

STUDIO DI CASO n. 6

LA PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



A cura del prof.
ETTORE COLOMBO

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Le immagini “da muro”
consentono un viaggio nella
società italiana
“Società figurata” e “società
reale” difficilmente coincidono

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Campagne elettorali per le elezioni politiche nazionali (20 dal 1946 al 2022), europee (10 dal 1979), regionali (12 dal 1970), amministrative, referendum

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Contenuti e forme cambiano nel corso del tempo, esprimendo passaggio dall'impegno, dalle speranze, dalla passione politica largamente diffuse alla "fredda" tecnica dei professionisti della comunicazione, osservatori distaccati (spesso intercambiabili!)

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Dal 1946 al 1960 centralità del manifesto, unita alle grandi adunate (comizi, manifestazioni, cortei) e alla propaganda a livello capillare nei territori

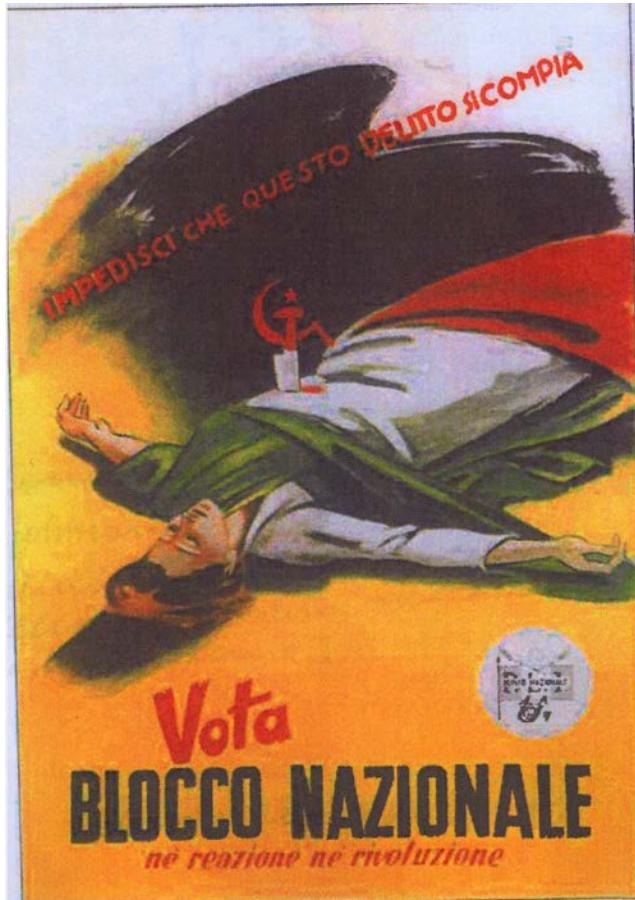
Campagne elettorali del 1948 e del 1953 particolarmente aspre, anche specchio delle contrapposizioni in campo internazionale

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Nei manifesti per la campagna elettorale del 1948 non ci sono i volti dei personaggi politici
Si evita la personalizzazione perché richiama il periodo fascista
Centralità del partito (o coalizione) e dell'ideale che esprime

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Terzo incomodo il Blocco nazionale (liberali + partiti di destra) e i socialdemocratici



PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Ruolo cruciale dei Comitati Civici come fautori di una propaganda aggressiva e senza limiti
Appoggio esplicito della Chiesa cattolica (nonostante i limiti dei Patti Lateranensi!)
Mobilizzazione capillare delle parrocchie

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Anticomunismo viscerale al limite
dell'isteria

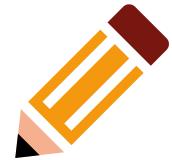
PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Comune è l'invito pressante ad andare a votare o a non disperdere il voto



PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



A cura del COMITATO CIVICO

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



I personaggi della storia italiana vengono piegati da una parte e dall'altra secondo convenienza



PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Uso del sarcasmo si riflette in manifesti che smascherano il vero volto del nemico



