

Giuseppe Mazza
Grillo comunica

Ecco una storia da raccontare in corsa, mentre ancora sta accadendo. In fondo, del Movimento 5 Stelle è recente il debutto in politica, e le elezioni nazionali, imminenti, non potranno che aggiungere lati al prisma. Ma già adesso i media aggiornano senza sosta i contorni di un fenomeno che contiene un po' tutto: magma e dirigismo, colpi di scena e vecchi film, coraggio e furbizia. A voler scavare, tuttavia, la comunicazione di Grillo e del movimento di cui è fondatore, si è andata definendo lungo un percorso che a questo punto conta oltre venticinque anni di storia. E ha accompagnato quella del paese, anche se spesso non vista, e per lunghi tratti quasi sotterraneamente.

Una storia di comunicazione non è per forza una storia dei trucchi che sono stati usati, né è necessariamente la ricostruzione di ingredienti magici, di incantamenti irrazionali. L'idea, molto italiana ma non soltanto, che quello della comunicazione sia il terreno privilegiato dell'inganno e della mistificazione, è una lettura ossessiva che corrisponde al sospetto progressista nei confronti del "parlare a tutti". Certo, la diffidenza verso il consenso di massa arriva da un Novecento che ha offerto molti buoni motivi. Ma come concepire la modernità senza poterla declinare in un linguaggio democratico e accessibile? Un linguaggio capace non di banalizzare, ma di rendere vive le proprie ragioni e i propri valori.

Il caso di Beppe Grillo non fa che riproporci questo disagio. Più lui urla davanti alla folla plaudente, più è difficile mantenere un atteggiamento analitico. Più velocemente cresce nei sondaggi, più si rafforza la nostra contraerea concettuale, che rifiuta, non vuol vedere, cataloga alla voce "fascismo". Non che l'ormai nota metafora (avversari politici=cadaveri da seppellire) vada considerata un poetico riferimento ossianico. È che, passata la polemica del giorno, sazi di una definizione così familiare, è molto quello che resta da capire. Voler stoppare la degenerazione del linguaggio è cosa buona, ma le parole usate stanno sulla superficie, sono soltanto l'inizio.

"Siamo in guerra", recita il titolo del libro firmato da Grillo e dal suo sodale Gianroberto Casaleggio. Di che guerra si tratta? Fissiamo allora il primo punto. Prima ancora che uno scontro tra argomenti, quello in corso è uno scontro tra strumenti di comunicazione. Se ne è avuta una plastica rappresentazione quando i due autori, il 5 dicembre 2011, hanno presentato il volume in una libreria Feltrinelli di Milano. Come si vedrà, precisare la sede non è inutile. Trascriviamo dal discorso rivolto al pubblico da Casaleggio:

«...voi oggi siete qui, per esempio, in un mondo. Questo mondo della Feltrinelli, vedete: cd, dvd, libri... dietro questi oggetti ci sono delle persone, ci sono delle aziende, ci sono delle attività. Ecco, queste aziende, queste attività, questi oggetti tra poco non ci saranno più. Non ci saranno più. Tra cinque-dieci anni, ma forse molto meno, voi non avrete più questi spazi, ne avrete di diversi... e allora si parla di un mondo, quello attuale... qui parliamo solo dell'editoria e della distribuzione che cambierà completamente e chiaramente chi oggi fa parte di questo mondo non ci vuole stare a morire. Quale sarà questo nuovo mondo? Sarà un mondo in cui le persone saltano qualunque tipo di intermediazione (...).»

