

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE,
GIURIDICHE E STUDI INTERNAZIONALI

Corso di laurea *Triennale* in SCIENZE POLITICHE, RELAZIONI
INTERNAZIONALI, DIRITTI UMANI



Comunicazione Politica, Leadership e Successo Elettorale:
Un'Indagine sulle Elezioni Amministrative di Verona e Vicenza

Relatore: Prof. MARCO ALMAGISTI

Laureanda: ALICE OGNIBEN
matricola N.2016451

A.A. 2023/2024

INDICE

INTRODUZIONE

Capitolo I

Contesto politico ed elettorale

- 1.1 Storia politica delle città di Verona e Vicenza
- 1.2 Quadro politico delle città di Verona e Vicenza
- 1.3 Descrizione del sistema elettorale
- 1.4 Presentazione dei candidati

Capitolo II

Comunicazione Politica

- 2.1 Definizione e principi della comunicazione politica
- 2.2 Strategie di comunicazione elettorale
- 2.4 Impatto della comunicazione politica sull'opinione pubblica
- 2.3 Analisi delle strategie di comunicazione utilizzate nella campagna elettorale del centro sinistra e del centro destra

Capitolo III

Leadership politica e Successo elettorale

- 3.1 Spiegazione del concetto di leadership
- 3.2 I “tipi ideali” di Leadership
- 3.3 Concetto di leadership politica
- 3.3 Valutazione delle caratteristiche di leadership dei candidati del centro sinistra e del centro destra

Capitolo IV

Campagna Social, Social Media e Media tradizionali: l'importanza nella campagna elettorale

- 4.1 Introduzione: La comunicazione politica online
- 4.2 Ruolo dei media tradizionali e dei social media nella comunicazione politica
- 4.3 La reputazione online e la gestione delle crisi per i candidati politici

4.4 Analisi della Campagna Social e Valutazione dell'Impatto sui Risultati Elettorali

CONCLUSIONE

BIBLIOGRAFIA

RINGRAZIAMENTI

INTRODUZIONE

Nel panorama politico contemporaneo, le elezioni amministrative svolgono un ruolo cruciale nel plasmare il destino e l'indirizzo delle comunità locali. Le città di Verona e Vicenza emergono come arene del dibattito politico, arricchite da una storia complessa e dinamiche politiche articolate. In questo contesto, tali elezioni costituiscono un'opportunità unica per esaminare il ruolo fondamentale svolto dalla comunicazione politica, dalla leadership e dai media nel determinare il successo elettorale delle diverse fazioni politiche coinvolte, concentrandoci in particolare sul centrosinistra e le ragioni della sua vittoria. Attraverso un'analisi dettagliata, delle strategie comunicative adottate, delle caratteristiche di leadership dei candidati e dell'impatto, sia dei media tradizionali che dei social media, quest'analisi mira a mettere in luce le dinamiche che hanno caratterizzato questo contesto. La tesi è strutturata in quattro capitoli distinti, ciascuno dei quali si focalizza su un aspetto specifico della ricerca. Iniziamo con l'analisi del contesto politico ed elettorale, esaminando la storia politica delle città di Verona e Vicenza, il quadro politico attuale e il sistema elettorale che ha guidato le elezioni amministrative. Successivamente, ci concentriamo sulla comunicazione politica, approfondendone i principi fondamentali e le strategie utilizzate durante la campagna elettorale. Proseguiamo con l'analisi della leadership politica, esplorando le caratteristiche dei candidati del centrosinistra e del centrodestra. Infine, concludiamo con uno studio della campagna elettorale sui social media, evidenziando l'importanza crescente della comunicazione online e dei social media nella sfera politica contemporanea, valutandone il loro impatto sui risultati elettorali. Attraverso questa struttura metodologica, l'indagine si propone di esaminare in modo completo e sistematico i diversi aspetti che ne compongono la ricerca, offrendo una panoramica approfondita delle dinamiche politiche di queste elezioni locali. Questo studio è stato avviato con l'obiettivo di comprendere come il centro-sinistra sia riuscito a conquistare la vittoria nelle elezioni amministrative di due città, in cui la destra aveva una presenza dominante. La volontà è quella di analizzare i fattori e le strategie che hanno permesso di ottenere, per il centrosinistra, il successo elettorale in un contesto politicamente sfavorevole.

CAPITOLO PRIMO

CONTESTO POLITICO ED ELETTORALE

1.1 Storia politica delle città di Verona e Vicenza

Nel panorama politico di Vicenza e Verona, i sindaci hanno svolto un ruolo determinante nella guida e nella trasformazione delle rispettive comunità attraverso iniziative e politiche che hanno plasmato il tessuto urbano, sociale ed economico nel corso dei decenni.

Il periodo vicentino che va dal 1868 al 1889 è stato caratterizzato da un'alternanza tra la destra e la sinistra storica, riflettendo le complesse dinamiche sociopolitiche del tempo ed evidenziando una certa instabilità politica.

Dal 1889 al 1896, la destra storica ha riconquistato il comando, segnando un ritorno alla leadership conservatrice. Successivamente, dal 1897 al 1900, è stata la sinistra a governare, ma si è poi assistito a un ritorno della destra o del centro-destra fino al 1920 determinato dall'avvento del Partito Socialista Italiano, il quale ha guidato la città per un solo mandato, dal 1920 al 1922.

Dall'altro lato, Verona mostra una maggiore coesione politica rispetto a Vicenza: con un breve periodo di amministrazione di sinistra tra il 1891 e il 1895, la città è stata prevalentemente guidata dalla destra storica fino al 1909. Questo a causa dell'emergere del Partito Radicale Italiano e successivamente del Partito Socialista Italiano, che ha preso le redini della città per due mandati, dal 1914 al 1922.

Nel 1922 infatti, con l'ascesa del Partito Nazionale Fascista, entrambe le città hanno sperimentato un cambiamento drammatico nella loro leadership politica, governate da sindaci fascisti per i successivi vent'anni, imponendo un regime autoritario e repressivo, con una fase di transizione con il Partito Fascista Repubblicano al potere fino al 1945.

Dopo la caduta del regime fascista, entrambe le città hanno visto un periodo di dominio della Democrazia Cristiana, un partito di centro-destra, che ha guidato attraverso periodi di crescita economica e cambiamenti sociali.

Le elezioni amministrative, del 2022 a Verona e del 2023 a Vicenza, hanno segnato un momento significativo per entrambe le città grazie alla vittoria della coalizione di centro-sinistra. Questo evento riflette un cambiamento nelle preferenze politiche della

società locale, evidenziando una crescente richiesta di una leadership più orientata verso il centro-sinistra e un desiderio di cambiamento rispetto alla tradizione di governo di centro-destra.

Vicenza, città dalle radici antiche e dal ricco patrimonio culturale, ha visto nel corso dei decenni una serie di sindaci che hanno lasciato un'impronta indelebile sulla sua storia e sul suo sviluppo urbano: Giorgio Sala, Giovanni Chiesa, Antonio Corazzin, Marino Quaresimin, Enrico Hullweck e Achille Variati.¹

Giorgio Sala, sindaco democristiano ha governato la città dal 1962 al 1975, è ricordato per la sua leadership durante l'alluvione del 1966, la creazione del Parco Querini, un'area sottratta alla speculazione edilizia e acquisita al patrimonio pubblico, e l'avvio dei Piani di Edilizia Economica Popolare.²

Giovanni Chiesa, anche lui democristiano, ha guidato la città dal 1975 al 1981, affrontando la crisi della Cotofificio Rossi e promuovendo il decentramento amministrativo.

Antonio Corazzin, eletto nel 1981, ha modernizzato Vicenza con progetti come la pedonalizzazione, il recupero della Basilica Palladiana e la ricostruzione del Teatro Comunale.³

Marino Quaresimin, primo sindaco eletto direttamente, è stato noto per la sua umanità, ma il suo mandato è stato segnato da conflitti interni e disaccordi sui piani urbanistici.⁴

Enrico Hullweck, sindaco dal 1998 al 2008, ha portato avanti eventi e opere significative, ma anche interventi urbanistici critici.⁵

Achille Variati, sindaco con Democrazia Cristiana dal 1990 al 1995 e successivamente con il Partito Democratico per due mandati consecutivi dal 2008 al 2018, ha gestito abilmente situazioni complesse, come la tangentopoli, guadagnando popolarità nonostante alcune decisioni controverse.

¹ M. Dona, 12 aprile 2022, I sei sindaci che hanno reso grande Vicenza, Vicenza Today - <https://www.vicenzatoday.it/social/sindaci-vicenza-sala-chiesa-corazzin-quaresimin-hullweckvariati.html>

² Ibidem nota 1

³ Ibidem nota 1

⁴ Ibidem nota 1

⁵ Ibidem nota 1

Anche il tessuto politico di Verona ha attraversato diverse fasi nel corso degli anni, con sindaci provenienti, come detto precedentemente, dalla Democrazia Cristiana che hanno lasciato un'impronta significativa sulla città e sul suo sviluppo.

Negli anni '50 e '60, Giorgio Zanotto ha segnato un periodo di crescita per Verona, fondando nel 1959 l'Università di Verona, un pilastro per il futuro intellettuale e culturale della città.⁶

Renato Gozzi, eletto per la prima volta nel 1965, si è distinto per il suo impegno verso i meno abbienti e per stimolare l'economia locale. La sua rielezione nel 1975 riflette la fiducia della comunità veronese in lui.⁷

Carlo Delaini, anch'egli della DC, ha guidato la città negli anni '70, affrontando sfide come la pianificazione territoriale e l'espansione dell'edilizia abitativa per far fronte alla crescita demografica.⁸

Il ritorno di Gozzi nel 1975 ha portato alla formazione di una "Giunta delle larghe intese", gestendo la congiuntura economica e sociale, l'emergere dell'industria farmaceutica e la gestione delle problematiche legate alla droga.⁹

Negli anni '80, Gabriele Sboarina ha proseguito il lavoro dei predecessori, gestendo la città durante la recessione economica e la disoccupazione.¹⁰

Il 1993 è stato un periodo tumultuoso con le dimissioni della giunta Sala e un'amministrazione temporanea da parte di un commissario prefettizio, preparando il terreno per le incerte elezioni del 1994 che avrebbero influenzato il futuro di Verona.

Nel corso degli anni '90 e 2000 la città ha vissuto un'evoluzione politica significativa, caratterizzata da un alternarsi tra il centro-destra e il centro-sinistra.

L'elezione del 1994 di Michela Sironi (riconfermata nel 1998), esponente di Forza Italia, ha segnato l'inizio di questo periodo di cambiamento. La sua leadership ha coinciso con sfide importanti nella realizzazione di progetti urbani, nell'adattamento alla crescita demografica e al fenomeno dell'immigrazione.

6 G. Massignan, maggio 2022, *Le-Amministrazioni-che-hanno-cambiato-il-volto-di-Verona-1946-2022* -

<https://www.verona-in.it/wp-content/uploads/2022/07/Le-Amministrazioni-che-hanno-cambiato-il-voltodi-Verona-1946-2022-2.pdf>

7 Ibidem nota 6

8 Ibidem nota 6

9 Ibidem nota 6

10 Ibidem nota 6

Il 2002 ha visto il passaggio di testimone al centro-sinistra, con Paolo Zanotto. Questo cambio di governo ha portato con sé nuove prospettive e priorità nella gestione della città, con un'attenzione particolare alla sostenibilità e alla pianificazione urbanistica.

Tuttavia, il 2007 ha segnato un'altra svolta con l'ascesa di Flavio Tosi della Lega Nord. Durante il suo mandato ha adottato un approccio populista e focalizzato sull'immagine di un sindaco "sceriffo" concentrato sulla sicurezza e sul decoro urbano. Questo stile di leadership ha suscitato controversie e critiche, soprattutto per la percezione di una mancata attenzione ai problemi sociali più urgenti e per la sua gestione dei progetti urbani, spesso costosi e controversi.

Nel 2017 Federico Sboarina (Fratelli d'Italia) ha vinto le elezioni battendo il candidato sostenuto da Tosi. La sua amministrazione ha cercato di rivedere molte delle politiche del predecessore, con un'attenzione maggiore all'ambiente e alla pianificazione urbana sostenibile. Tuttavia, anche la gestione di Sboarina non è stata esente da critiche, soprattutto per le decisioni contestate riguardanti i progetti urbanistici e la percezione di un'eccessiva propensione a favore di interessi di investitori privati.

Sebbene Vicenza e Verona abbiano condiviso alcune similitudini nella loro evoluzione politica, ci sono anche differenze significative nei loro percorsi storici. Rispetto a Verona, Vicenza ha vissuto un periodo di maggiore instabilità politica e frequenti cambiamenti nella sua leadership cittadina.

Tuttavia, entrambe le città hanno condiviso il passaggio a una leadership di centro-sinistra nelle elezioni amministrative del 2022 e 2023, indicando una possibile direzione per il loro sviluppo politico futuro.

1.2 Quadro politico delle città

La città di Verona ha una lunga storia di affiliazione con la destra politica, con episodi significativi come la presenza di organizzazioni neofasciste durante gli anni del dopoguerra, il sostegno radicale alla Lega Nord e ad altre formazioni politiche di destra negli anni successivi. Inoltre, ci sono stati eventi e iniziative che hanno manifestato una mentalità politica conservatrice e talvolta estremista nella città, come le mozioni contro i diritti LGBTQ+ e gli attacchi contro minoranze etniche o religiose.

Questa associazione con la destra radicale è il risultato di un'identificazione che affonda le sue radici nelle vicissitudini storiche della città.

In particolare, durante gli anni Sessanta e Settanta, la città è emersa come un centro di fermento politico reazionario, divenendo luogo di raduno per diverse organizzazioni neofasciste, tra cui spiccano la “Rosa dei venti” del generale Amos Spiazzi, un'organizzazione segreta italiana di stampo neofascista con finalità anticomuniste, collegata con ambienti militari e individuata alla fine del 1973 dalla magistratura; Il “Fronte nazionale” di Franco Freda, un movimento neofascista nato nel 1956 dalla scissione del MSI, che si distingue per il suo orientamento filoatlantico, il coinvolgimento nel traffico d'armi internazionale, il legame con estremisti di destra e la banda neonazista formata da Wolfgang Abel e Marco Furlan, noti come “Ludwig”, serial killer neonazisti responsabili di omicidi in Italia e in Europa tra il 1977 e il 1984.¹¹

Successivamente, Verona è diventata un terreno fertile per le organizzazioni giovanili dei partiti fascisti, tra cui il Fronte della Gioventù e Azione Giovani, nonché per i movimenti della destra radicale, che hanno incluso frange violente legate alla tifoseria dell'Hellas Verona.¹²

Il 1994 ha segnato un punto di svolta significativo, con l'ascesa al governo italiano di Silvio Berlusconi, il quale ha formato una coalizione con esponenti della Lega Nord ed ex membri del Movimento Sociale Italiano (MSI). Questa alleanza ha rafforzato l'influenza della destra nella città veronese, con la Lega che, grazie al sostegno della destra radicale e delle associazioni cattoliche integraliste, ha trovato un alleato politico in linea con le loro vedute discriminatorie.¹³

Durante questo periodo Verona è stata al centro di controversie, con episodi che hanno messo in luce aspetti negativi della città: l'impiccagione di un manichino nero allo stadio (atto di protesta contro l'acquisto di un giocatore di origine africana) e proposte di separazione sui bus tra italiani ed extracomunitari, evidenziando tensioni e divisioni presenti nella società veronese.¹⁴

11 D. Di Maio, 23 giugno 2023, La chiesa a Verona regna e l'estrema destra prospera. Ma le cose possono finalmente cambiare, The Vision - <https://thevision.com/politica/elezioni-verona/>

12 “«Verona è nera», rivendicano da anni gli ultrà neofascisti” P. Berizzi, 21 ottobre 2021, Verona, la città in fondo a destra: dal fascismo al fascismo, MicroMega rivista- <https://www.micromega.net/verona-estrema-destra-berizzi/>

13 Ibidem nota 11

14 Ibidem nota 11

Si è assistito a un aumento degli attacchi contro la comunità musulmana e delle iniziative omofobe, come le “messe di purificazione” dopo il Pride e il Consiglio comunale che negava i diritti alle coppie omosessuali. Con la mozione n. 336 del 14 luglio 1995 l'amministrazione comunale di Verona ha respinto i diritti delle coppie omosessuali, definendo l'omosessualità contraria alla legge naturale. Questa posizione ha consolidato un'alleanza tra cattolicesimo ed estrema destra, creando un clima di discriminazione e intolleranza nella città.

Con l'elezione di Flavio Tosi nel 2007, avvenuta con il sostegno di Forza Italia, il legame fra il mondo cattolico e l'estrema destra ha raggiunto un punto di fusione. Durante quegli anni, gli ambienti più estremisti hanno goduto di una sensazione di sicurezza, sentendosi protetti da una politica che ha minimizzato la situazione di intolleranza e ha proposto spiegazioni alternative anziché riconoscere l'avanzare incontrollato dell'odio.

Questa minimizzazione ha raggiunto il suo apice nel caso dell'omicidio di Nicola Tommasoli, i giornali scrissero che “aveva rifiutato una sigaretta a cinque ventenni che gli si erano avvicinati [...] Non fu un'aggressione a sfondo politico, continuarono a ripetere i giornali locali riproponendo le minimizzazioni iniziali della questura e dell'allora sindaco di Verona, Flavio Tosi [...]. Forse la versione più sincera su quello che accadde la diede il cugino di Tommasoli, intervistato da Anno Zero: «Nicola non è stato ucciso perché era comunista, è stato ucciso perché quei cinque sono nazisti» (G. Siviero, 1° maggio 2018, *Verona, dove comanda l'estrema destra*, Il Post - <https://www.ilpost.it/2018/05/01/estrema-destra-Verona/>).

Subito dopo l'omicidio di Tommasoli, si sono tenuti due cortei che hanno visto la partecipazione di circa dieci mila persone e l'adesione di movimenti e formazioni politiche, tra cui Pdc, Rc, Sinistra Critica, Centro Sociale, Anpi, Cgil, Arcigay e Arcilesbica.¹⁵

La Chiesa di Verona ha sostenuto attivamente la classe politica di destra, favorendo esponenti leghisti e relegando i sacerdoti progressisti. Questo sostegno è evidente anche nella giunta comunale, che ha cercato di limitare l'aborto e ha ospitato il Congresso Mondiale delle Famiglie nel 2019, noto per le sue posizioni omofobe e conservatrici.

¹⁵ G. Siviero, 1° maggio 2018, *Verona, dove comanda l'estrema destra*, Il Post <https://www.ilpost.it/2018/05/01/estrema-destra-verona/>

La politica locale ha facilitato l'evento, con patrocini istituzionali e la partecipazione di Lorenzo Fontana, ex vicesindaco divenuto ministro della Famiglia. Nonostante ciò, una contromanifestazione trans-femminista ha ottenuto grande visibilità grazie alla mobilitazione.

Passando al contesto vicentino, invece, sebbene caratterizzato da un quadro politico differente rispetto a Verona, emergono comunque episodi che associano la città alla destra politica.

La città di Vicenza è stata guidata per due mandati dal 2008 al 2018 da Achille Variati, esponente del Partito Democratico, dopo aver già ricoperto la carica di sindaco dal 1990 al 1995 con Democrazia Cristiana. Tuttavia, alle elezioni politiche del 2018, Francesco Rucco, ex membro di Alleanza Nazionale, si presentò come candidato indipendente sostenuto dalla coalizione di centro-destra, comprendente Fratelli d'Italia, Lega Nord e Forza Italia, nonché da liste civiche come "Vicenza ai Vicentini", con legami con Forza Nuova. Rucco era considerato il favorito per diventare il nuovo sindaco e infatti il centro-destra ottenne il 50,60% dei voti, mentre il centrosinistra il 45,87%.

Nel contesto Vicentino quindi vediamo questo cambiamento significativo e, sebbene in misura minore rispetto a Verona, anche a Vicenza si registrarono episodi legati all'estrema destra, alcuni dei quali coinvolsero candidati della coalizione di centro-destra e i loro profili social, riportato in un articolo d'inchiesta del "Post" il 21 maggio 2018.

Stefano Boschiero, leader di "Vicenza ai Vicentini", ha da sempre mostrato, anche con contenuti sui social media, simpatie per l'estrema destra. Turi Sambo, altro membro del gruppo, è stato segretario di "Forza Nuova Vicenza" e ha espresso opinioni negazioniste sull'Olocausto. Altri candidati hanno manifestato simpatie per l'estrema destra attraverso post sui social network.¹⁶

Francesco Rucco, pur riconoscendo le inclinazioni di alcuni candidati, ha affermato di aver cercato di integrarli in un progetto civico più ampio. Sebbene abbia preso le distanze dai contenuti dei post, chiedendo eventuali dimissioni dei responsabili se eletti, i candidati coinvolti non si sono dimessi. Hanno espresso scuse per eventuali offese causate dai loro post, definendoli atti "goliardici"; Tuttavia, in nessun articolo, post o

¹⁶ Redazione, 21 maggio 2018, I candidati dell'estrema destra a Vicenza, Il Post - <https://www.ilpost.it/2018/05/21/candidati-estrema-destra-vicenza/>

documento è stata presa una chiara presa di distanza da questi comportamenti e simpatie verso l'estrema destra.¹⁷

Nel 2020, si è scatenato un acceso dibattito nel consiglio comunale di Vicenza riguardo all'eliminazione della cosiddetta "clausola antifascista", introdotta dall'ex sindaco Achille Variati. Questa clausola richiedeva ai richiedenti di spazi pubblici, principalmente per manifestazioni, di "riconoscersi nei principi fondamentali della Costituzione italiana e dello statuto comunale e ripudiare il fascismo, la cui riorganizzazione è vietata sotto qualsiasi forma dall'ordinamento giuridico".¹⁸

La proposta dell'assessore Giovine di sostituire il termine "fascismo" con "totalitarismo" è stata approvata dalla giunta di centro-destra con 16 voti a favore e 13 contrari. Questa modifica ha generato polemiche in città, poiché potrebbe sembrare un tentativo di legittimare il fascismo permettendo ai manifestanti di dichiararsi fascisti o neofascisti pur condannando i totalitarismi e la violenza politica.¹⁹

L'opposizione, rappresentata dalla segretaria provinciale del PD, Chiara Luisetto, ha criticato l'abolizione della clausola, definendola un regresso storico e un'apertura verso estremismi.

