Scritto da Red.
Giovedì 21 Gennaio 2021 15:22



SANT'AGATA DEI GOTI (Benevento) – Domenico Giordano, spin doctor e consulente di comunicazione politica per Arcadia, firma "De Luca. La comunicazione politica di Vincenzo De Luca da sindaco a social star" pubblicato da Areablu Edizioni (104 pagine, 13 euro). Un'analisi delle forme attraverso le quali la mediaticità del presidente della Regione Campania si manifesta in tutta la sua irruenza: dal decisionismo esasperato, a tratti autoritario, alla derisione degli avversari, fino alla costruzione di un nemico a tutti i costi.

"Sui social network, Vincenzo De Luca è diventato uno dei celebrity leader italiani più seguiti e imitati, soggetto di meme e neologismi virali - sottolinea Giordano - grazie agli strumenti e alle logiche del medium televisivo, che conosceva bene per essere diventato a Salerno e provincia una political star del piccolo schermo, trasferiti e utilizzati su Facebook".

Il testo di Domenico Giordano scompone i medium e il linguaggio spiccio di De Luca, "un vocabolario incarognito che si è costantemente arricchito di espressioni lessicali che messe in bocca ad altri politici sarebbero costate poltrone e carriere ma che, al contrario, Vincenzo De Luca ha utilizzato sempre impunemente: anime morte, animali, bestie, cafoni, chiattona, chiavica, consumatore abusivo d'ossigeno, farabutti, idioti, imbecilli, infami, jettatori, mezze pippe, nullità, pulcinella, scemi, sciacalli, sfessati".

Il testo si avvale della prefazione di Marco Valbruzzi, docente dell'Università Federico II di Napoli: "De Luca è un politico che si nutre del conflitto, della negazione, dell'opposizione. Nella sua essenza più intima, il presidente campano è pòlemos,