Immagine lampante. Dentro un passato che non vuole passare (la libreria, l'Italia) si è installato un futuro inesorabile (gli autori, la rete). Il resto è pura conseguenza. Il web, l'economia digitale, le nuove relazioni create da internet, tutto questo non farà che delegittimare, svuotandolo dalle fondamenta, un vecchio ordine basato sulla mediazione, sulla delega, sulla competenza stratificata, secondo uno schema già codificato per esempio da Baricco nelle sue lezioni sui Barbari. E se ogni passaggio intermedio entra in crisi, e quindi gli editori sono inutili perché puoi autopubblicarti il libro sul web, e le agenzie di viaggi non servono se l'albergo lo scegli su tripadvisor, e le compagnie telefoniche un pizzo inutile per chi usa skype, tutto ciò che non conserva valore aggiunto può sbriciolarsi e lasciare il posto alla sua nuova forma digitale, veloce, consultabile. Un mondo nuovo che non si affianca: sostituisce. Come se si ripresentasse un abate Sieyes fatto d'elettronica. Che cosa chiede il terzo stato, stavolta? Di essere tutto. E infatti, i partiti vengono considerati un'ennesima mediazione, che prende democrazia e produce oligarchia, sullo stesso piano di una tecnologia superata. Oggi,

annunciano gli autori e il movimento, si può mirare a una democrazia diretta e realizzata, nella quale la connessione al network sarà la forma più autentica di cittadinanza. “Ognuno vale uno” è lo slogan.

La retorica del web non lascia scampo. Fatti veri si sommano a una mistica della guarigione, un'esigenza sacrosanta di ammodernamento si fa estasi da dottor stranamore kubrickiano: «Se il mondo fosse indicizzato e misurabile, l'umanità potrebbe prendere decisioni in tempo reale senza delegarle ai cosiddetti esperti o alle Authority preposte, generalmente cieche e sorde», si legge nel libro di Grillo e Casaleggio. Indicizzare il mondo, quasi un'aspirazione positivista. Come quella dei video della Casaleggio Associati, (la società che cura le strategie del blog di Grillo) tra i quali il più celebre è “Gaia”, scenario futuro di apocalissi risolte proprio dalla rete, capace di mettere fine ai conflitti mondiali e già che c'è anche alle ideologie. Ma anche questa visione tecno-taumaturgica si innesta sulla situazione politica italiana e sulle aspettative diffuse di cambiamento. Dunque, il web diventa lo strumento di una sostituzione integrale della classe dirigente. Il cambiamento è la rete, e preme. Il potere tradizionale è sugli scaffali, e la sua fine è segnata. Più la rete comunica, meno tempo resta al vecchio mondo. Semplice.

Più che **come** comunica Beppe Grillo, dunque, diciamo **da dove** comunica. Beppe Grillo comunica da fuori. Fuori da tutti i luoghi intesi a torto o a ragione come luoghi del potere tradizionale. Tenendosi alla larga anche dalla tv, quindi, laddove agli aderenti al movimento hanno il divieto di affacciarsi, per interviste o talk show che siano. Il rischio sarebbe proprio di perdere la qualità più redditizia del movimento, ossia il non far parte del paesaggio italiano, questo vivere fuori dal raggio visivo dell'establishment. Anche l'assenza ha significato. Non esserci è non aver partecipato alla rovina. Inoltre, comunicare da fuori vuol dire scompaginare i riferimenti del dibattito, manifestandosi come perenne invitato di pietra. Mi si nota di più se non vado, insomma. Dove si vede che comunicare vuol dire tante cose, non solo scrivere o dire ma anche mostrarsi o non mostrarsi, assumere decisioni coerenti e consistenti sul proprio comportamento. Quindi web, e ancora web. Informarsi sul web, leggersi sul sito di Grillo, riunirsi su Meetup (un social network che aiuta la gente a incontrarsi, ndr), eccetera.

Quando è successo? Come mai idee politiche di cambiamento e nuovi mezzi di comunicazione hanno potuto legarsi in modo così profondo? In Germania, dove pure è sorto il *Piratenpartei*, il partito dei pirati informatici tedeschi spesso accostato al Movimento di Grillo, non si parla certo di risultati elettorali in doppia cifra come da noi. Nel maggio del 2012, in elezioni regionali, si attestano sul 7,7%. Nè mancano da parte loro prese di distanza. Dichiarò Carlo Von Linx, uno degli esponenti del nuovo partito tedesco, al “Fatto Quotidiano”:

«Beppe Grillo mi è sempre piaciuto. Ma ha imposto al Movimento 5 Stelle uno statuto che lo rende capo di tutto: è un leader politico anche se dice di non esserlo. Lui e la sua ditta tengono il “copyright” del logo e del nome del movimento, possono espellere singoli, o gruppi di persone, quando gli pare. In questo modo il suo non è un movimento sufficientemente democratico: se Beppe Grillo mollasse l'osso e permettesse al 5 Stelle di diventare un movimento orizzontale (...) allora potrebbe essere assimilabile a noi».