L'assessore Giovine ha difeso la sua proposta sostenendo che il fascismo è un concetto superato, ma Luisetto ha contestato questa visione, evidenziando il pericolo di permettere una rinascita di determinate ideologie "buie".

Poco dopo la cancellazione della clausola antifascista, un attacco di matrice nazifascista è stato perpetrato all'associazione "Caracol Olol Jackson" dove persone ignote hanno bruciato uno striscione, lasciato simboli e adesivi fascisti nelle vicinanze. Questo atto intimidatorio, avvenuto due giorni dopo la cancellazione della clausola, è stato interpretato come una reazione violenta al presunto "sdoganamento" del fascismo.²⁰

17 Ibidem nota 16

18 Comune di Vicenza, 20 febbraio 2018, Dichiarazione di ripudio del fascismo nella domanda di concessione degli spazi pubblici - <https://www.comune.vicenza.it/albo/notizie.php/192365>

19 Ibidem nota 18

20 P. Rossi, 12 giugno 2020, Attacco fascista contro la sede di Caracol Olol Jackson, Vicenza Today - <https://www.vicenzatoday.it/cronaca/attacco-sede-caracol-olol-jackson-12-giugno.html>

Il Comune di Vicenza, tuttavia, attraverso il vicesindaco Matteo Tosetto, ha espresso solidarietà all'associazione e al sindacato colpiti, condannando l'atto e sperando nell'identificazione e punizione dei responsabili.

1.3 Descrizione del sistema elettorale

Il consiglio comunale è composto dal sindaco e da un numero di membri che varia a seconda della dimensione della popolazione del comune:

Nei comuni con una popolazione superiore a un milione di abitanti, il consiglio comunale è composto da 60 membri, mentre in quelli con una popolazione tra 500.000 e un milione, il numero scende a 50. Nei comuni con popolazione tra 250.000 e 500.000, il consiglio è formato da 46 membri, e in quelli con una popolazione tra 100.000 e 250.000 abitanti, o che siano capoluoghi di provincia, il numero di membri è di 40. Per i comuni con popolazione tra 30.000 e 100.000 abitanti, il consiglio conta 30 membri, mentre in quelli con popolazione tra 10.000 e 30.000, il numero si riduce a 20. Nei comuni con popolazione tra 3.000 e 10.000 è composto da 16 membri, e infine, nei comuni con popolazione inferiore a 3.000 abitanti, il consiglio comunale conta 12 membri.

Le elezioni comunali si svolgono ogni anno tra il 15 aprile e il 15 giugno, o l'anno successivo per mandati che scadono nel secondo semestre. In caso di rinnovo anticipato, le elezioni cadono tra queste date, se gli eventi scatenanti si verificano entro il 24 febbraio. La data è decisa dal Ministro dell'Interno 55 giorni prima, con il prefetto che convoca i comizi e il sindaco che informa gli elettori 45 giorni prima. In caso di imprevisti, le elezioni possono essere rinviate fino a 60 giorni.

Per candidarsi a sindaco o consigliere bisogna avere 18 anni. Sindaco e consiglio hanno un mandato di cinque anni, ma il sindaco non può essere rieletto per un terzo mandato consecutivo, a meno che uno non sia stato breve per motivi diversi dalle dimissioni.

Le modalità di voto variano a seconda della popolazione: Nei comuni con meno di 15.000 abitanti, gli elettori votano direttamente per il sindaco e possono dare un voto di preferenza per un consigliere della lista associata al sindaco. Il sindaco con il maggior numero di voti viene eletto; in caso di parità, si tiene un ballottaggio. La sua lista prende il 2/3 dei seggi, mentre gli altri vengono distribuiti proporzionalmente con il metodo d'Hondt.

Nei comuni con più di 15.000 abitanti, gli elettori hanno opzioni multiple di voto: per una lista, solo per il sindaco, per il sindaco e una lista, o voto disgiunto. Il sindaco è eletto con la maggioranza assoluta; in caso contrario, si tiene un secondo turno tra i due più votati. Dopo l'elezione del sindaco, i seggi sono assegnati con un premio di maggioranza al gruppo del sindaco eletto, escludendo liste sotto il 3% di voti. L'assegnazione dei seggi avviene con il metodo d'Hondt.

Una volta determinato il numero di seggi per ciascuna lista, vengono proclamati i consiglieri. I candidati alla carica di sindaco non eletti, collegati a liste con almeno un seggio, vengono proclamati consiglieri prima degli altri. L'ordine di proclamazione dei consiglieri è determinato dalla cifra di lista aumentata dei voti di preferenza ricevuti, e in caso di parità, dall'ordine di presentazione nella lista.²¹

Queste differenze elettorali servono per garantire un processo equo, Verona e Vicenza superano i 15.000 abitanti. Le procedure elettorali, dunque, vengono adattate per garantire un processo di votazione equo ed efficace in linea con le dimensioni e le esigenze delle rispettive comunità.

1.4 Presentazione dei candidati

Candidati sindaci della città di Vicenza:

FRANCESCO RUCCO

Francesco Rucco inizia la sua carriera politica nel 2000, diventando presidente della circoscrizione 4 "Postumia" di Vicenza, mantenendo questa carica fino al 2003.

Entra nel 2003 nel consiglio comunale di Vicenza come esponente di Alleanza Nazionale, diventando poi capogruppo del partito, ruolo che ha continuato a ricoprire anche dopo la fusione con il Popolo della Libertà.

Tuttavia, nel 2013, lascia il Popolo della Libertà a causa di differenze di vedute sulla direzione politica. Questa mossa non ha messo fine alla sua carriera politica, si unisce infatti a una lista civica guidata dalla candidata sindaco Manuela Dal Lago. Rucco ottiene il titolo di consigliere comunale del centrodestra con il maggior numero di voti. Conclude il suo mandato nel 2014.

²¹ Dipartimento per gli Affari Interni e Territoriali, Direzione Centrale dei Servizi Elettorali, Elezioni Sindaco e Consiglio Comunale - https://www1.interno.gov.it/mininterno/export/sites/default/it/assets/files/15/0792_Elez_Sindaco_Consiglio_Comunale.pdf

Nel 2018 si candida alle elezioni di Vicenza con il sostegno di una coalizione di centro destra: Forza Italia, Rucco Sindaco, Lista Cicero, Vicenza ai Vicentini - Il Popolo della Famiglia, Fratelli d'Italia, Lega; Viene eletto sindaco già al primo turno con un solido 50,64% dei voti.

Nel 2023, Rucco decide di tentare la rielezione, sostenuto da 4 liste: Lega, Rucco Sindaco, Forza Italia e Fratelli d'Italia. Viene sconfitto al ballottaggio da Giacomo Possamai, perdendo con il 49,5% contro il 50,5% del rivale.

Il candidato Rucco presenta un programma dettagliato, articolato in nove punti chiave. Questi rappresentano le priorità fondamentali per il rilancio della città:

Propone un piano focalizzato sulla sicurezza urbana, potenziando le forze dell'ordine e implementando strategie preventive come la vigilanza nei parchi e la videosorveglianza. Intende ridurre i campi nomadi e le strutture per i migranti attraverso un dialogo con le istituzioni nazionali.

Nel settore della viabilità e territorio, mira a modernizzare le infrastrutture stradali, promuovere la mobilità sostenibile e ottimizzare il traffico urbano, punta alla riqualificazione delle aree dismesse in collaborazione con il settore privato e a una revisione del progetto TAV (Treno ad Alta Velocità) per minimizzare l'impatto ambientale, coinvolgendo il settore privato nella manutenzione e sicurezza delle infrastrutture con un focus sull'eco-sostenibilità.

Rucco aspira a trasformare Vicenza in una città "smart", favorendo l'innovazione e semplificando le procedure amministrative. Sostiene il commercio locale, promuovendo il Made in Italy e creando nuove opportunità commerciali.

Un altro pilastro del suo programma è il sostegno sociale, con iniziative per il benessere dei cittadini, il supporto alle donne, l'investimento nelle nuove generazioni e la creazione di nuovi modelli economici per ridurre la povertà.²²

Infine, punta alla valorizzazione del patrimonio culturale e turistico di Vicenza, potenziando le attività culturali, il turismo locale e la valorizzazione dei siti storici e artistici.

Rucco enfatizza che si tratta di un programma concreto. Con un'amministrazione che, a suo dire, si impegna a promuovere la trasparenza, l'imparzialità e l'efficienza nell'utilizzo delle risorse pubbliche.

²² Programma in nove punti #RuccoSindaco - <https://www.vipiu.it/documenti/DEPLIANT-N9VEPUNTIdef-1.pdf>

GIACOMO POSSAMAI

Giacomo Possamai, nato nel 1990 a Vicenza, inizia la sua carriera politica giovanissimo, diventando segretario provinciale dei giovani democratici a 17 anni e vicesegretario nazionale dei giovani democratici a Roma, collaborando con Enrico Letta. Dal 2013 ha ricoperto ruoli politici a Vicenza. Nel 2023 vince le elezioni amministrative con il 50,54%, con il sostegno di 6 liste: Partito Democratico, Possamai Sindaco, Civici con Possamai, Lista Tosetto, Coalizione civica e Per Una grande Vicenza.

Il suo programma per la città è un piano ambizioso che tocca diversi aspetti cruciali per il futuro della città.²³

A livello sociale, intende creare una città inclusiva e solidale. Si propone di implementare un piano specifico per le famiglie, combinando incentivi alla natalità con misure di conciliazione tra lavoro e vita personale.

Vuole anche rendere Vicenza più accessibile e sicura, con un focus sulla riduzione della precarietà abitativa e sull'eliminazione delle barriere architettoniche. Inoltre, mira a potenziare le risorse per la giustizia sociale attraverso l'Emporio Solidale e l'espansione delle Unità di Strada.

Nel settore ambientale, il programma è orientato verso una città più verde e sostenibile. Propone una rivoluzione della mobilità con l'implementazione di 40 km di piste ciclabili e l'introduzione del biglietto unico della mobilità. Vuole anche valorizzare i fiumi Bacchiglione e Retrone, creando un corridoio ecologico per una nuova mobilità verde e sicura.

Dal punto di vista economico, l'obiettivo è quello di rilanciare il commercio, offrendo sgravi tributari ai negozi sfitti da oltre un anno e incentivando il ripopolamento del Centro storico. Promuove inoltre l'innovazione e la digitalizzazione dei servizi comunali per stimolare l'imprenditoria locale, in particolare quella femminile.

Per quanto riguarda la sicurezza, il programma propone di potenziare l'organico della Polizia Locale, estendere la videosorveglianza e migliorare l'illuminazione pubblica.

23 Programma #PossamaiSindaco -

<https://possamaisindaco.it/wp-content/uploads/2023/04/programmappossamai-vicenza-ora-il-futuro.pdf>

Vuole anche incrementare la presenza di operatori di strada e riqualificare aree come Campo Marzo per riportare sicurezza.

Infine, la valorizzazione del patrimonio culturale e storico di Vicenza è uno degli obiettivi principali, si intende valorizzare il circuito museale, promuovere eventi culturali nei quartieri e candidare Vicenza a capitale italiana della cultura.

Il programma di Possamai per Vicenza propone quindi di creare una città equilibrata, sostenibile e sicura, attraverso interventi mirati che coinvolgono tutti gli aspetti della vita urbana.

CLAUDIO CICERO

Claudio Cicero è una figura politica con una carriera lunga e diversificata nella politica locale di Vicenza. Con una presenza continua in consiglio comunale dal dicembre 1998. La sua esperienza si estende a collaborazioni con diverse amministrazioni, sia di destra che di sinistra. Oltre alla sua attività politica, Cicero è noto per il suo impegno ambientale, essendo stato Campione del mondo nelle gare di regolarità e consumo dei veicoli elettrici nel 2009 e 2010. Si candida a sindaco con la lista "Impegno 360°".

Il programma elettorale di Claudio Cicero e della sua lista si concentra su diversi pilastri chiave, quello che emerge è il tema della sostenibilità e dell'ambiente:²⁴

Viene posto un forte accento sullo sviluppo delle infrastrutture, con un focus particolare sulla questione Tav (Treno ad Alta velocità). Cicero critica il progetto attuale della definendolo un "non progetto". La sua proposta riguarda una moratoria sospensiva di sei mesi dei lavori del tratto da Ponte Alto a Settecà. Questo periodo di pausa permetterebbe di riconsiderare completamente il progetto, cercando di trovare una soluzione univoca e coerente che tenga conto delle esigenze e delle preoccupazioni della cittadinanza.

Per quanto riguarda ambiente e sostenibilità, Cicero promuove politiche ambientali e sostenibili, sottolineando l'importanza della mobilità elettrica e di altre iniziative green per rendere Vicenza una città più eco-friendly.

Infine, promuove una maggiore trasparenza e partecipazione dei cittadini nella gestione della città, incoraggiando un dialogo aperto e costruttivo tra l'amministrazione e la comunità locale.

²⁴ Pagina Facebook, Lista Cicero impegno a 360° - <https://www.facebook.com/ListaCiceroVicenza/>

Non mancano nella sua campagna anche le critiche all'amministrazione precedente, nel criticare il sindaco Francesco Rucco e la sua amministrazione, pone l'accento sulla mancanza di realizzazione delle promesse. Il candidato critica la gestione della sicurezza da parte del sindaco, evidenziando l'aumento della microcriminalità e l'incompetenza amministrativa, sottolineando la necessità di un cambio di leadership per affrontare efficacemente le sfide della città.

La svolta però si è vista con l'apparentamento con Rucco, rappresentando un netto cambio di rotta da parte di Cicero, che ha deciso di allearsi, dopo aver ottenuto il 2,57% di voti, con il sindaco uscente per il ballottaggio delle elezioni comunali. Nel primo giro di elezioni, infatti, Francesco Rucco ha ottenuto il 44,06% dei voti contro il 46,23% del rivale del centrosinistra Giacomo Possamai.

Questa alleanza ha sorpreso molti minando anche la fiducia dei cittadini nei suoi confronti, considerando le forti critiche di Cicero, ad esempio, durante un incontro pubblico sulla TAV il 10 maggio 2023, Cicero aveva affermato con fermezza: "Con Rucco, mai!".²⁵

LUCIO ZOPPELLO

Lucio Zoppello ha iniziato il suo percorso politico come presidente di circoscrizione, per poi diventare Assessore responsabile dell'urbanistica, della pianificazione e della riqualificazione del territorio, dell'edilizia privata e della tutela ambientale. Ha anche guidato ATER in veste di direttore, sovrintendendo a numerosi progetti che hanno segnato un cambiamento significativo per Vicenza.

È stato coordinatore cittadino di Forza Italia e del Pdl, e nel 2018 è stato eletto al Consiglio Comunale con la lista civica Idea Vicenza. Successivamente ha fatto parte della giunta Rucco come assessore al Territorio.

La candidatura di Zoppello è stata presentata dall'associazione politico-culturale "Rigeneriamo Vicenza insieme", nata nel maggio 2022 con l'obiettivo di presentare una lista alle elezioni del 2023 per portare al centro della futura amministrazione cittadina i quartieri.

²⁵ Redazione, 21 maggio 2023, Verso il ballottaggio, Cicero torna in corsa con l'apparentamento: piovono critiche dai componenti della sua lista, Vicenza Today - <https://www.vicenzatoday.it/politica/cicero-apparentamento-rucco-critiche.html>

Zoppello mira a rivitalizzare aree urbane, promuovere sostenibilità e valorizzare il patrimonio verde cittadino con nuovi parchi e gestione sostenibile. Sul progetto TAV, critica la mancanza di trasparenza dell'attuale sindaco, proponendo un Commissario ad acta per gestire il progetto e interrare le linee ferroviarie in uscita dalla stazione.²⁶

Affronta anche temi come violenza di genere, anziani, giovani e trasporti. Critica l'approccio episodico dell'amministrazione attuale sulla violenza di genere e propone potenziamenti per anziani e giovani. Sul fronte dei trasporti, vuole potenziare il trasporto pubblico e promuovere la mobilità sostenibile.²⁷

Questo programma si propone di migliorare la qualità della vita dei cittadini di Vicenza, con un'attenzione particolare ai settori dell'urbanistica e dell'ambiente. Tuttavia, il risultato ottenuto è stato del 2,49%, non raggiungendo così la soglia del 3%.

STEFANO CRESCIOLI

Stefano Crescioli è un medico specialista e candidato sindaco di Vicenza, sostenuto dall'associazione "ContiamoCi!", impegnata nel movimento per la libertà vaccinale. Questa associazione promuove un'amministrazione pubblica centrata sul coinvolgimento attivo della comunità e critica l'apatia civica e la difesa delle libertà costituzionali.

Il programma di "ContiamoCi!" per Vicenza è intitolato "Sana ripartenza, iniziando dai giovani!". L'accento è posto sul benessere e lo sviluppo dei giovani, evidenziando l'importanza di una politica orientata verso le nuove generazioni.²⁸

Nel settore della mobilità, "ContiamoCi!" critica le politiche attuali e propone un ampliamento del trasporto pubblico a basso costo, collegando anche i comuni circostanti con tratte circolari efficienti. L'obiettivo è rendere il centro storico accessibile, riducendo i costi della sosta e implementando un progetto di metropolitana di superficie.²⁹

26 Pagina Facebook, Lucio Zoppello sindaco - <https://www.facebook.com/luciozoppello/>

27 Ibidem nota 26

28 Programma Lista ContiamoCi! - <https://www.listacontiamoci.org/>

29 Ibidem nota 28

Sul fronte della sicurezza, sostiene che la videosorveglianza non sia la soluzione ideale, propone invece, l'adozione di poliziotti di quartiere e l'implementazione di politiche sociali per promuovere l'incontro e la partecipazione attiva nei luoghi pubblici.³⁰

Infine, "ContiamoCi!" suggerisce l'istituzione di una commissione consultiva inclusiva, formata da rappresentanti di vari settori e associazioni, con l'obiettivo di migliorare il rapporto tra i cittadini e la Pubblica Amministrazione, garantendo trasparenza, efficienza e accessibilità dei servizi pubblici.³¹

Nonostante l'impegno, Crescioli ha ottenuto solo il 2,1% dei voti, non raggiungendo la soglia del 3% necessaria per entrare nel consiglio comunale.

EDOARDO BORTOLOTTO

Edoardo Bortolotto, un avvocato di 47 anni, si candida come sindaco di Vicenza sostenuto dal Movimento Cinque Stelle (M5S).

Ha incentrato la sua campagna su sostenibilità ambientale e inclusione sociale. Propone il "zero consumo di suolo", interventi contro l'inquinamento con fondi del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza e un'attenzione ai problemi dei più anziani, promuovendo la loro partecipazione alle strutture comunali. Per quanto riguarda la sanità, vuole affrontare la carenza di medici attraverso dialogo con la Regione.³²

Il suo programma mira a potenziare il trasporto pubblico, la linea ferroviaria Vicenza-Schio, incentivando l'uso della bicicletta con bonus mensili, e punta a rivedere il progetto TAV (Treno ad Alta Velocità), prestando particolare attenzione al nodo della stazione e al sostegno degli espropriati.

Un altro aspetto centrale del suo programma è la partecipazione e il dialogo con i cittadini, introducendo il metodo "la parola ai cittadini" e promuovendo un dialogo più incisivo e partecipativo tra i residenti e le istituzioni locali.³³

30 Ibidem nota 28

31 Ibidem nota 28

32 Redazione, 14 aprile 2023, Bortolotto (M5S): "Presentata la nostra lista rappresentativa dei vicentini", Vicenza Tviweb - <https://www.tviweb.it/bortolotto-m5s-presentata-la-nostra-listarappresentativa-dei-vicentini/>

33 G. Coviello, 18 marzo 2023, M5S, Edoardo Bortolotto: mi candido a sindaco di Vicenza - ViPiù <https://www.vipiu.it/leggi/m5s-edoardo-bortolotto-candido-sindaco-di-vicenza-intervista-vipiu-premieroin-campagna-tutte-associazioni-soci-bpvi/>

Parla anche di rispetto per la Polizia locale, criticando il sindaco uscente Francesco Rucco, evidenzia le carenze nel Corpo della Polizia Locale di Vicenza, sottolineando la necessità di un organico adeguato a garantire la sicurezza dei cittadini.³⁴

In sintesi, Edoardo Bortolotto si presenta con un approccio critico verso l'amministrazione uscente e si impegna a portare nuove soluzioni concrete per migliorare la qualità della vita a Vicenza. Ha ottenuto però l'1,7%.