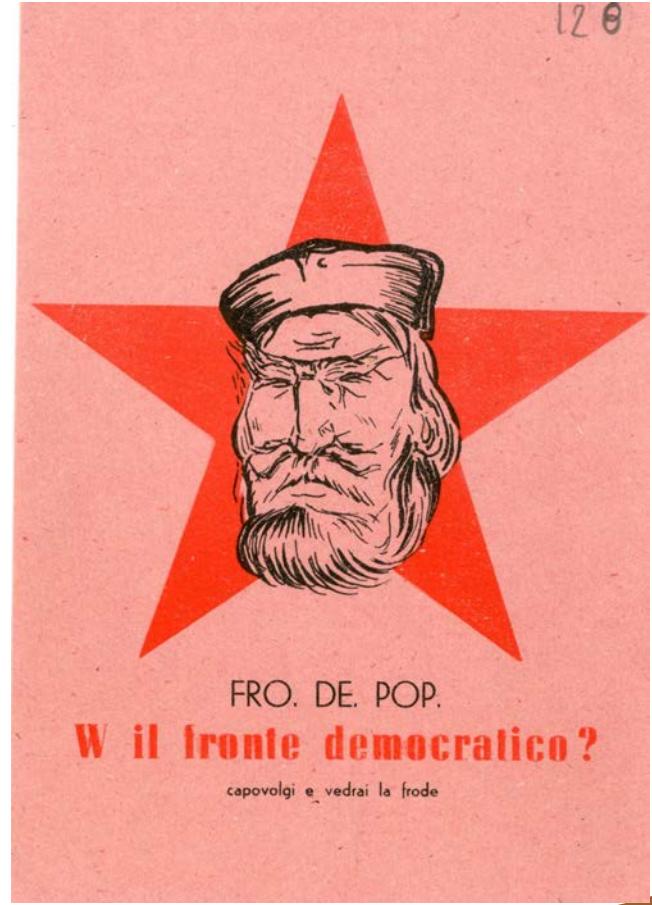
PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Uso del sarcasmo può richiamare anche la pubblicità commerciale



PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Particolare attenzione è rivolta al voto delle donne DC si presenta come argine delle famiglie, perpetuando un'immagine tradizionale e rassicurante (moglie, madre, angelo del focolare) oltre che "femminile"!

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



La Sinistra mette la donna al centro come elemento dinamico per la modernizzazione della società



PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Centralità della questione economica nella fase della ricostruzione, legata all'inizio al Piano Marshall e al "sogno americano"



PIANO MARSHALL

"aiuti... per la guerra"

FRANCIA. La somma degli «aiuti» il governo francese si è impegnato a inviare 40 divisioni francesi alle Armi Maggiori rivoluzionarie, e ha già ceduto le loro armi a servizi di Algeri, Tucet, Sousse, Marocco, Tunisia, Guadalupa e Bougan.

CINA. Milizie militari cinesi presso il governo dominio di Chiang-Kai-Shek, 4 milioni di dollari nel '48-'49. 14 volte più di quanto lo stato cina Cina li ha dati per la guerra contro il Giappone. TUTTI inviati nelle guerre civili.

ANCHE ALL'ITALIA VORREBBERO RISERVARE LA STESSA SORTE.

-Novi da guerra americane sono arrivate a Taranto e a Napoli.

-Trieste è trasformata in una piazzaforte, Tripoli e Bengasi sono oggi depositi di bombe.

-La Sicilia sarà la Molla della nuova guerra e ha dato De Gasperi capo del servizio informazioni americano.

-Sola l'opposizione del F.D.P. ha impedito Sauro a De Gasperi di far entrare l'Italia nel blocco militare occidentale.

DE GASPERI HA PROMESSO A TRUMAN 43 DIVISIONI ITALIANE!

il ricalco dello stomaco

IL 2 GIUGNO 1946 DICENDO:

«Se vince la Repubblica, l'America non ci manderà più aiuti...»

