggermente di più di imbattersi nella rarissima reazione avversa tanto temuta. Il Presidente del Consiglio, però, non è un under 60. Probabilmente, quando Draghi ha annunciato le sue intenzioni relative alla seconda dose di vaccino, era deciso a dimostrare che l'immunizzazione eterologa non è pericolosa, tentando di convincere spaventati e incerti che non c'è nulla da temere, se la fa anche lui. Ma, in realtà, il Premier non rientra nelle categorie a cui tale vaccinazione è destinata.

Mario Draghi, dunque, non ha fatto altro che lanciare il messaggio sbagliato: AstraZeneca non funziona tanto bene o è più pericoloso. Questa dichiarazione assume connotati del tutto differenti se ci si rende conto che i problemi relativi al vaccino britannico sono nati quando gli over 60 a cui all'inizio era destinato l'hanno rifiutato. Quella scarsa fiducia nell'efficacia e nella sicurezza del farmaco è stata praticamente confermata

¹⁵¹ Mardeisargassi.it (26.6.2021) - <https://www.mardeisargassi.it/vaccino-e-comunicazione-draghi-ma-cosa-fai/>

¹⁵² Giornalista e social media manager

dalle scelte di un uomo che appare abbastanza potente da poter decidere quale vaccino ricevere e, ovviamente, optare per il migliore.

In più, la sua dichiarazione conteneva anche un'altra contraddizione, in questo caso non con le decisioni politiche ma con le linee guida che la scienza – quella vera, non quella fatta da chi presenta le proprie opinioni come fatti comprovati – tenta di spiegare da mesi. Dopo il vaccino, prima o seconda dose che sia, non è necessario fare il test degli anticorpi. Anzi, non andrebbe proprio fatto. Più e più volte la scienza ha spiegato che la risposta immunitaria non arriva solo attraverso gli anticorpi poiché esiste una risposta cellulare – successiva al vaccino o all'infezione – che non può essere misurata. Avere un certo numero di anticorpi risultanti dagli esami, dunque, non può dare alcuna risposta sul livello di protezione, per questo il test è stato ripetutamente sconsigliato. Contro ogni logica scientifica, invece, Draghi ha dichiarato pubblicamente che le sue scelte in merito al vaccino dipendono proprio dalla risposta immunitaria.

Insomma, a una comunicazione diretta a dir poco disastrosa, iniziano ad aggiungersi volontà personali ancora peggiori. Evidentemente, chi prende le decisioni dimentica che si comunica anche con i fatti, con le scelte che ognuno fa per se stesso, perché ognuna di queste assume un significato agli occhi di chi deve fidarsi dell'incoerenza altrui, mentre prova a tenere a bada i propri comprensibili timori. Comunicare qualcosa di contraddittorio rispetto a ciò che si è tentato di affermare per sei mesi non fa altro che confondere le persone, alimentarne le titubanze e generare scelte irrazionali, come decidere di non vaccinarsi o rifiutare un farmaco rispetto a un altro.

Quello che chi ci governa non ha capito – ed è evidente che si tratti di un problema comune a tutti, dati gli errori fatti da due esecutivi differenti – è che per governare bene è necessario comunicare bene, soprattutto in tempo di crisi. E anche, forse, che la scienza non è un'opinione e non può essere soggetta a libera interpretazione.

COMMENTI/64

Giugno-Luglio-Agosto 2021

PROGRAMMI TV

Mario Draghi, la prima comoda intervista tv e la distanza comunicativa con Conte ¹⁵³

Il Presidente del Consiglio Mario Draghi sceglie la via più comoda del Tg1.

Il predecessore Conte accettò il confronto più vero a *DiMartedì*.

Massimo Galanto¹⁵⁴

Mario Draghi, la prima comoda intervista tv e la distanza comunicativa con Conte

La prima intervista di Mario Draghi è la notizia televisiva della settimana appena terminata – al netto del caso Dazn, scoppiato con l’inizio della Serie A e che presumibilmente non è da considerarsi chiuso.

Il Presidente del Consiglio per la sua prima ‘uscita’ sul piccolo schermo ha scelto il contesto istituzionale del Tg1 e un tema di profilo alto come quello della crisi in Afghanistan. Niente vere domande, ma solo assist per alcune dichiarazioni alla nazione pronunciate con chiarezza e sicurezza (e senza obiezioni giornalistiche).

Una scelta prevedibile (lo avevamo scritto quando si era insediato) ed efficace. Il Premier, comodamente raggiunto dalla troupe televisiva a Palazzo Chigi, ha risposto in poco meno di cinque minuti alle domande dell’intervistatore Mario De Pizzo (che ha parlato per un totale di 21 secondi).

Quella di Mario Draghi è una scelta comunicativa molto diversa rispetto a quella del suo predecessore Giuseppe Conte, che per la sua prima intervista tv nel 2018 optò per *DiMartedì* di Giovanni Floris su La7 (in precedenza aveva rilasciato alcune dichiarazioni a Bruno Vespa per Porta a Porta, limitatamente però alla sua devozione a Padre Pio).

All’epoca l’intervista fu vera, nel campo nemico (ossia nello studio televisivo) con domande ficcanti, pubblico sugli spalti (c’era anche Rocco Casalino, ben inquadrato alle sue spalle) e buona capacità di reazione da parte dell’allora Presidente del Consiglio.

L’abissale distanza comunicativa tra i due politici era già nota e prescinde dalla televisione. Basti pensare all’approccio rispetto ai social media, dove il Mario Draghi persona è totalmente assente e dove invece Giuseppe Conte era sufficientemente attivo, soprattutto durante il suo incarico.

Ora resta da capire se e quanto Draghi – figura più super partes di Conte, che da subito è stato designato prima di tutti dal Movimento 5 Stelle – resisterà alle lusinghe dei programmi politici, che lo corteggiano da mesi. E se, come e quanto peserà sulle prossime mosse comunicative del Premier la campagna elettorale per le amministrazioni del prossimo autunno e il dibattito legato alla scelta del nuovo Presidente della Repubblica. In attesa della campagna elettorale per le politiche del 2023.

¹⁵³ Tvblog.it (23.8.2021) - <https://www.tvblog.it/post/mario-draghi-prima-intervista-tv-tg1-differenze-conte>

¹⁵⁴ Giornalista pubblicitista

COMMENTI/65

Giugno-Luglio-Agosto 2021

Draghi ad Amatrice: *“Prima ritardi, ora la ricostruzione va”*¹⁵⁵

AMATRICE (RIETI) - dall'inviata **Michela Suglia**/ANSA

La torre civica ingabbiata da fili di acciaio, un paio di case vicine di cui restano solo le colonne portanti e il tetto. Dietro, macerie accatastate e in fondo una gru gialla che svetta fiera. Sono le poche 'pedine' di resistenza visibili ad Amatrice, poggiate su un asfalto che non c'è più e circondate da cespugli ed erbacce.

Ci vuole coraggio oggi a immaginarsi il centro di Amatrice com'era 5 anni fa. Spazzato via dalla scossa di magnitudo 6 che svegliò tutti la notte del 24 agosto 2016, uccidendo 239 persone. Altre 60 sono morte nei borghi vicini, da Accumuli ad Arquata del Tronto. Oggi però il borgo laziale prova a rinascere. La speranza è aggrappata a quella gru che domina il perimetro spettrale della zona rossa, qualcun'altra si vede intorno.

