



di Marco Ferri
www.marco-ferri.com

Velardi, uno "spin doctor" all'amatriciana

Claudio, il contractor

Immaginate che dott. Jekyll si metta in testa di curare mister Hyde. Avrete il novello spin-doctor della politica italiana. Claudio Velardi. Quello che per poco, solo 1,1% non fa perdere le elezioni a Renata "frangetta nera" Polverini, che era partita con un più 20 per cento sulla Bonino. Quello che, contemporaneamente, fa la campagna elettorale in Campania per il Pd, e riesce nel miracolo di far perdere alla grande De Luca: Caldoro se lo è ciucciato con ben 11 punti di vantaggio. Una botta al cerchio e una alla botte? Ma vè. Il nostro è un professionista: mo' pare pure che potrebbe prendere in appalto la comunicazione degli assessorati della Regione Lazio. Una bazzecola da 25 milioni di euro, secondo quanto riporta Dagospia. Un vero contractor, armato fino ai denti, che si aggira nella mediocrità della politica italiana. Imperversa su giornali e tv, come un vero parvenu. Dice di sé di essere stato fascista, poi comunista, poi dalemiano, tanto dalemiano da entrare nel suo staff, poi bassoliniano. E finalmente il reuccio del lobbismo. Lobby? Una volta si chiamavano voltagabbana (prima di Dolce&Gabbana, s'intende!). Poi, poi assessore al turismo della Regione Campania. E lì che deve aver imparato a fare il turista cinico delle anomalie della politica italiana, nell'era del berlusconismo. Un po' mi butto a destra, un po' mi tengo a sinistra. Meno brillane del Totò di "poi dice che uno si butta a



Frangetta nera, bella ex missina, chi te lo spiega quanto Emma era vicina sia Benedetto Bagnasco se abbiamo preso la Regione insieme a te
(Velardi's karaoke)

destra", ma forse più redditizio. Tutto sommato, bisogna riconoscere che Claudio Velardi è l'animale geneticamente modificato di questo nuovo zoo che è il ceto politico italiano. Non così bravo da far mangiare la polvere agli altri, ma abbastanza per fargli respirare la Polverini. Non ha inventato il doppio binario, ha solo divelto le traversine. Non ha inventato le convergenze parallele: ha sperimentato le divergenze incrociate. Insomma, Velardi è una nuova specie di comunicatore politico: ha innalzato il "fuoco amico" da tragica

evenienza a comica strategia di comunicazione. Più che spin-doctor, si dovrebbe definire uno spin-killer. Non costruisce, distrugge. E fattura. La Reti Spa, la sua società di consulenza vanta un fatturato di 5 milioni di euro. Ma lui mira a ben altre mete. Dice di sé di essere narciso. Chi lo avrebbe mai creduto? Vabbè. Negli USA lo stratega della campagna elettorale di Obama ha fatto eleggere il primo nero alla Casa Bianca. Lui, Claudio Velardi ha fatto molto di più: ha fatto eleggere una nera alla Regione Lazio. Mica bruscolini. Siamo

alla farsa della professione del lobbista? Ma no. Per un ex fascista, un ex comunista, un ex questo, ex quello e ex quell'altro, alla fine basta un "ex voto". Tanto lo sanno tutti che la comunicazione è tutt'altra cosa. Come diceva Emanuele Pirella, che purtroppo, andandosene, ci ha lasciato un incolmabile vuoto: "La pubblicità deve dire la verità, solo la verità, tutt'altro che la verità". Ecco allora il riscatto del fattucchiere del "tutt'altro". E adesso possiamo calare un pietoso Velardi sulle elezioni regionali del 2010.

La scoperta del "giornalismo borderline"

Ci sono poi quelli che s'improvvisano "spin doctor" a proprio uso e consumo, creando notizie che supportino la narrazione che si vuole accreditare all'opinione pubblica.

La monaca bosniaca violentata

Nell'aprile 1994 i giornali italiani pubblicarono la straziante testimonianza di suor Lucj, una religiosa bosniaca stuprata dalle «Aquila bianche serbe». A distanza di un anno un giornalista scrisse che Suor Lucj aveva dato alla luce un bel maschietto, che aveva lasciato il velo e che viveva a Zagabria. Tempo dopo si seppe che Suor Lucj non è mai esistita: la sua storia era in realtà un racconto di fantasia di un sacerdote, monsignor Alfredo Conran, premiato in occasione di un concorso letterario a fine 1993. Come il suo racconto sia diventato una storia giornalistica ancora oggi è un mistero.