Un fenomeno precisamente italiano, quindi. Che si è preso del tempo per formarsi: tutta la nostra storia recente, come dicevamo.

Si comincia dal momento in cui Grillo, per l'appunto, va fuori. La vicenda è nota, ma a ripercorrerla appare piena di premonizioni. È il 1986, l'anno della celeberrima battuta sui socialisti “che rubano” in diretta tv. Il grande clamore provoca l'estromissione dalla tv di stato del comico genovese, il quale è già allora una stella del piccolo schermo. Già presentatore del Festival di Sanremo, conduttore dei varietà del sabato sera, titolare di programmi in prima serata. Enorme il successo anche come testimonial pubblicitario, ruolo con il quale vince anche il Festival della pubblicità di Cannes. Una punizione esemplare quella che subisce, dunque, e che perdura fino al 1989, quando torna, ancora come *special guest* a Sanremo (l'Italia di allora non abbonda di eventi tv). Già si va formando il personaggio del marginale, del non voluto, dell'estromesso. Adesso è lui stesso a porsi come osservatore esterno: «Là dove c'è la televisione non esiste la verità. Mai», scandisce durante il monologo. Parte proprio da lì la sua traiettoria di allontanamento.

Ancora qualche anno di assenza dalla tv, vissuta negli spettacoli teatrali, finché nel 1993, in una Rai “dei professori”, nel pieno della cosiddetta crisi della Prima Repubblica, gli viene offerta l’occasione di tenere uno spettacolo tutto suo. Saranno due puntate, chiamate “Beppe Grillo Show” e viste da quindici milioni di telespettatori. Grillo è già molto distante dai temi consueti dello spettacolo comico nazionale, parla di consumo consapevole, e di economia, ma per criticare il Pil, o di politica, ma solo per dire «ecco perché eliminerei tutti i politici», a mò di intercalare. L’innamoramento per la tecnologia è ancora lontano. Anzi, è critico verso certe opache forme di modernità, come il 144. Conclude «Perché la tecnologia, se nessuno la sa usare, o se la usano in pochi, non è tecnologia». Quasi invocasse l’avvento del web, ma prima del web.

Di lì in poi basta tv, con qualche sparuta eccezione per quelle a pagamento. Spettacoli, tournèe di enorme successo nelle quali, come oggi gli viene rinfacciato dagli avversari, si consolida la sua diffidenza verso computer e affini. Ogni sera sul palco spacca i pc, ironizza sulla vacuità della rete con un “www.checazzofaccio.it” e infine grida “dietro internet non c’è più niente!”. Grillo l’isolato è adesso l’uomo che ci avverte. E sublima la sua identità in idee spettacolari, come quando in uno dei suoi “discorsi all’umanità” (monologhi trasmessi il 31 dicembre da Tele+) parla da capovolto, come se stesse camminando sul soffitto: «La posizione è strana perché il mondo è strano. (...) Voglio dirvi che forse sono io l’unica cosa diritta!». Tra lui e il mondo, le direzioni sono opposte. Uno dei due dovrà adeguarsi.

L’ammonitore, l’uomo contromano, il predicatore che ride di sé imitando l’omologo televisivo del film “Quarto Potere”, conduce in quegli anni battaglie delle quali oggi riscuote gli interessi: Parmalat, Telecom, Tango Bond, solo per dire di alcune. Ecco che l’isolamento, e la tecnica di comunicazione “da fuori”, non sono che l’espressione immediata e visibile di una costante opera di testimonianza attiva. Comunicare non è solo mettere in piedi un poster e uno spot. E’ collegare meglio che si può parole e fatti. In questo, indipendentemente dal giudizio sulla sua decisione di entrare in politica, e sui suoi modi di concepire la democrazia partecipativa, va riconosciuto all’operazione Grillo un tragitto credibile e consistente.