“La ricostruzione sta procedendo più velocemente”, assicura Mario Draghi, nel paesino per la cerimonia dell'anniversario. Il premier ammette e denuncia i ritardi del passato: *“Se oggi sono qui è perché lo Stato vi è vicino. In passato è stato lento ma adesso la situazione è diversa: i lavori stanno procedendo”*.

Lo dice ai parenti delle vittime che incontra, garantendo l'impegno del governo. Prima, rende omaggio ai morti lasciando una corona d'alloro davanti al monumento di travertino che ricorda il motto di Amatrice, 'Fidelix amatrix' per la lealtà che gli amatriciani dimostrarono agli Aragonesi nel 1400. Lo fa accompagnato dal suono struggente del Silenzio intonato dalla tromba di un carabiniere.

Poco dopo partecipa alla messa nel campo sportivo. Quando entra, gran parte delle persone sedute in attesa – tutte distanziate causa Covid – si alzano in piedi. Sono per lo più padri, madri, fratelli o amici di chi non c'è più. Qualcuno prova ad avvicinarlo dopo, lo fa una rappresentante dei terremotati di Ischia per ricordargli anche quell'emergenza. Più schivi gli amatriciani che guardano al presente con i dubbi degli ultimi 4 anni, ma anche un pizzico di speranza. E' quella che mostra il commissario straordinario per la ricostruzione Giovanni Legnini, convinto che il meccanismo inceppato finora, si sia sbloccato. Complici le ordinanze ad hoc emanate e i soldi in più a disposizione. *“Questa è la grande sfida che abbiamo di fronte, insieme alla ricostruzione pubblica e allo sviluppo – spiega – Serve un uso serio ed efficace del miliardo e 800 milioni stanziato con il fondo complementare del Pnrr”*. Nega le critiche espresse da alcuni quotidiani che fermano la ricostruzione a una sola gru attiva (*“Basta guardarsi intorno, contarle e capire che sono bugie”*) ma ammette che la ricostruzione pubblica è la vera Cenerentola. Ringrazia perciò Draghi per il sostegno: *la sua testimonianza è molto preziosa”*.

Sui centri storici si concentra la nostalgia dei residenti, specie gli anziani. Lo racconta Alberto di 85 anni che di quella notte ha un ricordo netto: *“E' il rumore che ho sentito poco prima della scossa, come se la terra ci stesse avvertendo – racconta un po' emozionato – Mai mi sarei aspettato di perdere casa mia, ma non l'ho voluta abbandonare e mi sono comprato una casetta di legno che ho messo in giardino. Da lì la guardo ma non posso ancora entrarci. E intorno c'è poco altro”*. Anche un paio di donne del coro lamentano la vita sociale che manca. *“Ho perso mia nuora e mia nipote di 14 anni. Ho il mio dolore ma anche negli altri giorni è dura, perché siamo tutti dispersi, chi di qua chi di là”*, rivela Annamaria. Scene di vita e socialità che fanno a botte con la spianata fantasma di quel corso Umberto divelto. Ancor di più oggi, nel giorno del lutto cittadino che chiude tutti i bar e negozi del centro commerciale 'Il corso', ricostruito appena fuori dalla zona rossa e rimasto quasi l'unica forma di vita nel paese. Ma che la ricostruzione sia avviata lo dice pure il vescovo di Rieti, Domenico Pompili che celebra la messa. *“Non abbiamo bisogno di nuovi presepi ma di piccoli centri attivi a presidio di un territorio ancora straordinario e attraente per l'autenticità dei luoghi”*, ammonisce durante l'omelia. E solleva un'altra urgenza: *i collegamenti tra l'Adriatico e il Tirreno: “tenerli ancora separati per centinaia di chilometri è un'imperdonabile leggerezza”*.

Fiducioso nel futuro di Amatrice è il vicesindaco Massimo Bufacchi. Elenca gru e cantieri, che aumenteranno nei prossimi mesi, spiega i progetti ma ammette: *“Ci vorranno due anni per finirli...”*. Case e mattoni a parte, sono le persone che vorrebbe rivedere ad Amatrice: *“Prima del terremoto avevamo 2600 abitanti, oggi poco più di 2000. Abitano nelle casette, circa 1200, ma altri preferiscono vivere altrove. Dobbiamo riportarli qui”*.

¹⁵⁵ Voce.com.ve (24.8.2021) - <https://voce.com.ve/2021/08/24/605828/draghi-ad-amatrice-prima-ritardi-ora-la-ricostruzione-va/>

COMMENTI/66

Giugno-Luglio-Agosto 2021

Sisma Centro Italia, Draghi a familiari vittime "Lo Stato vi è vicino"¹⁵⁶

Il presidente del Consiglio, Mario Draghi, questa mattina ad Amatrice ha incontrato una delegazione di familiari delle vittime del terremoto. Draghi ha ascoltato "con grande attenzione e partecipazione le loro parole", rende noto Palazzo Chigi. *"Se oggi sono qui è perchè lo Stato vi è vicino. In passato è stato lento ma adesso la situazione è diversa: i lavori di ricostruzione stanno procedendo più velocemente. Sono oggi qui a portarvi fiducia e l'impegno del Governo"*, ha detto il presidente del Consiglio.

Nel corso dell'incontro è stato anche affrontato il tema, da anni portato avanti dai familiari, della creazione di un fondo per le vittime degli eventi sismici, sul quale - è stato ricordato - c'è già una iniziativa parlamentare e che è anche all'attenzione del Governo. (Italpress)

Afghanistan, Mario Draghi al G7, "mantenere un contatto"

redazione web | mercoledì 25 Agosto 2021 - 06:

Ha sottolineato la necessità di tenere aperto un canale anche dopo il 31 agosto per avere la possibilità di riportare in Italia altre persone. I nostri connazionali italiani che non vogliono tornare
Nel corso del G7 sulla crisi in Afghanistan, il presidente del Consiglio Mario Draghi ha spiegato che l'obiettivo è riuscire a concludere in sicurezza le operazioni di evacuazione a Kabul entro fine agosto.

In merito, il premier ha sottolineato la necessità di "mantenere un canale di contatto anche dopo la scadenza del 31 agosto e la possibilità di transitare dall'Afghanistan in modo sicuro".

"Inoltre", ha affermato Draghi, "dobbiamo assicurare – sin da subito – che le organizzazioni internazionali abbiano accesso all'Afghanistan anche dopo questa scadenza".

Draghi ha reso noto che le risorse prima destinate alle missioni militari afgane, circa centoventi milioni di euro, saranno destinate a aiuti umanitari e ha chiesto agli altri Paesi di fare lo stesso.

Il premier italiano ha parlato anche della sfida di gestire un flusso di migranti di considerevoli dimensioni, soprattutto a livello europeo, dove occorre compiere "sforzi enormi".

Ha sottolineato la necessità di tenere aperto un canale anche dopo il 31 agosto per avere la possibilità di riportare in Italia altre persone. I nostri connazionali italiani che non vogliono tornare

Nel corso del G7 sulla crisi in Afghanistan, il presidente del Consiglio Mario Draghi ha spiegato che l'obiettivo è riuscire a concludere in sicurezza le operazioni di evacuazione a Kabul entro fine agosto.

In merito, il premier ha sottolineato la necessità di "mantenere un canale di contatto anche dopo la scadenza del 31 agosto e la possibilità di transitare dall'Afghanistan in modo sicuro".