E SONO STATI SBUIGIAR-DATI

OGLI, PER IL 18 APRILE DICENDO:

«Se vince il F.D.P., l'America non ci manderà più aiuti...»

E SONO STATI SBUIGIAR-DATI

perché

Il piano Marshall e gli aiuti americani non sono che uno strumento di ricatto e di guerra» ha detto Wallace, ex vice presidente degli Stati Uniti.

Il piano Marshall non è solo un aiuto economico, debole americano ha dimostrato. «Quando se prese veramente decisione sarà battente in tutte le elezioni», dice Truman. «Wallace ha detto che America, se non prendesse degli aiuti, non avrebbe potuto vincere le elezioni. Il democrazia americana compie un plauso di stile che non ha mai fatto prima. Il popolo americano è solido e团结, e anche il progetto di storia l'ha voluto e creduto da sei volte, che era venuta nel nostro cuore dalla collaborazione internazionale».

Il progetto americano ha bisogno di supporto per sfuggire alla crisi.

«L'industria del nostro paese ha investito molti milioni di dollari. Stiamo di fronte ad un terribile crac quello che si vedrà dopo la prima guerra mondiale».

La vittoria del Fronte Democratico Popolare darà all'Italia:

- 1) Liberi scambi commerciali con tutti i paesi compresa l'America.
- 2) Possibilità di avere grano dall'Unione Sovietica e carbone dalla Polonia.
- 3) Riforma Industriale ed agraria che aumenteranno la produzione nazionale.
- 4) La sicura difesa della pace e dell'indipendenza contro ogni ricatto e ogni minaccia di guerra.

A cura del Fronte Democratico Popolare

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



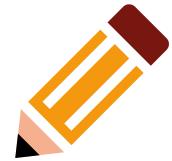
Anche la questione religiosa assume soprattutto nelle elezioni del 1948 un carattere dirimente, a causa dell'intervento diretto di una parte del clero
Messaggi rassicuranti da parte del Fronte Popolare
Poca efficacia di questa campagna perché troppo "razionale" e misurata, rivolta a una platea politicamente alfabetizzata e consapevole

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Comitati civici usano mezzi propagandistici innovativi, come i film di propaganda (se i vengono realizzati) che toccano vari generi
Coinvolgimento anche di volti famosi (p.es. Eduardo De Filippo)
“Settimana INCOM” (controllo da parte della DC) svolge un ruolo importante (anche se si spaccia come “neutrale”)

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Anche il doloroso ricordo dei dispersi in Russia è utile alla propaganda, oltre al pericolo per la pace rappresentato dal mondo comunista

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Al quale le sinistre oppongono la decisa protesta contro la guerra e l'imperialismo, tema classico del patrimonio propagandistico delle sinistre e delle forze popolari
Condanna senza appello di tutta la retorica dei ceti dirigenti e dei vertici militari italiani del recente passato

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



L'eco della guerra partigiana risuona sui manifesti, anche se con letture diverse

Il recupero delle tematiche antifasciste e resistenziali non raggiunge del tutto lo scopo di risvegliare le coscienze

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



L'argomento dell'antifascismo, se è centrale nella propaganda del Fronte, è ripreso dalla DC in funzione di una posizione moderata ed equidistante (tema degli "opposti estremismi" ha un carattere di permanenza nella vita politica dell'Italia)

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Un altro tema oggetto della propaganda elettorale è quello dell'onestà e della trasparenza dei partiti politici. Anche questo è un argomento che diventa una permanenza di lungo periodo nella storia della Repubblica italiana.

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA

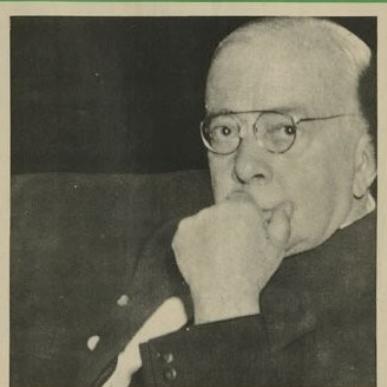


2

LA VOLPE PERDE IL PELO MA NON IL VIZIO



Bertoncelli Virginia, di Modena, è stata cancellata dalle liste elettorali perché condannata, nel 1907, a 4 giorni di reclusione con la condizionale per aver frodato 10 centesimi allo Stato, avendo adoperato un francobollo usato.



