

L'Intervista

Philip Gould



Clinton e Blair

Esperto di comunicazione ha aiutato a vincere Blair e Clinton
«Le idee politiche non sono un prodotto da vendere Berlusconi e Ross Perot non l'hanno capito»

«Rivoluzionare i partiti e la politica»

REGGIO EMILIA. Philip Gould è stato il consulente delle campagne elettorali vittoriose di Bill Clinton e di Nelson Mandela; ma per le elezioni inglesi del maggio scorso, che hanno portato al governo Tony Blair, è stato qualcosa di più di un consulente: ha fatto parte del più ristretto staff di Blair e del rinnovato Partito laburista inglese e per oltre tre anni ha seguito passo passo, con riunioni settimanali, l'affermazione del gruppo di Blair che ha preso il controllo del partito, ha cambiato il suo statuto e la sua politica, e ha riportato al potere il Labour party dopo diciotto anni di governi conservatori. Gould è inglese, ha quarantasei anni, e dopo gli studi in scienze politiche nelle università del Sussex e di Londra è entrato in pubblicità, dove nel 1979 ha fondato insieme ad altri l'agenzia Brignull Lebas Gould. Nel 1984 ha lasciato la pubblicità; dopo un anno di studi alla London Business School ha aperto una sua società di consulenza e comunicazione politica, la Philip Gould Associates, che dà oggi lavoro a qualche centinaio di persone. Dalla sua fondazione la società è strettamente legata alla modernizzazione del Labour Party, ma ha lavorato anche per la campagna di Bill Clinton nel 1992 e per campagne elettorali, vittoriose per la sinistra, in Svezia, Grecia, Norvegia, Danimarca e Olanda. Collabora con il gruppo socialista europeo a Strasburgo, ha condotto diversi seminari in Russia. È in Italia per un viaggio-lampo di 24 ore; venerdì 19, davanti ad una platea affollata, ha parlato alla Festa nazionale dell'Unità di Reggio Emilia insieme a Roberto Weber della Swg di Trieste e a Carlo Leoni, che è responsabile della propaganda per il Pds.

Qual è la strategia che ha portato il Labour party alla vittoria?

«So che anche in Italia si considera la rivoluzione quasi una parolaccia ma i partiti di sinistra devono vivere in una rivoluzione permanente se non vogliono morire. Il Labour ha affrontato un rivoluzione di questo tipo e ha adottato tre principi modernizzatori che hanno guidato la sua campagna: una analisi politica che non concede nulla ai compromessi; un'applicazione di questi principi alle singole politiche che deve essere coerente e altrettanto priva di compromessi; sostanza e stile comunicativo devono andare sempre insieme».

Quindi non è stata una vittoria della comunicazione...

«La comunicazione serve a poco se non è sorretta da una ricostruzione della politica e del partito».

Sembra più il discorso di un organizzatore politico che di un comunicatore.

«Le cose sono intrecciate fra loro. Non c'è un'opposizione tra politica e comunicazione, ma tra vecchia politica (con una comunicazione tutta rivolta al proprio interno) e una nuova politica con una comunicazione a tutto campo. Il Partito laburista era condannato a non vincere, prima di Tony Blair».

Chi è Tony Blair?

«È il più determinato a modernizzare il partito, a conquistare il centro; e ha le qualità per farlo. È meno ovvio di molti politici. Nessuno pensava che i voti dei conservatori si sarebbero spostati su di noi. Il vecchio partito aveva caratteristiche che rendevano impossibile per un elettore non laburista di votarlo. Abbiamo cambiato lo statuto del partito, e poi quasi tutte le politiche di settore: quelle sulla giustizia e la criminalità, quelle sullo stato sociale, quelle sull'Europa. Sono stati rimossi gli ostacoli che impedivano di votare laburista; abbiamo comunicato che i laburisti non vogliono aumentare le tasse, sono contrari ad uno strapotere dei sindacati, vogliono contenere l'inflazione e la spesa pubblica. E ci siamo assicurati che tutti coloro che parlavano a nome del partito dicessero le stesse cose. C'è stata disciplina e grande accentramento delle decisioni, per esempio in merito alle presenze in tv, dove è andato quasi sempre Blair».

Ma l'apparato tradizionale del Labour Party ha accettato tutto questo senza resistenze?

«Dopo quattro sconfitte consecutive alle elezioni nessuno ha avuto il coraggio di contrastare seriamente quello che facevamo».