ANNARITA SIMONE

Annarita Simone è una figura impegnata nella vita politica di Vicenza. Ha una solida esperienza come sindacalista dell'Unione sindacale di base e ha già affrontato le sfide delle elezioni politiche precedenti.

La sua candidatura con "La Comune" ha ottenuto lo 0,8% dei voti, non raggiungendo la soglia del 3%.

Il suo programma si focalizza su politiche sociali, sostenendo famiglie in difficoltà con misure contro l'affitto, le bollette e servizi territoriali rafforzati. Per l'integrazione, si impegna per i diritti paritari per tutti, proponendo soluzioni solidali per i senza fissa dimora e sostenendo un approccio inclusivo verso le persone di altre nazionalità che vivono e lavorano a Vicenza.³⁵

Per i giovani, propone opportunità culturali e sportive e strutture autogestite per evitare sfruttamento e precarietà. Ambientalmente, si oppone al progetto TAV, promuove "Boschi urbani" e mobilità sostenibile.³⁶

Per quanto riguarda il tema del turismo propone una promozione sostenibile che non escluda i cittadini, ma offra servizi culturali e ricettivi accessibili a tutti, creando allo stesso tempo opportunità di lavoro.³⁷

34 G. Coviello, 9 aprile 2023, Edoardo Bortolotto (candidato sindaco M5S): "Firme ok, cittadini preoccupati per sanità e lavoro. Noi per appalti e mancato rispetto di Rucco per Polizia locale", ViPiù - <https://www.vipiu.it/leggi/edoardo-bortolotto-candidato-sindaco-m5s-vipiu-it-firme-ok-cittadinipreoccupati-per-sanita-e-lavoro-noi-appalti-mancato-rispetto-polizia-locale-da-parte-di-rucco/>

35 R. Labruna, 24 marzo 2023, La prima e unica candidatura femminile a sindaco di Vicenza è quella, a sinistra, di Annarita Simone, Il giornale di Vicenza - <https://www.ilgiornaledivicenza.it/speciali/comunali-2023/news/la-prima-e-unica-candidatura-femminilea-sindaco-di-vicenza-e-quella-a-sinistra-di-annarita-simone-1.9968715>

36 Ibidem nota 35

37 Ibidem nota 35

Candidati sindaci della città di Verona:

DAMIANO TOMMASI

Damiano Tommasi è un ex calciatore. Oltre alla sua carriera sul campo, ha ricoperto la carica di presidente del sindacato dei calciatori.

Emerge come una figura impegnata e proattiva, con una visione chiara e ambiziosa per il futuro di Verona, mettendo al centro delle sue proposte il benessere dei cittadini, l'inclusività, la sostenibilità, l'innovazione e la partecipazione attiva dei giovani.

Vince le elezioni amministrative del 2022 con il 53,40%, con il sostegno di 6 liste: Azione con Calenda +Europa, Damiano Tommasi Sindaco, Europa Verde Demos Democrazia Sociale Volt, In Comune per Verona - Sinistra Civica Ecologista, Partito Democratico e Traguardi.

La sua visione per Verona si basa su principi di trasparenza, legalità, parità di genere e ascolto attivo dei cittadini. L'obiettivo è trasformare Verona in una città moderna, sostenibile e inclusiva, promuovendo la partecipazione attiva dei cittadini e il coinvolgimento delle diverse realtà presenti sul territorio: dal terzo settore alle università, dalle imprese alle associazioni giovanili.³⁸

Il suo programma per la città è suddiviso in diversi ambiti chiave:

Al primo posto, nel programma politico, si trova l'individuo e il suo benessere. L'obiettivo è creare una Verona che metta al centro il benessere dei suoi abitanti, attraverso interventi mirati in diversi settori come l'educazione, la salute mentale, l'abbattimento delle barriere architettoniche e la valorizzazione dei parchi.³⁹

La sostenibilità è un altro elemento cardine del programma di Tommasi, che mira a integrare principi ecologici in ogni aspetto dell'amministrazione cittadina. Questo include interventi in diversi settori, dall'urbanistica alla mobilità sostenibile, con l'obiettivo di creare un circolo virtuoso che rispetti l'ambiente, stimoli l'economia locale, migliori la qualità della vita e attragga investimenti sostenibili.

Nel contesto dei giovani, propone di costruire una Verona più inclusiva, sicura e orientata al futuro. Questo include non solo interventi mirati all'inclusione sociale e all'educazione, ma anche la promozione della cultura e dell'arte come strumenti per

38 Programma – Rete! Damiano Tommasi sindaco -

https://www.reteperdamianotommasi.org/_files/ugd/239207_85efccf69fd04870a14b4cba6a4efc52.pdf

39 Ibidem nota 38

arricchire la vita dei giovani e della comunità nel suo insieme. L'accento è posto sulla collaborazione tra università, imprese, istituzioni e associazioni, per creare sinergie positive che promuovano l'innovazione, lo sviluppo economico e la cultura.⁴⁰

FEDERICO SBOARINA

Federico Sboarina è una figura politica con una solida esperienza amministrativa a Verona. Laureato in giurisprudenza e avvocato di professione, ha mostrato un forte interesse per la politica fin dai suoi primi anni di carriera. Eletto consigliere comunale nel 2002, ha ricoperto diverse cariche amministrative, nel 2012 come assessore con delega all'Ecologia e Ambiente, Sport e Tempo Libero, culminando con la sua elezione a Sindaco di Verona nel 2017.

Durante il suo mandato come sindaco ha enfatizzato diversi aspetti del suo programma elettorale:

Ha mostrato impegno verso l'ambiente, proponendo la realizzazione di un "Central Park" nell'ex scalo ferroviario di Verona e migliorando la viabilità nelle aree commerciali.

Ha avuto un ruolo chiave nel risanamento e rilancio della Fondazione Arena e ha sostenuto la candidatura di Verona come sede per la cerimonia di apertura e chiusura delle Paralimpiadi di Milano-Cortina 2026.⁴¹

Ha proposto un dialogo costante con le minoranze e l'istituzione di un Comitato per la Trasparenza per promuovere la legalità e la partecipazione civica.

Durante la sua campagna elettorale, per la riconferma, Sboarina ha enfatizzato il suo impegno a concludere i progetti avviati dalla sua amministrazione e ad avviarne di nuovi, in particolare per Verona Sud.

Nelle elezioni del 2022 però ha ottenuto il 46% dei voti, non riuscendo a riconfermarsi sindaco. Durante la campagna elettorale, ha adottato un approccio polarizzante, utilizzando slogan come "mai a sinistra" e cercando di consolidare il sostegno dell'area di destra e centrodestra.

40 Ibidem nota 38

41 Redazione, 31 marzo 2022, Sboarina lancia la sua campagna elettorale: "Le Olimpiadi del 2026 per Verona come l'Expo per Milano" L'Arena -

<https://www.larena.it/territorio-veronese/citta/sboarina-lancia-la-suacampagna-elettorale-le-olimpiadi-del-2026-per-verona-come-l-expo-per-milano-1.9321712>

Ha ricevuto il sostegno esplicito di Giuseppe Zenti, vescovo di Verona, e si è candidato con diverse liste collegate, tra cui Fratelli d'Italia - Sboarina Sindaco, Lega - Liga Veneta – Salvini, Sboarina Sindaco - Battiti per Verona, Verona Domani - Coraggio Italia, Verona al Centro - Vale Verona! - Famiglia è Futuro, e Verona Autonomia Noi Con l'Italia.

Tuttavia, le sue affermazioni polarizzanti e il tono della sua campagna elettorale hanno ricevuto diverse critiche, soprattutto da parte delle opposizioni, che hanno sottolineato la mancanza di un dialogo costruttivo e la focalizzazione su temi divisivi piuttosto che su soluzioni concrete per la città.

FLAVIO TOSI

Flavio Tosi è stato sindaco di Verona per due mandati consecutivi, dal 2007 al 2017. Ha iniziato la sua carriera politica nelle file della Lega Nord ma è stato espulso nel 2015 a causa di divergenze con Matteo Salvini. Tosi si presenta come un leader che ha portato innovazione e cambiamento durante i suoi precedenti mandati, con un focus particolare su questioni di sicurezza, pulizia e ordine pubblico.

Si candida alle elezioni amministrative 2022 sostenuto da diverse liste: Lista Tosi, Fare! Con Flavio Tosi, Forza Italia, Ama Verona, Veneto Autonomo Tosi C'E', Csu Tosi sindaco, Movimento Difesa Sociale, Pensionati Veneti e Michele Croce Prima Verona.

Durante la campagna elettorale ha adottato un approccio diverso “con comizi elettorali più istituzionali che si allontanano da cori “chi non salta è un tunisino” di un tempo, concentrandosi sulle sue proposte e sulle soluzioni per i problemi che affliggono Verona.⁴²

Tosi pone al centro del programma tre obiettivi principali: sostegno sociale, accessibilità e rilancio urbano.

Propone un significativo aumento dei sostegni per famiglie, giovani coppie, genitori separati e madri single, in risposta ai crescenti costi della vita accentuati dalla crisi del Covid e dal caro-bolletta. Intende ampliare gli spazi di aggregazione per gli anziani, riaprire gli uffici periferici dell'anagrafe e istituire un ufficio comunale del lavoro dedicato a guidare i giovani nella ricerca di opportunità occupazionali. Un focus

42 Y. Cigna, 10 giugno 2022, Elezioni a Verona, centrodestra diviso tra lo «sceriffo» e il sindaco uscente Sboarina. L'ex calciatore Tommasi unisce il centrosinistra, Open Online - <https://www.open.online/2022/06/10/elezioni-comunali-verona-2022/>

particolare è posto sul co-housing, unendo le generazioni per promuovere uno scambio intergenerazionale benefico.⁴³

Inoltre, rivoluzionare la mobilità cittadina è un altro punto importante, ottimizzando il servizio filobus esistente, puntando su efficienza e sostenibilità.

Parallelamente, si impegna per abbattere le barriere architettoniche e crea la figura del "disability manager" per coordinare le politiche a favore delle persone con disabilità.⁴⁴

Per stimolare l'economia locale, invece, mira ad attrarre grandi aziende e investimenti, sfruttando le opportunità offerte dai finanziamenti pubblici, regionali ed europei, come il PNRR.

Nelle elezioni amministrative Flavio Tosi ha ottenuto il 23,9% al primo turno, rifiutando l'intesa con Federico Sboarina che ottiene il 32,7%.⁴⁵

ALBERTO ZELGER

Alberto Zelger è un ex consigliere comunale della Lega ed ex leghista, oggi appartiene al gruppo Misto ed è un esponente del mondo no Green pass, no-vax e no aborto. Si candida alle elezioni di Verona sostenuto da tre liste: Libertà nelle Scelte Senza Discriminazioni, Verona per la Libertà e Il Popolo della Famiglia.

Il suo programma elettorale è incentrato su due temi principali: sostegno alle famiglie, natalità e anziani.

Zelger propone un supporto e un ascolto per i nuclei familiari in difficoltà a causa della crisi economica. Desidera fornire aiuti concreti alle coppie che desiderano formare una famiglia ma che affrontano sfide economiche significative.⁴⁶

⁴³ Redazione, 26 gennaio 2022, Elezioni comunali Verona 2022: Flavio Tosi conferma la candidatura a sindaco, PrimaVerona - <https://primadituttoverona.it/politica/elezioni-comunali-verona-2022-flavio-tosiconferma-la-candidatura-a-sindaco/>

⁴⁴ Ibidem nota 43

⁴⁵ " «Niente tecnicismi e giochi di palazzo, sono pronto solo a un accordo programmatico con Forza Italia», la dichiarazione di Sboarina [...] che ha provocato lo stop di Tosi" M. Crema, 19 giugno 2022, Sboarina-Tosi, Rottura totale. L'ex sindaco: «Non siamo di serie B», Il Gazzettino https://www.ilgazzettino.it/nordest/verona/tos_i_sboarina_niente_accordo_ballottaggio_elezioni_amministrative_2022-6763133.html

⁴⁶ L. Marcolivio, 8 giugno 2022, Elezioni Verona. Il candidato sindaco Zelger: «Anziani e disabili da non abbandonare», ProVita e Famiglia - <https://www.provitaefamiglia.it/blog/elezioni-verona-il-candidatosindaco-zelger-anziani-e-disabili-da-non-abbandonare>

Sostiene inoltre la libertà educativa e si oppone “all’ideologia gender” nelle scuole. Vuole difendere la libertà di espressione e critica le misure adottate durante l’emergenza sanitaria e le censure sulla libertà di informazione in ambito medico-scientifico.⁴⁷

Per gli anziani, propone politiche di intervento sociale, in particolare per coloro abbandonati nelle RSA, garantendo assistenza adeguata.⁴⁸

La sua candidatura rappresenta una significativa novità nella politica veronese, evidenziando l’ascesa di movimenti politici con idee molto conservatrici. Tuttavia, i risultati elettorali indicano che Zelger ha ottenuto solo il 2,6% dei voti, mostrando che la sua visione politica non ha riscosso un ampio consenso tra gli elettori.

ANNA SAUTTO

Anna Sautto, candidata sindaco di Verona per il Movimento 3V (Vaccini Vogliamo Verità). critica le vaccinazioni obbligatorie e il passaporto sanitario, sottolineando la libertà di scelta, si è candidata spinta dalla necessità di un cambio reale, manifestando preoccupazione per la gestione della pandemia e le restrizioni adottate dal Governo nazionale.⁴⁹

Il Movimento 3V propone una politica centrata su valori umani, ambiente e comunità. Il programma include il sostegno alle cure domiciliari, il rilancio dell’economia locale con una moneta comunale, la lotta alla cementificazione, l’energia sostenibile e la tutela della salute psicofisica.⁵⁰

Nonostante le idee e le proposte, Anna Sautto ha ottenuto solo lo 0,6% dei voti, risultando una delle candidature meno votate. La sua campagna elettorale non è riuscita a raccogliere un sostegno significativo da parte degli elettori.

PAOLA BAROLLO

Decide di candidarsi alle elezioni amministrative con “Costituzione Verona”, portando con sé una visione chiara e concreta per la città, focalizzata sull’inclusione sociale,

47 Ibidem nota 46

48 Ibidem nota 46

49 La redazione, 1° giugno 2022, Movimento 3V in piazza per la candidata Sautto: «Insieme per un vero cambiamento», VeronaSera - <https://www.veronasera.it/politica/elezioni-3v-sautto-1-giugno-2022.html>

50 Movimento 3V, 2022, Programma Amministrative Verona - <https://www.movimento3v.it/programmaamministrative-verona/>

sull'accessibilità e sulla semplificazione burocratica. La sua esperienza personale le ha fornito una profonda comprensione delle sfide che affrontano anziani, persone con disabilità e cittadini in difficoltà.⁵¹

Tra le sue priorità, intende creare un centro unico d'ascolto e di aiuto immediato per le persone più fragili, eliminando la burocrazia e favorendo una maggiore comunicazione tra il C.S.V. (Centro Servizi per il Volontariato) e le istituzioni pubbliche. Desidera anche rivedere e ristrutturare le strutture che ospitano gli anziani e lavorare per rendere Verona una città più inclusiva e accogliente per le persone con disabilità.⁵²

Paola Barollo ha ricevuto però il minor sostegno alle elezioni, con lo 0,4% dei voti. Tuttavia, la sua candidatura ha rappresentato una voce importante per l'inclusione sociale e l'attenzione alle sfide dei cittadini più vulnerabili.

51 A. Corradi, 10 giugno 2022, «Per abbattere a Verona le barriere architettoniche... e mentali», Herald - <https://www.heraldo.it/2022/06/10/per-abbattere-a-verona-le-barriere-architettoniche-e-mentali/>

52 Ibidem nota 51

CAPITOLO SECONDO

COMUNICAZIONE POLITICA

2.1 Definizione e principi della comunicazione politica

La comunicazione politica è un fenomeno intrinsecamente legato alla storia stessa della politica, essendo il terreno in cui si gioca la competizione tra diversi attori per il potere. Presidenti, governi, partiti e leader sono costantemente chiamati a comunicare per rappresentare il pubblico, ottenere o mantenere il consenso e navigare nel sistema mediatico e digitale in cui la politica si svolge oggi.

L'interesse per la comunicazione politica è cresciuto in modo esponenziale dalla metà degli anni '90, riflettendo l'importanza crescente di comprendere come la politica e la comunicazione si influenzano reciprocamente nell'era dei media e dei social media. Questo interesse non si limita solo all'ambito accademico, ma coinvolge anche il mondo politico e dell'informazione.

Possiamo parlare quindi di una materia multidisciplinare che coinvolge anche altre materie come: politologia, sociologia, antropologia, scienze della comunicazione, psicologia, retorica e pubblicità.

Essa abbraccia anche una vasta gamma di fenomeni e pratiche, come il giornalismo politico, la pubblicità elettorale e i dibattiti tra candidati.

La storia della comunicazione politica affonda le sue radici nell'antichità. I filosofi greci iniziarono a porsi domande sull'autorità, sulla democrazia e sul potere, mettendo in luce soprattutto il problema dei rapporti politici tra i membri di una comunità. Si aprì così il tema della comunicazione tra i membri e i vari strati sociali che componevano la polis.⁵³

Con Platone e Aristotele, che non useranno mai il termine "comunicazione", si contemplò il potere della retorica e l'effetto del discorso persuasorio sul pubblico.

Nell'antica Roma invece, durante la repubblica, si svilupparono tecniche sofisticate di persuasione e manipolazione dell'elettorato, anticipando molte strategie moderne. In un periodo di guerre civili, dove il governo era guidato da magistrati eletti dai cittadini, "la lotta per il potere non si traduce solamente in scontri armati tra varie fazioni, ma anche

53 Mazzoleni, G. (1998). La comunicazione politica, il Mulino. Bologna (III ed., 2012), pag. 16

[...] in una intensificazione di attività politiche. In quegli anni le tecniche di seduzione e di manipolazione dell'elettorato si sviluppavano considerevolmente fino a diventare strumenti indispensabili della conquista del potere" (Chesnais 1995, 120-121).⁵⁴

Queste tecniche sono diventate esempi anche per le campagne di molti secoli dopo; termini come "candidato" e "comizio" sono nati in quest'epoca e vengono ancora oggi utilizzati.

Con le rivoluzioni americana e francese e il varo della Costituzione nascono gli ideali democratici, dove la comunicazione politica iniziò a evolversi verso forme più democratiche e libertarie senza forme di manipolazione.⁵⁵

Tuttavia, fu nel XX secolo, con l'avvento dei mezzi di comunicazione di massa come cinema, radio e televisione, che essa raggiunse la sua piena maturazione. Negli Stati Uniti, la relazione tra il potere politico e quello mediatico ha giocato un ruolo cruciale, con eventi come il Watergate che hanno evidenziato l'importanza della trasparenza e della responsabilità nella comunicazione politica, rappresentando anche un modello da imitare per molti altri paesi.⁵⁶

Con la diffusione negli anni '50 e '60 della televisione sono nati nuovi modi di fare politica e quindi comunicazione. Possiamo parlare dei reportages del Vietnam di Walter Cronkite, gli eventi mediatici come la caduta del muro di Berlino e i dibattiti politici Kennedy-Nixon e quelli più vicini a noi (e più recenti) Berlusconi-Prodi.⁵⁷

La comunicazione politica è stata una forza trainante anche nella politica italiana, con esempi emblematici come quello di Silvio Berlusconi. La sua ascesa al potere nel 1994 ha segnato un punto di svolta non solo politicamente, ma anche linguisticamente. La sua abilità nel comunicare con il pubblico attraverso i media, in particolare la televisione, è stata cruciale per la sua popolarità e il suo successo elettorale. La sua figura infatti ha incarnato un nuovo stile di comunicazione politica, caratterizzato da un linguaggio

54 Mazzoleni, G. (1998). La comunicazione politica, il Mulino. Bologna (III ed., 2012), pag. 17

55 Mazzoleni, G. (1998). La comunicazione politica, il Mulino. Bologna (III ed., 2012), pag. 18

56 Mazzoleni, G. (1998). La comunicazione politica, il Mulino. Bologna (III ed., 2012), pag. 19

57 Ibidem nota 56

diretto ed emotivo che ha fatto affidamento su metafore calcistiche e strategie di marketing per conquistare il consenso dell'elettorato.⁵⁸

Questo cambio di registro comunicativo è stato riflesso anche a livello più ampio nella politica italiana, con un'evoluzione dai tradizionali metodi politici a un linguaggio più accessibile e mediaticamente più attraente e accattivante. I politici italiani hanno imparato a comunicare non solo con gli addetti ai lavori, ma anche con un pubblico televisivo più ampio, adattando il loro linguaggio e le loro strategie di comunicazione per catturare l'attenzione dei media e dell'elettorato.⁵⁹

Nell'era contemporanea, con l'avvento dei social media e dei nuovi strumenti digitali, la comunicazione ha subito ulteriori trasformazioni. I politici hanno infatti a disposizione una vasta gamma di strumenti, dai tradizionali giornali, radio e televisione ai più recenti social media come Facebook, Twitter e Instagram.