Hollywood, le false interviste di Kummer

Tom Kummer, un autore svizzero che vive a Los Angeles, inventò per anni interviste con prominenti star dello show business e del cinema quali Sharon Stone e Courtney Love, e li vendette alla rivista zurighese Tages-Anzeiger e alla Süddeutsche Zeitung. Kummer non fu solo creativo come falsificatore. Per giustificare il suo operato inventò il «giornalismo borderline» - un termine del quale il settore dei media non potrebbe oggi più fare a meno. Lo scandalo fu scoperto nella primavera del 2000 dalla rivista d'informazione Focus.

Michael Born: un altro falsificatore in serie

Born riuscì, tra il 1991 e il 1995, a falsificare una cinquantina di contributi televisivi che furono trasmessi da Stern TV per RTL. Tra i suoi numerosi falsi, da ricordare quello in cui inscenò dei bombardamenti del PKK su alcuni luoghi di villeggiatura in Turchia e quello in cui inventò un servizio su una cellula tedesca del Ku-Klux-Klan. Quando Born fu smascherato, finì in carcere. Dopo il suo rilascio espresse l'intenzione di girare un film satirico sulla manipolazione mass-mediale.

Schütz, la manipolazione come missione

Uno dei falsificatori in serie più in gamba operò all'inizio del secolo scorso: tra il 1911 e il 1931 Arthur Schütz - ingegnere e inventore - diede a bere numerose false notizie sulle «assurdità tecniche più raccapriccianti» a giornalisti che, ignari, le pubblicavano. Egli propinò i prodotti della propria fantasia ai redattori, che li acquistavano in buona fede: inventò ruote ovali, isolanti di rame, carburatori per locomotive e molte altre trovate «high tech». L'operato di Schütz aveva uno scopo pedagogico: egli voleva infatti svelare l'incompetenza dei giornalisti, il loro fittizio sapere universale e combattere la presunta autorevolezza della stampa.

SCUOLA ITALIANA DI

COMIX SCUOLACOMIX.COM

FUMETTO WEB DESIGN ANIMAZIONE 2D 3D
ILLUSTRAZIONE SCENEGGIATURA GRAPHIC DESIGN

L'hobby della lobby

di Tony Medina

Lobbysta double face. A Roma per la Polverini, in Campania per De Luca. Velardi Claudio, presente. Il guru della politica mediatica dialoga sui giornali con i suoi "clienti". Al sindaco di Salerno che ha fatto flop in Campania ora gli consiglia, dalle colonne del Corriere del Mezzogiorno, di candidarsi a sindaco di Napoli. "Il suo è stato un tentativo ingenuo e generoso, però ha lasciato tracce, speranze ed entusiasmi", scrive Velardi. "Deve assumere la leadership politica in Campania, concludere l'esperienza salernitana e trasferirsi a Napoli". E, cosa non trascurabile, "mettere in rete una leva di nuovi militan-

ti democratici". Come dire che il progetto continua e c'è pane per i suoi denti.

Velardi è davvero così. Lobbista dichiarato, fiutatore di venti, interprete delle sfere emozionali. Al netto del politically correct (mai visto un sindaco di una città candidarsi a sindaco di un'altra città), il suo ragionamento è semplice: Napoli è quella che è, la gente ha sempre pensato che ci vuole una mano ferma per governarla e De Luca col suo caratteraccio sarebbe più apprezzato che disprezzato. Velardi segue l'istinto, lo dichiara, fa scandalo e prenota lo spazio per la prossima intervista e il prossimo incarico.



Nella foto Claudio Velardi

Linguaggio privo di appartenenze. "Mission impossible" per Bassolino, "mission impossible" per il suo nemico. Pari sono. "Monnezza a chi?", lo stupefacente slogan per Napoli invasa dai rifiuti, "Al di là dei partiti" quello per una campagna elettorale strapiena di partiti. Controcorrente, ma sempre seguendo l'onda che sovverte il comune sentire dei Palazzi. In fondo è il più berlusconiano di tutti. Le

sue creature di "regime" sono il marketing dell'Unità, la comunicazione ai tempi di D'Alema, Reti, il Riformista, Sherpa Tv. Per suo divertimento, invece, duetta con Rondolino sul sito The Front Page. I suoi consigli impossibili in campagna elettorale: "Sono un uomo libero, lontano dai partiti e cambierò tutto", dice De Luca. "Con te", ammicca la Polverini da un manifesto senza simboli di partito.