

Tehnologii de creare a imaginii și PR politic

Titular curs, Natalia Putină, dr., lector univ.

tema 4 Brandul politic

- ▶ 1. Noțiunea de brand politic
- ▶ 2. Esența brandingului politic
- ▶ 3. Miturile politice ca substrat al brandingului politic

1. Noțiunea de brand politic

- ▶ **! Brandul - instrument important în promovarea politică**

Definiții

- ▶ Brandul este **un nume, un termen, un semn, un simbol sau un desen ori o combinație a acestor elemente** destinată să ajute la **identificarea bunurilor și serviciilor** unui vânzător sau un grup de vânzători și la **diferențierea lor** de cele ale concurenților. (Asociația Americană de marketing)

- ▶ Tom Blackett definește brandul atât din punct de vedere al sensului pasiv al sintagmei engleze, **„obiectul prin care se imprimă”**, cât și din punct de vedere activ, **„procesul de a imprima”**. Imprimarea se folosește aici cu sensul de **întipărire în mintea consumatorului a unei mărci**.

(Clifton, R, Simmons, J (Ed.), Brands and Branding, The Economist, 2003, pag. 13)

Definiții

- ▶ **James Gregory** - brandul nu este un obiect, produs, organizație este suma experienței individului asupra modului de percepție a obiectului, produsului, companiei sau organizației.
- ▶ **David D'Alessandro**- brandul nu este numai publicitate și marketing, este suma percepțiilor unui produs, atunci când are loc contactul visual/și sau auditiv cu logo-ul , cu denumirea acestuia.
- ▶ **Leslie Charnatay** - brandurile gestionate cu profesionalism conduc la crearea unei imagini, **reputații pozitive și stabile.**

- ▶ Brandul o sinteză simplistă, o figură compusă din două-trei trăsături majore , odată pentru totdeauna **care poziționează o personalitate politică în mintea electoratului**

Brandul: abordarea psihologică

O reprezentare psihologică

O conexiune emoțională

Un set de beneficii intangibile

Brandul: caracteristici obligatorii după F.D. LePla și L. Parker

Brandul

Atribute

descriu produsul sub aspect fizic: cromatică, componentele de bază

Beneficii

consecințele rezultate din utilizarea brandului

Personalitate

caracteristică care permite a investi din punct de vedere metafizic brandul cu calități omenești

Brandul: abordare electorală

Piața de desfacere

Cetățenii cu drept de vot, în particular acei cetățeni cu drept de vot care ar putea fi interesați de ideile candidatului

Produsul ce trebuie promovat are trei conotații:

- ideile candidatului,
- candidatul în sine,
- apartenența sa politică

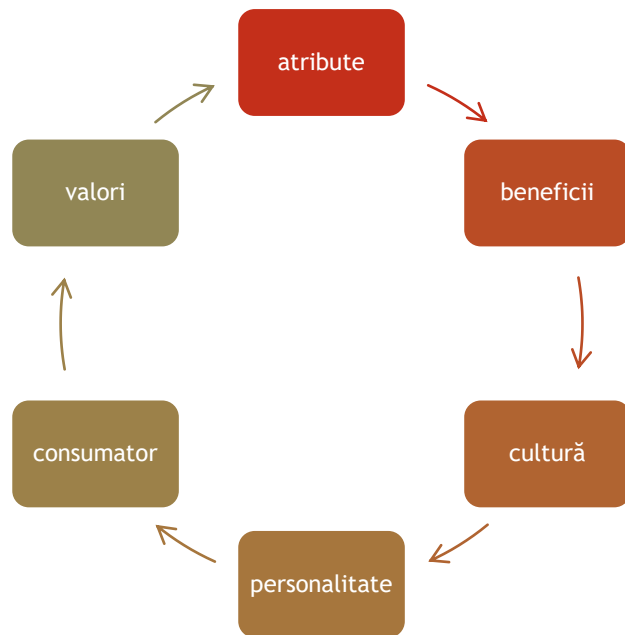
Consumatorul

Cetățeanul cu drept de vot căruia i se furnizează informații despre lucruri care îl interesează, al familiei sale, al orașului, al țării sale

Care este diferența?



