



Il leader del Movimento 5 Stelle Beppe Grillo
FOTO L'ESPRESSO

Grillo sempre più simile a Silvio «Brogli nel 41 per cento al Pd»

● Ora il capo 5 Stelle mette in dubbio il risultato elettorale. Il Pd: «Fattene una ragione» ● Ancora critiche per l'alleanza con lo xenofobo Farage, ma l'ex comico tira dritto e mette alla berlina Pizzarotti

ROMA

Non la manda giù. E a quanto pare neanche il Maalox gli ha fatto effetto. Beppe Grillo continua a soffrire la cocente sconfitta elettorale, la patisce a tal punto che prima se la prende con i pensionati restii a cambiare l'Italia, poi si fa vedere con una corona di «spine» in testa per assumersi la colpa del mancato successo del Movimento 5 Stelle. Poi ci ripensa, cambia idea e nell'ennesima puntata del suo show il leader del Movimento 5 Stelle ora denuncia brogli, che avrebbero avvantaggiato il Pd alle scorse elezioni Europee. Il numero uno dei grillini sceglie il suo solito blog per lanciare la sua solita accusa.

Poco originale per la verità, perché lo aveva già fatto Silvio Berlusconi nel 2006 dopo la vittoria di Romano Prodi alle politiche. Una strana somiglianza fra i due. Il comico genovese per dare credibilità alla sua tesi posta in rete «Brogli sì, broglio no: la terra dei cachi» una sorta di collage di articoli presi dal web che analizzano «la percentuale fantomatica del 41% al Pd». Così il leader pentastellato parla del «divide et impera» come la migliore «strategia di controllo politico applicabile praticamente a qualsiasi contesto sociale». Poi se la prende con un fantomatico «sistema» che si sarebbe dato da fare «affinché le naturali diversità esistenti in società (orientamento politico, razza, etnia, religione, genere sessuale, età, status, mansioni lavorative, ecc) fossero comunemente precepte sotto forma di fazioni in eterno conflitto nella grande battaglia per un posto al sole». Insomma per Grillo il 41% e passa di voti presi dal Pd alle Europee è «uno stupro alla logica» e «irragionevole» o «sconcertante» propone di «vigilare in modo chiaro e controllabile sulle relazioni amicali e parentali degli scrutatori e presidenti dei seggi» fa suo il motto bartaliano del tutto sbagliato, tutto da rifare, e chiede ai suoi in Parlamento di «farsi forza più di prima e chiedere di avviare una verifica del voto, soprattutto in

quei seggi «rossi» dove già in passato si sono verificati brogli». Spinge il M5S a «chiedere di avviare una verifica del voto» e suggerisce di «costruire un sistema anti-broglio per vigilare in modo chiaro e controllabile sulle relazioni amicali e parentali degli scrutatori e presidenti dei seggi e permettere un controllo popolare quanto più esteso possibile tramite l'uso della tecnologia».

Grillo in questo modo tenta di nascondere il malumore della sua base lanciando accuse pesanti e cerca addirittura di dare un significato sociologico al concetto di broglio elettorale, che secondo il capo del M5S assume la «modalità indiretta» per «alimentare la reciproca sfiducia tra i cittadini» e «infonde grande rabbia, in quanto ogni elettore è portato ad attribuire l'esito irragionevole espresso dalle urne non già ad una frode attuata dal potere in spregio di ogni norma etica e democratica, bensì alla sprovvedutezza o alla disonestà degli altri elettori». E

storicizza i brogli dalla Serenissima al voto per le presidenziali americane del 2000 in Florida.