Giulio Brusadelli, l'industriale plurimiliardario milanese che fu al centro di un famoso scandalo e che, recentemente, è stato condannato per aver frodato allo Stato centinaia di milioni di tasse, vota ancora.

Legato strettamente all'onestà non si dimentica nemmeno il tema della (in)giustizia di classe

**GLI ITALIANI CHIEDONO: ELEZIONI PULITE
PER ELEGGERE AMMINISTRAZIONI ONESTE!**



PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Il richiamo alle giovani generazioni è esplicito in nome dello sviluppo di una società più giusta e più equa, che garantisca un futuro migliore

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Nascita della “Tribuna elettorale”, che sposta il dibattito dalle sedi tradizionali (partiti, piazze, etc.) alla televisione che va diffondendosi in tutte le case e che sta diventando il medium principale della comunicazione politica

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



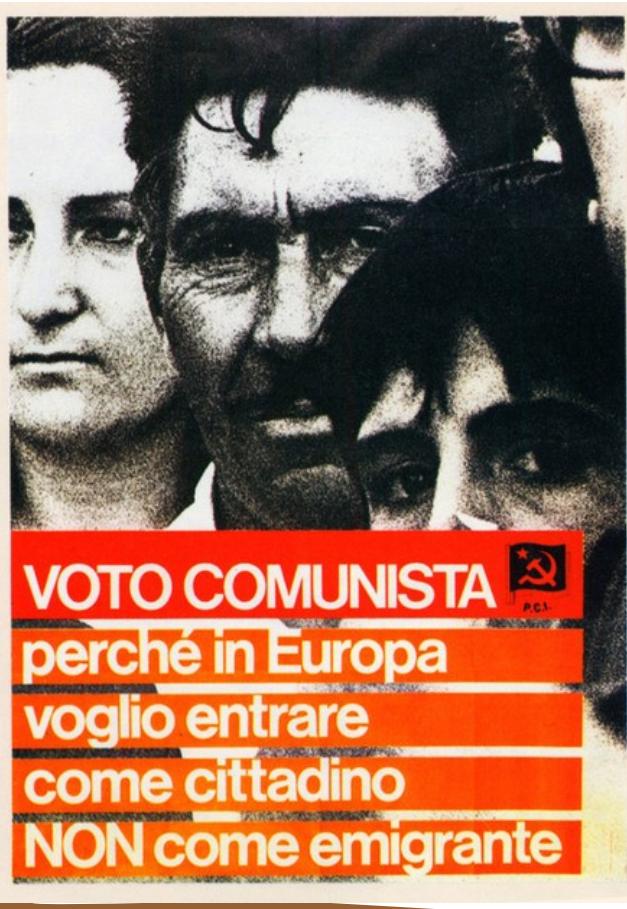
**Cerco un marito
che crede nella famiglia
e non nel divorzio.**

a cura della DC

Sì
rispondi per annullare
la legge-divorzio

Gli anni '70 sono contrassegnati anche da importanti referendum, come quello sul divorzio. Il fronte laico e di sinistra ottiene un risultato positivo nel processo di emancipazione della società civile dai costumi tradizionali.

