

# Un nuovo linguaggio nello speech politico: Vance a Monaco

RIVOLUZIONE ONLINE – 26 FEBBRAIO 2025

**Il discorso di Vance a Monaco\*, contro cui si sono scagliati tanti partiti, istituzioni e media – con articolate e indiscutibili verità storiche e politiche – non è stato capito. Di conseguenza la risposta completamente inutile. Proviamo a leggerlo da un altro punto di vista.**

---

Quello di Vance è stato un discorso di **marketing profilato** rivolto agli *swing voters*. E cioè un **discorso** puramente **elettorale**, con l'obiettivo di attirare consensi da un elettorato non ancora completamente schierato, almeno in Europa, e da attivare al voto (call to action).

Ecco i punti della strategia di marketing applicata allo speech di Vance a Monaco:

## 1) DISCORSO ELETTORALE

L'obiettivo di 'discorso elettorale' è dichiarato fin dall'inizio, con il riferimento alle elezioni rumene annullate (sulla base di quelli che lui artatamente sminuisce come "deboli sospetti di disinformazione russa"). Detto da chi nel 2020 voleva annullare le elezioni Usa solo solo perché non aveva vinto... nemmeno si commenta. Anzi no, andrebbe commentato proprio così.

---

## **2) MARKETING**

Vance ammette esplicitamente che la democrazia per lui è nient'altro che consenso, e il consenso si può comprare. E' solo una questione di quantità di dollari spesi. "Se la tua democrazia può essere distrutta con poche centinaia di dollari di pubblicità digitale da un Paese straniero, allora non era molto forte per cominciare".

## **3) PROFILAZIONE**

Profilazione della *target audience*: a questo punto snocciola 5 *customer personas* / *target audience* a cui si rivolge, prendendo casi reali per poter parlare direttamente a quelle categorie di persone: gli hater antifemministi, l'attivista antimusulmano dei roghi del Corano, l'antiabortista, i novax e i no migration. È così che si vende qualcosa: mostrando, citando e mettendo al centro le *customer personas* delle audience a cui vuoi vendere.

## **4) PAROLA CHIAVE**

Nella pubblicità è fondamentale ricapitolare tante cose in una parola chiave, che rende facilmente memorizzabile e viralizzabile il concetto, così da fissarlo bene nella mente del consumatore. La parola chiave qui è CENSURA (dell'antagonista), a cui contrappone ovviamente il proprio prodotto: la libertà di parola.

## **5) PRODOTTO E CONCORRENZA**

Qui il capolavoro (di marketing), perché rivolge a Bruxelles, all'Europa, ai democratici l'accusa di creare FIREWALL, laddove si tratta esattamente dell'arma che, prima e meglio di altri, proprio Trump ha installato nel suo governo: portando a sé tutti i big tech degli algoritmi (social, ai, pc, motori di ricerca, web, ecommerce: Musk, Zuckerberg, Nadella, Pichai, Bezos... ). Con questa 'acquisizione', puoi permetterti tranquillamente di lasciare che ognuno dica quello che vuole liberamente, poiché saranno gli algoritmi a decidere chi e cosa verrà visto (posizionandolo in cima ai feed) e chi apparirà per ultimo (che in una infosfera da quintilioni di byte di dati al giorno, significa letteralmente restare INVISIBILE). Si chiama Dittatura dell'Algoritmo. Concentrazione di un potere immenso in una sola mano.

## 6) CALL TO ACTION

Lo speech si chiude con una CITAZIONE che resta in mente “Non abbiate paura” rivolta alla sua target audience (e non, come erroneamente si può credere, ai presenti nella Conferenza sulla sicurezza, che lui proprio non ha mai considerato, così come non ha considerato il tema della sicurezza su cui verteva la Conferenza). Citazione che sprona a fare quello che il discorso elettorale si pone come obiettivo: vai a votare e rovescia il sistema, non avere paura di farlo! Citazione possibilmente di un TESTIMONIAL buono per quelle target audience: Papa Giovanni Paolo II.

Ecco perché le repliche a questo discorso, pur sacrosante, che parlavano di nazismo, democrazia, ingerenze, responsabilità politiche, storia ecc., comprensibilissime nella loro indignazione, faticano a posizionarsi. Non contengono nessuna attenzione alle logiche di marketing e all'obiettivo indispensabile oggi per poter fare politica: **ottenere il consenso**.

– di Paola Furlan

*\*Discorso del vice-presidente Usa J.D. Vance alla Conferenza sulla sicurezza di Monaco di Baviera, 16 Febbraio 2025.*