

DOPPIOZERO

Post Grillo

Gianfranco Marrone

1 Marzo 2013

All'inizio (ma l'inizio sta al centro, diceva Kafka) sembrava tutto chiaro: la distinzione fra forze politiche ricalcava la spartizione mediatica. Da una parte la vecchia politica, destra e sinistra insieme, che ha usato i mezzi di comunicazione tradizionali come la stampa e la televisione, col rinforzo delle affissioni pubblicitarie su strada e dell'uso invasivo della posta. Mai come in quest'ultima campagna elettorale leader e leaderini hanno gremito gli studi televisivi di qualsiasi trasmissione di qualsiasi canale di qualsiasi network, trasversalmente dai programmi delle sei del mattino a quelli della buona notte. Dall'altra la nuova politica (o l'antipolitica, come viene chiamata dalla prima), che usa con grande maestria gli strumenti presunti diretti, e sedicenti opposti, consigliati dai guru più svegli della comunicazione: la piazza e la rete. Il Movimento Cinque Stelle ha dovuto parte del suo trasbordante successo proprio a questa sua maniacale attenzione verso quale fosse lo strumento comunicativo più utile ed efficace per veicolare il proprio credo politico; e soprattutto quale non fosse: da qui l'espulsione degli affiliati che vanno in tv o l'esclusione dei giornalisti dai grandi eventi nelle piazze. Ed ecco l'esplosione di social media e blog, dove ferveva il parlare grillino, goffamente adoperati dagli avversari – ineducatamente definiti, anche per questo, "morti viventi".

Esaurita la sbornia, resta quella che i latinoamericani chiamano resaca e gli anglofoni hangover, ossia quell'acuto mal di testa accompagnato da un vago senso di vergogna e di pentimento che puntualmente si presenta il giorno dopo una gran bevuta. Nella confusione panica, tutto diviene possibile, ossia, molto più semplicemente, si scoprono gli altarini. E arriva la dissacrazione di due falsi miti.

Innanzitutto, ci accorgiamo che la contrapposizione fra vecchio e nuovo (sia essa applicata alla politica o ai media) è vecchissima. Per quanto il postmoderno sia oggi demodé, è indubbio che questa ingenua opposizione è retaggio di una modernità deteriore cui nessuno crede più. In secondo luogo, viene fuori che la distinzione fra tipi di media non si misura sulle loro potenzialità tecniche a priori ma sul modo in cui vengono adoperati concretamente. Il problema non è la televisione, ma che cosa ci si va a fare. Qualcun è andato là a spolverare sedie, qualcun altro (autoprofeticamente) a pettinare bambole.

Analogamente, la potenza comunicativa non sta nei blog, dispensatori magici di immediatezza, ma nelle dinamiche che in essi si vengono a creare. Quando Grillo scrive un post, rispondono in quindicimila: motivo per cui nessuno legge più i commenti. Al punto che, se questi commenti sono critici rispetto al post, viene subito agitato lo spettro degli 'infiltrati' (figura, in un blog, tanto evidente quanto assurda). Il blog, come predica da tempo Ciccio Mangiapane, sono strumenti fortemente leaderistici. Così come i social media: se divengono piazzette per gli uffici stampa, perdono la loro potenziale interattività.

Alla fine (ma nessuna fine conclude nulla, replicava Deleuze), con il solito doppio salto mortale Grillo ha proposto ciò che i suoi avversari avrebbero dovuto proporre a lui: un governo affidato al Movimento Cinque Stelle. Se Bersani avesse fra i suoi presunti guru un qualsiasi avatar di Sun Tzu o di von Clausewitz, saprebbe che, per quanto doloroso, arriva sempre un momento in cui occorre lasciar avanzare l'avversario. È l'unico modo per fargli bruciare il terreno sotto i piedi.

E allora, per cortesia, lasciamo stare in pace questi benedetti media, troppo spesso considerati responsabili di tutti i beni e di tutti i mali del mondo. E accomodiamoci belli comodi in poltrona: potrebbe capitare di vedere Grillo, a reti tv unificate, illustrare una manovra economica necessaria che aumenta le tasse ai poveri. E gli altri twitterebbero molto meno.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