«La batosta elettorale ha talmente stordito Grillo che non riesce a farsene una ragione» gli replica Roberto Speranza, capogruppo del Pd alla Camera «invece di evocare brogli - aggiunge - pensi a utilizzare il consenso che ancora mantiene per fare con noi quelle riforme che consentirebbero all'Italia di uscire dalla palude». E Matteo Richetti con l'hashtag #grillofattunara ragione rincara «gli italiani hanno scelto chi vuole cambiare e non chi vuole insultare. A volte il silenzio è d'oro». Ma i problemi per Grillo non finiscono qui. Il comico è stato aspramente criticato per la sua alleanza con il leader inglese dell'Ukip, dal Nobel Dario Fo «attento a Nigel Farage» e da Ferdinando Imposimato, giudice emerito della Cassazione, molto vicino ai 5Stelle «è un pazzo scatenato, la quintessenza del razzismo e del nazionalismo» dice.

Ma lui non demorde e tanto per non perdere il vizio piazza il sindaco di Parma, Federico Pizzarotti, ultimo nella classifica di gradimento dei sindaci M5S. È il prezzo che deve pagare per aver criticato Grillo dopo la sconfitta elettorale.

PAROLE POVERE

L'inarrivabile Cialtron Heston

● Mancavano al quadro proprio i brogli. Riepiloghiamo: i colpi di Stato non si contano più nella piccola bibbia della Casaaleggio; quanti ne hanno denunciati? Si inizia a perdere il conto anche degli impeachment contro il presidente della Repubblica, tra promesse e minacce. E fin qui siamo nella pista tracciata assieme dal caimano e dal sovrano dei cinque stelle. Anzi, siamo in quella traccia unitaria anche per la storia dei brogli, il tormentone d'obbligo, sennò gli cade il castello e a Grillo tocca lasciare, come aveva promesso in caso di sconfitta elettorale alle europee, la scena politica. Per cui, se vuole una base pur traballante sulla quale appoggiare la sua permanenza alla guida dei suoi,

deve necessariamente mettere in discussione la legittimità della sconfitta. Operazione difficile: nel frattempo, sta cucendo la tovaglia nuziale che offrirà a un destrone antieuropeo, Farage, afflitto dal grave difetto di sembrare tale - destrone e antieuropeo - a molti dei suoi. Così, eccolo impegnato su due fronti: da un lato, militarizza le informazioni destinate a far piacere Farage, lo sposo europeo, ai meet-up, dall'altra crea un diversivo quasi obbligato per risollevarne gli animi della truppa e, come abbiamo visto, per restare a galla senza farsi dare dal bugiardo dal primo che passa. Il tutto, con uno stile attoriale impeccabile, un inarrivabile Cialtron Heston.

Il web sposta voti? No, fa molto di più: sposta le persone

Il 72,5% dei politici non risponde ai messaggi che riceve. Nella campagna elettorale per le ultime elezioni politiche Mario Monti ha ricevuto 21.098 interazioni su Twitter e non ha mai risposto; Silvio Berlusconi lo ha fatto 4 volte su 11.461; Pier Luigi Bersani 5 su 15.297; Antonio Ingroia 42 volte su 2809 sollecitazioni. Non è il caso di trarre subito le dirette conseguenze di questi dati e confrontarli con i rendimenti elettorali dei partiti guidati dai leader citati. E infatti, Gianluca Giansante non lo fa. Ma il suo libro «La comunicazione politica online. Come usare il web per costruire consenso e stimolare la partecipazione» è un avvincente percorso tra, per così dire, premesse digitali e risultati analogici.

Giansante è, tra le molte cose, responsabile comunicazione e relazioni con i cittadini della Regione Lazio (dunque gli sono concesse le molteplici citazioni delle attività del relativo, prima candidato, e poi presidente, Nicola Zingaretti) e nel volume appena pubblicato da Carocci Editore, ricco di dati, schemi e piccole storie, mette in fila tutti i dogmi della propaganda politica sul web, li analizza, li mette in ordine, ne individua le pratiche corrette e gli errori e, cosa più importante, cerca di assegnare il giusto peso ad ognuno di que-

LA RECENSIONE

ROMA

È nelle librerie «La comunicazione politica online», un percorso tra premesse digitali e risultati analogici su come usare la Rete per costruire consenso

sti strumenti in relazione alla «grande domanda» di ogni comunicatore politico di questi tempi: quanti voti porta il web?

