



ELEZIONI UK: SPIN DOCTOR DAY

fonte: PR Italia

Siamo ormai agli sgoccioli, tra poche ore conosceremo il nuovo inquilino di Downing Street. Ma chi c'è dietro al successo o al fallimento dei 3 candidati? Portati alla ribalta da Alastair J. Campbell, il famoso spin doctor dell'ex Primo Ministro Tony Blair, i portavoce dei candidati durante la campagna politica hanno sempre più peso. Sono politici, giornalisti e strateghi della comunicazione. Vediamo chi sono: **Andrew E. Coulson** per David Cameron, **Johnny Oates** per Nickolas Clegg e **Justin Forsyth** per Gordon Brown.

Andy Coulson, "the blu-eyed boy", è giornalista ed ex editore di News of the World; descritto da The Independent come "uno degli uomini più potenti della nazione", con uno stipendio che, (si vocifera), si aggira intorno ai £485,000 l'anno. A fine gennaio 2007, Andy ha dato le proprie dimissioni dal giornale, in seguito allo scandalo sulle intercettazioni telefoniche illegali che hanno coinvolto il suo royal editor, Clive Goodman. Nel luglio dello stesso anno assume la carica di direttore della comunicazione, giusto in tempo per combattere la pesante battaglia seguita alla nomina di Gordon Brown come Primo Ministro. Del resto, "dopo vent'anni in cui si è 'sporcatò le mani' con il giornalismo popolare, è perfettamente portato per le arti oscure necessarie per combattere la macchina dei media di Brown". E "conosce molto bene Rupert Murdoch", dice l'amico Phil Hall. Insomma, Andy sembra avere le capacità, l'esperienza e anche le conoscenze giuste per svolgere il ruolo che svolge. Eppure non è che se la passi sempre bene. Dall'inizio dell'anno si è svolto un ben documentato tiro alla fune tra il responsabile della strategia di Dave Cameron, Steve Hilton, e Andy. Hilton, fortemente influenzato da un discorso in California, ha insistente spronato Cameron a una campagna positiva, stile Obama. Il lancio della "Big Society" ha segnato l'apoteosi della sua strategia. Al contrario, Coulson ha spinto Cameron ad una campagna accanita e aggressiva che ha come obiettivo l'operato di Gordon Brown. Ma soprattutto, il coinvolgimento dell'ex editore nello scandalo delle intercettazioni illegali è stato spesso strumentalizzato dagli avversari per mettere in imbarazzo Cameron. A fine aprile Lord Mandelson, organizzatore strategico del partito Laburista per le elezioni, ha messo in imbarazzo Coulson per la sua campagna di "sporchi trucchetti" su alcuni quotidiani contro Nick Clegg, leader dei liberal-democratici. "Questo è puro stile dell'Andy Coulson di News of the Word trasferito in forma politica. Economico e piuttosto squallido. Se per una campagna i Tory hanno assunto uno come Andy Coulson, nessuna sorpresa che cose come queste appaiano sulla prima pagina dei nostri giornali".

I Lib-dem, invece, hanno schierato in prima linea **Jonny Oates**. Jonny (secondo alcuni Johnny) Oates nel 2008 ha lasciato il posto di direttore della comunicazione dei Liberal-democratici dopo ben 15 anni per "ritornare a lavorare nelle relazioni pubbliche" alla Bell Pottinger Public Affairs. Nel lasciare il partito per l'agenzia, Mr Oates ha detto di aver passato "un magnifico periodo lavorando per il partito", aggiungendo che "con la leadership ispirante di Nick, il partito può solo acquistare sempre più forza". E Mr Clegg, in risposta: "ha fatto un fantastico lavoro per il partito", "[gli sono] personalmente grato per il suo consiglio e supporto nei mesi precedenti". Ma poi, a poco più di un anno dal sofferto addio, Oates torna alla carica: già nel settembre 2009, se ne annuncia il ritorno al partito come responsabile comunicazione durante le elezioni. A dicembre risale la sua campagna "contro i pregiudizi dei media": stampa e BBC, a suo avviso, ossessionate dal presentare la campagna elettorale come una guerra fra due fazioni, negherebbero ai Lib-Dem la giusta copertura mediatica. Cittadini, "protestate quando leggete un articolo che secondo voi è frutto di pregiudizi!" scrive Jonny. Del resto, per Oates laburisti e conservatori non possiedono alcuna forza innovatrice: la guerriglia ideata a marzo 2010 li presenta come un unico partito, i *Labervative*, con un unico slogan: "For more of the same".

Per il Labour Party, infine, c'è **Justin Forsyth**. Esperto di sviluppo internazionale, direttore di Oxfam, è stato uno dei pochi membri dello staff di Tony Blair (per il quale era consulente speciale sulla povertà, il cambiamento climatico e il

Questo documento è stato scaricato dal sito www.lucapoma.info



commercio) a migrare in quello di Gordon Brown. Con Brown, assume prima il ruolo di 'international development and trade adviser', poi lavora temporaneamente come addetto stampa; tornando nel 2008 alla mansione di 'official spin doctor' del politico. Oggi, come responsabile della comunicazione strategica, è accanto al ministro in tutte le occasioni, anche durante le brutte figure: è parlando con Forsyth che Brown, inconsapevole del microfono aperto, dà della bigotta a una semplice, anziana cittadina laburista che gli aveva rivolto alcune domande. Forsyth è considerato un uomo capace, in grado di ottenere successo dalle proprie campagne. E non solo. E' lui che ha promosso il ministro su piattaforme come Youtube e Twitter.

Attendendo i risultati definitivi (sono stati scrutinati 617 seggi su 650, i Conservatori sono in testa) sapremo la strategia vincente: la sfacciataggine giornalistica, il tono innovatore o l'esperienza.