Questi offrono nuove opportunità per raggiungere e coinvolgere gli elettori, ma presentano anche nuove sfide in termini di gestione dell'immagine e del messaggio politico. Gli studi infatti hanno dimostrato che i media possono influenzare le opinioni e le intenzioni di voto degli elettori, attraverso processi come:

1. *Agenda setting*: concetto che si riferisce al potere dei media di influenzare l'attenzione pubblica, determinando quali argomenti o temi sono considerati importanti. I media possono contribuire a definire l'agenda pubblica, influenzando ciò su cui il pubblico si concentra e discute.
2. *Framing*: riguarda la presentazione selettiva di informazioni da parte dei media o degli attori politici per influenzare la percezione del pubblico su un determinato argomento. I media possono enfatizzare alcuni aspetti di un problema e minimizzarne altri, influenzando così la percezione del pubblico e le sue opinioni.
3. *Priming*: si riferisce alla capacità dei media di influenzare la percezione e la valutazione di un argomento o di un individuo, attivando specifici concetti o associazioni nella mente del pubblico. Questo processo può influenzare le opinioni e i giudizi delle persone su questioni politiche o sui candidati, rendendo certi temi più salienti nella loro valutazione.

58 Redazione, Comunicazione Politica – Inside Marketing,

<https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/comunicazione-politica/>

59 Ibidem nota 58

È importante sottolineare anche il ruolo attivo degli elettori nella comunicazione politica, essi partecipano attivamente al dibattito pubblico, esprimono le proprie opinioni attraverso sondaggi e, soprattutto, influenzano il processo politico tramite il voto. Questo coinvolgimento diretto contribuisce a plasmare il panorama e definire le priorità dell'agenda politica.

Oggi, dunque, con i social media in continua evoluzione, vengono offerte nuove opportunità e sfide e l'accesso democratizzato della comunicazione ha permesso al "cittadino comune" di avere una voce più forte nel dibattito politico, mentre i nuovi media hanno amplificato il ruolo della leadership e influenzato la cultura popolare. Tuttavia, con questa crescita si presentano anche nuove sfide, come la diffusione di disinformazione e la diminuzione della fiducia nell'informazione tradizionale.

2.2 Strategie di comunicazione elettorale

La comunicazione politica e le campagne elettorali costituiscono uno degli strumenti primari attraverso cui i candidati e le coalizioni politiche cercano di raggiungere e convincere gli elettori. Nel corso del tempo anche i metodi per condurre campagne elettorali hanno subito notevoli trasformazioni. Nei primi decenni del secolo scorso, si basavano su mezzi relativamente semplici, come comizi e manifesti. Tuttavia, nel corso del XX secolo, con l'avvento della radio e della televisione, il panorama ha subito una rivoluzione significativa.

La politologa britannica-americana Pippa Norris, specializzata in politica comparata, ha proposto una suddivisione in tre periodi principali per quanto riguarda l'evoluzione elettorale:

Le campagne elettorali premoderne, dall'inizio del XIX secolo agli anni '10 del XX secolo, si caratterizzano per una comunicazione politica basata su interazioni dirette tra candidati ed elettori a livello locale, con gli organi di informazione partigiana, che fanno da tramite tra partiti e cittadinanza, e un elettorato fortemente legato all'identificazione e all'adesione ai partiti.⁶⁰

Le campagne moderne, dagli anni '60 agli anni '80, si svolgono nell'era del boom televisivo, dove la TV sostituisce le piazze ed emergono figure professionali come

60 Mazzoleni, G. (1998). La comunicazione politica, il Mulino. Bologna (III ed., 2012), pag. 132-134

consulenti politici ed esperti di marketing politico. Si assiste a un declino dell'adesione ai vecchi partiti di massa e una crisi delle identità partitiche.⁶¹

Le campagne postmoderne, dagli anni '90 in poi, si caratterizzano per una maggiore professionalizzazione, con messaggi sviluppati su dati di sondaggio e nuove tecnologie per una comunicazione più mirata. Gli elettori sono più distaccati dalle identità partitiche e più influenzabili, aprendo lo spazio a nuove forme di comunicazione politica.⁶²

Nel contesto attuale del panorama politico, le strategie di comunicazione elettorale giocano un ruolo fondamentale. Le coalizioni politiche, attraverso una segmentazione accorta dell'elettorato e un'analisi dettagliata delle tendenze, possono personalizzare i propri messaggi in modo mirato, rispondendo così agli interessi e alle preoccupazioni specifiche dei diversi segmenti della società.

Esistono diversi modelli teorici di campagna elettorale: il primo, noto come *campagna di posizione*, si basa sullo schema "noi contro loro", tipico di contesti dove l'identità dei partiti è forte; il secondo modello, la *campagna di conquista*, si concentra sull'ottenere il consenso dell'elettorato nel suo complesso, piuttosto che nei suoi singoli segmenti. È particolarmente rilevante in contesti dove l'identità partitica è considerata più debole e la popolazione elettorale è politicamente differenziata. Un'altra distinzione la si può trovare nella campagna incentrata sul partito o sul candidato: nel primo caso la possiamo trovare nel sistema proporzionale, nel secondo caso nel sistema maggioritario.⁶³

Negli ultimi anni, l'integrazione dei media tradizionali e digitali ha rivoluzionato queste campagne, consentendo ai candidati di raggiungere il pubblico in modo più efficace. Costruire un'immagine positiva del candidato è diventato cruciale per convincere il pubblico. La mobilitazione, tramite iniziative partecipative, e la capacità di adattarsi alle critiche e alle crisi emergenti, sono essenziali nel determinare un successo o un fallimento. Questo approccio dinamico rappresenta il cuore pulsante delle moderne

61 Ibidem nota 60

62 Ibidem nota 60

63 Mazzoleni, G. (1998). La comunicazione politica, il Mulino. Bologna (III ed., 2012), pag.135

campagne politiche, che si trovano sempre più a operare in un contesto caratterizzato da rapidi cambiamenti.

Possiamo parlare dunque di un mutamento verso una "professionalizzazione" delle campagne elettorali e una politica maggiormente personalizzata, spinta da molteplici influenze, tra cui il declino dei partiti tradizionali e l'accentuazione delle dinamiche televisive. Questo fenomeno, evidente anche in Italia, ha trasformato la politica in un'arena focalizzata, per la maggior parte, sui singoli leader anziché sulle ideologie partitiche.⁶⁴

Questa tendenza, nel preferire il leader dotato di personalità al partito politico, ha determinato l'adozione diffusa di strategie di marketing politico mirate a creare immagini accattivanti dei candidati, al fine di promuovere l'idea del "candidato ideale". In questo contesto, diventa cruciale presentarsi, non solo come rappresentanti di un partito, ma come figure carismatiche in grado di ispirare fiducia ed empatia tra gli elettori.

Nel delineare l'immagine di un candidato emerge una distinzione tra *immagine proiettata* e *immagine percepita*. La prima riguarda il profilo costruito del candidato, sia direttamente sia attraverso i media; la seconda figura, invece, si riferisce all'immagine percepita di un candidato, o leader politico, generata dagli stimoli derivanti dalla strategia di trasmissione dell'immagine stessa.

“Quando si parla oggi di tecniche moderne della comunicazione politica, o del marketing politico, si parla di un insieme di mezzi relativamente nuovi di derivazione commerciale. Si tratta della scoperta da parte del mondo politico di una nuova santa trinità: la televisione, i sondaggi, la pubblicità” (Roland Cayrol [1986, 59]).

Nel contesto sempre più complesso della comunicazione contemporanea, il marketing politico emerge come un fondamentale strumento strategico per comprendere, influenzare e coinvolgere gli elettori.⁶⁵

Nel manuale "*Communication et marketing de l'homme politique*", Philippe Maarek, esperto di comunicazione e marketing politico, propone un approccio strategico articolato in quattro fasi:⁶⁶

64 Mazzoleni, G. (1998). La comunicazione politica, il Mulino. Bologna (III ed., 2012), pag. 136

65 Mazzoleni, G. (1998). La comunicazione politica, il Mulino. Bologna (III ed., 2012), pag. 138-141

66 Mazzoleni, G. (1998). La comunicazione politica, il Mulino. Bologna (III ed., 2012), pag. 141

La prima fase implica l'identificazione di una strategia, quella di *conquista* o di *mantenimento*. Qui, il candidato e il suo team, stabiliscono gli obiettivi dell'operazione: un candidato meno noto dovrebbe puntare sulla visibilità e sulla notorietà, mentre un politico già affermato dovrebbe puntare sulla riaffermazione delle proprie doti politiche.⁶⁷

La seconda fase si concentra sull'analisi del contesto in cui si svolgerà la campagna elettorale del candidato, che comprende l'analisi delle caratteristiche sociodemografiche dell'elettorato nel proprio collegio, il monitoraggio delle strategie dei rivali e la valutazione delle risorse mediatiche disponibili.⁶⁸

La terza fase è tattica e implica la definizione delle modalità di comunicazione e delle attività da svolgere e si sviluppa la costruzione dell'immagine del candidato.⁶⁹

La quarta e ultima fase è quella operativa e mette in pratica tutte le strategie e azioni precedentemente definite.

Possiamo dunque parlare di un insieme di tecniche di marketing, applicate alle campagne elettorali, con l'obiettivo e la volontà di promuovere e far conoscere un candidato o partito al proprio potenziale elettorato, differenziandoli dagli altri (candidati o partiti) attraverso strategie specifiche; “una campagna che non segue le logiche del marketing non è una campagna professionalizzata” (J. Strömbäck [2007, 55]).

2.3 Impatto della comunicazione politica sull'opinione pubblica

L'interazione tra comunicazione politica e opinione pubblica riveste un ruolo cruciale nel contesto della democrazia contemporanea. La modalità con cui i messaggi politici vengono trasmessi, recepiti e interpretati influisce profondamente sulle opinioni, sulle decisioni e sul comportamento dei cittadini.

L'opinione pubblica è plasmata e influenzata da una serie di fattori complessi, tra cui le strategie di comunicazione adottate dai politici e dalle istituzioni. Attraverso discorsi, dichiarazioni, interviste e campagne pubblicitarie, i leader politici cercano costantemente di plasmare l'opinione pubblica, presentando le proprie posizioni in modo favorevole e contrastando quelle degli avversari.

67 Ibidem nota 66

68 Ibidem nota 66

69 Ibidem nota 66

Questo, è un concetto che ha radici profonde nella storia del pensiero politico e sociale. La sua esistenza è stata riconosciuta sin dai tempi dell'antica Roma, anche se espressa con terminologie diverse. Da Machiavelli a Locke, da Montesquieu a Rousseau, vari filosofi e pensatori hanno contribuito alla comprensione di questo fenomeno complesso.⁷⁰

Locke, ad esempio, distingue tre tipologie di leggi che governano la società, tra cui la legge dell'opinione e della reputazione. Questo sottolinea l'importanza attribuita alla percezione collettiva e al consenso sociale nella regolazione del comportamento umano.⁷¹

Tuttavia, c'è disaccordo sul ruolo e sull'importanza dell'opinione pubblica. Mentre alcuni la considerano fondamentale per la politica e la società, altri la vedono come un concetto astratto, privo di rilevanza pratica.

All'inizio del XX secolo veniva concepita come un fenomeno collettivo che superava le singole opinioni e la loro aggregazione. In questa prospettiva, essa era vista come il risultato dell'influenza reciproca tipica delle attività cooperative.⁷²

Per Rousseau, l'opinione pubblica rappresentava una sorta di legge e la democrazia era vista come indipendente dalla discussione pubblica, data l'impossibilità pratica per il popolo di essere sempre riunito in assemblea. Questo ha portato all'idea di democrazia indiretta e alla necessità di stabilire modalità per regolare i rapporti tra la società civile e la sfera politica.⁷³

Il dibattito sulla democrazia moderna ha sollevato interrogativi sulla natura stessa di essa e sul grado di libertà che le persone devono concedere in nome dell'interesse pubblico.⁷⁴

Le liberaldemocrazie, emerse dal concorso tra l'ideale di libertà e quello di democrazia, cercano di evitare la "tirannia della maggioranza" attraverso il meccanismo democratico dell'elezione popolare. Tuttavia, esiste il rischio che la legittimazione dell'opinione

70 Baldi B. (2006). Opinione Pubblica: Un potere fragile. Introduzione alla comunicazione, pag. 7

71 Ibidem nota 70

72 Baldi, B. (2006). Opinione Pubblica: Un potere fragile. Introduzione alla comunicazione, pag. 5

73 Baldi, B. (2006). Opinione Pubblica: Un potere fragile. Introduzione alla comunicazione, pag. 6-9

74 Ibidem nota 73

pubblica venga confusa con la mera approvazione elettorale, senza tener conto delle influenze dei media e delle dinamiche complesse che modellano il consenso pubblico.

Le persone che costituiscono l'opinione pubblica non sono un gruppo uniforme, tuttavia, indipendentemente dalle differenze, rimangono una massa.⁷⁵

Il loro modo di pensare è plasmato da individui, che si rivolgono a loro o parlano in loro nome, attraverso i media, spinti dall'impulso del momento. Questa concezione, già anticipata da pensatori come Mill e Tocqueville, si allinea con le osservazioni di autori contemporanei come Habermas e Bourdieu. Essi evidenziano come l'opinione pubblica sia una massa amorfa e indistinta che esercita una sorta di coercizione morale su una minoranza.⁷⁶

Il panorama mediatico contemporaneo ha aggiunto una nuova dimensione a questa dinamica, attraverso l'interazione tra media, come internet e televisione. La televisione, con la sua capacità di raggiungere un vasto pubblico, ha ancora un ruolo significativo. Tuttavia, internet e i social media stanno emergendo come importanti attori nel plasmare le opinioni e influenzare il dibattito pubblico.

Esaminare l'impatto della comunicazione politica sull'opinione pubblica implica anche considerare il ruolo cruciale che i sondaggi d'opinione giocano nel fornire un'analisi accurata del panorama politico.⁷⁷

L'uso di questo strumento può influenzare la comunicazione politica e la strategia elettorale, con conseguenze sull'orientamento degli elettori e sull'esito delle elezioni. Non è solamente uno strumento per comprendere l'opinione pubblica, ma può anche diventare un potente supporto per la comunicazione politica durante le campagne elettorali, specialmente se amplificati attraverso i mezzi televisivi.⁷⁸

Inoltre, i media tendono a costruire l'evento notizia basandosi sulle indicazioni fornite dai sondaggi, anche prima che l'evento stesso si verifichi effettivamente. Questo fenomeno è caratterizzato da una spettacolarizzazione degli eventi che tiene viva l'attenzione del pubblico e differenzia il prodotto informativo delle diverse testate giornalistiche.

75 Ibidem nota 73

76 Ibidem nota 73

77 Baldi, B. (2006). Opinione Pubblica: Un potere fragile. Introduzione alla comunicazione, pag. 71-73

78 Baldi, B. (2006). Opinione Pubblica: Un potere fragile. Introduzione alla comunicazione, pag. 77

Questa pubblicazione da parte dei media può influenzare l'opinione pubblica e favorire fenomeni come il *Bandwagon* e l'*Underdog*, cioè fenomeni che si riferiscono al comportamento dell'opinione pubblica durante le elezioni: il primo indica il sostegno al candidato apparentemente favorito, mentre il secondo per il candidato considerato meno probabile di vincere.⁷⁹

Questa tendenza, insieme all'eccessiva personalizzazione e spettacolarizzazione della politica, può distorcere il processo democratico, spostando l'attenzione su “chi dice cosa” piuttosto che sui contenuti stessi. Di conseguenza, i cittadini si formano un'idea dei diversi partiti principalmente attraverso le immagini dei leader trasmesse dai media, dai telegiornali e dalle tribune politiche.

2.4 Analisi delle strategie di comunicazione utilizzate nella campagna elettorale del centro sinistra e del centro destra

Nella campagna elettorale del centro sinistra e del centro destra, le strategie di comunicazione si sono basate su approcci differenziati nel modo in cui i candidati si sono presentati al pubblico e hanno affrontato le tematiche chiave. Queste differenze comunicative sono fondamentali per comprendere come i due schieramenti hanno cercato di influenzare l'elettorato e l'opinione pubblica, cercando di ottenere consensi.

Giacomo Possamai si distingue per l'utilizzo di un linguaggio chiaro concentrato sulla creazione di un legame diretto con i cittadini e sull'ascolto attivo delle loro opinioni. Organizza incontri nei caffè della città, nei mercati e nei negozi, dove si impegna personalmente a dialogare con gli elettori, utilizzando un linguaggio autentico e diretto. La sua decisione, inoltre, di rinunciare alla candidatura alla Camera e di accettare la sfida di candidarsi, sfidando un sindaco uscente, è indicativa del suo impegno e della sua dedizione per la (sua) città.⁸⁰

Possamai ha chiarito che ha optato per questa scelta perché credeva fortemente nella possibilità di apportare un reale cambiamento e miglioramento nella vita della comunità locale.

79 Ibidem nota 77

80 Redazione, 29 maggio 2023, Chi è Possamai, il dem che ha preso Vicenza tenendo lontani i leader del partito, Il Sole 24 ore - <https://www.ilsole24ore.com/art/chi-e-possamai-dem-che-ha-preso-vicenzatenendo-lontani-leader-AEIVz4YD>

Durante la campagna, inoltre, ha mantenuto una certa distanza dai leader nazionali del Partito Democratico. Scelta che è stata motivata dalla volontà di sottolineare l'indipendenza e l'autonomia della sua coalizione locale, nonché dalla consapevolezza che l'associazione con i leader nazionali del PD avrebbe potuto compromettere il consenso tra gli elettori.⁸¹

La sua strategia ricorda quella adottata da Damiano Tommasi, sindaco di Verona, noto per aver destituito la destra dal governo municipale grazie a un approccio simile.⁸²

Infatti, il coordinatore di entrambe le campagne è stato Giovanni Diamanti, una figura di spicco nel campo della comunicazione politica. Laureatosi in Sociologia presso l'Università di Padova, ha una vasta esperienza nell'ideazione di strategie di comunicazione per leader politici di rilievo nazionale, tra cui Beppe Sala, Dario Nardella e Roberto Gualtieri.⁸³

Ha quindi aiutato a costruire l'immagine di Giacomo Possamai, che si presenta come un appassionato della politica e soprattutto della sua città, non considerando il suo ruolo esclusivamente come un lavoro, ma come un'aspirazione personale. Questo emerge dalla sua dedizione nel partecipare al 100% delle sedute del consiglio comunale nel 2022 e nel continuare a mantenere un rapporto diretto con i cittadini, anche dopo le elezioni.⁸⁴

Inoltre, pur consapevoli dell'inevitabilità delle critiche verso gli altri candidati durante una campagna elettorale, Possamai ha scelto di non farne il fulcro della propria strategia comunicativa.

La critica principale, però, è stata rivolta all'amministrazione del sindaco uscente Francesco Rucco, in particolare per quanto riguarda la mancata realizzazione dei progetti promessi durante la campagna elettorale precedente.

81 Ibidem nota 80

82 " Del resto, lo spin doctor di entrambe le campagne elettorali è stato lo stesso: Giovanni Diamanti, 34 anni, tessitore delle strategie di comunicazione di Beppe Sala, Dario Nardella, Roberto Gualtieri" - G. Riva, 29 maggio 2023, Chi è Giacomo Possamai, il giovane Pd "democristiano" che ha vinto a Vicenza, L'Espresso -

<https://lespresso.it/c/politica/2023/5/28/chi-e-giacomo-possamai-il-giovane-pddemocristiano-che-ha-vinto-a-vicenza/4167>

83 S. Lorenzetto, 3 gennaio 2024, Giovanni Diamanti: «Per far eleggere i sindaci adotto strategie di guerra aiutato da Sun Tzu e Che Guevara», Corriere della Sera -

https://www.corriere.it/cronache/24_gennaio_03/giovanni-diamanti-intervista-c6d132ba-a99f-11ee-a408-f95cc646ef40.shtml?refresh_ce

84 Pagina Instagram – Giacomo Possamai - <https://www.instagram.com/giacomopossamai/>

Durante i dibattiti televisivi a Tele Vicenza con Francesco Rucco, Possamai ha espresso critiche anche riguardo al progetto Tav (Treno ad Alta Velocità), ponendo domande soprattutto sulle mancanze dell'amministrazione uscente in merito a questo progetto. È emersa una differenza di approccio comunicativo tra i due candidati, con Possamai più propenso a discutere dei temi chiave e delle questioni rilevanti per la città, mentre Rucco è apparso molto restio nel rispondere alle domande riguardanti le eventuali mancanze della sua amministrazione, arrivando anche a rispondere "questo non ti compete".

Dall'altro lato, il sindaco uscente Francesco Rucco ha adottato una comunicazione considerata polarizzante, carente nel mantenere le promesse fatte durante la campagna elettorale precedente, che gli aveva garantito la vittoria, iniziando per esempio lavori di ristrutturazione stradale solo in concomitanza con l'inizio della campagna elettorale.

La sua figura è diventata estremamente divisiva anche a causa della mancanza di trasparenza e delle scelte discutibili riguardanti le persone incluse nella sua lista.

Durante il suo mandato, inoltre, ha subito notevoli perdite, tra cui l'abbandono del vicesindaco Matteo Tosetto e degli assessori Claudio Cicero e Lucio Zoppello.

Inoltre, un'inchiesta del Giornale di Vicenza ha rivelato un piano di demolizione di 105 edifici per fare spazio all'Alta Velocità, una notizia che ha sorpreso i residenti, i quali hanno appreso la situazione tramite il giornale.