Per la cronaca, l'attitudine ad usare il web e a rispondere ai cittadini dei leader succitati sembra aver influito poco sul dato delle urne se è vero che il movimento di Ingroia prese solo il 2,25%. Discorso ovviamente diverso, ma merita un discorso a sé, è quello affrontato sull'uso di Internet da parte del Movimento Cinque Stelle o da Matteo Renzi.

«Pensare che il web possa «spostare voti» è l'espressione di un atteggiamento riduttivo, nel senso che riduce le potenziali-



LA COMUNICAZIONE POLITICA ONLINE

Gianluca Giansante
pagine 235
euro 16
Carocci editore

tà del mezzo. Con il web infatti si può fare molto di più, si possono «spostare le persone». Questo è il passaggio chiave del libro di Giansante ed è esemplificato perfettamente dalla storia di tre ragazzi francesi: Guillaume Lieghey, Arthur Muller e Vincent Pons. I tre, destinati nella vita a tutt'altro, partecipano come volontari alla campagna elettorale di Barack Obama nel 2008. «Vedono in azione la macchina elettorale americana - scrive Giansante - vivono dall'interno l'utilizzo di tecniche di comunicazione molto diverse da quelle diffuse nel contesto europeo, ancora legato a metodi tradizionali, molto costosi e

spesso poco efficaci, come il volantinaggio o le affissioni. Tornano in Francia con una visione: utilizzare la mobilitazione dal basso per contribuire alla vittoria del candidato socialista alle successive elezioni presidenziali. Organizzeranno la più grande mobilitazione mai realizzata prima in Europa: una campagna che ha portato 80.000 volontari a bussare a cinque milioni di porte, contattando dunque, in modo diretto, quasi il 10% dell'elettorato e ottenendo risultati importanti in termini di aumento dell'affluenza».

E la Rete dov'è in questa storia? Nell'esperienza francese, dimostra Giansante, Internet è lo strumento chiave per mettere in contatto e organizzare un'operazione di partecipazione così imponente. Il web è stato usato in tutte le fasi dell'iniziativa: per costruire consenso e fiducia nei confronti del candidato, per far crescere l'interesse e la curiosità intorno all'operazione, per mobilitare i volontari, per formarli a una modalità di azione nuova e per organizzare i piccoli gruppi di contatto con i cittadini. Queste azioni sono state svolte attraverso la pubblicazione di una guida online per i field organizers, gli organizzatori sul campo, responsabili dei piccoli gruppi locali.

Ma perché il web sia vincente o per for-

nire il giusto contributo, anche solo nelle operazioni più strettamente legate alla comunicazione, occorre rispettare alcuni paradigmi spesso ignorati. Sono tre e discendono da altre tre affermazioni molto comuni: il web è una scorciatoia; il web è più economico; sul web è pieno di pazzi che scrivono critiche violente.

Dunque per svolgere efficacemente qualsiasi lavoro sul web, osserva giustamente Giansante mettendo insieme approccio scientifico ed esperienza sul campo, occorrono pazienza e dedizione, risorse e investimenti. E chi critica non è necessariamente uno scriteriato, va ascoltato, possibilmente compreso e lo strumento più utile per veicolare i propri contenuti è rispondere alle critiche punto per punto.

Come usare la Rete per creare un rapporto di fiducia con i cittadini e ampliare il proprio pubblico di sostenitori? Come trasformare la partecipazione online in partecipazione attiva fuori dalla Rete? A queste e ad altre domande risponde il libro. L'autore ribalta alcuni luoghi comuni sul web, mostrando che la Rete non rende le campagne più automatizzate e distanti ma fornisce gli strumenti per farle diventare più vicine e più umane, per rimettere le persone, i contenuti e i rapporti diretti al centro del processo politico.