«Io ho cominciato vent’anni fa girando il mondo, visitando laboratori, intervistando ingegneri, economisti, ricercatori, premi Nobel. Ho rubato conoscenza ai grandi. Mi sono informato, mi sono fatto un culo così, anche se molti mi prendono per un cialtrone improvvisatore»,

dirà in un’intervista del 2012.

Arriviamo a un punto di svolta: il 2005, l’anno in cui nella biografia di Grillo entra il web. Conosciuto Casaleggio, raccontano infatti le cronache, Grillo guarda sotto nuova luce la rete e le sue potenzialità. Nasce Beppegrillo.it, che è il nome del blog ma anche quello del nuovo spettacolo itinerante, così da indurre più facilmente gli spettatori, ma anche chiunque passi davanti alle affissioni pubblicitarie dello spettacolo, a visitare il blog (leggibile anche in inglese e giapponese). La controinformazione spettacolare diventa militanza, i contatti aumentano, e già nel 2008 “The Guardian” lo definisce uno dei blog più potenti al mondo. Nel 2007 c’era stata la prima manifestazione politica nata dalla rete, il V-Day: due milioni di persone, duecento piazze. Dove V sta per un prosaico vaffanculo, ma allude anche al “V for Vendetta” di Alan Moore, prima graphic novel poi film, dal quale deriva la celebre maschera di Guy Fawkes usata oggi da molti “anonymous” manifestanti. Un gioco di rimandi intrecciato alla controcultura del periodo. Perché il comico che vedeva il mondo sottosopra non è più solo. Ha incontrato il web, lo strumento fatto apposta per capovolgere il paesaggio italiano. Uno strumento che, in un paese con gravi ritardi infrastrutturali e tecnologici, si presenta come estraneo. Arriva da fuori, anche lui.

Come detto, spesso i detrattori di Grillo si concentrano sul suo radicale cambio di punto di vista a riguardo: prima spaccava i computer, ora li santifica. Ma questo non costituisce di per sé un disvalore o una dimostrazione d’incoerenza. Non tanto perché si viva in epoca di rimescolamento postmoderno, quanto perché ai soggetti nati entro i media, e Grillo lo è, per quanto atipico, si chiede solo coerenza linguistica e non di contenuti. Grillo, da sempre escluso e iracondo, è tenuto a restar tale, ma per il resto ha, come dire?, libertà di movimento. Stesso dicasi per Berlusconi, il quale per esempio può anche essere accusato d’essersi contraddetto più e più volte sulla legge elettorale ma senza per questo

intaccare la sostanza del suo personaggio. È il suo sorriso, piuttosto, a poter essere attaccato in comunicazione, perché è l'unica cosa consistente. Difatti, Berlusconi crolla da sé quando non c'è proprio più niente da ridere e serve un volto adatto al disagio sociale.

La contraddizione di Grillo rivela semmai un'altra sua natura fondamentale, che è fortemente presente nella sua comunicazione. Ossia l'assenza di laicità. In qualunque momento del suo percorso. Sia che presenti il computer come un demonio o che ne parli come di un angelo, la sua è sempre un'attitudine più che manichea. Diremmo quasi confessionale, capace insomma di sposare le tesi con integrità assoluta, presentandole di volta in volta sotto forma di salvezza oppure avversandole come nemici finali contro i quali essere "in guerra". Non gli manca l'allusione religiosa. Quando nel 2009 fonda il Movimento 5 Stelle, con un'assemblea a Milano, sceglie volutamente il 4 ottobre, il giorno di S. Francesco. Dichiarerà: «Francesco era detto "il pazzo di Dio", noi siamo i pazzi della democrazia». Più aderente, per quanto bizzarro possa sembrare il parallelo, sarebbe invece la figura di padre Pio da Pietrelcina. In termini di comunicazione, Grillo coincide con il miracolato non creduto dalle gerarchie, il burbero personaggio osteggiato dai poteri tradizionali, denigrato dalla religione ufficiale e poi però divenuto santo per acclamazione popolare. Arrivando da fuori.