Nel periodo che ha preceduto le elezioni comunali, l'ufficio stampa di Palazzo Trissino ha intensificato la sua attività comunicativa, riversando sui media una quantità significativa di comunicati. Questa inondazione ha sollevato delle perplessità, soprattutto tra i membri della redazione di *Vicenza Più* e la consigliera regionale del Movimento 5 Stelle, Erika Baldin, che ha presentato un esposto al Comitato regionale per la comunicazione. Dopo un'indagine, il Corecom ha segnalato all'AgCom che alcuni di questi comunicati sembravano avere più lo scopo di promuovere l'amministrazione in carica piuttosto che fornire informazioni istituzionali essenziali.⁸⁵

Rispetto alla campagna elettorale precedente, quindi, la comunicazione del sindaco uscente è stata caratterizzata da non chiarezza e trasparenza. Matteo Salvini ha

85 G. Pietrobelli, 10 maggio 2023, Vicenza al voto spaccata in due. Il caso dei comunicati-spot a mitraglia del sindaco, Il Fatto Quotidiano -

<https://www.ilfattoquotidiano.it/2023/05/10/vicenza-al-votospaccata-in-due-il-caso-dei-comunicati-spot-a-mitraglia-del-sindaco/715584>

dichiarato che Rucco era il candidato ideale perché avrebbe “continuato il lavoro già fatto”. Rucco però non ha dimostrato un interesse pieno per il miglioramento della città, neanche durante i dibattiti pubblici, dove sembrava voler evitare di affrontare diverse questioni e domande.

La comunicazione politica di Claudio Cicero, d'altra parte, può essere descritta come fortemente critica e inizialmente intransigente. La sua comunicazione, infatti, si è basata principalmente su una serie di critiche rivolte all'amministrazione del sindaco uscente. Questa strategia può essere vista come una conseguenza del passato sostegno a Rucco, che risale a cinque anni fa. Solo pochi mesi dopo la vittoria del sindaco, Cicero venne rimosso dai suoi incarichi e iniziò a essere trattato come persona non gradita.

Ha adottato quindi una comunicazione ostile e aggressiva, con critiche che hanno spaziato su vari temi, dalla gestione delle scuole e delle università, alla viabilità e alle strade, fino al progetto Tav. In un dibattito su TeleVicenza, dichiarò: “Sulla Tav Variati ha sbagliato, ma sbagliare è umano... Rucco ha perseverato nell'errore e perseverare è diabolico!”. Inoltre, ha criticato duramente la campagna elettorale di Rucco, notando come fosse significativamente più ricca rispetto a quella degli altri candidati, con più sedi, manifesti, tabelloni, striscioni e più personale pagato, accusandolo anche di fare un uso improprio delle risorse comunali per la sua campagna.⁸⁶

Nonostante queste aspre critiche, al ballottaggio Cicero ha cambiato totalmente rotta, accettando un accordo con Rucco. Questo ha portato a una percezione di incoerenza e opportunismo, minando la fiducia di parte del suo elettorato e sollevando critiche anche all'interno del suo gruppo di sostenitori. La sua comunicazione è stata vista come contraddittoria, contribuendo a un'immagine pubblica ambivalente. Questa mossa è stata interpretata da molti come un tentativo di ottenere a prescindere una posizione di potere, non avendo raggiunto la soglia del 3% al primo turno per poter entrare in consiglio comunale. Come riportato da Vicenzatoday, “Da una parte Cicero [...] è stato tagliato fuori dal consiglio comunale e dall'altra Rucco che cerca di racimolare voti in vista della sfida con Giacomo Possamai” (Redazione, 21 maggio 2023, *Verso il ballottaggio, Cicero e Rucco: accordo trovato*, Vicenza Today).

Anche Lucio Zoppello, altro candidato sindaco, ha accettato di formare un'alleanza, ma questa volta con Giacomo Possamai. La distinzione principale rispetto a Claudio Cicero

86 Pagina Facebook, Lista Cicero – Impegno a 360° - <https://www.facebook.com/ListaCiceroVicenza/>

risiede proprio nella natura della sua comunicazione: è stata più chiara e diretta verso i cittadini, concentrata sulla volontà di realizzare azioni concrete per il bene della città.

Nonostante ciò, le critiche verso il sindaco uscente e gli altri candidati non sono mancate.

Tuttavia, ha chiarito che il suo obiettivo principale era quello di vincere le elezioni e “alla domanda su chi tra Francesco Rucco, sindaco uscente e Giacomo Possamai, sosterrà in caso di ballottaggio: «Io sono qui per vincere, abbiamo un nostro programma e ci crediamo. Farò i miei conti il 16 maggio. In ogni caso per dialogare bisogna essere sempre in due» (Redazione, 25 marzo 2023, *Il candidato sindaco Lucio Zoppello: «Priorità alla questione Tav e alla riqualificazione dei quartieri»*, La voce dei berici).

L'accordo tra Zoppello e Possamai è stato considerato divisivo dall'opinione pubblica: alcuni lo hanno visto come una scelta giusta, volta a mettere gli interessi della città al primo posto, mentre altri lo hanno criticato per essere dettato dall'incoerenza e dall'ipocrisia politica, considerando il cambio di alleanze da centrodestra al centrosinistra. Il background politico di Zoppello, in quanto ex coordinatore cittadino di Forza Italia e del Pdl ed ex assessore nella giunta del sindaco uscente Francesco Rucco, ha suscitato riflessioni sulla coerenza delle sue scelte politiche.

Per quanto riguarda gli altri tre candidati: Annarita Simone, Stefano Crescioli e Edoardo Bortolotto, si può notare come la loro comunicazione politica, rispetto agli altri candidati, in particolare i due principali, Francesco Rucco e Giacomo Possamai, sia stata sottovalutata e non organizzata al meglio. Va comunque sottolineato che tutti i hanno adottato un linguaggio chiaro e hanno partecipato ad incontri diretti con i cittadini. In particolare, troviamo Stefano Crescioli mostrare delle carenze evidenti, soprattutto durante i dibattiti politici, mettendo in luce la sua inesperienza nel campo politico rispetto agli altri candidati.

Per quanto riguarda i candidati della città veronese, come già citato, la comunicazione di Damiano Tommasi ricorda quella di Possamai. La sua strategia politica si basa su alcuni pilastri fondamentali: autonomia, sobrietà e contatto diretto con i cittadini. A differenza dei suoi avversari, ha scelto di distanziarsi dalle dinamiche di partito,

preferendo incontri privati con i leader della sua coalizione, come Enrico Letta e Giuseppe Conte, piuttosto che apparire in eventi pubblici con i simboli di partito.⁸⁷

Questo approccio ha sottolineato la sua indipendenza e la natura civica della sua candidatura.

Mostrandosi molto a suo agio nei mercati e nelle piazze, evitando le formalità politiche come le foto di rito e le interviste imposte dalle dinamiche di partito. Questo ha rafforzato la sua immagine di candidato “vicino alla gente” e genuinamente interessato ai problemi della comunità. L'assenza di manifesti elettorali tradizionali e la mancanza di simboli di partito nei suoi eventi pubblici hanno ulteriormente consolidato la percezione della sua indipendenza dalle logiche partitiche.

La decisione di evitare toni aspri e di mantenere una comunicazione sobria ha contribuito a creare l'immagine di un candidato pacato e affidabile, che preferisce un dialogo costruttivo alla conflittualità politica. Questo ha permesso a molti elettori di vedere nella sua candidatura una reale alternativa, capace di portare un cambiamento positivo.

Inoltre, il vantaggio evidenziato nei sondaggi e nel ballottaggio ha generato un effetto psicologico positivo, stimolando l'entusiasmo e la mobilitazione spontanea dei suoi sostenitori. Questo fenomeno *Bandwagon* ha ulteriormente rafforzato la sua posizione, contribuendo al suo successo elettorale.

Ma lo ha aiutato anche la divisione della destra caratterizzata da rancori e fratture tra il sindaco uscente Federico Sboarina e l'ex sindaco Flavio Tosi.

La comunicazione del centrodestra, infatti, ha mostrato molte criticità, evidenziando problemi organizzativi e strategici che hanno contribuito alla sconfitta.

La divisione tra i due candidati ha frammentato il messaggio del centrodestra. Anziché presentarsi come un fronte compatto, infatti, hanno corso separatamente, con forti critiche uno nei confronti dell'altro, confondendo così gli elettori e sminuendo la forza del messaggio politico. Questa divisione è stata percepita come un segno di debolezza e mancata coesione, con le rispettive campagne, infatti, hanno proposto visioni diverse e a volte contrastanti per la città. Questo ha reso difficile per gli elettori del centrodestra identificarsi chiaramente con un'unica proposta politica coesa, demotivando l'elettorato

⁸⁷ Redazione, 4 giugno 2022, Damiano Tommasi, un candidato diverso, Il Post - <https://www.ilpost.it/2022/06/04/damiano-tommasi-un-candidato-diverso/>

e rendendo difficile creare l'entusiasmo necessario per contrastare l'effetto *Bandwagon* di Damiano Tommasi.

Dopo il primo turno, infatti, proprio a causa di queste divisioni, il centrodestra non è riuscito a consolidare il proprio elettorato.

Per quanto riguarda la strategia di comunicazione politica adottata dai restanti tre candidati Alberto Zelger, Anna Sautto e Paola Barollo, possiamo constatare che si è rivelata fallimentare, come evidenziato anche dai risultati elettorali che hanno registrato una percentuale di voti inferiore al 3%, e nel caso di Sautto e Barollo, addirittura inferiore all'1%. Questo suggerisce che potrebbero aver sottovalutato l'importanza di una comunicazione efficace e non aver organizzato adeguatamente la loro campagna per raggiungere gli elettori in modo convincente.

La mancanza di una visibilità sufficiente, unita a un messaggio poco chiaro o poco coinvolgente, potrebbe aver contribuito al loro insuccesso.

Inoltre, il terreno delle elezioni è stato dominato dagli altri candidati e dai loro dibattiti pubblici, limitando l'attenzione e lasciando poco spazio per le loro campagne meno visibili.

CAPITOLO TERZO

LEADERSHIP E SUCCESSO ELETTORALE

3.1 Spiegazione del concetto di leadership

“Molto spesso l’immagine del leader è quella di un individuo carismatico ed eccezionale, capace di attirare a sé le folle, di sedurle con le sue doti straordinarie. Ma gli studi e le ricerche più recenti sull’argomento ci dicono qualcosa di diverso. Le leadership più efficaci sono quelle di chi si mette al servizio degli altri, di chi rischia in prima persona, di chi non si riserva trattamenti di favore, di chi vive le proprie responsabilità non come motivo di privilegio ma come occasioni di impegno per gli altri. [...] Essere capaci di scegliere quello che è meglio per gli altri e non quello che gratifica se stessi. È il modo migliore di costruire un consenso duraturo nel tempo.” (Giansante G. (2023) *Leadership – teorie, tecniche, buone pratiche e falsi miti*, Carrocci Editore).

La leadership è un concetto ampiamente dibattuto e analizzato. Definire cosa significhi essere un leader efficace è cruciale non solo per comprendere le dinamiche dei gruppi e delle organizzazioni, ma anche per sviluppare le competenze necessarie per guidare con successo, in un mondo in costante mutamento.

Una prospettiva interessante è esplorare come filosofi e pensatori del passato abbiano affrontato questo tema, offrendo spunti preziosi che mantengono la loro rilevanza ancora oggi.

Platone, nella *Repubblica*, sottolinea l'importanza di occuparsi della cosa pubblica in modo disinteressato, invitando a impegnarsi in politica e amministrare in modo distaccato. Questa visione riflette un'antica comprensione della leadership come servizio alla comunità.⁸⁸

San Tommaso d'Aquino, uno dei grandi pensatori del Medioevo, riconosceva il ruolo fondamentale delle relazioni umane nella realizzazione del bene comune. Questo concetto è stato ulteriormente ampliato da Pio XI, che ha definito la politica come "la

⁸⁸ Giansante, G. (2023). *Leadership: teorie. Tecniche, buone pratiche e falsi miti*. Carrocci editore, pag. 43-51

forma più alta di carità" seconda solamente alla carità religiosa, sottolineando il potenziale della leadership nel promuovere il bene di tutti.⁸⁹

Tuttavia, la sfida per essa può essere compromessa da interessi personali e ambizioni egoistiche. È normale che, chi aspira alla leadership, desideri riconoscimento e gratificazione personale, ma è cruciale che tali aspirazioni non prevalgano sul bene della comunità.

Il vero leader è colui che riesce a mettere da parte il proprio ego e a concentrarsi sul servizio agli altri. Questo richiama il concetto di *patto sociale* tra il leader e il gruppo che guida, in cui il leader accetta di agire nell'interesse collettivo e di sacrificare i propri interessi personali per il bene comune.⁹⁰

Inoltre, un leader efficace non solo dirige il gruppo verso gli obiettivi, ma è anche abile nel gestire le emozioni dei suoi membri, creando un ambiente positivo e ispirato che favorisca il raggiungimento dei traguardi comuni. Questa capacità di connettersi emotivamente con gli altri è una delle caratteristiche più importanti.

Già nell'antica Roma si ipotizzava ciò. Quando un generale trionfante entrava in città c'era il rischio che potesse essere sopraffatto dall'orgoglio e dall'illusione di onnipotenza. Perciò, fu istituita una figura, spesso uno schiavo, il cui compito era ricordare al generale la sua umanità, ripetendo costantemente la frase: "Respice post te. Hominem te memento" (Guarda dietro di te, ricordati che sei un uomo). Questo gesto era un avvertimento contro l'orgoglio e l'arroganza, una costante chiamata alla modestia e alla riflessione sulla natura della vita umana.⁹¹

Questo monito ci suggerisce che il concetto di connessione emotiva rimane cruciale ancora oggi per i leader in qualsiasi contesto.

Un esempio pratico riguardo la gestione delle emozioni lo possiamo trovare nella chiusura della redazione giornalistica della BBC, questo offre una chiara illustrazione dell'impatto che il ruolo di un leader può avere sulle dinamiche di gruppo e sul successo organizzativo.⁹²

89 Ibidem nota 88

90 Ibidem nota 88

91 Giansante, G. (2023). Leadership: teorie. Tecniche, buone pratiche e falsi miti. Carrocci editore, pag. 158-160

92 Goleman, D., Boyatzis, R. E., & McKee, A. (2004). Essere leader. Bur, pag. 17-20

Quando i dirigenti comunicarono la decisione di chiudere la redazione, l'atteggiamento del primo manager fu distante e insensibile, aggravando ulteriormente la delusione e l'ostilità dei dipendenti. Questo approccio, caratterizzato da un tono polemico e alienante, portò il gruppo a reagire con indignazione.⁹³

Al contrario, il secondo manager si avvicinò al problema con empatia e incoraggiamento. Riconoscendo il valore del lavoro svolto dai giornalisti, con un linguaggio sincero e motivante, ricordando loro il significato più profondo della loro professione, evocando un senso di appartenenza e scopo condiviso. Questo approccio generò un'atmosfera di ottimismo e ispirazione.⁹⁴

Questo dimostra chiaramente che la capacità di gestire le emozioni è fondamentale. I leader che comprendono e si adattano a ciò possono influenzare positivamente il clima organizzativo, migliorare le performance del team e promuovere un ambiente di lavoro più soddisfacente e produttivo.

“Puoi governare gli altri solo con la calma” era solito ripetere Wiston Churchill.

3.2 I “tipi ideali” di leadership

La leadership non è un concetto uniforme; esistono diversi tipi che si adattano a situazioni, contesti e personalità differenti. Nel libro "Essere Leader" (2004) di Daniel Goleman, Richard Boyatzis e Annie McKee, vengono delineati sei stili di leadership: *Visionario, Coach, Affiliativo, Democratico, Battistrada e Autoritario*.

Per spiegare lo stile visionario, gli autori forniscono un esempio concreto: Shawana Leroy, che prese in carico la gestione di un centro di servizi sociali per l'assistenza delle famiglie svantaggiate, si trovò di fronte a una dirigenza tradizionalista, dove il suo predecessore aveva instaurato un clima rigido incentrato su norme e regolamenti, e sebbene la missione dell'ufficio attirasse dipendenti e generasse inizialmente entusiasmo, questo si spegneva presto a causa della burocrazia oppressiva. Nonostante le crescenti richieste dei servizi offerti, il ritmo di lavoro era lento e le prestazioni scarse.⁹⁵

93 Ibidem nota 92

94 Ibidem nota 92

95 Goleman, D., Boyatzis, R. E., & McKee, A. (2004). Essere leader. Bur, pag. 70-86

Leroy iniziò allora a parlare singolarmente con i dipendenti per capire cosa funzionasse e cosa li rendesse orgogliosi. Scopri che molti condividevano la sua passione per l'assistenza alle famiglie indigenti e decise di fare di questo il fulcro del cambiamento. Stimolò quindi i dipendenti ad esprimere le loro speranze per il futuro, utilizzando queste conversazioni per rafforzare i valori comuni e l'impegno verso la missione dell'ufficio.⁹⁶

In seguito, guidò un'analisi delle difficoltà operative, identificando prassi controproducenti e regole obsolete. Insieme al suo team, affrontò alcune delle procedure burocratiche più rigide, apportando modifiche sostenute dal consenso generale. Con lei alla guida, il clima dell'organizzazione migliorò notevolmente, riflettendo il suo entusiasmo e la sua dedizione.⁹⁷

Il leader visionario, dunque, crea risonanza emotiva nell'organizzazione, trasformandone lo spirito. Indica la meta al gruppo senza imporre un percorso rigido, lasciando spazio all'innovazione e alla sperimentazione. Questo approccio stimola il coinvolgimento e l'orgoglio dei dipendenti, poiché ciascuno comprende il proprio ruolo.⁹⁸

Tra le competenze chiave del leader visionario vi sono: capacità di ispirare fiducia e impegno, conoscenza dei propri punti di forza e debolezza, capacità di percepire e comprendere i sentimenti e i punti di vista degli altri e onestà e chiarezza nella comunicazione, rimuovendo barriere interne.⁹⁹

Secondo le ricerche degli autori, questo stile è generalmente il più efficace, risultando invece inefficace se applicato a gruppi di tecnici o esperti che potrebbero percepirlo come un comportamento presuntuoso o fuori luogo. Inoltre, c'è il rischio che il leader diventi prepotente, minando lo spirito collaborativo.¹⁰⁰

Pur avendo dei limiti, è uno strumento particolarmente utile nei periodi di cambiamento e nelle situazioni che richiedono una motivazione e un senso di scopo condiviso.¹⁰¹

96 Ibidem nota 95

97 Ibidem nota 95

98 Ibidem nota 95

99 Ibidem nota 95

100 Ibidem nota 95

101 Ibidem nota 95

Lo stile coach, invece, è caratterizzato dall'instaurare rapporti personali profondi con i dipendenti e nel sostenerli nel loro sviluppo professionale e personale. Questo stile, sebbene spesso trascurato in un'epoca di pressioni e tensioni aziendali, è molto efficace.¹⁰²

Questo stile di leadership dimostra abilità nella delega, assegnando ai dipendenti incarichi che possano sfidarli e stimolarli. Questo non solo aiuta a sviluppare nuove competenze, ma anche a sentirsi valorizzati e responsabilizzati nel lavoro.¹⁰³

Tuttavia, non è adatta a tutti i contesti e a tutti i dipendenti. Funziona meglio con individui motivati e autonomi, mentre può fallire con persone che richiedono un maggiore controllo o che mancano di iniziativa. È però un'importante risorsa per i leader che desiderano sviluppare il potenziale dei loro dipendenti e promuovere una cultura aziendale basata sulla fiducia, sull'empatia e sull'ascolto attivo. Sebbene richieda tempo e impegno, i benefici a lungo termine per l'organizzazione e per i suoi membri sono notevoli.¹⁰⁴

Lo stile affiliativo, invece, si concentra principalmente sulle persone e sui loro sentimenti. Una delle principali caratteristiche di questo stile è l'attenzione ai bisogni emotivi dei dipendenti. I leader, in questo caso, cercano di comprendere, condividere e soddisfare i sentimenti, le esigenze e le preoccupazioni dei membri del team. Questo approccio si basa sull'empatia, la capacità di mettersi nei panni degli altri e di percepire le loro emozioni.¹⁰⁵

Questa pratica favorisce l'instaurarsi di un clima di fiducia e sincerità all'interno del gruppo, incoraggiando una comunicazione aperta e autentica.¹⁰⁶

Un'altra caratteristica distintiva è la capacità di promuovere l'armonia e la coesione all'interno del gruppo. I leader affiliativi si adoperano attivamente per creare un ambiente lavorativo positivo, dove ci si possa sentire supportati e motivati a collaborare verso il raggiungimento degli obiettivi condivisi.¹⁰⁷

102 Ibidem nota 95

103 Ibidem nota 95

104 Ibidem nota 95

105 Ibidem nota 95

106 Ibidem nota 95

107 Ibidem nota 95

Tuttavia, è importante notare che questo stile può avere anche dei limiti. Ad esempio, i leader affiliativi potrebbero avere difficoltà nel fornire un feedback costruttivo ai dipendenti o gestire efficacemente le prestazioni scadenti. Inoltre, concentrarsi esclusivamente sul benessere emotivo dei dipendenti potrebbe portare a trascurare gli obiettivi generali.