Quando dice «noi», che cosa intende? Il Partito laburista o la sua società di comunicazione? O tutte e due?

«Diciamo un gruppo che si è fortemente applicato alla modernizzazione del Labour Party, e che è composto

sia di politici che di professionisti e consulenti».

E qual è stato il ruolo dei consulenti come lei?

«Curare l'aspetto più tecnicamente comunicativo della campagna. Dicevo prima che per tre anni abbiamo fatto una riunione ogni settimana con il gruppo dirigente del partito. Durante le sei settimane e mezzo di campagna elettorale abbiamo fatto due focus group (gruppi di discussione centrati su un argomento, con persone di diversi strati e gruppi sociali, n.d.r.) al giorno, che ho coordinato io personalmente; abbiamo compiuto un sondaggio d'opinione dopo l'altro; all'una di notte di ogni giornata abbiamo presentato a Blair un rapporto sull'evoluzione delle tendenze in atto. Abbiamo studiato i nostri punti di debolezza e quelli altrui; li abbiamo messi in una banca dati con tutte le possibili risposte alle domande più insidiose, stampate anche in un nostro "libro di guerra", che poi è caduto nelle mani della stampa ma non è stato un danno, perché c'era scritto quello che dicevamo ogni giorno».

La stampa ha avuto un atteggiamento neutrale?

«Non direi proprio! La stampa che chiamiamo "tabloid", quella che è in mano a Rupert Murdoch, il "Sun" che è letto da dodici milioni di persone, ci è stato ostile in modo quasi incredibile. L'ultimo titolo del "Sun" prima delle elezioni diceva quasi testualmente: "Se l'Inghilterra vota laburista, l'ultimo prima di uscire spenga la luce", quasi che la vittoria del Labour fosse una catastrofe nazionale. Ora le cose stanno cambiando».

Adesso la campagna elettorale è finita. I laburisti sono al governo. Lei che non voleva concedere nulla ai compromessi, come comunicherà, ora che l'azione di governo comporta necessari compromessi?

«Bisognerebbe non farne neanche adesso».

Le viene dalla pubblicità e fa largo uso di tecniche pubblicitarie. La politica è un prodotto come gli altri, da promuovere e vendere? E il partito è come una ditta che vende politica?

«No e poi no. Considerare la politica come un prodotto è un errore fatale. Sono idee diffuse per colpa di persone come Berlusconi e Ross Perot. La politica è sostanza, raccoglie e incorpora ideali, opinione pubblica, visioni del mondo, bisogni, sentimenti; il partito è una struttura che tiene insieme questa sostanza e tecniche moderne di comunicazione. Non vedo una cesura tra comunicazione politica e politica. È un po' quello che è accaduto in Italia nel 1996, prima della nostra vittoria: la politica comunicata ha prevalso sulla comunicazione fine a se stessa. E poi ci sono le emozioni. La politica deve dare spazio alle emozioni. In Inghilterra stiamo vivendo una rinascita delle emozioni. Guardi quello che è successo con la morte di Lady D».

Come valuta la condotta di Blair in questa occasione?

«Blair è riuscito a interpretare tutta la nazione. In questo senso ha esteso la sua rappresentanza oltre il successo elettorale. La trasfigurazione della vicenda di Diana, il suo funerale, sono stati eventi eccezionali».

Eventi televisivi...

«Non solo. Chiunque ha potuto non si è accontentato di vedere il funerale in televisione, ha voluto andare di persona a portare i suoi fiori. E poi, guardi, girando il mondo penso che la cosa straordinaria sia che in tutto il mondo possiamo parlare allo stesso modo di questo evento, come ne stiamo parlando noi adesso. Questo non era mai accaduto. È la globalizzazione. In questo senso la televisione ha uno straordinario potere».

La televisione o il sistema dei mass media?

«Sì, certo, tutti i media; la radio, la stampa, Internet. Ma la televisione ha un posto speciale. Mi piacerebbe avere il tempo il modo per raccontarlo meglio».

Ha mai pensato di cambiare vita un'altra volta, come quando lasciò la pubblicità, e di mettersi a insegnare?

«Ci ho pensato parecchio, ma ho deciso che preferisco fare il lavoro che faccio. Non ho molta considerazione degli studi sulla comunicazione politica in Inghilterra. E poi il professionista è stimolato dagli eventi. Non può permettersi di avere solo in parte ragione, come i professori; deve avere completamente ragione. Se no perde le elezioni. E questo, le assicuro, non è gradevole».

Enrico Menduni