"Inoltre", ha affermato Draghi, "dobbiamo assicurare – sin da subito – che le organizzazioni internazionali abbiano accesso all'Afghanistan anche dopo questa scadenza".

Draghi ha reso noto che le risorse prima destinate alle missioni militari afgane, circa centoventi milioni di euro, saranno destinate a aiuti umanitari e ha chiesto agli altri Paesi di fare lo stesso.

Il premier italiano ha parlato anche della sfida di gestire un flusso di migranti di considerevoli dimensioni, soprattutto a livello europeo, dove occorre compiere "sforzi enormi".

L'implicita critica sta nel fatto che l'Italia è stata lasciata sola nella gestione delle migrazioni nel Mediterraneo. Secondo Draghi, poi, sull'Afghanistan occorre anche, a livello di G20, un'intesa coordinata con Paesi che hanno un'influenza di rilievo su Kabul e i talebani, dalla Russia alla Cina, dall'Arabia Saudita all'India e alla Turchia.

¹⁵⁶ Qds.it (25.8.2021) - <https://qds.it/afghanistan-mario-draghi-al-g7-mantenere-un-contatto/> - <https://www.ottopagine.it/italia/politica/264990/sisma-centro-italia-draghi-a-familiari-vittime-lo-stato-vi-e-vicino.shtml>

COMMENTI/67

Giugno-Luglio-Agosto 2021

Viaggio nel Prontosoccorso dei partiti politici italiani nel quadro del governo Draghi – Conclusioni

Per consolidare una moderna democrazia servono partiti rigenerati e serve una riforma della politica che vale come un PNRR. Se non ora quando? ¹⁵⁷

Stefano Rolando ¹⁵⁸



Mario Draghi e i partiti politici italiani. Non sono sistemi separati. Il governo può tentare una riforma della politica.

Il nostro “viaggetto” tra i partiti politici italiani immaginati nel “Prontosoccorso” virtualmente creato nello schema del governo **Draghi** (due squadre non separate ma obbligate a intersecarsi: metà rappresentanti di partiti, i quali avrebbero il tempo per sistemare problemi di qualità politica e di reputazione, a cui sono affidate competenze sull’esistente; metà tecnici che riferiscono direttamente al premier che si occupano delle transizioni) ha avuto l’obiettivo di gettare uno sguardo, nell’agosto che segna la fine del primo semestre della “sperimentazione rieducativa”, ad alcune di quelle patologie, conclamate o celate.

Il “viaggetto” finisce oggi, dopo cenni fatti alla situazione di **Legha, M5S, PD, Forza Italia** e della galassia scomposta dei **piccoli partiti liberal-democratici**.

Non si è fatto in tempo a parlare della “sinistra senza aggettivi” (**Art.1, LEU, Sinistra italiana**, residui comunisti) e della “destra senza aggettivi” (oggi interpretata da una forza in costante crescita, **Fdl**). Non perché “meno importanti” ma perché al momento meno esposti ai dualismi interni oggetto dell’indagine. Anche se, ora lo si può dire, contraddizioni potrebbero maturare in questi partiti collocati ai poli dello schieramento parlamentare. A sinistra, se il braccio di ferro tra Palazzo Chigi e la Lega dovesse produrre ulteriori concessioni a Salvini; a destra, se alla crescita elettorale non dovesse corrispondere un approdo a posizioni di reale potere (almeno territoriale) per effetto della doppia sostanziale esclusione in Italia e in Europa del partito di **Giorgia Meloni**.

Dunque l’oggetto principale dell’indagine, il dualismo endemico, ha riscontri nelle condizioni tattiche e strategiche del sistema dei partiti. Esso frena linearità, sincerità, coerenza ed energia costruttiva di tutte le forze in campo. E dipende largamente dal modello stesso in cui evolve il “far politica” sempre più attraverso il principio organizzativo del correntismo. Il correntismo non è una semplice concessione all’organizzazione del dibattito, ovvero alla legittimità del pluralismo interno. **Appare - con rilievo crescente - come il prodotto della necessità di negoziare posti, incarichi e compensi non lasciandoli fiduciosamente nelle mani del leader di turno.** Ma assicurandone la negoziazione attraverso rappresentanze organizzate che, rispetto al passato, vedono in questo aspetto la loro mission principale rispetto al presidio che una volta vedeva soprattutto ragioni di diversità ideale e programmatica.

Correntismo e taglio (economico) della politica

Il taglio dei parlamentari e la cancellazione della soglia di finanziamento pubblico dei partiti, cioè misure concepite all’origine come espressione di “moralità”, hanno assunto caratteri distorti che si riassumono oggi in tre patologie diffuse.

¹⁵⁷ Moondo.Info (28.8.20121) - <https://moondo.info/le-scadenti-ragioni-dei-dualismi-le-incertezze-delle-vie-duscita/>

¹⁵⁸ Università IULM, Milano

1. L'iper professionalizzazione politica della nomenclatura e ha marcato di più l'autoreferenzialità dei gruppi dirigenti, marginalizzando in modo sistematico la presenza di società civile con una certa indipendenza e con utile autonomia culturale e professionale.
2. Si è fatta pressante la necessità di assicurare compensi ad apparati che non avrebbero, in larga parte, titoli e competenze per assicurarsi altrove un buon lavoro e per assicurare ai dirigenti non eletti (o non più eletti) posti nelle tecnostrutture governate dalla politica, oggi invase dai raccomandati rispetto ad una certa libera selezione necessaria per garantire il meglio dei diplomati e dei laureati anche senza appartenenze.
3. La costruzione stabile di blocchi negoziali (appunto le correnti) in cui le motivazioni valoriali (pur non scomparse) coprono alla fine in modo ipocrita le motivazioni professionistiche, è diventato un meccanismo che distorce spesso le condizioni del negoziato interno sulle decisioni politiche e legislative finendo per alimentare la parte cospicua delle ragioni dei dualismi (al minimo) di cui si è parlato.

Osserva [Marco Damilano](#) (L'Espresso 15.8.21) che la misura del governo Letta di cancellazione del contributo finanziario pubblico ai partiti fu concepito quando partiti a trazione un po' demagogica (Lega e M5S) accumulavano consensi più con le chiacchiere che spendendo soldi in strutture formate, cercando di inseguire l'onda dell'antipolitica. Argomenti che pesano sul bagaglio della frammentazione della politica ma anche sulla perdita di cognizione della funzione piena dei partiti stessi in una democrazia alle prese con i rischi del nostro tempo.

I partiti "personali"

Un vero e proprio progetto per ridisegnare un modello di partito accettabile al fine di restituire qualità costituzionale ai partiti e al tempo stesso una riduzione significativa di queste patologie, non appare in campo.

Il dibattito, se c'è, è nelle facoltà di scienze politiche più che nell'agenda della politica rappresentata. Questa è la spia circa il rischio maggiore: quello di non utilizzare il tempo creatosi storicamente sulle attuali insufficienze di sistema per produrre rimedi e rigenerazioni per ora materia di propaganda superficiale.

L'unico modello di partito esistente che mitiga dualismi e correntismo accennati è per ora quello dei "partiti personali", che trae origine nel successo del leaderismo proprietario esercitato nella cosiddetta seconda Repubblica da [Silvio Berlusconi](#).