In generale, però, è particolarmente efficace quando c'è la volontà di migliorare il morale, promuovere la fiducia, la collaborazione e gestire situazioni in cui è importante stabilire un forte legame personale con i membri del gruppo.¹⁰⁸

Un altro stile di leadership è quello democratico che si basa sulla partecipazione e sull'ascolto attivo di tutte le parti interessate nel processo decisionale. Un elemento chiave di questo stile è la trasparenza e l'apertura. Il leader condivide informazioni cruciali con tutti coloro che sono coinvolti, consentendo loro di comprendere la situazione e di contribuire con idee e suggerimenti. Inoltre, la capacità di gestire i conflitti in modo costruttivo, cercando soluzioni che tengano conto delle esigenze di tutte le parti coinvolte, è essenziale. Questo contribuisce a creare un clima di fiducia e rispetto reciproco all'interno dell'organizzazione. È particolarmente efficace quando il leader non ha tutte le risposte, oppure ha bisogno del contributo e di altri punti di vista per prendere delle decisioni. Questo approccio può aiutare a ottenere un ampio consenso e ad evitare resistenze o opposizioni quando si implementano cambiamenti o si affrontano situazioni difficili.¹⁰⁹

Tuttavia, è importante bilanciare l'approccio democratico con la necessità di prendere decisioni tempestive ed efficaci. Un eccessivo ricorso alla consultazione può portare a indecisione, rallentando il processo decisionale.¹¹⁰

Lo stile di leadership battistrada, invece, è caratterizzato da un approccio che punta all'eccellenza e alla massima produttività. In questo caso si impegna ad essere un modello di prestazione elevata e chiede lo stesso livello di impegno e risultati dai suoi collaboratori.¹¹¹

108 Ibidem nota 95

109 Ibidem nota 95

110 Ibidem nota 95

111 Ibidem nota 95

Tuttavia, questo stile può rivelarsi problematico se non è applicato con cautela e consapevolezza delle conseguenze. Questo perché viene stabilito uno standard molto alto e ci si aspetta che i collaboratori li raggiungano. Potrebbe risultare motivante per alcuni, ma potrebbe anche creare stress e pressioni eccessive per altri. Inoltre, quando i risultati non sono all'altezza degli standard, il leader interviene direttamente per correggere la situazione. Questo perché tende a concentrarsi sui risultati senza fornire linee guida chiare su come raggiungerli. Può essere efficace in determinate circostanze, ma può anche minare la fiducia dei dipendenti e farli sentire sotto costante controllo. Questo stile però può facilmente sfociare nella microgestione, con il leader che si occupa dei dettagli operativi e non sulla visione e sulla strategia a lungo termine. Un eccessivo ricorso a questo approccio può portare a risultati a breve termine, ma può anche minare la motivazione, la fiducia e la soddisfazione dei dipendenti a lungo termine.¹¹²

L'ultimo stile è quello autoritario, ed è quello considerato dagli autori altamente negativo, caratterizzato dal motto «Si fa così perché lo dico io». È caratterizzato da un approccio dominante e coercitivo, in cui il leader esige obbedienza immediata senza spiegare le ragioni delle sue decisioni. Questo stile può avere conseguenze negative sul clima organizzativo e sul benessere dei dipendenti se non è applicato con cautela e consapevolezza.¹¹³

Il leader autoritario prende decisioni rapide e impone il proprio volere senza considerare il parere degli altri, con la tendenza a concentrarsi sugli errori e sulle critiche, trascurando di riconoscere e lodare i successi dei collaboratori. Questo, infatti, potrebbe minare l'autostima e l'orgoglio dei membri del team, contribuendo a un clima di demoralizzazione. Questo modello può essere efficace in situazioni di emergenza, di crisi o di cambiamenti rapidi. La maggior parte delle volte può essere alienante e portare un clima di paura e insoddisfazione. È essenziale, dunque, utilizzare questo modello con cautela e moderazione, per evitare conseguenze negative a lungo termine. Un'eccessiva dipendenza da questo approccio può danneggiare il clima organizzativo e minare la

112 Ibidem nota 95

113 Ibidem nota 95

fiducia e la motivazione dei dipendenti. Pertanto, è importante bilanciarlo con gli altri stili di leadership, più partecipativi e orientati al coinvolgimento dei dipendenti.¹¹⁴

3.3 Concetto di leadership politica

La leadership politica è un concetto centrale nella scienza politica e nella governance, che si riferisce all'abilità di un individuo o di un gruppo di guidare, influenzare e dirigere le attività e le decisioni di una comunità politica o di una nazione. A differenza della semplice leadership, che può manifestarsi in vari contesti come l'azienda, lo sport o l'educazione, quella politica ha caratteristiche e responsabilità specifiche legate all'ambito pubblico e istituzionale. È strettamente connessa al contesto del potere governativo e istituzionale. Si svolge quindi all'interno di un ambiente intricato e dinamico, caratterizzato da un costante equilibrio di potere, interessi contrastanti e processi decisionali complessi.

La capacità di un leader politico di ottenere successi e consensi è in gran parte determinata (come visto anche dai capitoli precedenti) dalla riuscita della propria comunicazione politica e dalle strategie delle campagne elettorali.

Oggi, la leadership, va oltre la semplice capacità di prendere decisioni per guidare un paese o una comunità; include anche la capacità di comunicare efficacemente con i cittadini, influenzare l'opinione pubblica e creare una base elettorale fedele. Questo connubio di abilità è fondamentale nella politica contemporanea, poiché permette di costruire un'immagine forte attraverso discorsi, interviste e dichiarazioni.

I leader politici devono saper comunicare la loro visione politica e sociale in modo chiaro e comprensibile, convincendo il pubblico della validità delle loro idee e mantenendo la fiducia dei cittadini nel lungo periodo. Inoltre, devono essere abili nell'usare vari strumenti di comunicazione, adattando i loro messaggi a diversi gruppi di persone, in modo tale da comprendere le aspettative della società e mantenere una presenza costante nella comunità.

Dunque, non solo guidano e influenzano, ma lo fanno all'interno di strutture di governo e sistemi legislativi. Questo richiede anche una profonda comprensione delle dinamiche politiche, delle normative legali e delle relazioni internazionali. Comporta una responsabilità diretta nei confronti dei cittadini e della società. Le decisioni prese da essi

114 Ibidem nota 95

hanno un impatto ampio e duraturo sulla vita delle persone e sul funzionamento dello stato.

Max Weber, uno dei sociologi più influenti del XX secolo, ha lasciato un'impronta indelebile nel campo della teoria politica con le sue analisi pionieristiche sulla leadership, la democrazia e il potere.

La sua teoria della "*razionalizzazione*" ha gettato le basi per la comprensione di come la modernità trasformi i processi sociali e culturali, spingendo verso una razionalizzazione sempre più diffusa. Con l'introduzione dei "*tipi ideali*", modelli astratti utilizzati per comprendere la complessità della realtà sociale, egli ha fornito strumenti concettuali cruciali per gli studiosi delle scienze sociali. Una delle sue contribuzioni più significative è stata la distinzione tra forme di autorità: tradizionale, razionale-legale e carismatica. Questo quadro concettuale ha illuminato le diverse modalità attraverso cui il potere si esprime nella società, fornendo una base utile per l'analisi delle strutture di governo e delle dinamiche di leadership (politica).¹¹⁵

La figura del leader politico va oltre il semplice ruolo di funzionario governativo o rappresentante eletto. È piuttosto una figura che incarna qualità straordinarie, suscita fiducia e ha la capacità di guadagnare seguaci. Questo tipo di leader non solo gestisce gli affari pubblici, ma ispira anche le persone attraverso la sua visione, il suo fascino e la sua capacità di comunicare in modo efficace. Questo concetto per Weber è radicato nella capacità del leader di articolare una visione convincente e di agire con fermezza e determinazione.¹¹⁶

Il carisma, che si fonda sull'ammirazione e sul seguito che un individuo riesce a suscitare nelle masse, era considerato da Weber come una delle tre forme di autorità legittima, insieme all'autorità tradizionale e a quella razionale-legale, basata sul rispetto per le regole e le istituzioni. Questa forma di leadership è particolarmente importante in periodi di crisi e cambiamento, quando le istituzioni esistenti possono vacillare e le masse cercano un nuovo punto di riferimento.

Egli era consapevole dei rischi associati al fascino personale e alla personalizzazione della politica. Sebbene i leader carismatici possano portare energia e innovazione al

115 Trigilia, Carlo. "Il Contributo di Max Weber alla Sociologia e alla Scienza Politica." Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali, Università degli Studi di Firenze - https://www.dsps.unifi.it/upload/sub/notizie/2015/convegno-weber/carlo_trigilia1.pdf

116 Ibidem nota 115

processo politico, esiste anche il pericolo che la loro autorità sia basata più sull'emozione che sulla ragione e che possano utilizzare il loro fascino personale per fini egoistici o autoritari. Weber sottolineava la necessità di meccanismi istituzionali che limitassero il potere di questi leader e garantissero il rispetto per le norme democratiche e costituzionali.¹¹⁷

Non sappiamo come avrebbe giudicato gli sviluppi relativi al ruolo dei media, possiamo però ipotizzare che, oltre ad apprezzare le maggiori opportunità di affermazione per i leader politici forti e autonomi, avrebbe trovato preoccupante la possibilità che il ruolo dei media potessero favorire una forma di leadership basata su una demagogia distorta e sull'amplificazione degli "elementi emozionali" delle masse.¹¹⁸

In un contesto di partiti deboli, l'emergere di una classe politica influenzata dai media e condizionata dalla disponibilità di notevoli risorse finanziarie, mobilitate autonomamente dai candidati, rischia di entrare in conflitto con alcuni dei requisiti fondamentali per Weber: le qualità morali, il disinteresse personale e la dedizione alla causa.

La qualità della leadership e la sua durata potrebbe essere compromessa dai processi in atto. Weber, infatti, aveva previsto che una leadership personale sarebbe stata soggetta alla prova e alla conferma delle qualità straordinarie, attribuite al leader politico, rendendola instabile. Sebbene non vi sia una prova empirica definitiva, sembra che i nuovi leader dei partiti tendano a mantenere il potere per periodi più brevi nel tempo.

Da un lato, i partiti sono spinti dalla crescente fragilità e dall'influenza sempre più marcata dei media, che rende il processo di selezione dei leader più ampio e inclusivo, estendendone la partecipazione. Dall'altro lato, quelli selezionati in questo modo sono particolarmente esposti, anche a causa dell'attenzione mediatica, a dimostrare risultati concreti e tangibili in un breve arco di tempo. Questa situazione porta a un rapido esaurimento della leadership individuale, poiché diventa sempre più complicato ottenere risultati significativi. Questa sfida è amplificata inoltre dai processi di globalizzazione e dall'interconnessione sempre più stretta tra le nazioni, che riduce la libertà d'azione delle politiche a livello nazionale.¹¹⁹

117 Ibidem nota 115

118 Ibidem nota 115

119 Ibidem nota 115

In un'epoca in cui i media esercitano un'influenza sempre più predominante sulla politica, le osservazioni di Weber sulla leadership carismatica risultano più rilevanti che mai.

3.4 Valutazione delle caratteristiche di leadership dei candidati del centro sinistra e del centro destra

Analizzare le caratteristiche di leadership dei candidati del centro sinistra e del centro destra per le elezioni amministrative è un aspetto molto importante per la valutazione del panorama politico locale. Oltre alle campagne elettorali e alla comunicazione politica, lo stile di leadership di ciascun candidato può influenzare significativamente la percezione degli elettori e la loro decisione di sostegno.

Guardando agli stili di leadership delineati nel libro "Essere Leader" di Daniel Goleman, Richard Boyatzis e Annie McKee, possiamo ipotizzare i profili dei candidati in base a tali categorie. Questo ci permette di comprendere meglio le differenze tra loro. Per quanto riguarda il contesto vicentino, il profilo di leadership di Giacomo Possamai si distingue per l'impegno costante nel servizio pubblico e per la sua capacità di connettersi direttamente con i cittadini. Intraprendente fin dalla giovane età, ha rapidamente scalato posizioni di rilievo nei giovani democratici, dimostrando un forte senso di dedizione e ambizione.

La sua vittoria alle elezioni amministrative del 2023 riflette e testimonia la fiducia che la comunità di Vicenza ha riposto nelle sue capacità di leadership. Possamai si distingue, infatti, per il suo approccio diretto e autentico nella comunicazione con i cittadini.

La sua strategia elettorale si è concentrata sulla costruzione di un'immagine positiva e sulla presentazione di proposte concrete per il miglioramento della città.

Complessivamente emerge come un leader giovane e dinamico, impegnato a portare un vero cambiamento e miglioramento nella vita della sua comunità. La sua leadership si basa su una combinazione di dedizione, autenticità e capacità comunicativa.

Sembra quindi incarnare un potenziale leader visionario o democratico. Come leader visionario, potrebbe ispirare il suo team con una chiara visione per il futuro di Vicenza, motivandolo ad adottare un approccio innovativo per affrontare le sfide della città. Come leader democratico, potrebbe invece coinvolgere attivamente il suo team nelle

decisioni, incoraggiando la partecipazione e promuovendo una cultura di trasparenza e apertura.

La leadership di Francesco Rucco, invece, si caratterizza per una combinazione di determinazione e impegno verso la città e i suoi cittadini. Ha dimostrato capacità organizzative e strategiche nel coalizzare diverse forze politiche intorno alla sua candidatura.

Tuttavia, la sua leadership è stata soggetta a critiche per la comunicazione polarizzante e per alcune decisioni politiche contestate durante il suo mandato.

Sebbene abbia ricevuto il sostegno di alcuni leader nazionali, come Matteo Salvini, il suo stile di leadership non è stato sufficiente a mantenere il consenso tra gli elettori, come dimostrato dalla sconfitta alle elezioni comunali.

Rucco potrebbe presentare caratteristiche di leadership affiliativa o coach. Come leader affiliativo, potrebbe concentrarsi sul benessere emotivo dei dipendenti e sulla creazione di un ambiente di lavoro positivo e collaborativo. Come leader coach, potrebbe fornire sostegno attivo allo sviluppo professionale e personale dei suoi collaboratori, incoraggiandoli a raggiungere il loro pieno potenziale.

La leadership di Claudio Cicero si caratterizza per un impegno costante nella politica locale. Tuttavia, la sua gestione come leader politico è soggetta a valutazioni contrastanti. Da una parte, dimostra un impegno nei confronti della sua comunità attraverso la sua presenza costante in consiglio comunale e il suo impegno ambientale, indicando una visione a lungo termine per il benessere della città.

D'altro canto, la sua comunicazione politica è stata vista inizialmente intransigente e successivamente contraddittoria. Il suo cambio di rotta nel sostenere il sindaco uscente, dopo averlo fortemente criticato, ha minato la fiducia di parte del suo elettorato e sollevato critiche anche all'interno del suo gruppo di sostenitori. Questa incoerenza nella comunicazione politica potrebbe aver compromesso la sua credibilità come leader.

Cicero sembra potenzialmente adattarsi, a primo impatto, con uno stile di leadership democratica, incoraggiando la partecipazione e l'ascolto attivo di tutte le parti coinvolte nelle decisioni riguardanti Vicenza, promuovendo un clima di fiducia e rispetto reciproco all'interno della comunità. Tuttavia, questa valutazione viene messa in discussione dalla sua scelta di allearsi con Rucco, nonostante l'opposizione dei suoi collaboratori. Questo fatto potrebbe indicare una mancanza di coerenza nei confronti dei

principi democratici da lui promossi. Nonostante ciò, a tratti, Cicerone mostra anche caratteristiche di leadership battistrada, ispirando gli altri con il suo impegno e chiedendo lo stesso livello di impegno e risultati dai suoi collaboratori.

Anche la leadership del candidato Zoppello si caratterizza per essere orientata verso il futuro della città: rigenerazione urbana, promozione della sostenibilità ambientale e valorizzazione del patrimonio verde cittadino.

Il profilo di leadership presenta elementi positivi, ma è stato soggetto a critiche per la sua comunicazione politica e per le scelte di alleanza apparentemente contraddittorie.

Zoppello potrebbe caratterizzarsi come un leader coach o visionario. Come leader coach, perché concentrato anche sullo sviluppo, sulle competenze e sul potenziale dei suoi collaboratori, incoraggiandoli a crescere e a migliorare. Come leader visionario, ispira il suo team con una visione innovativa per il futuro di Vicenza.

Stefano Crescioli riflette tutt'altro profilo di leadership. Nonostante i suoi sforzi, ha incontrato difficoltà nel guadagnare un sostegno significativo, il che porta a considerare la sua leadership più come un'espressione di volontà che non ha trovato riscontro nei risultati elettorali.

Potrebbe tuttavia incarnare un potenziale leader visionario, capace di ispirare fiducia e coinvolgimento delineando una visione per il futuro della città.

Edoardo Bortolotto si presenta come un candidato che ha posto l'accento sulla sostenibilità ambientale, l'inclusione sociale e il coinvolgimento dei cittadini. La sua leadership riflette un approccio critico nei confronti dell'amministrazione uscente e un impegno per portare nuove soluzioni concrete per migliorare la qualità della vita a Vicenza. Sembra adattarsi a uno stile di leadership democratica o affiliativa. Come leader democratico, potrebbe coinvolgere attivamente la comunità nelle decisioni riguardanti Vicenza, promuovendo la partecipazione e la collaborazione. Come leader affiliativo, potrebbe concentrarsi sul benessere emotivo dei cittadini e sulla creazione di legami positivi all'interno della comunità.

Infine, Annarita Simone emerge come una figura impegnata nelle politiche sociali e nell'inclusione. La sua leadership si caratterizza per la dedizione alle cause sociali, ma non è riuscita a tradurre questo impegno in un sostegno elettorale significativo.

Simone potrebbe presentare tratti di un leader affiliativo o democratico.

Per quanto riguarda i candidati veronesi, Damiano Tommasi, considerata la sua visione per la città, incentrata sul benessere dei cittadini, l'inclusività e la sostenibilità, potrebbe adottare uno stile di leadership visionario. Ispirando gli altri con una chiara direzione e una visione per il futuro della città. Mettendo in evidenza l'importanza di coinvolgere attivamente i cittadini e di promuovere la partecipazione delle diverse realtà sul territorio. Il suo approccio trasparente e inclusivo riflette la capacità di creare risonanza emotiva nell'organizzazione, incoraggiando il coinvolgimento dei cittadini.

Federico Sboarina potrebbe avvicinarsi più a uno stile di leadership democratico, questo perché durante il suo mandato, ha enfatizzato il dialogo con i cittadini e promosso la legalità e la partecipazione civica. Come leader democratico, coinvolge attivamente le diverse parti interessate nel processo decisionale e cerca soluzioni che soddisfino le esigenze di tutte le parti coinvolte. Tuttavia, il suo approccio polarizzante durante l'intera campagna e, come detto nello scorso capitolo, la divisione netta con Flavio Tosi, potrebbe aver limitato l'efficacia di questa sua leadership democratica.

Flavio Tosi, d'altro canto, si potrebbe identificare con uno stile di leadership battistrada. Durante i suoi due mandati come sindaco, ha portato innovazione e cambiamento, con un focus particolare su questioni di sicurezza, pulizia e ordine pubblico. Come leader battistrada, si impegna ad essere un modello di prestazione elevata e chiede lo stesso livello di impegno e risultati dai suoi collaboratori.

Alberto Zelger, invece, potrebbe adottare uno stile affiliativo. Sebbene la sua visione politica sia stata meno popolare tra gli elettori, il suo programma si concentra sul sostegno alle famiglie, alla natalità e agli anziani. Come leader affiliativo, possiamo dire concentrarsi sulle persone e sui loro sentimenti, cercando di comprendere e soddisfare le esigenze emotive dei cittadini. Tuttavia, la sua visione conservatrice potrebbe aver limitato la sua capacità di promuovere l'armonia e la coesione sociale.

Anna Sautto potrebbe invece seguire uno stile di leadership coach. Nonostante la sua candidatura abbia ottenuto un supporto limitato dagli elettori, il suo Movimento 3V propone una politica centrata sui valori umani, ambiente e comunità. Come leader coach, sostiene i cittadini nel loro sviluppo personale e professionale, incoraggiandoli a identificare e perseguire i propri obiettivi. Tuttavia, la sua posizione critica sulle vaccinazioni obbligatorie potrebbe aver limitato la sua capacità di ottenere un sostegno più ampio.

Infine, Paola Barollo potrebbe aver adottato uno stile di leadership visionario. Sebbene la sua candidatura abbia ricevuto il minor sostegno alle elezioni, il suo programma si concentra sull'inclusione sociale, sull'accessibilità e sulla semplificazione burocratica. Come un leader visionario, ha una visione chiara per la città, mettendo al centro il benessere dei cittadini e promuovendo un cambiamento positivo. Tuttavia, abbiamo visto come la sua comunicazione potrebbe non essere stata abbastanza efficace nel trasmettere la sua visione agli elettori.

È importante, quindi, valutare anche la leadership, perché la valutazione delle sue caratteristiche offre agli elettori uno strumento aggiuntivo, utile per comprendere meglio le prospettive e approcci alla governance locale.

Quest'analisi dei candidati del centro sinistra e del centro destra rivela una gamma diversificata di stili e approcci. Osservando gli stili di leadership delineati da Goleman, Boyatzis e McKee, possiamo identificare profili che spaziano dal visionario al democratico, dall'affiliativo al coach, o al battistrada.

Tuttavia, è importante sottolineare che queste valutazioni sono frutto di mie ipotetiche valutazioni sui candidati, basate su osservazioni personali.

La vera efficacia di un leader, comunque, emerge nell'azione e nei risultati ottenuti durante il mandato. Inoltre, l'interazione tra i candidati, i loro team e l'ambiente politico locale può influenzare significativamente il loro modo di esercitare la leadership.

