

Giusi Gallotto, amministratore di Reti L'immagine «descamisada» dell'ex pm e quella modaiola dell'imprenditore

NAPOLI «Ogni scelta di immagine paga se risulta credibile. Non c'è una regola universale e valida per tutti. Il look non deve sembrare una forzatura, né essere il risultato di una strategia di puro marketing». Giusi Gallotto, consulente strategico e amministratore unico di Reti — società di relazioni istituzionali e comunicazioni — mette sotto la lente di ingrandimento lo stile di de Magistris e Lettieri. «Le loro scelte non sono del tutto incoerenti, ma tendono ad esasperare i tratti caratterizzanti dei loro profili. Il primo si è costruito un personaggio a tinte forti, una sorta di caricatura di se stesso; la campagna per le amministrative è solo l'ultimo palcoscenico per metterlo in scena. Il secondo ha accentuato molto il suo profilo dinamico, lezioso, stiloso. Per entrambi non credo, però, questo aspetto faccia grande differenza in termini di consenso».

Ma lo stile di certo è un modo per comunicare. Secondo lei cosa raccontano questi due uomini?

«De Magistris vuole comunicare l'immagine di sindaco di strada, capo popolo "descamisado", animatore di folle. Vuole dire agli uomini e alle donne di quartiere: sono uno di voi.

Nel suo caso non è una scelta di stile radical chic, ma volutamente populista. Dopodiché, i napoletani lo hanno premiato soprattutto per la mancanza di una alternativa credibile. Lettieri è l'imprenditore in abito elegante e camicia bianca. Modaiolo e attento alla forma fisica, anche in tenuta sportiva. È lo scugnizzo che ce l'ha fatta, che abita nei quartieri alti, che è diventato qualcuno. Il suo profilo, però, a tratti cozza con alcune scelte comunicative di campagna elettorale che invece tendono a "ridimensionare verso il basso" la sua condizione e status sociale. Non bisogna mai vergognarsi del successo raggiunto».

Perché i politici del Mezzogiorno faticano ad avere una immagine realmente spendibile su una ribalta nazionale?

«La difficoltà di imporsi sulla scena nazionale non è semplicemente una questione di immagine. E questo vale per il Sud e per il Nord. La leadership si conquista con i fatti, con scelte coraggiose, con il buon governo. Ormai nessun politico può esimersi dal confronto con i cittadini. In una sola parola occorre *accountability*, cioè affidabilità

per ciò che si è fatto».

Servirebbe l'aiuto di esperti?
«L'epoca dei "guru della comunicazione" è finita. Non ci sono maghi del voto. Un politico deve saper comunicare e se non comunica non è un buon politico. I consulenti possono aiutarlo a farlo meglio, se il politico ha anche l'umiltà di correggersi senza snaturarsi. Comunque chi sa fare bene questo mestiere può rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il candidato».

A. P. M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il nuovo politico

L'epoca dei "guru della comunicazione" è finita. Non ci sono maghi del voto. Un politico deve saper comunicare e se non comunica non è un buon politico



Giusi Gallotto



Peso: 20%