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA

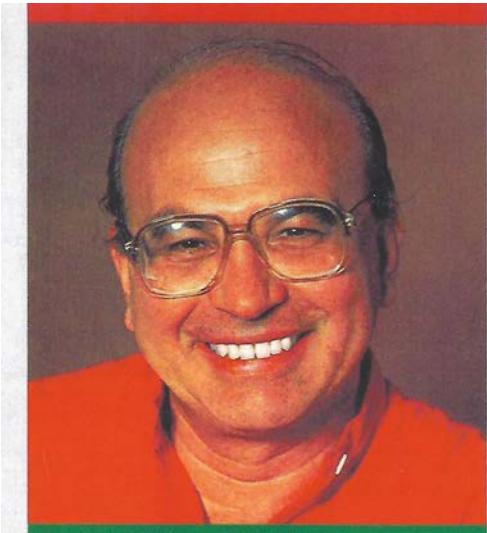


Nel 1979 sono convocate per la prima volta le elezioni europee che i partiti italiani affrontano con un taglio coerente con le posizioni sostenute a livello nazionale

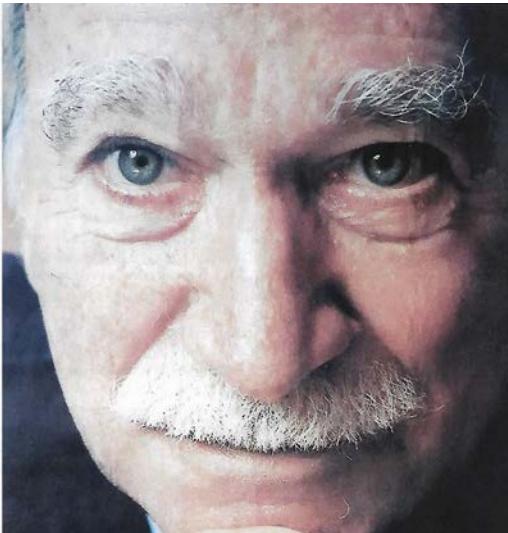
PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Con gli anni Ottanta si avvia un processo di progressiva personalizzazione della politica



VOTA
PARTITO SOCIALISTA



...NOI POSSIAMO
GUARDARTI NEGLI OCCHI



il Msi-dn
ascolta l'Italia



ALDO MORO
È STATO ASSASSINATO

**VIVE
NEI NOSTRI CUORI
LA SUA FEDE
NELLA LIBERTÀ**

LA DEMOCRAZIA CRISTIANA



È morto il compagno
Enrico Berlinguer

Segretario generale del Partito comunista italiano



Un uomo
della classe operaia e del popolo.
L'uomo

del nuovo socialismo e della lotta per la pace.
Una grande forza
politica e morale della democrazia italiana.
Un uomo giusto.



Uso a fini elettorali (oppure come segno di omaggio) dei volti dei leader delle forze politiche

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Alla metà degli anni '80 manifesti che testimoniano la nascita di nuovi partiti o movimenti Linguaggio plebeo, semplice, di immediata comprensione, grafica rozza ed evocativa