Questo genere di "modello" ha probabilmente evitato una ulteriore proliferazione degli alveari burocratici, ma ha determinato altre malattie, a cominciare da una inaccettabile trasformazione della "qualità democratica interna" sancita dalla Costituzione con atrofia delle discussioni e con la costruzione della cortigianeria al posto della meritocrazia. Così che, alla fine, si è visto spesso che doppiezze e dualismi diventano parte della conduzione non lineare del pensiero e del comportamento del capo. Insomma una figura proprietaria di tutto, anche delle patologie di sistema.

Tra i "partiti personali a rischio" si potrebbe includere anche la vicenda del Movimento 5 Stelle fondato da [Grillo](#) e [Casalegno](#). Il braccio di ferro tra [Beppe Grillo](#) e [Giuseppe Conte](#), che ha portato all'armistizio del 6 agosto (il primo confermato garante con diritto di esprimere sfiducia, il secondo eletto presidente con un certo margine di manovra su dirigenza e apparato) ha introdotto qualche elemento evolutivo su cui è prematuro pronunciarsi anche perché l'evoluzione segnerà non solo le dinamiche tra i due *contendenti-contendenti* ma anche il ruolo del principale mediatore che è [Luigi Di Maio](#).

In coda a queste osservazioni si permetta di fare anche cenno al testo che [Giuseppe Conte](#) ha affidato al Corriere della Sera il 13 agosto per parlare del "modello culturale" del suo partito. In verità l'inventario che l'articolo contiene per dimostrare il recupero dello spiazamento culturale storico di Cinquestelle nel rapporto Sud-Nord e riguardo alla cultura di impresa ha qualcosa di scolastico. Appare piuttosto come una pezza a colore per entrare nelle alleanze di possibile successo alle amministrative soprattutto rispetto alle tre città più importanti in campo, tra cui Milano. E' doveroso far cenno a tre spunti autocritici che sono comunque parte di una fase nuova.

1. Considerare un errore la precedente prevalente linea di priorità di un certo meridionalismo assistenzialista.
2. Ammettere di aver sottovalutato il dialogo con il sistema degli imprenditori e dei lavoratori settentrionali (rilanciando qui il contenzioso con la Lega).
3. Sostenere - in vista delle Olimpiadi invernali del 2026 - le ragioni di una "legge speciale per Milano" (locomotiva dell'Italia verso l'Europa) con cenni impliciti di autocritica riguardo a [Virginia Raggi](#).

Il PD, se fosse...

Il 17 gennaio, su questo giornale, in una breve nota scrivevo un auspicio sull'evoluzione della natura e dei caratteri quasi paralizzati del PD. Questo il passo che ripropongo:

“Se il PD fosse un grande partito con la vista lunga, consapevole che questo è il momento di lasciarsi alle spalle gli impacci di ideologie ambigue, di difese di una “ditta” senza più giustificazioni, se fosse dunque un partito che prepara una ampia federazione progressista per lasciare a casa tanto la destra quanto i populistici, ebbene prima di martedì metterebbe in campo qualcuno – qualcuno di autorevole e rispettato – per dire, come il PD stesso in varie riprese ha detto, che il governo della pandemia ha avuto problemi e insufficienze, che la preparazione del Piano (in prima versione) è stata inaccettabile, che le critiche portate in modo serrato nell’ambito della maggioranza da luglio da [Matteo Renzi](#), hanno avuto fondamento e che lo stratonamento ha messo in movimento decisioni bloccate”.

Nel convincimento che permane circa l’ineludibilità dello spazio politico che il PD occupa (ma anche dello spazio politico che il PD non vuole e non sa occupare) in ordine alla creazione di una “via di uscita” coerente con l’esperienza di sistema che l’Italia sta vivendo da febbraio nel quadro del governo Draghi, queste poche righe vivono tuttora, al di là delle contingenze che le ispirarono. Per questo confermo di restare in serio ascolto delle “voci di dentro” che il cantiere potrebbe liberare, sapendo tuttavia che l’inerzialità potrebbe far prevalere dissimulazione e ambiguità.

Margini di manovra

L’altro cantiere da cui si attendono evoluzioni – anche qui percependo il rischio del borbottamento frammentato – è quello trattato nell’ultimo articolo sul *“centro che c’è e non c’è”*.

Nell’opinione di chi scrive un più accentuato processo di riorganizzazione dell’area liberal-democratica riformatrice offrirebbe argomenti di cultura politica, storica e di attualità, per intrecciare meglio i destini italiani a quelli europei.

Ma, salvo sperimentazioni (per esempio, la convergenza alle prossime amministrative a Roma), un vero e proprio patto in questo senso è accennato ma per ora non tracciato e non scritto. Tra l’altro questo patto beneficerebbe del pur fragile posizionamento di Più Europa che resta tra i non molti partiti italiani che segnala un convinto attaccamento alla forma di partito democraticamente contendibile e territorializzato.

Questa stagnazione al centro non mette in adeguato movimento le conseguenze contigue a destra e a sinistra.

La scompaginazione del centrodestra, adesso più sovranista che liberale, potrebbe avere un riscontro anche dal possibile insuccesso di candidati improvvisati e inadeguati nelle prossime amministrative in alcune grandi città (Milano e Roma soprattutto). La revisione valoriale e organizzativa delle alleanze del PD nel centrosinistra ha bisogno di cambiamenti oggettivi che non riguardano solo quel partito, la cui evoluzione resta comunque indispensabile per le sorti del sistema.

Ecco perché un certo margine di manovra potrebbe essere indotto da qualche sforzo in più del promotore del virtuale “Prontosoccorso”. Parlo di [Mario Draghi](#) e, per evitare confusioni, dicendo subito che non dovrebbe essere nel segno di seguire le orme delle brevi parabole che hanno riguardato le nuove formazioni politiche generate da figure “cincinnatesche” che, come lui, sono state chiamate a Palazzo Chigi in situazioni di emergenza. In particolare [Lamberto Dini](#) e [Mario Monti](#).

Lo sforzo in più dovrebbe restare all’interno della modello dialettico in atto tra le rappresentanze di partito e quelle tecniche all’interno di un governo che ridisegna molte cose dell’Italia prossima ventura. **Ma se non arriva a ridisegnare anche un pezzo della democrazia politica (rivedendo norme e regole, cosa importantissima da elaborare guardando lontano non solo il proprio ombelico) molti degli sforzi progettuali ora in corso saranno vani.** Questo richiede passaggi di una certa creatività, a cui si presta anche il calendario istituzionale in agenda (in Italia e in Europa) che qui non è il caso di scandagliare.

La contaminazione maggiore in atto tra le due compagini che compongono il governo tecnico-politico riguarda soprattutto (complice una certa qualità narrativa e di condivisione sociale che deve essere sostenuta e accelerata) l’idea forza delle prospettive assicurate al Paese dalla riuscita dei progetti ora in fase selettiva. Si deve capire che **la riforma della politica conta per il nostro futuro quanto quella della giustizia, del fisco, della pubblica amministrazione oggi conta agli occhi dell’Europa.**

Questa contaminazione ha bisogno dello “stato di grazia” in cui agisce per ora il premier. Senza apparenti altre ambizioni, senza assumere in forma partigiana responsabilità di questa o quella parte. Ma esprimendo a fondo - quindi anche attraverso le parole della cultura politica - il ruolo di garanzia della modernizzazione di un Paese che ritrova il suo protagonismo europeo per convincimento e per convenienza. E rispetto a cui una figura come [Mario Draghi](#) - proseguendo tratti che furono anche di [Carlo Azeglio Ciampi](#) - potrebbe assegnare l’accompagnamento della riscoperta di un pensiero di tradizione dei tanti che hanno pensato democrazia, libertà, sviluppo ed equità dal Risorgimento in poi. Spesso inascoltati. Troppo dimenticati.