CAPITOLO QUARTO

CAMPAGNA SOCIAL, SOCIAL MEDIA E MEDIA TRADIZIONALI: L'IMPORTANZA NELLA CAMPAGNA ELETTORALE

4.1 Introduzione: La comunicazione politica online

“Basta una connessione a internet per costruire un sito, far partire una petizione online, creare una pagina sui social network. La rete permette possibilità inedite di comunicazione: se prima della nascita dei media digitali erano indispensabili risorse enormi per dare vita a un quotidiano, a un canale televisivo o a una stazione radiofonica, oggi tutti possiedono i mezzi di produzione necessari per diffondere il proprio messaggio a un pubblico potenziale di milioni di persone” (Giansante G. (2014). *La comunicazione politica online. Come usare il web per costruire consenso e stimolare la partecipazione*).

La comunicazione politica online ha rivoluzionato il modo in cui i politici interagiscono con i cittadini e promuovono le proprie idee. Attraverso i nuovi media, i siti web e altre piattaforme digitali, i politici possono raggiungere un pubblico vasto e diversificato in modo rapido ed efficace. Questo ha reso la comunicazione più accessibile, immediata e interattiva, coinvolgendo gli elettori in tempo reale, diffondendo messaggi della campagna elettorale. Tuttavia, questa trasformazione ha anche portato sfide, come la diffusione di disinformazione, il controllo dell'immagine pubblica e la gestione delle controversie online. In questa nuova era digitale, la comunicazione politica online gioca un ruolo sempre più significativo nella formazione dell'opinione pubblica e nell'orientamento delle decisioni politiche.

Tutto questo è stato possibile grazie alla diffusione di internet e delle tecnologie digitali, dove oggi, qualsiasi individuo può avere una propria voce.

Questo ha abbattuto le barriere tradizionali per l'accesso alla comunicazione politica, consentendo a chiunque di diffondere messaggi e raggiungere un vasto pubblico potenziale.

Un altro aspetto da considerare, è che questa democratizzazione della comunicazione politica ha portato con sé nuove sfide. La mole di informazioni online, rende complicato distinguersi tra il gran numero di contenuti disponibili. Inoltre, molti politici e organizzazioni politiche non hanno familiarità con le strategie efficaci per utilizzare al meglio gli strumenti digitali, limitandosi spesso a un approccio unidirezionale anziché impegnarsi nell'ascolto attivo e nell'interazione con il pubblico.

La comunicazione politica online offre anche un enorme rapidità di movimento, consentendo di diffondere messaggi e informazioni in tempo reale. Ciò significa che la capacità di emergere e di avere un impatto significativo richiede non solo la conoscenza delle tecnologie digitali, ma anche una comprensione approfondita delle dinamiche della rete e delle strategie di coinvolgimento del pubblico.

È necessario però non cadere nell'errore di pensare che i social media possano "spostare" direttamente i voti. Di tanto in tanto, come evidenziato da Gianluca Giansante nel suo libro *"La comunicazione politica online: Come utilizzare il web per costruire consenso e promuovere la partecipazione"*, si ripropone il dibattito sull'effettiva capacità di Internet di influenzare e determinare i voti. È però complesso persuadere coloro che hanno già espresso il loro voto per un determinato partito o candidato a cambiare opinione con un unico tweet o post su Facebook. Inoltre, pubblicare più contenuti online non garantisce necessariamente risultati migliori. Pertanto, considerare internet come uno strumento per "spostare voti" è riduttivo e non coglie tutto il suo potenziale.¹²⁰

Con il web, è possibile fare molto di più: è possibile "spostare persone". Questo implica costruire nel tempo un rapporto di fiducia con i cittadini, informarli sulle proprie attività e proposte e rispondere alle critiche. Si tratta di instaurare una relazione duratura con un gruppo di sostenitori che possano contribuire attivamente alla campagna o promuovere il candidato. Internet, infatti, quando utilizzato correttamente, può aumentare la visibilità, accrescere la partecipazione e contribuire a costruire consenso, influenzando così il numero di voti ricevuti.¹²¹

¹²⁰ Giansante, G. (2014). *La comunicazione politica online. Come usare il web per costruire consenso e stimolare la partecipazione*. Roma: Carocci, pag. 16-17

¹²¹ Ibidem nota 120

Questo è particolarmente evidente nelle competizioni politiche su scala locale, dove l'efficacia delle attività online è più facilmente misurabile e l'accesso ai media tradizionali è più limitato. Una comunicazione online ben strutturata può fare la differenza tra una campagna anonima e una che coinvolge attivamente un vasto pubblico.¹²²

In definitiva, questa nuova era digitale richiede un approccio strategico e mirato, basato sull'interazione attiva con il pubblico e sull'uso efficace degli strumenti digitali. Solo attraverso un impegno costante nell'ascolto e nell'interazione con i cittadini è possibile costruire relazioni di fiducia, stimolando la partecipazione democratica.

4.2 Ruolo dei media tradizionali e dei social media nella comunicazione politica

Negli ultimi decenni, il panorama della comunicazione politica ha subito trasformazioni profonde e radicali, influenzate dall'avvento dei media tradizionali e, più recentemente, dei social media. Se in precedenza campagne elettorali, comunicazione politica e leadership erano fortemente ancorate ai canali tradizionali come la televisione, la radio e la stampa, oggi l'emergere dei social media ha rivoluzionato il modo in cui i messaggi politici vengono creati, distribuiti e recepiti. Questo dualismo tra media tradizionali e social media ha introdotto nuove dinamiche nel dialogo politico, modellando non solo le strategie dei leader politici, ma anche la partecipazione e l'interazione del pubblico. L'analisi del ruolo che questi mezzi di comunicazione svolgono nella politica moderna è importante per comprendere le tendenze attuali e future della comunicazione politica e per valutare il loro impatto sul processo decisionale pubblico.

I media tradizionali includono: televisione, radio e stampa. Questi mezzi hanno giocato un ruolo cruciale nella comunicazione per decenni, grazie alle loro caratteristiche specifiche, che li rendono fondamentali nella diffusione delle informazioni politiche e nell'influenzare l'opinione pubblica.

La stampa, uno dei pilastri più antichi dell'informazione, dopo aver ottenuto il riconoscimento costituzionale, ha conquistato il suo status di attore politico libero e indipendente. La sua influenza è stata profonda, soprattutto prima dell'avvento della televisione. Ogni giornale, radicato nelle specificità culturali e politiche del suo paese,

122 Ibidem nota 120

riflette le qualità, i difetti, i gusti e le tendenze della società. Storicamente, ha mostrato una maggiore inclinazione a prendere posizione rispetto alla radio e alla televisione.

La televisione, d'altra parte, ha assunto una centralità crescente nell'arena politica contemporanea. La sua evoluzione verso il digitale ha portato a una frammentazione dei canali e una moltiplicazione dei contenuti, trasformandola da mezzo di intrattenimento e informazione a strumento interattivo. Questo ha cambiato i rapporti politici, rendendo più difficile ottenere visibilità pubblica in un panorama mediatico sempre più frammentato. Anche se la televisione rimane un importante costruttore di messaggi politici, il suo ruolo principale come fonte di informazione politica si è ridimensionato nell'era digitale.

Infine, la radio conserva una notevole importanza nel panorama mediatico. Fin dalla sua nascita, ha svolto un ruolo cruciale nell'informare e coinvolgere il pubblico su questioni politiche. Una delle sue caratteristiche distintive è la capacità di raggiungere un vasto pubblico in modo rapido ed efficace, spesso attraverso programmi di notizie e dibattiti politici. Anche se la sua influenza può essere stata in parte eclissata dall'avvento della televisione e dall'era digitale, rimane un mezzo di comunicazione accessibile e di ampia diffusione, specialmente in aree dove l'accesso alla televisione o a Internet potrebbe essere limitato.

I programmi radiofonici politici possono offrire analisi approfondite, interviste e discussioni che stimolano l'interesse e l'engagement del pubblico. Continua quindi a svolgere un ruolo importante nell'informazione politica, fornendo un'alternativa accessibile e coinvolgente per il pubblico.

La comunicazione politica, però, ha subito trasformazioni sostanziali negli ultimi decenni. In passato, i canali tradizionali dominavano la scena, ma l'emergere di internet e dei social media ha rivoluzionato il modo in cui i messaggi vengono creati, diffusi e interpretati. Questo dualismo tra media tradizionali e social media ha generato nuove dinamiche nel dialogo politico, influenzando sia le strategie dei leader che l'interazione del pubblico.

Prima dell'avvento dei social media, la comunicazione politica era principalmente unidirezionale, con i politici che trasmettevano i loro messaggi attraverso i media tradizionali. Con l'avvento però di Internet e dei nuovi media, i politici hanno ottenuto

una piattaforma diretta per interagire con gli elettori, rispondere alle loro domande e preoccupazioni e ascoltare il loro feedback in tempo reale.

I media influenzano profondamente la sfera politica attraverso tre principali modalità:

1. *Fonti di conoscenza politica*: i media diventano fonti cruciali di informazioni politiche per il pubblico. La televisione, in particolare, ha dimostrato di avere un forte impatto sull'orientamento politico degli individui, specialmente quando non è bilanciata da altre fonti di informazione come la stampa o le interazioni interpersonali.
2. *Fornitori di cornici interpretative*: in questo caso non si limitano a trasmettere fatti, ma costruiscono e presentano una realtà mediata attraverso cornici interpretative. Questi schemi influenzano la percezione degli individui su questioni politiche, modellando le loro opinioni e decisioni.
3. *Strumenti di persuasione*: i media sono utilizzati per influenzare le opinioni e i comportamenti delle persone. Possono rendere più attraenti le campagne politiche o filtrare i messaggi dei politici attraverso una selezione delle notizie. Questo processo di persuasione gioca un ruolo significativo nel plasmare il coinvolgimento politico e le scelte delle persone.

Inoltre, la partecipazione al processo politico è diventata più accessibile. Attraverso piattaforme come X (Twitter), Facebook e Instagram, le persone possono condividere le proprie opinioni politiche, organizzare campagne e proteste e partecipare a dibattiti pubblici su questioni politiche importanti. Questo ha contribuito a democratizzare la comunicazione politica, consentendo a una gamma più ampia di voci di essere ascoltate e rappresentate nel dibattito pubblico.

Tuttavia, l'ascesa dei social media non è stata priva di controversie. La diffusione di notizie false e disinformazione ha sollevato il tema della manipolazione dell'opinione pubblica e della polarizzazione politica. Influenzare le elezioni e manipolare il consenso pubblico è diventato un tema di grande attualità, con molte piattaforme che lavorano per implementare politiche per combattere l'abuso e la manipolazione dei social media per fini politici.

L'avvento di Internet ha democratizzato l'accesso all'informazione e dato voce a nuove piattaforme di dibattito e attivismo politico, come blog e siti di informazione.

Questo ha portato alla creazione di un "quinto potere". Inoltre, ha ridefinito la comunicazione politica, permettendo un contatto diretto tra politici e cittadini e riducendo la disparità di potere dei mass media. Questo cambiamento ha suscitato un crescente interesse nell'analizzare il ruolo del linguaggio e dei simboli nella politica contemporanea, coinvolgendo discipline come la sociologia dei processi culturali e la scienza politica.

4.3 La reputazione online e la gestione delle crisi per i candidati politici

«Ogni messaggio postato su Internet [...], a prescindere dalle intenzioni dell'autore, diventa una bottiglia che galleggia nell'oceano della comunicazione globale, un messaggio sempre suscettibile di essere ricevuto e rielaborato in modi inaspettati» (Pira, F. (2012). *La net comunicazione politica: partiti, movimenti e cittadini-elettori nell'era dei social network (Vol. 17)*).

La gestione della reputazione online è diventata fondamentale per i candidati politici nell'attuale contesto digitale. Con l'ampia diffusione di internet, l'immagine di un candidato può essere rapidamente influenzata da ciò che viene condiviso.

Il contesto, inoltre, è radicalmente cambiato. Si sono formate nuove gerarchie di credibilità grazie ai numerosi spazi online dove gli utenti possono esprimere le proprie opinioni, permettendo a chiunque di diventare una fonte credibile. Blogger e influencer, in particolare, hanno guadagnato sempre più fiducia, e con le loro opinioni o notizie riescono a influenzare significativamente la percezione del comportamento di individui o organizzazioni. Di conseguenza, la figura dello spin doctor, un tempo capace di influenzare le interpretazioni dei media e creare consenso dietro le quinte, ha perso rilevanza.¹²³

¹²³ Giansante, G. (2014). *La comunicazione politica online. Come usare il web per costruire consenso e stimolare la partecipazione*. Roma: Carocci, pag. 60-70

Questa dinamica è ulteriormente accentuata dall'impossibilità di eliminare completamente i contenuti dal web. Anche se un articolo controverso viene rimosso, è probabile che venga replicato su altri blog e riappaia altrove.¹²⁴

Nel contesto delle campagne elettorali e non solo, la gestione della reputazione politica diventa cruciale. La sua gestione implica la supervisione e la cura della presenza digitale di un candidato, garantendo che i contenuti siano coerenti con il messaggio politico che si vuole trasmettere. Allo stesso tempo, affrontare la gestione delle crisi, in caso di scandali e critiche, è essenziale per non danneggiare la reputazione di un candidato.

Le notizie politiche virali possono avere un impatto significativo sull'opinione pubblica, e la gestione delle emozioni gioca un ruolo chiave nel plasmare la percezione del pubblico. Le agenzie di pubbliche relazioni, infatti, lavorano per creare contenuti che suscitino forti reazioni emotive e influenzino l'opinione pubblica.

È quindi essenziale affidarsi a professionisti competenti per gestire la reputazione politica in modo etico ed efficace, evitando comportamenti discutibili che potrebbero portare a scandali dannosi.¹²⁵

I Social Media, essendo diventati uno spazio digitale vitale dove i cittadini si informano, dialogano e confrontano le proprie opinioni, rappresentano un ambiente dove le persone si aspettano che i candidati, e i rappresentanti, siano costantemente disponibili ad ascoltare, dialogare e offrire chiarimenti.

Quando si parla di crisi in comunicazione ci riferiamo a una situazione che si verifica a seguito di un evento grave, imprevedibile e difficile da controllare. Possiamo considerare sia fattori interni, come dichiarazioni o comportamenti di un candidato, ad esempio casi di corruzione, scandali o conflitti con gruppi di interesse, sia fattori esterni come calamità naturali, attacchi, sabotaggi, epidemie e attentati. In entrambi i casi, l'attenzione mediatica inevitabilmente aumenterà.¹²⁶

Dopo l'emergenza COVID-19, ad esempio, il primo ministro britannico Boris Johnson ha subito un calo dei consensi a causa di alcune dichiarazioni fatte, come "Molte

124 Ibidem nota 123

125 Ibidem nota 123

126 ReputationUP. (2024). Come funziona la gestione della reputazione politica - <https://reputationup.com/it/come-funziona-la-gestione-della-reputazione-politica/>.

famiglie perderanno i loro cari", fino al suo tardivo riconoscimento della gravità della crisi sanitaria.¹²⁷

Per risolvere una situazione di crisi, è sempre indispensabile avere un team competente alle spalle, in grado di valutare la situazione e cercare soluzioni efficaci. Ad esempio, nel 1998, il presidente degli Stati Uniti Bill Clinton fu coinvolto in uno scandalo noto come "Sexgate": durante il suo secondo mandato, fu accusato prima di molestie sessuali e successivamente di intrattenere una relazione extraconiugale. Affrontò quindi una situazione estremamente difficile, negando le accuse durante le conferenze stampa. Alla fine, sia dal punto di vista giudiziario che politico, il caso si risolse a suo favore. Ciò fu possibile grazie a un team che riuscì a cambiare il discorso prevalente, spostando l'attenzione sull'importanza di valutare i presidenti per le loro azioni pubbliche anziché per la loro vita privata.

Il team di comunicazione deve quindi elaborare un piano, dove è cruciale non commettere l'errore di ignorare le critiche. Una polemica lasciata senza risposta tende a rimanere confinata a un pubblico limitato, ma in alcuni casi può espandersi, coinvolgendo un numero crescente di cittadini e causando una significativa perdita di consenso. L'attenzione suscitata sul web può inoltre attirare l'interesse dei media tradizionali, aggravando ulteriormente la situazione.¹²⁸

Il primo passo consiste nel monitorare attentamente ciò che viene scritto online per comprendere la situazione contestata, identificare i soggetti coinvolti e le motivazioni alla base delle loro critiche. Se emerge un errore e la situazione è risolvibile, è essenziale intervenire rapidamente o almeno avviare concretamente il processo di risoluzione. La seconda fase prevede di spiegare pubblicamente la vicenda. Inizialmente, bisogna far pubblicare un articolo in cui si descrive l'accaduto dal proprio punto di vista, giustificando le proprie azioni e spiegando perché sono legittime.¹²⁹

Se, invece, si riconosce di essere in torto, è fondamentale non cercare di difendersi a tutti i costi. È meglio ammettere l'errore, spiegare cosa è successo e come si intende rimediare. Tentare di difendersi spudoratamente, inventare scuse o fornire versioni

127 Ibidem nota 123

128 Ibidem nota 123

129 Ibidem nota 123

distorte può peggiorare la situazione se la verità dovesse emergere, cosa che spesso accade.¹³⁰

Quando si pubblica un contenuto che espone la propria posizione, è importante usare i termini che le persone utilizzano per discutere la questione. Questo permette di posizionare il proprio contenuto nei motori di ricerca, in modo che chi cerca informazioni sulla questione trovi anche il punto di vista a favore, non solo le critiche.

Dopo aver condiviso l'articolo, è fondamentale passare alla fase successiva: rispondere alle critiche online in modo costruttivo. È importante interagire con i commenti critici sui vari canali, come blog e social media, fornendo spiegazioni dettagliate e condividendo il link dell'articolo originale per offrire ulteriori informazioni e stimolare le visite al blog, migliorandone così la visibilità sui motori di ricerca.¹³¹

È importante non trascurare i commenti positivi e ringraziare chi ha sostenuto la propria posizione, offrendo ulteriori risorse per approfondire la questione.

Una volta conclusa questa fase, si torna al monitoraggio della rete per valutare l'andamento della situazione e intervenire nuovamente se necessario. Questo processo può richiedere tempo e dedizione, ma è essenziale per gestire efficacemente la situazione.¹³²

Non esistono soluzioni rapide o semplici. I tradizionali mezzi di comunicazione, come comunicati stampa o interviste televisive, potrebbero non essere sufficienti per raggiungere chi ha espresso le critiche online. Anche le campagne pubblicitarie online possono risultare limitate nell'ambito di una crisi di reputazione. La strategia migliore resta quella di interagire direttamente con gli utenti, dimostrando attenzione e trasparenza.¹³³

Infine, è importante comprendere che l'assenza dal web non protegge da critiche, ma anzi può esporre a maggiori rischi. Mantenere una presenza online attiva attraverso un blog, i social media e altri canali permette di gestire meglio la propria reputazione e di fornire spazi dove esprimere il proprio punto di vista.¹³⁴

130 Ibidem nota 123

131 Ibidem nota 123

132 Ibidem nota 123

133 Ibidem nota 123

134 Ibidem nota 123

L'utilizzo di azioni legali, specialmente quelle di natura giudiziaria, è generalmente sconsigliato. Questa strada può essere vista come un'ulteriore escalation del conflitto e può aumentare le critiche. Tuttavia, ci sono situazioni in cui è necessario ricorrere alla via legale per difendersi. È importante essere consapevoli delle opzioni offerte dalla legge per proteggere la propria reputazione e immagine.¹³⁵

Il contesto legale è complesso e in costante evoluzione, coinvolgendo diverse questioni come la tutela della privacy, l'identità personale, il diritto di cronaca e la difesa della reputazione. Da una parte, c'è il diritto all'informazione sancito dall'articolo 21 della Costituzione, che garantisce la libertà di espressione e vieta la censura dei media. Dall'altra parte, ci sono i diritti personali all'autodeterminazione informativa, che consentono alle persone di decidere quali informazioni rendere pubbliche.

In aggiunta a ciò, è importante anche individuare gli alleati, coloro che supportano il tuo lavoro, e gli avversari, che potrebbero sfruttare l'opportunità per criticarti, osservando le loro pagine ufficiali e i media in generale.¹³⁶

La pianificazione della gestione della crisi richiede quindi un'attenta identificazione di tutte le parti coinvolte e una selezione accurata di argomenti e contenuti che siano in linea con le priorità individuate dal team di comunicazione. Questo processo garantisce che le risorse siano allocate in modo efficace per affrontare le sfide specifiche della situazione di crisi, e che i messaggi trasmessi riflettano coerentemente gli obiettivi e i valori del soggetto coinvolto.

Nell'approccio alla comunicazione online, l'attenzione è rivolta alle richieste dei cittadini-utenti. Si adotta quindi un linguaggio semplice e diretto, integrando infografiche, videoclip e dirette per rendere più comprensibili le informazioni complesse e favorire una migliore memorizzazione.¹³⁷

Si riconosce che i media possono fungere da alleati o avversari, a seconda che essi trasmettano i messaggi o diffondano fake news e contenuti sfavorevoli. In particolare, le informazioni non veritiere rischiano di compromettere l'esito delle iniziative e di confondere i cittadini, provocando danni aggiuntivi. Gli addetti devono lavorare

135 Ibidem nota 123

136 Ibidem nota 123

137 Ibidem nota 123

costantemente per contrastare questa eventualità e garantire la divulgazione di informazioni accurate e affidabili.¹³⁸

In questo caso, il team di comunicazione di crisi dovrà monitorare costantemente la situazione e intervenire al momento opportuno per correggere eventuali notizie inesatte, contattando direttamente gli autori o utilizzando i canali ufficiali per diffondere una rettifica.