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA

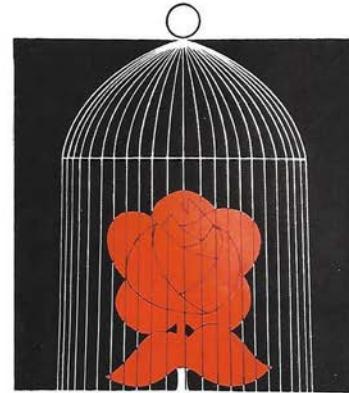


**NOI
abbiamo le
mani pulite**

*Chi può dire
altrettanto?*



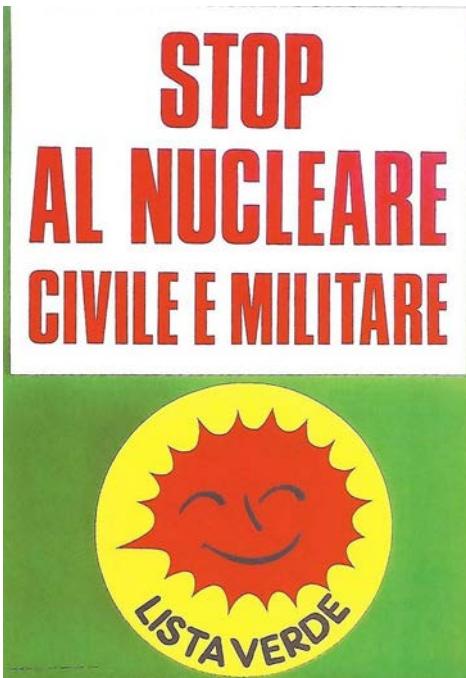
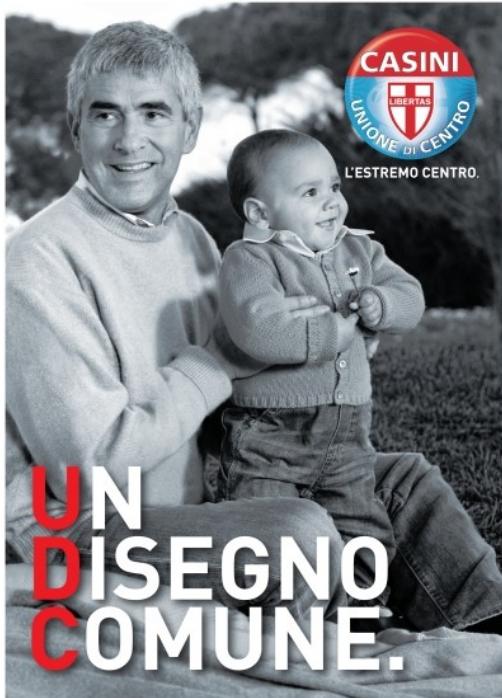
**La tua vita sessuale
è solo tua.
Liberal!**



Per far ciò
PARTITO
partito radicale
in cui si crede
RADICALE

Progressivamente la credibilità dei partiti subisce un netto calo
Nuovo clima politico si accompagna alla volontà di cambiare pagina e rinnovarsi
Altri soggetti si affacciano sulla scena

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Con l'inizio degli anni '90 delegittimazione della politica tradizionale a seguito dello scandalo "Tangentopoli"



Crisi dei "vecchi" partiti (scompaiono o cambiano nome)

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



La comunicazione politica diventa affare di agenzie esterne ai partiti

I personaggi (meglio se) carismatici sono prodotti commerciali da trattare come tali

Riflesso del bipolarismo forzato e di leggi elettorali maggioritarie che portano al distacco progressivo del corpo elettorale e alla passività

Dall'attenzione verso i bisogni dei cittadini, la loro realtà quotidiana, il lavoro, le aspirazioni, etc. al personaggio leader carismatico da votare

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Sviluppo degli “spot” elettorali a partire dalle TV commerciali private

Linguaggio politico e linguaggio televisivo si sovrappongono e si uniformano allo stile pubblicitario e al marketing propri della consulenza aziendale

Imitazione del modello americano, mischiando politica, televisione, talkshow, spettacolo, intrattenimento

Perdita di ogni intento educativo verso gli elettori, ormai ridotti al rango di clienti a cui si adegua il prodotto politico

Programmi elettorali sempre più omologati

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Gennaio 1994: Silvio Berlusconi annuncia l'entrata in politica con un messaggio televisivo
“Forza Italia” come partito-azienda
Promozione di una campagna elettorale in grande stile che conduce alla vittoria della coalizione di centrodestra
Uso massiccio di sondaggi d'opinione

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Con lo sviluppo di internet e delle reti social si giunge alle estreme conseguenze di processi già avviati ampiamente

La politica è ormai uno show, modellato con forme e toni “popolari”, accentuando il rapporto diretto e carismatico tra il leader e gli spettatori-elettori

Il caso Grillo e il “populismo”

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



Da quando la propaganda si è indirizzata verso i social network si assiste al fenomeno dei “ritocchi” ironici delle immagini

I cosiddetti “meme” si diffondono rapidamente in modo virale raggiungendo un’ampia platea, diventando talvolta molto efficaci come critica al messaggio originale, p.es. rovesciandone il senso

PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA



PROPAGANDA ELETTORALE IN ITALIA