Riprendo questo auspicio da uno dei primi commenti “politologici” dopo la formazione del governo Draghi (e dopo il primo inquadramento del rapporto tra Draghi e i partiti) fatto da Gianfranco Pasquino (Domani, 26.2.2021): *“Al governo del Presidente del Consiglio è stato affidato, più o meno opportunamente, anche il compito di ristrutturare la politica. Questa ristrutturazione potrebbe essere estesa (o ristretta) al sistema dei partiti”*.

Una nota finale di contesto

Infine una nota di contesto obbligata per un paese come l’Italia, che in ogni suo rivolgimento ha visto il mondo attento e soprattutto influenzante.

Dall’instabilità che si è creata nel quadro delle contaminazioni tra partiti tradizionali e partiti populistici – una sorta di cambio di registro di fondo per un paese appartenente stretto al quadro dei fondatori UE e della Nato – è nato un compiacimento in paesi anche molto vicini e per questo molto concorrenti.

Questo quadro non è interrotto, ma è sospeso dal governo Draghi. Chi punta sulla perdita di valore politico dell’Italia al fine di produrre anche perdita di valore economico è alla finestra.

Questa è la ragione di fondo che dovrebbe muovere nei prossimi mesi Mario Draghi ad aggiungere alla sua, anche non dichiarata, agenda la promozione di misure per facilitare non solo le vaccinazioni e il PNRR ma anche la messa in sicurezza dell’Italia rispetto al fronteggiamento delle condizioni di instabilità.

Viaggio nel Prontosoccorso dei partiti politici italiani

Stefano Rolando sul giornale online Moondo.Info

I precedenti articoli.

- 25.7.2021 - *Introduzione - Partiti e Prontosoccorso - Una matrice visionaria*
<https://moondo.info/partiti-e-pronto-soccorso-una-matrice-visionaria/>
- 6.8.2021 - *Cinquestelle e Lega alla resa dei conti interna: cultura di governo o populismo bizzarro?*
<https://moondo.info/cinquestelle-e-lega-alla-resa-dei-conti-interna-cultura-di-governo-o-populismo-bizzarro/>
- 17.8.2021 - *PD - Partito Double-face*
<https://moondo.info/pd-partito-double-face/>
- 20.8.2021 - *Silvio Berlusconi: “La via di uscita per noi resta la rigenerazione della democrazia liberale”* - Domande libere al fondatore di Forza Italia (e risposte supposte)
<https://moondo.info/silvio-berlusconi-la-via-di-uscita-per-noi-resta-la-rigenerazione-della-democrazia-liberale>
- 25.8.2021 - *Lib dem. Il centro che c’è e non c’è –*
<https://moondo.info/lib-dem-il-centro-che-ce-e-che-non-ce/>

Le scelte del governo Draghi per il CdA della Rai

Roma 10 luglio 2021

CdA RAI/1

CORRIERE DELLA SERA

Le scelte di Draghi: Fuortes e Soldi per Il Vertice Rai

Draghi accelera, tensione tra i partiti

Antonella Baccaro, Valerio Cappelli

Per i vertici della Rai arrivano le indicazioni i del premier Mario Draghi e del ministro dell'Economia, Daniele Franco. Carlo Fuortes, manager di area Pd, potrebbe essere 11 nuovo ad, e la presidenza è destinata a Marinella Soldi, dirigente cosmopolita. I partiti litigano. La Lega: scelto un amministratore delegato «di parte». I dubbi di Forza Italia sulla presidente.

Carlo Fuortes, attuale sovrintendente della Fondazione Teatro dell'Opera di Roma, sarà il nuovo amministratore delegato della Rai, mentre alla presidenza è destinata la manager tv Marinella Soldi.

Il governo Draghi usa la tecnica del contropiede per evitare che il rinnovo del consiglio di amministrazione (in scadenza a fine mese con l'approvazione del bilancio) finisca in un vicolo cieco, dopo il rinvio delle nomine dei 4 componenti di scelta parlamentare, a mercoledì. Ieri il ministero dell'Economia ha bruciato i tempi indicando i due nomi che spetta all'azionista proporre all'assemblea, convocata per lunedì.

L'obiettivo di Draghi è sbloccare lo stallo politico finora provocato dall'incertezza del MSS, diviso al suo interno sul proprio candidato, e dalla disputa nel centrodestra tra Forza Italia e Fratelli d'Italia. Ma la forzatura del premier lascia tracce evidenti nei commenti su Fuortes e Soldi.

La prima ad attaccare è la Lega, con Lucia Bergonzoni che definisce la scelta «sorprendente» e bolla Fuortes come «di parte», perché «molto vicino alla sinistra», mentre Alessandro Morelli definisce il manager «privo di competenze televisive». Accuse fuori luogo per il segretario Dem Enrico Letta: «Avevamo auspicato massima autonomia dai partiti e così sarà» dice. Così Italia Viva che con Davide Faraone parla di una «bella coppia» che farà «molto bene». E da Leu si sottolinea che «i nomi vanno nella direzione giusta».

Quanto a Fratelli d'Italia, traccheggia, aspettando che gli venga assegnato un posto da opposizione nel cda. Ma è soprattutto l'indicazione di Soldi (che nel 2015 fu candidata da Renzi come ad della Rai e che nel 2019 acquistò i diritti del documentario di Renzi su Firenze) a sollevare critiche. Fonti azzurre parlano di perplessità per l'assenza di un confronto e rispetto alla scelta di due profili, certamente di alto valore, ma in qualche modo sovrapponibili, senza una chiara competenza editoriale.

Che invece ci sarebbe stata su altri nomi circolati nei giorni scorsi (Fl lanciava per la presidenza Simona Agnes). «La mia legge stabilisce che il presidente sia ratificato dalla Vigilanza a maggioranza qualificata —sottolinea Maurizio Gasparri — e lo fa per assicurare un certo equilibrio politico. Ma a noi invece non ci ha chiamato nessuno. Mi sembra che a palazzo adgi ormai ci sia il Marchese del Grillo».

Già, la Vigilanza, i voti devono essere 27 perché passi l'indicazione et presidente.

Da Forza Italia bono capire che il loro voto è tutt'altro che scontato.

Ma qualcuno già pensa che le recriminazioni di Lega e Forza Italia troveranno compensazione in un'altra sede e in un secondo momento: quando in gioco entreranno le direzione dl reti e Tg. Il più ambito è il 1gì, oggi in quota MSS. La partita è appena iniziata.

CdA RAI/2

la Repubblica

Rai, nomine a sorpresa: Draghi non aspetta i partiti.

Soldi presidente e Fuortes ad. La scelta del premier spiazza la destra

Giovanna Vitale

Intanto Draghi e il ministro dell'Economia Franco scelgono i loro nomi per la Rai: Marinella Soldi sarà prossima presidente e Carlo Fuortes sarà amministratore delegato. Le nomine andranno la prossima settimana al Consiglio dei ministri.

