

La comunicazione di plastica

"Presidente da vendere", il nuovo libro di Jacques Sèguèla: la società e la politica contemporanea raccontate senza ipocrisie.



di Francesco Cataldo Verrina

Jacques Sèguèla è il creativo per antonomasia, un genio della comunicazione mai prevedibile, "un cavaliere della pubblicità" (come egli stesso si definisce), che, in quasi mezzo secolo di attività, ha saputo applicare tutti gli elementi del marketing commerciale alla comunicazione politica con estrema naturalezza, trasformando "il soggetto politico", da semplice brand di consumo, sottoposto all'usura del tempo, a portatore sano di emozioni e di cambiamenti epocali. "Presidente da vendere", in Italia per Fausto Lupetti Editore, da qualche giorno negli scaffali delle librerie, è un'appassionante rappresentazione della realtà politica e sociale descritta senza paraventi con un linguaggio diretto, immediato, ma al contempo paradigmatico, tipico di un comunicatore di razza, ma soprattutto di un raffinato pensatore, testimone diretto di avvenimenti e "suggeritore" di uomini di stato, capi di governo e politici che hanno mutato i destini dell'umanità negli ultimi decenni. «Ho condotto nella mia carriera – dice Sèguèla - venti campagne presidenziali e c'è una costante che le accomuna tutte. Fin dal primo contatto, ho visto una piccola luce accendersi negli occhi del candidato. Un barlume destinato a crescere fino a incendiarsi. Una fiammella già accesa nel cuore del vincitore. Non sa ancora di esserlo, ma io posso già vederlo nel suo sguardo. La scelta, quindi, si indirizza verso colui che porta in sé questa piccola fiamma condivisa.» Ogni passo del libro diventa, per chiunque si occupi di comunicazione politica a scopi professionali, ma non solo, un faro guida, senza la pesantezza tipica di certa piatta letteratura manualistica o pseudo-divulgativa. Il pensiero del "francese" scorre



fluidamente e magneticamente, divenendo una "lectio magistralis" anche per il più esperto dei marketer politici: «Una campagna non la si vince, è l'avversario che la perde. Come definire meglio la vittoria di Sarkozy se non come la disfatta di Sègolène? Stesso dicasi per la vittoria di Obama, che è stata prima di tutto la sconfitta di McCain. Il nostro ruolo è dunque di spingere all'errore quello che, dopo un po', si finisce per chiamare semplicemente "l'Altro".» "Presidente da vendere" descrive la comunicazione politica, come di una disciplina in cui non esistono regole. Si parla delle scelte che ruotano intorno ai candidati politici, ai partiti e alla lotta senza sconti per il potere, nato e costruito intorno all'uomo e alle sue debolezze, che

il comunicatore, in maniera maieutica, deve far emergere e magnificare.

Più che un manuale si tratta di un libro in movimento, un "Easy Rider" della comunicazione on the road, in cui l'autore ci porta a vivere le sue esperienze a fianco di presidenti storici come Jaques Mitterand fino alle nuove icone dell'era Internet, senza trascurare le campagne politiche di frontiera e in particolare dell'Est europeo per la prima volta trovatosi ad affrontare un contesto d'azione democratico. Talune formule o strategie risultano uguali per tutti i soggetti politici, sia pure se applicate in differenti situazioni socio-culturali.

Ogni ricordo, come in un romanzo, diventa un'indicazione preziosa: «Shimon Perez mi ha detto un giorno: i sondaggi sono come i profumi, li respiri pure, ma non se li beva. I candidati, invece, se ne ubriacano presto».

La narrazione di Sèguèla viene scandita e valorizzata dall'intervista di Domenico Pasquariello Dégo, intellettuale e artista di notevole impegno civile e culturale, italiano di nascita, parigino per elezione.

La comunicazione di plastica

"Presidente da vendere", il nuovo libro di Jacques Sèguèla: la società e la politica contemporanea raccontate senza ipocrisie.

<<<

Un'incalzante intervista che percorre, in lungo e in largo tra pubblicità e politica, la rara esperienza di un comunicatore d'eccezione, sempre al fianco di personaggi che hanno fatto e che faranno la storia. Una vita e una visione non comune esplorate ricordo per ricordo, campagna per campagna. Il volume fornisce alcune risposte concrete, svelando qualche "segreto di produzione" di quelle campagne che, negli ultimi anni, hanno infiammato le urne, dando l'avvio ad importanti svolte sociali. Dopo la rivoluzione industriale, che ha arricchito banchieri e ingegneri, ci prepariamo a vivere la rivoluzione "infostriale", la quale apparterrà solo agli inventori e ai creativi e dove la pubblicità giocherà un ruolo decisivo. In questa delicata fase dell'umanità, per Jaques Séguéla, chi ha in mano le redini del potere si troverà di fronte a scelte epocali: «La crisi è la grande occasione dei politici: lottare a colpi di concretezza contro l'idea immateriale della finanza impazzita e, in questo modo, riaffermare la propria utilità.» In "Presidente da vendere" si affronta anche il tema dell'incomprensibile politica italiana. Cosa accadrà nel 2012 quando ci saranno le nuove elezioni? La politica saprà cogliere il nuovo spirito dei tempi, oppure non cambierà nulla, poiché, in sostanza, la politica italiana non cambia? Il libro evidenzia tutta la vitalità di un ragazzo di 76 anni con una potenza di fuoco mentale ad avancarica.

Dice Sèguèla: «La vecchiaia comincia quando i rimpianti hanno la meglio sui sogni.»

Forse il merito più evidente, per colui che ha sempre considerato "la pubblicità come la migliore tecnica inventata per comunicare", è l'essere stato in grado di descrivere minuziosamente le inside dell'agone elettorale, dove spesso il sogno di un'intera nazione, con i suoi desideri e le sue speranze, può essere realizzato, attraverso semplici strategie che nascono e ruotano intorno ad un singolo uomo, alla sua storia, alla sua unicità e alle sue incertezze.

Presidente da vendere di Jaques Séguéla
Editore Fausto Lupetti



Tutta la pubblicità in TV:
dove, come, quando.

*www.spotsystem.it

SpotSystem
è un prodotto



metromediasystem

via andrea salaino 7, 20144 milano italy

T +39 02 48 02 82 20 F +39 02 48 57 82 50

www.spotsystem.it mms@metromediasystem.it