È necessario fornire comunicati stampa, interviste a tv e radio. In modo tale da poter creare un flusso informativo lineare e accessibile a chiunque abbia voglia di approfondire.

Inoltre, grazie all'analisi delle opinioni sui Social Media è possibile valutare come variano nel tempo gli umori e le considerazioni degli utenti e adattare di conseguenza il linguaggio e i contenuti. Questa analisi può essere svolta da un membro del team che, quotidianamente, raccoglie e analizza i dati, anche mediante piattaforme per l'ascolto della rete.

Infine, non va sottovalutato il monitoraggio delle conversazioni online, soprattutto nel contesto politico, dove comprendere l'opinione pubblica può influenzare significativamente la strategia comunicativa e la pianificazione delle azioni. Questo processo è noto come *social media monitoring*, e riguarda l'osservazione delle conversazioni che si svolgono su una vasta gamma di piattaforme web, come blog, forum, social network e siti di recensione.¹³⁹

Questi, offrono infatti opportunità più ampie rispetto ai tradizionali sondaggi d'opinione, consentendo di raccogliere opinioni spontanee e non filtrate, che possono rivelare aspetti nuovi e rilevanti per i cittadini.

Sebbene non si tratti di un campionamento rappresentativo come nei sondaggi, questo monitoraggio online consente di analizzare un gran numero di opinioni, fornendo informazioni di grande utilità per la pianificazione strategica e la valutazione dell'efficacia delle azioni politiche.

Per quanto riguarda gli strumenti e le modalità di monitoraggio, esistono diverse opzioni, che possono variare in base alle esigenze specifiche e alle risorse disponibili.

¹³⁸ Ibidem nota 123

¹³⁹ Giansante, G. (2014). La comunicazione politica online. Come usare il web per costruire consenso e stimolare la partecipazione. Roma: Carocci, pag. 75-77

Come software dedicati che consentano di monitorare costantemente la rete, filtrando e analizzando i dati in modo efficace. Questi strumenti consentono di stabilire la periodicità dei report, scegliere le parole chiave da monitorare e valutare la rilevanza e la polarità delle opinioni.¹⁴⁰

In un'era, dunque, in cui la percezione pubblica è modellata in tempo reale, la capacità di gestire con efficacia la reputazione personale e le crisi online rappresenta una competenza cruciale per il successo politico.

4.4 Analisi della campagna social e Valutazione dell'impatto sui risultati elettorali

Come abbiamo visto, in questo contesto sempre più digitale, le campagne elettorali hanno ampliato il loro raggio d'azione attraverso l'utilizzo diffuso dei social media e delle piattaforme digitali.

L'obiettivo di questa analisi, dunque, è quello di esaminare l'utilizzo di queste piattaforme nelle campagne elettorali, focalizzandoci su come i candidati hanno impiegato questi strumenti per comunicare con il pubblico e influenzare l'opinione pubblica.

Tra i vari social network, Instagram emerge come social più amato dagli utenti, si è affermato come piattaforma per eccellenza del visual storytelling. Grazie alla sua natura basata principalmente su immagini e video, permette ai politici di comunicare i propri valori e le proprie idee in modo immediato ed accattivante. Consente loro di presentarsi in modo più umano e suscitare un coinvolgimento emotivo negli elettori.

X (precedentemente noto come Twitter) si distingue per la sua capacità di esaltare l'immediatezza del messaggio. Famoso soprattutto per i suoi "tweet", consente ai politici di comunicare dichiarazioni fulminee e di interagire direttamente con elettori, politici e giornalisti. La piattaforma è particolarmente efficace nel fornire aggiornamenti in tempo reale sulle attività politiche e nel rispondere prontamente alle critiche.

Facebook, d'altra parte, rappresenta al giorno d'oggi un social generalista, in grado di raggiungere un vasto pubblico di tutte le fasce d'età. Le sue molteplici funzionalità consentono ai politici di condividere contenuti più approfonditi, come video, articoli e lunghi post, e di interagire con gli elettori attraverso commenti e messaggi privati.

¹⁴⁰ Ibidem nota 139

Inoltre, la possibilità di targettizzare gli annunci pubblicitari lo rende uno strumento potente per raggiungere specifici segmenti di elettorato.

TikTok, infine, rappresenta una novità nel panorama della comunicazione politica. Nato da poco ha avuto immediato successo grazie alle sue funzionalità. Con il suo focus sui video brevi, offre ai politici la possibilità di raggiungere un pubblico giovane e di comunicare in modo creativo e innovativo. Nonostante il suo target principale sia costituito da utenti più giovani con una fascia d'età media dai 16 ai 24 anni, sta guadagnando popolarità anche tra altre fasce d'età, offrendo ai politici un'opportunità unica di ampliare il proprio pubblico e accrescere la propria visibilità.

Al giorno d'oggi, la presenza su più social media e la capacità di adattare i contenuti alle specifiche caratteristiche di ciascuna piattaforma, sono elementi chiave per una comunicazione politica efficace e di successo.

Osservando TikTok, il social più in vista del momento, si nota che nessun candidato politico lo ha utilizzato durante la campagna elettorale. Questo potrebbe derivare dal fatto che, essendo una piattaforma relativamente nuova e frequentata principalmente da utenti tra i 16 e i 24 anni, la strategia di comunicazione politica deve ancora trovare modi efficaci per sfruttarne il potenziale.

Parliamo di “potenziale” perché offre l'opportunità di raggiungere un pubblico giovane, che spesso è meno raggiungibile tramite i media tradizionali. Creare contenuti accattivanti e virali potrebbe aiutare i candidati a costruire una relazione più autentica e diretta con i giovani elettori, sensibilizzandoli su tematiche politiche e soprattutto mobilitandoli al voto.

Tuttavia, l'uso di TikTok deve essere accompagnato dalla trasparenza. I politici infatti devono adattare i loro messaggi a un formato breve e visivamente accattivante, tenendo conto delle dinamiche della piattaforma, inclusi i trend e le aspettative degli utenti. Questo è essenziale per evitare di apparire fuori luogo o disconnessi dalla cultura giovanile.

L'altro social utilizzato dai giovani è Instagram, che vanta un'affluenza significativa nella fascia d'età compresa tra i 18 e i 24 anni, occupando il 75% dell'utilizzo totale della piattaforma. Questa piattaforma offre diverse funzionalità, come storie, dirette, post e reel, che agevolano l'engagement e consentono un dialogo diretto con il pubblico.

I candidati principali del centrosinistra di Vicenza e Verona, Giacomo Possamai e Damiano Tommasi, si sono distinti per l'efficace utilizzo di Instagram durante la campagna elettorale. Hanno adottato un approccio chiaro e lineare, con post semplici ma d'effetto. Durante le settimane di campagna, hanno condiviso sulle loro pagine Instagram il programma elettorale in modo accessibile, evitando lunghi PDF e favorendo una fruizione più rapida per i giovani elettori. Questo si nota anche dal fatto che Tommasi e Possamai sono i candidati con il maggior numero di follower, contando rispettivamente 30 mila e 13 mila follower.

In aggiunta a quanto detto, sul profilo di Possamai, la cura e l'attenzione per il contenuto sono evidenti, con una strategia volta anche a generare post virali. Un esempio significativo è il reel pubblicato l'11 maggio 2023, che riprende un meme molto famoso nel tempo, noto come "Giulio da Vicenza". Nel video, l'amico di Possamai, Giulio, viene intervistato da bambino e gli viene chiesto "cosa c'è di bello a Vicenza", per poi, da adulto, esortare a votare per Possamai. Questo reel ha ottenuto un'enorme diffusione, con quattro milioni di visualizzazioni, dimostrando l'efficacia della strategia di comunicazione su Instagram.

Anche i due sindaci uscenti, Francesco Rucco (Vicenza) e Federico Sboarina (Verona), hanno utilizzato la piattaforma Instagram in linea con gli altri due candidati di centro sinistra, condividendo post sulla campagna elettorale, le attività svolte come sindaco e gli incontri con i cittadini. Tuttavia, emerge un punto critico osservando il profilo di Rucco: su ogni post si nota una restrizione dei commenti. Questo suggerisce che gli unici ammessi siano solo quelli positivi. Questo aspetto negativo risiede nel fatto che è importante garantire a tutti la possibilità di commentare, inclusi commenti critici e di opposizione, purché siano espressi in modo rispettoso, questa limitazione potrebbe impedire un dibattito aperto e trasparente.

Pertanto, è fondamentale promuovere uno spazio di discussione inclusivo che consenta una varietà di punti di vista, contribuendo così a un dialogo costruttivo e informazioni più complete per gli elettori.

Anche Lucio Zoppello, candidato a Vicenza, ha scelto di utilizzare la piattaforma Instagram. Tuttavia, si è limitato a condividere il suo programma elettorale senza aggiungere ulteriori contenuti.

Flavio Tosi, candidato a Verona, ha invece seguito la stessa linea degli altri colleghi, condividendo post sulla campagna elettorale, aggiornamenti sulla città e le sue attività, oltre a continuare a esprimere la sua opposizione al nuovo sindaco Tommasi.

Tutti gli altri candidati, di entrambe le città, hanno optato per due scelte differenti: alcuni hanno utilizzato il loro profilo Instagram come profilo personale, non inerente alla campagna politica, mentre altri hanno scelto di non utilizzarlo affatto.

La piattaforma social però più utilizzata dai candidati è stata senza dubbio Facebook. Tutti i candidati già citati, Possamai, Rucco, Zoppello per Vicenza e Tommasi, Sboarina e Tosi per Verona, hanno utilizzato Facebook in modo simile a Instagram, condividendo aggiornamenti sulla campagna elettorale, attività cittadine e messaggi politici.

Alberto Zelger, candidato veronese, ha utilizzato solo questa piattaforma per pubblicare post relativi alla sua campagna elettorale e ai suoi messaggi politici.

Al contrario, gli altri candidati hanno adottato strategie diverse o hanno scelto di non utilizzare i social media per la loro campagna elettorale. Paola Barollo, candidata veronese, ha utilizzato il suo profilo Facebook e Instagram prevalentemente a scopo personale, condividendo aspetti della sua vita senza pubblicare post inerenti alla campagna politica. Edoardo Bortolotto, candidato vicentino, ha scelto invece di utilizzare solo YouTube per alcuni video elettorali.

Candidati come Claudio Cicero, Annarita Simone e Stefano Crescioli per Vicenza e Anna Sautto per Verona, non hanno utilizzato alcuna piattaforma social. Questo potrebbe aver influito negativamente sui loro risultati elettorali. Claudio Cicero ha fatto affidamento esclusivamente sulla sua carriera e reputazione politica, mentre gli altri non hanno sfruttato i social media per farsi conoscere dagli elettori.

L'utilizzo strategico dei social media ha dimostrato di avere un impatto significativo sui risultati elettorali. La strategia di utilizzo ha variato notevolmente tra i candidati, con alcuni che hanno sfruttato le piattaforme disponibili per raggiungere un pubblico più ampio, mentre altri hanno scelto approcci più tradizionali o personali, potenzialmente limitando la loro visibilità e il loro impatto elettorale.

Candidati come Possamai e Tommasi, che hanno adottato un approccio innovativo e coinvolgente, sono riusciti a migliorare la loro visibilità e a costruire una connessione più forte con gli elettori.

D'altra parte, la mancata adozione o l'uso limitato dei social media da parte di altri candidati ha evidenziato una perdita di opportunità per raggiungere e coinvolgere un pubblico più ampio. La capacità di adattare i contenuti alle specifiche caratteristiche, di ciascuna piattaforma, e promuovere un dialogo aperto e trasparente rimane un elemento chiave per una comunicazione politica efficace e di successo.

CONCLUSIONI

Dall'analisi dettagliata condotta su Comunicazione Politica, Leadership e Successo Elettorale nelle elezioni amministrative di Verona e Vicenza, emergono importanti considerazioni che delineano il quadro complessivo delle dinamiche politiche locali. Questa Indagine ha risposto alla domanda di ricerca, focalizzata sull'interazione tra la campagna social, la comunicazione politica e il concetto di leadership nel contesto specifico di queste elezioni. La storia politica di entrambe le città ha evidenziato una serie di elementi fondamentali, che hanno plasmato il panorama politico locale. L'analisi del sistema elettorale e dei risultati elettorali ha contribuito a contestualizzare ulteriormente il contesto politico in cui si sono svolte le elezioni.

L'approfondimento sulle strategie di comunicazione politica adottate, dai partiti del centro sinistra e del centro destra, ha evidenziato l'importanza cruciale della narrativa politica, della coerenza del messaggio e della capacità di coinvolgere gli elettori attraverso i diversi canali di comunicazione. L'analisi delle caratteristiche di leadership dei candidati ha rivelato, invece, l'importanza del carisma, della competenza e della capacità di ispirare fiducia nell'elettorato. Infine, il ruolo sempre più rilevante dei social media, nella comunicazione politica, è emerso come un fattore determinante nel plasmare l'opinione pubblica e influenzare i risultati elettorali. La gestione efficace della reputazione online, e la capacità di gestire le crisi, sono diventate competenze cruciali per i candidati politici. È essenziale, dunque, considerare le dinamiche complesse tra comunicazione politica, leadership e successo elettorale nella progettazione delle strategie politiche. Inoltre, c'è un bisogno crescente di ulteriori ricerche per esplorare in modo più approfondito l'impatto dei media digitali sulla partecipazione politica e sul processo decisionale degli elettori.

In conclusione, questa ricerca vuole essere un contributo alla comprensione delle complesse interazioni tra comunicazione politica, leadership e successo elettorale nella politica locale, ma non solo, anche per il dibattito più ampio sulla politica elettorale contemporanea.

BIBLIOGRAFIA

Baldi, B. (2006). *Opinione Pubblica: Un potere fragile. Introduzione alla comunicazione*

Giansante, G. (2014). *La comunicazione politica online. Come usare il web per costruire consenso e stimolare la partecipazione.* (“Gianluca Giansante. *La comunicazione politica online. Come usare il web ...*”) Roma: Carocci.

Mazzoleni, G. (1998). *La comunicazione politica, il Mulino. Bologna (III ed., 2012)*

SITOGRAFIA

A. Zorzan, 10 settembre 2022, *Tav, viaggio tra gli espropriati: «L’ho saputo dal giornale», Il Giornale di Vicenza* - <https://www.ilgiornaledivicenza.it/territorio-vicentino/vicenza/tav-viaggio-tra-gli-espropriati-l-ho-saputo-dal-giornale-1.9614831>

C. Gazzani, 2 ottobre 2015, *Reportage Profondo nero: da CasaPound a Forza Nuova, viaggio nella galassia della destra italiana*, Linkiesta - <https://www.linkiesta.it/2015/10/profondo-nero-da-casapound-a-forza-nuova-viaggio-nella-galassia-della/>

Comune di Vicenza, 5 luglio 2018, *Il sindaco Rucco presenta le linee programmatiche 2018 – 2023* - <https://www.comune.vicenza.it/albo/notizie.php/202044>

Comune di Vicenza, 2023, *Linee programmatiche* - https://www.comune.vicenza.it/fotonot/348388-linee_programmatiche.pdf

D. Amendudi, 28 giugno 2022, *Damiano Tommasi vince a Verona: cinque riflessioni*, Valigia Blu- <https://www.valigiablu.it/damiano-tommasi/>

D.M. De Luca, 25 giugno 2022, *Così Damiano Tommasi ha espugnato Verona*, Editoriale Domani - <https://www.editorialedomani.it/politica/damiano-tommasi-ballottaggio-verona-clk235c>

F. Murzio, 22 maggio 2023, *Ballottaggio Vicenza, accordo tra Possamai e Zoppello: «Lo faccio per il bene della città», Corriere del Veneto* - https://corrieredelveneto.corriere.it/notizie/vicenza/politica/23_maggio_22/ballottaggio-

[vicenza-accordo-tra-possamai-e-zoppello-lo-faccio-per-il-bene-della-citta-339de0cc-f669-11ed-ab2c-16c969e4a48b.shtml](https://www.dire.it/27-01-2022/702477-a-verona-spuntano-i-volantini-della-palestra-di-fascismo/)

F. Tommasini, 27 gennaio 2022, *A Verona spuntano i volantini della “palestra di fascismo”*, Dire.it

[-https://www.dire.it/27-01-2022/702477-a-verona-spuntano-i-volantini-della-palestra-di-fascismo/](https://www.dire.it/27-01-2022/702477-a-verona-spuntano-i-volantini-della-palestra-di-fascismo/)

G. Poggi, 4 febbraio 2023, *Rigeneriamo Vicenza lancia la candidatura a sindaco di Lucio Zoppello. Nel programma focus sui quartieri, Vi Più* - <https://www.vipiu.it/leggi/zoppello-rigeneriamo-vicenza-candidato-sindaco/>

L. Aldegheri, 27 settembre 2022, *Flavio Tosi, l'«highlander» e la rinascita politica alla Camera con Forza Italia: «Un'oasi per ripartire»*, Il Corriere del Veneto - https://corrieredelveneto.corriere.it/verona/politica/22_settembre_27/flavio-tosi-l-highlander-rinascita-politica-camera-forza-italia-un-oasi-ripartire-506de2aa-3e5f-11ed-8079-63c555ec057e.shtml

Redazione, 6 marzo 2023, *Vicenza – amministrative 2023, Claudio Cicero. “Io corro da solo”*, Rete veneta -

<https://reteveneta.medianorddest.it/47144/vicenza-amministrative-2023-claudio-cicero-io-corro-da-solo/><https://www.comune.vicenza.it/file/354509-RelazioneDiInizioMandatoAnni2023.pdf>

Redazione, 24 marzo 2023, *Amministrative 2023, Lucio Zoppello apre la campagna elettorale a Monte Berico*, Vicenza Today - <https://www.vicenzatoday.it/politica/amministrative-2023-lucio-zoppello-apre-la-campagna-elettorale-a-monte-berico.html>

Redazione, 28 aprile 2022, *Trafo a quattro corsie e filobus, Tosi: «Si possono ancora fare a stralci»*, VeronaSera -

<https://www.veronasera.it/politica/elezioni-tosi-traforo-filobus-28-aprile-2022.html>

Redazione, 8 maggio 2023, *M5S, il candidato sindaco Bortolotto: «Anziani, una risorsa da non trascurare»*, Il giornale di Vicenza -

<https://www.ilgiornaledivicenza.it/territorio-vicentino/vicenza/m5s-il-candidato-sindaco-bortolotto-anziani-una-risorsa-da-non-trascurare-1.10054002>

Redazione, 9 maggio 2022, *A sostegno del sindaco uscente Federico Sboarina nasce il coordinamento “Verona Domani è anche donna”*, VeronaSera

[-https://www.veronasera.it/politica/elezioni/verona-domani-donne-sindaco-sboarina-9-maggio-2022.html](https://www.veronasera.it/politica/elezioni/verona-domani-donne-sindaco-sboarina-9-maggio-2022.html)

Redazione, 12 maggio 2023, *Il M5s Tira la volata: «Fiumi balneabili e bonus bicicletta»*, Il giornale di Vicenza

[-https://www.ilgiornaledivicenza.it/speciali/comunali-2023/news/il-m5s-tira-la-volata-fiumi-balneabili-e-bonus-bicicletta-1.10062598](https://www.ilgiornaledivicenza.it/speciali/comunali-2023/news/il-m5s-tira-la-volata-fiumi-balneabili-e-bonus-bicicletta-1.10062598)

Redazione, 13 maggio 2022, *Adinolfi sceglie il candidato Zelger. «Famiglia ha ruolo primario nella società»*, VeronaSera -

<https://www.veronasera.it/politica/elezioni-popolo-della-famiglia-zelger-13-maggio-2022.html>

Redazione, 15 maggio 2023, Cicero: «Rucco ha perso». Zoppello: «Risultato sotto le attese». Bortolotto: «Aperti al confronto», Il Giornale di Vicenza -

<https://www.ilgiornaledivicenza.it/speciali/comunali-2023/news/cicero-rucco-ha-perso-zoppello-risultato-sotto-le-attese-bortolotto-aperti-al-confronto-1.10068822>

Redazione, 21 maggio 2023, *Verso il ballottaggio, Cicero torna in corsa con l'apparentamento: piovono critiche dai componenti della sua lista*, Vicenza Today -

<https://www.vicenzatoday.it/politica/cicero-apparentamento-rucco-critiche.html>

Redazione, 22 maggio 2023, *Comunali Vicenza 2023, Rucco e Cicero uniti per il ballottaggio*, Il resto del carlino -

<https://www.ilrestodelcarlino.it/veneto/cronaca/elezioni-comunali-vicenza-2023-rucco-cicero-ballottaggio-k45eo0ea>

Redazione, 29 maggio 2023, *Chi è Possamai, il dem che ha preso Vicenza tenendo lontani i leader del partito*, Il Sole 24 Ore -

<https://www.ilsole24ore.com/art/chi-e-possamai-dem-che-ha-preso-vicenza-tenendo-lontani-leader-AEIVz4YD>

ReputationUP. (2024). Come funziona la gestione della reputazione politica - <https://reputationup.com/it/come-funziona-la-gestione-della-reputazione-politica/>.