ROMA - L'unica previsione azzeccata, nel toto-nomi che da settimane impazza sui nuovi vertici Rai, è l'accoppiata di genere: un uomo e una donna. Per il resto, Mario Draghi è riuscito nella (ormai consueta) impresa di sorprendere tutti e spiazzare i partiti. Alcuni piacevolmente, come il Pd, che "guadagna" un amministratore delegato - l'economista Carlo Fuortes, sovrintendente dell'Opera di Roma - considerato da sempre vicino al Nazareno per interposto Nicola Zingaretti, e più in generale alla variegata galassia del centrosinistra che infatti esulta, per una volta compatta. Altri invece indispettiti, in particolare Fdl, che al neo-capo della Tv pubblica ha giurato inimicizia eterna, e pure un po' la Lega, che però a ristoro incassa una promessa importante. La direzione di Rai in tempi brevissimi e il cambio alla guida del Tgl appena sarà possibile. Come non bastasse, anche di Marinella Soldi, la manager che il Tesoro proporrà in Cdm per il ruolo di presidente, non si può certo dire che simpatizzi per il centrodestra.

Già ceo di Discovery per il Sud Europa, un passato in Mtv, dovrà ora fare i conti con lo «scetticismo» di Forza Italia, stupita per «una nomina che dovrà essere approvata dal Cda e in Vigilanza». Tradotto dal politichese significa che i voti degli azzurri in Parlamento non sono o scontati. Rammaricati, i berlusconiani, per «la mancata condivisione della scelta di una figura che tradizionalmente viene selezionata in ambiti editoriali». Segno che, come già su Cdp e Ferrovie, il premier ha deciso da solo, lasciando la sua litigiosa maggioranza all'oscuro di tutto.

Analoga irritazione fa trapelare la Lega ma nei confronti di Fuortes, accusato da Lucia Bergonzoni di non essere né super partes né legato all'azienda. «Da mesi attendevamo nomi di caratura internazionale, con esperienze nel broadcasting televisivo, e invece ci ritroviamo un esponente dei Palazzi romani uscito dalla segreteria di un partito», rincara il responsabile Comunicazioni Alessandro Morelli.

Malumore che rischia di creare più di un problema alla presidente in pectore: con i suoi sette membri in Vigilanza il Carroccio potrebbe infatti essere determinante per ratificare la nomina di Soldi, che necessita dei due terzi dei componenti della Bicamerale. Tant'è che c'è chi avanza il sospetto che il progetto iniziale di Draghi fosse indicare proprio lei come ad, poi accantonato per evitare una bocciatura del sovrintendente dell'Opera alla successione di Marcello Foa.

A festeggiare sono Pd, Leu, Iv e Azione. Con Carlo Calenda lesto nel ricordare che fu lui, un anno fa, a candidare Fuortes sindaco di Roma per il centrosinistra. Da Boschi alla Fedeli, da Bettini a De Petris, tutti si congratulano per entrambe le scelte, concentrato di «competenza, professionalità e indipendenza». Ora toccherà ora ai partiti completare il Cda. Per eleggere i 4 consiglieri di nomina parlamentare si vota mercoledì. Sempre che riescano a mettersi d'accordo.

CdA RAI/3

24 ORE

Fuortes nuovo Ad della Rai, Soldi verso la presidenza. Malumori Lega e Fi

Andrea Biondi

Carlo Fuortes e Marinella Soldi. Eccoli i due nomi usciti dal cilindro di Palazzo Chigi per il Cda Rai. Il primo, sovrintendente della Fondazione Teatro dell'Opera di Roma, sarà proposto (formalmente dal Mef guidato da Daniele Franco, d'intesa con il premier) per il ruolo di amministratore delegato. Quanto a Marinella Soldi - per anni alla guida di Discovery in Italia (e poi con responsabilità sul Sud Europa) e più volte in passato data per vicina alla Tv pubblica - nella nota diffusa ieri non era indicata come presidente visto che il compito spetta al Cda Rai. Come di consuetudine, però, è da Mef e Palazzo Chigi che arrivano i nomi di ad e presidente.

Il premier Mario Draghi ha tenuto fede ai propositi trapelati nei giorni scorsi, cioè di arrivare all'assemblea dei soci Rai di lunedì con i due nomi di indicazione governativa.

Il componente in rappresentanza dei dipendenti Riccardo Laganà, c'è. Mancano i componenti di nomina parlamentare con il passaggio slittato più di una volta (l'ultima il 7 luglio). Forse anche per evitare che i partiti, in cerca di una quadra ancora da trovare, continuassero a spingere la palla in avanti, il premier Draghi ha accelerato con una mossa in fondo irriuale e non priva di rischi.

Il presidente Rai ha bisogno dell'ok dei due terzi della Commissione di Vigilanza.

Risultato, questo, intuitivamente non scontato a giudicare dai commenti a caldo.

Di «scelta sorprendente» per il nuovo ad Fuortes, considerato «non super partes» perché *«personaggio molto vicino alla sinistra, a Veltroni in particolare, proposto da Calenda come candidato sindaco per il Pd»*, ha parlato Lucia Borgonzoni (Lega). «Crediamo che la notizia di Fuortes ad Rai sarà festeggiata dai lavoratori del Teatro dell'Opera di Roma», ha ironizzato Federico Mollicone (Fdl). Gelo da Forza Italia da cui trapelano *«stupore e perplessità»* scrive l'Ansa *«per scelte non condivise»*.

I nuovi vertici

CARLO FUORTES

Manager della cultura Carlo Fuortes, romano, 62 anni a settembre, è sovrintendente della Fondazione Teatro dell'Opera di Roma dal 2013, confermato fino al 2025. Manager ed economista, ha ricoperto incarichi e svolto consulenze sui temi dell'economia della cultura, maturando un'esperienza ultraventennale nella gestione di teatri, musei e beni culturali, spettacoli dal vivo, televisione e cinema per conto di imprese pubbliche e private. È laureato in Scienze statistiche ed economiche all'Università "La Sapienza" di Roma, ed è stato allievo di famosi economisti come Paolo Sylos Labini e Luigi Spaventa. Ha insegnato Sistemi organizzativi dello spettacolo dal vivo all'università Roma Tre.

MARINELLA SOLDI

Curriculum internazionale Marinella Soldi è attualmente presidente della Fondazione Vodafone Italia e consigliere indipendente di Nexi, Italmobiliare e Ariston Thermo. Nata a Figline Valdarno (Firenze) nel 1966 e cresciuta a Londra, è laureata in Economia alla London School of Economics e ha ottenuto un master in Business Administration presso Insead, Francia. Ha avviato la propria carriera in McKinsey. Nel 2000 ha fondato la Soldi Coaching, società di leadership coaching con clienti in tutto il mondo, svolgendo per nove anni il ruolo di leadership coach, nei settori della tecnologia e dei media. Nel settore televisivo, ha ricoperto ruoli di vertice in Discovery (fino a ottobre 2018) e Mtv.

CdA RAI/4

Il Messaggero

La scelta di Draghi Fuortes ad Rai Soldi presidente

Mario Ajello

La tv pubblica al bivio.