Ph. Kotler brandul este un simbol complex și se remarcă prin 6 tipuri de semnificații pozitive transmise



Elementele distinctive

Elementul material

- caracteristicile fizice,
- funcțiile produsului,
- calitatea produsului

Elementul ideologic

- ideea de fond,
- rețeaua asociativă,
- reprezentările figurative

Spațiul informațional

- informația
- mijloacele de transmitere a informației
- consumatorii

2. Brandingul politic

Știința și arta de creare și promovare a imaginii politicienilor cu scopul de a genera preferințe durabile din partea populației

Brandingul politic



Imaginea
politicienilor

Simbolica
partidelor
politice

Obiectivele brandingului



Principiile brandingului politic

Orientarea spre piața politică



Elaborarea unei strategii de satisfacere a cerințelor, necesităților politice

O concepție clară a imaginii politice



Un set de caracteristici materiale și nemateriale, create cu scopul de a corespunde simpatiilor politice

O simbolică politică ce corespunde reprezentărilor și așteptărilor



Tipuri de brand

Brand- power- amplifică actul comunicării sau imaginea

Brand- explorer - ridică prestigiul consumatorului

Brand -identity -se identifică cu consumatorul

Brand - icon - a obținut calitatea de simbol în categoria de produse pe care o reprezintă

Crearea brandului de partid

Elaborarea
denumirii
(abreviatură
eficientă)

Elaborarea unor
denumiri
alternative

Crearea
statutului și
programului

Formularea
lozincilor

Construirea
imaginii
partidului

Elaborarea
designului
emblematic

Identificarea
persoanelor -
brend pentru
partid

Elaborarea
materialelor
publicitare

- ▶ Brejnev, cand a predat conducerea succesorului sau, i-a dat doua scrisori, spunandu-i:
- ▶ - Cand esti in dificultate, deschide prima scrisoare! Cand esti in dificultate a doua oara, deschide a doua scrisoare!
- ▶ Asa a facut omul si cand s-a vazut prima data intr-o situatie dificila, a deschis si a citit prima scrisoare, pe care scria:
- ▶ - Da vina pe mine pentru totul!
- ▶ si asa a facut si a mers. si s-a gasit politicianul nostru a doua oara in situatie fara iesire. A deschis a doua scrisoare pe care scria:
- ▶ - Aseaza-te la birou si scrie 2 scrisori...

Mitul politic

Raoul Girardet, istoric francez, a identificat patru mituri moderne.

Aceste mituri demulte ori sunt percepute ca o poveste negativă, inventată, uitându-se de origini.

- ▶ **1. Mitul conspirației** - ideea că răul este infiltrat în cadrul omenirii prin organizații malefice. (lezuiții, francmasonerie, templieri, etc)
- ▶ *Morala: pentru a fi fericită, omenirea va trebui să elimine aceste organizații.*

- ▶ **2. Mitul salvatorului (un mesia politic).** Când situația unui stat/continent ajunge fără ieșire, apare credința politică într-un salvator care va lua frâiele în mâini și care va rezolva toate problemele. Un exemplu excelent l-a constituit apariția lui Napoleon Bonaparte, aclamat de toți ca salvatorul Europei. Bineînțeles, după vreo zece ani, speranțele s-au stins.

- ▶ **3. Mitul originii** - ca vârstă de aur, inspirat din Grecia Antică, Partidele conservatoare au folosit-o întotdeauna. Un exemplu recent de promovare a acestui mit îl constituie “Avatar”-ul lui James Cameron.
Totul se repetă...
- ▶ **4. Mitul unității** - este mitul cetății perfecte - cetatea universală a viitorului, în care se va ajunge la pace universală.

Utilizat pe larg in regimurile totalitare

Alte mituri

- ▶ **Imperiul Răului**, lansat în perioada rece de Ronald Reagan la adresa URSS
- ▶ **Axa Răului**, lansat de George Walker Bush, din care făceau parte Iran, Siria, Coreea de Nord
- ▶ **Înțelepciunea poporului - originea modestă** (Reagan născut în Illinois, Bill Clinton - a văzut lumina zilei într-o casă simplă din Hope)
- ▶ **Simplitatea, Virtuțile omenești** (iubirea, compasiunea, umorul în discursul politic) vi să contureze imaginea unui **om din popor** (Tehnologie utilizată de Obama, - Michelle nu te-am iubit niciodată mai mult ca acum)

Scopul: umanizarea chipului liderului politic

Posibilitatea succesului - mit exploatat de Schwarzneger, adresat emigranților ajunși în SUA