D'altra parte, è lo storico Sergio Luzzatto (già autore per Einaudi di una monografia sul religioso) a parlare così dei miracoli novecenteschi sul Sole 24ore nel giugno 2012:

«Soltanto a prima vista si tratta di fenomeni anacronistici, residui di arcaismo nelle nostre società secolarizzate: a guardar meglio, sono espressioni della più dispiegata modernità. Quando producono miracoli di guarigione, si tratta spesso di devozioni certificate (così a Lourdes) dal sigillo ufficiale della scienza medica. Si tratta di devozioni alimentate da tutta una serie di infrastrutture di trasporto, comunicazione, marketing, che hanno reso il turismo religioso la prima forma di turismo di massa. Si tratta di devozioni spesso recuperate dalla politica: come attesta, più di ogni altro, il caso della devozione per il sacro Cuore di Gesù nell'Italia della Grande Guerra e poi nell'Italia Fascista. Si tratta di devozioni rilanciate, al giorno d'oggi, da una presenza capillare e quasi aggressiva sul web».

Bizzarro forse, ma assonante.

Il misto di fideismo ed enfasi che si è formato intorno al fenomeno Grillo tuttavia come dicevamo convive con una storia autentica, un cursus honorum credibile, degno di rispetto. Tutta la comunicazione sorta intorno al suo personaggio compone così un vero groviglio di rappresentazioni, che promette di diventare uno dei tanti nostri approdi distorti alla modernità. Tecnologia e beatificazione, millenarismo e strategie di marketing. Ma in comunicazione arriva sempre il momento della sintesi. Quello che abbiamo appena definito una sorta di Padre Pio della politica, amato da seguaci che gli perdonano ogni deficit democratico, il contro-informatore oggi creduto perché ieri poco ascoltato, si trova ora sulla soglia di due questioni aperte.

La prima è legata alla politica: cosa sarà di questa sua identità nel momento dell'ingresso nelle istituzioni? Potrà continuare a dirsi "esterno" anche allora? Sarà valsa la pena farsi partito? Non perderà di significato la sua alterità, e la capacità di influire sui temi della politica nazionale? Per mantenere fede al suo personaggio da outsider, che contorsioni saranno necessarie? Può reggere una risposta come quella offerta nel corso dell'intervista sopra citata, quando gli si dice «poi però vi tocca governare»? «A me no, figurati, non ci casco. L'ho detto e lo ripeto, io nel palazzo non ci entro: non mi lascio ingabbiare. Preferisco restare un battitore libero, un franco tiratore. Ma troveremo persone competenti per fare il premier e i ministri». Certo, nell'eterna anomalia italiana tutto può essere dato, ma è difficile immaginare Obama che governi in pantofole da casa. Si può restare fuori?

La seconda è legata ai media: attorno alla sua originaria esclusione dalla tv si è via via creato il personaggio dell'estraneo, poi rafforzato da una ricca aneddotica che è tra i suoi cavalli di battaglia. Dal premier Prodi che lo riceve ma poi pare addormentarglisi davanti, fino al tentativo di iscriversi alle primarie del PD, respinto poiché già ispiratore di una lista alternativa: la sequenza di episodi incentrati sul suo isolamento è stata metodicamente inanellata. Ma per quanto la natura del personaggio Grillo possa apparire genuinamente estranea all'establishment, egli stesso è un prodotto dei media. Escluso, sì, ma all'interno della sfera pubblica. E continuando a saltare da un mezzo di comunicazione all'altro. Un trionfo dello spettacolo debordiano, dentro il quale ormai vive tutto, compresa l'illusione del fuori. E

quindi: siamo sicuri che Grillo sia estraneo? Non rappresenta invece una versione più sofisticata e aggiornata dell'intreccio tra media e potere che egli stesso denuncia?

La comunicazione non è un fatto puramente linguistico ma una vicenda della democrazia, nella quale il potere, la cultura, l'economia si condensano in modi straordinariamente visibili e netti. Non è possibile parlarne come di una tecnica astratta, distante dal conflitto e dalla storia. Propone poche novità di fondo, ma assume ogni volta forme diverse e infinite variazioni. Di cosa si tratti questa volta, saranno i prossimi mesi a dirlo.