Rai, il blitz di Draghi: Fuortes e Soldi in Cda. Ira della Lega: voteremo no

I partiti sono in stallo e non riescono a decidere i nomi del Cda Rai. E allora Mario Draghi che cosa fa? Li mette nel sacco, o nel ridicolo. Ovvero li anticipa annunciando i due nomi, dell'ad e del presidente, che spettano al governo. Sono Carlo Fuortes e Marinella Soldi. Dopo lo stallo partitico (con rinvio al 14 della designazione di quattro membri del prossimo Cda su cui c'è ancora incertezza specie nei 5Stelle), ecco insomma la sorpresa. I nomi di Fuortes e di Soldi saranno presentati all'assemblea degli azionisti (il Met) lunedì e intanto la Lega protesta («*Fuortes è di sinistra, ha la targa Pd*») e gli altri partiti si sentono presi alla sprovvista, scavalcati e ancora una volta umiliati dal blitz decisionista di Draghi.

Molti elogi pubblici a Fuortes, dai dem e dagli altri, ma non dai grillini (anche se la Raggi è raggiane, ha sempre lavorato bene con Fuortes come soprintendente del Teatro dell'Opera e gli fa i complimenti e gli auguri), e però sotto sotto si sentono sfoghi così nel Palazzo: «Draghi ci ha imposto anche il presidente Rai che di solito nasce con una concertazione con i partiti. Ci vuole proprio umiliare». Il che significa che quando in commissione di Vigilanza Rai il presidente Soldi, che è un tecnico e non un Foa, dovrà essere votato con una maggioranza di due terzi verranno meno alcuni altri voti insieme, forse, a quelli della Lega?

In prima battuta l'elezione di Marcello Foa, come presidente di garanzia, non passò in Commissione di Vigilanza ma poi la cosa si sbloccò. Adesso, la politica sembra troppo debole per fare ritorsioni, attraverso la eventuale bocciatura della Soldi, contro SuperMario. Anche se specie nei 5Stelle si mastica amaro: la nuova governance Rai significa che va via Salini che era stato scelto da M5S e in prospettiva, dopo l'estate, anche il Tgl grillino con Carboni passerà di mano. MANOVRE Il gelo di Forza Italia. E il Carroccio in protesta, con la sottosegretaria alla Cultura, Lucia Borgonzoni, che spara: «Fuortes è molto vicino alla sinistra, a Veltroni in particolare. È stato proposto da Calenda come candidato sindaco di Roma per il Pd. Non ha esperienza televisiva e per di più è stato duramente contestato per anni dai lavoratori del Teatro dell'Opera. Non è una figura super-partes né un uomo legato all'azienda. Scelta sorprendente».

Nel corpacione Rai anche se Fuortes non è ancora arrivato già si fanno scenari di questo tipo: lui è legato a Silvia Calandrelli, perché Teatro dell'Opera e Rai hanno molto lavorato insieme in questi anni, e la direttrice di Rai Cultura potrebbe essere scelta come direttrice generale (reparto corporate) mentre un altro dg potrebbe essere, alla parte editoriale, Marcello Ciannone che oltretutto è di area centrodestra e la sua promozione sarebbe una sorta di ri5arcimento politico viste le simpatie di sinistra attribuite a Fuortes.

Ma queste, per ora, sono le classiche chiacchiere di cui la Rai si ciba quotidianamente. E comunque si vedrà. La Lega, con i suoi sette membri in Vigilanza potrebbe essere determinante per il via libera o il nient al presidente, che necessita di 27 voti, nella commissione bicamerale. Ma non è detto che il leghista, pur disgustato dalla scelta Fuortes, avranno il coraggio di mettersi di traverso rispetto al volere del premier. C'è chi dice che, inizialmente, la scelta di Draghi fosse indicare la manager Soldi come ad, ma poi il premier avrebbe accantonato questo progetto per evitare una bocciatura del soprintendente dell'Opera come presidente in quanto considerato di sinistra e non di garanzia. Mentre la Soldi avrebbe un profilo più neutro e quindi più trasversalmente gradito. E' andata come è andata. E comunque c'è lo «stupore e perplessità» che trapelano da Forza Italia per «scelte non condivise sui vertici Rai», mentre Federico Mollicone di Fratelli d'Italia ironizza: «Crediamo che la notizia di Fuortes come ad Rai sarà festeggiata dai lavoratori del Teatro dell'Opera di Roma dove saremo stasera in un'assemblea dei lavoratori». I mugugni 5 stelle si sprecano. E anche le divisioni interne al movimento. Che la settimana prossima sceglierà il proprio candidato per il Cda: Luigi Di Maio, Paolo Favale o Antonio Palma, con quest'ultimo forte della grande maggioranza ottenuta in una consultazione tra i membri del partito in Commissione di Vigilanza. Quanto al centrodestra, la Lega nella sua competizione aspra con Fdl vorrebbe togliere al partito rivale il consigliere d'amministrazione (cioè Giampaolo Rossi, stimato da tutti) ma la manovra non passerà anche per via dei buoni rapporti che Draghi ha con la Meloni ma soprattutto perché privare l'unico partito d'opposizione di una voce nel vertice Rai sarebbe, un po' agli occhi di tutti e anche del premier, un sopruso.

VIDEO



Alcuni interventi del Presidente Mario Draghi

VIDEO/1

19.8.2020

Mario Draghi al Meeting di CL a Rimini ha parlato della crisi e di come se ne uscirà: puntando molto sui giovani

<https://www.youtube.com/watch?v=B8ijhdKycmc>

VIDEO/2

3.2.2021

Dichiarazione alla stampa del Presidente Incaricato Mario Draghi al termine dei colloqui con il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella

<https://www.youtube.com/watch?v=7cyMIJb5V44>

VIDEO/3

12.2.2021

Draghi e la comunicazione: parlano i fatti, addio retroscena!

Corrado Chiominto (capo della redazione economica dell'Agenzia ANSA)

ANSA Voice stories

In voce (con citazioni di Mario Draghi) al seguente link

https://www.spreaker.com/user/agenzia_ansa/podcast-stories-chiominto-12-feb-mixdown

VIDEO/4

19.6.2021

Redazione ANSA

Draghi: 'L'eterologa funziona, io la farò, ma c'è libertà di scelta'

Speranza: 'Nessuna obbligatorietà per i vaccini'.

Figliuolo: 'Con l'eterologa la campagna vaccinale non rallenta'

"*L'eterologa funziona, io sono prenotato martedì*". Lo dice il premier Mario Draghi in conferenza stampa parlando dei vaccini nella sala polifunzionale della presidenza del Consiglio.

Al punto stampa partecipano anche il ministro della Salute Roberto Speranza e il commissario all'emergenza Covid Francesco Paolo Figliuolo.

Videoregistrazione della conferenza stampa al link

https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2021/06/18/attesa-per-la-conferenza-stampa-di-mario-draghi_629807fe-f2bd-426d-9dd5-91e5b53fcfa0.html

VIDEO/5

23.06.2021

Draghi sul Consiglio europeo del 24 e 25 giugno, approvata la risoluzione di maggioranza - Sì ai titoli universitari abilitanti

Camera dei Deputati

Nella seduta di mercoledì 23 giugno il Presidente del Consiglio dei Ministri Mario Draghi ha reso all'Assemblea comunicazioni in vista del Consiglio europeo del 24 e 25 giugno 2021.

La videoregistrazione al link

https://www.camera.it/leg18/1132?shadow_primapagina=12578

VIDEO/6

25.5.2021

Conferenza stampa del Presidente del Consiglio, Mario Draghi, al termine del Consiglio europeo straordinario del 24-25 maggio.

<https://www.youtube.com/watch?v=96wLVjthyYU>

VIDEO/7

13.6.2021

Conferenza stampa del Presidente del Consiglio, Mario Draghi, al termine dei lavori del Vertice G7 (Cornovaglia 11-13 giugno).

<https://www.youtube.com/watch?v=B0r7Qliwsxs>

VIDEO/8

12.7.2021

Il premier riceve gli azzurri a Palazzo Chigi

https://www.adnkronos.com/draghi-dedica-a-donnarumma-che-parate-a-video_4Pa4heTnhC660f9LIGTfg

VIDEO/9

22.7.2021

Conferenza stampa Draghi - Cartabia - Speranza

Conferenza stampa del Presidente del Consiglio, **Mario Draghi**, con la Ministra della Giustizia, **Marta Cartabia**, e il Ministro della Salute, **Roberto Speranza**, al termine del Consiglio dei Ministri n.30.

Videoregistrazione al link

<https://www.governo.it/it/articolo/conferenza-stampa-draghi-cartabia-speranza/17509>

VIDEO/10

6.8.2021

Il Presidente del Consiglio, Mario Draghi, ha incontrato i giornalisti per un saluto informale prima della pausa estiva.

<https://www.youtube.com/watch?v=wkJDsWBbRv0>

Alcune occasioni di commento in materia di comunicazione del presidente Mario Draghi

VIDEO/11

3.2.2021

Porta a porta / Rai1

Ritratto di Mario Draghi, l'uomo che ha salvato l'Euro

<https://www.youtube.com/watch?v=LfGZa41xMZE>

VIDEO/12

19.2.2021

La comunicazione di Mario Draghi secondo Gianfranco Pasquino

Coffee-break LA7

<https://www.facebook.com/CoffeeBreakLa7/posts/la-comunicazione-di-mario-draghi-secondo-gianfranco-pasquino/3688853651190950/>

VIDEO/13

3.3.2021

PA Social

Comunicazione e informazione nel governo Draghi. Quale uso dei social?

Interventi di: **Stefano Di Traglia**, Dir. Sviluppo e Comunicazione Consenso Europa

Intervento video-registrato al link

<https://www.youtube.com/watch?v=4-6Ox4EIDYI>

VIDEO/14

25.3.2021

La figura e la leadership di Mario Draghi: un'analisi

Registrazione video del dibattito dal titolo "La figura e la leadership di Mario Draghi: un'analisi", registrato a Youtube giovedì 25 marzo 2021 alle ore 18:00.

Dibattito organizzato da Comin&Partners.

Sono intervenuti: **Gianluca Comin** (presidente e fondatore di Comin & Partners), **Gianni Letta** (presidente Associazione Civita), **Maria Cannata** (esperta del Consiglio tecnico-scientifico del Dipartimento del Tesoro), **Lucio Caracciolo** (direttore della Rivista di Geopolitica "Limes"), **Marcella Panucci** (capo di gabinetto del Ministro per la Pubblica Amministrazione), **Bernhard Scholz** (presidente della Fondazione Meeting per l'amicizia fra i popoli), **Alessandro Speciale** (giornalista dell'Agenzia Adista)

<https://www.radioradicale.it/scheda/632564/la-figura-e-la-leadership-di-mario-draghi-unanalisi>

VIDEO/15

1.7.2021

Effetto Draghi: prove tecniche di post-democrazia

Dibattito registrato a Youtube giovedì 1° luglio 2021 alle 15:00.

Dibattito organizzato da Democrazia Futura e Key4biz.

Sono intervenuti:

Stefano Rolando (professore IULM), **Guido Barlozzetti** (autore e giornalista Rai), **Giampiero Gramaglia** (direttore di Democrazia Futura), **Carlo Rognoni** (giornalista ed ex-parlamentare).

Sono stati discussi i seguenti argomenti: Amministrative, Centro, Costituzione, Democrazia, Destra, Diritti Civili, Draghi, Economia, Elezioni, Emergenza, Epidemie, Esteri, Finanziamenti, Governo, Impresa, Informazione, Italia, Mass Media, Movimento 5 Stelle, Orban, Ovest, Partiti, Pnrr, Politica, Rai, Sinistra, Società, Stato, Unione Europea, Usa.

La registrazione video di questo dibattito ha una durata di 1 ora e 19 minuti.

Questo contenuto è disponibile anche nella sola versione audio.

Al link: <https://www.radioradicale.it/scheda/641399/effetto-draghi-prove-tecniche-di-post-democrazia>

[Altre opinioni videoregistrate su Mario Draghi](#)

Cronaca, circostanze, critiche

VIDEO/16

5.3.2021

L'imbattibile Draghi, la canzone

Striscia la Notizia Video

https://www.striscialanotizia.mediaset.it/video/europei-il-tifo-dei-politici_73736.shtml

VIDEO/17

28.4.2021

Le parole critiche di Giorgia Meloni nei confronti della modalità e dei termini del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.

https://www.mediasetplay.mediaset.it/video/zonabianca/giorgia-meloni-su-mario-draghi_F310971001004C06

VIDEO/18

12.7.2021

Ansa Video

La maglietta azzurra numero 10 a Mario Draghi.

Cerimonia di premiazione nel cortile di Palazzo Chigi

https://www.ansa.it/sito/videogallery/calcio/2021/07/12/nazionale-la-maglietta-azzurra-numero-10-a-mario-draghi_56be75eb-1861-47d2-b01f-f3cded924e59.html

VIDEO/19

26.7.2021

AdnKronos Video

Attacco del direttore del Fatto Quotidiano dal palco della festa di Articolo Uno a Bologna. Il ministro Speranza, leader di Articolo Uno: "Uscita infelice"

https://www.adnkronos.com/draghi-figlio-di-papa-non-capisce-un-c-bufer-social-su-travaglio-video_7Ad9XpfaE3NuVPIkk7Jpuo

VIDEO/20

25.8.2021

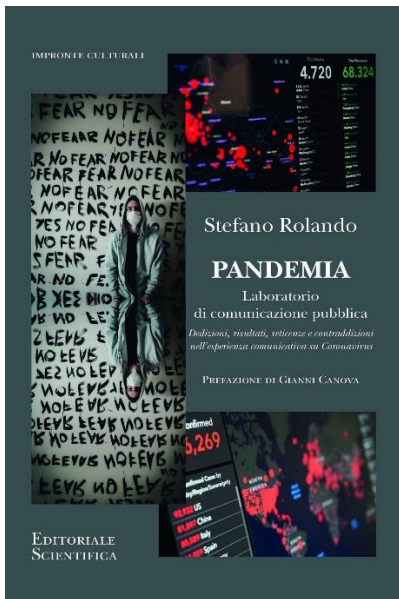
Marco Travaglio racconta Conte e Draghi

<https://www.youtube.com/watch?v=sBhot0gmCbl>

Primo annuncio

A settembre, con Editoriale Scientifica il quarto contributo maturato nell'ambito dell'Osservatorio sulla comunicazione pubblica, il public branding e la trasformazione digitale, dell'Università IULM Milano, nel corso della pandemia (2020-primo semestre 2021).

Dopo



Ottobre 2020



Novembre 2020



Marzo 2021

Stefano Rolando

Comunicazione pubblica come teatro civile

Governare la spiegazione

Una riforma importante nella pandemia e dopo

Prefazione di **Giuseppe De Rita**

Editoriale Scientifica – Napoli

Settembre 2021