

## Analisi

### GRILLO E IL LINGUAGGIO DEL CYBER-POPULISMO

Una attenta disamina della comunicazione verbo-visiva posta in essere dal MoVimento 5 Stelle, sia nell'articolazione dei suoi strumenti di proselitismo e di fidelizzazione attraverso la Rete, sia nelle adunate di massa durante lo 'Tsunami tour', dove domina (anche in video) la figura del leader che conciona e deride, mentre il coro dei grillini e la piazza restano rigorosamente muti. In genere tutto si basa su un flusso iper-informativo e iper-invettivo rispetto a cui il fruitore-utente viene così privato della facoltà di riflettere e di maturare una vera auto-consapevolezza.

---

di Desirée Massaroni

*Il cambiamento è stato col blog, la rete. Ho scoperto Casaleggio, che è il mio alter-ego in Rete (...) Il movimento si è trasformato in una comunità meravigliosa... quindi con parole... con parole... guerriere (...) tipo solidarietà, stiamo insieme (...). La rete è un modo di vedere il mondo non è solo una comunicazione diversa... è cambiato il mondo (...). Il modo di osservare il mondo è completamente diverso (...)*  
**Non serve neanche più saper leggere in un certo modo, saper scrivere in un certo modo i classici... le cose... io sono per mantenerli, per l'amor di Dio, ma vanno a icone (...)**  
*il linguaggio della rete sono icone (...) tutte le mediazioni non serviranno più.*  
*Lei, la televisione, non saranno più necessari tra un po'.*

Grillo B. (tratto da un' intervista da parte della giornalista turca, Selin Sanli).  
L'intervista è andata in onda su La7 durante la trasmissione televisiva Servizio pubblico del 21 marzo 2013.

Il successo del M5S è riferibile all'avvento di una democrazia<sup>1</sup> plasmante una neo- comunicazione verbo-visiva e un nuovo utente-fruente. Quest'aspetto, proprio della Rete, si inserisce all'interno di un'operazione socio-politica mirante a un rinnovamento del concetto di democrazia come interazione online, fattiva e attiva, di tutti i cittadini alla 'cosa pubblica'.

L'idea configurata nella *e-democracy*, sorta come risposta al declino delle democrazie vigenti, è quella di ridare vita ai pilastri della democrazia attuale attuando un'operazione di cambiamento proprio per mezzo di Internet. Il sorgere di un'*idolatria cibernetica* in virtù di un'ipotetica e possibile partecipazione collettiva<sup>2</sup>, si instaura così sull'onda di un clima di forte risentimento e di disillusione da parte della cittadinanza verso gli odierni stati politici.<sup>3</sup>

L'esigenza di un'abolizione di qualsiasi forma di intermediazione sul piano dell'interazione fra i cittadini e la classe politica, ha condotto paradossalmente non ad un restauro della democrazia, ma alla costituzione di una *politica molecolare* in cui, venendo meno le separazioni, si assiste all'imporsi di dinamiche spontanee di aggregazione e di disaggregazione. I siti web, i blogs, i forum, ponendosi apparentemente come *'testi aperti'* avrebbero forgiato una nuova idea di politica come coinvolgimento di ognuno in un contesto fluidificato, partecipativo, interattivo. Questi aspetti, esperibili nella Rete, hanno assunto tuttavia dei contorni ambivalenti per cui la ricerca del confronto e del dialogo si è risolta in una *fine del dibattito politico*. La Rete, come immenso spazio globale, rappresenta apparentemente un luogo di molteplici e stimolanti connessioni e interconnessioni fra gli utenti coinvolti nel dialogo e nella partecipazione spontanea. Eppure, come riscontrato nel fenomeno Facebook, la democrazia è ostacolata da due fenomeni consustanziali alla Rete stessa e individuabili nella *polarizzazione* e nella *frammentazione*.<sup>4</sup> La polarizzazione di opinioni all'interno di luoghi 'recintati' (Facebook, Twitter, Blogs, ecc.) in cui gli utenti, concordi fra di loro *fino all'estremo*, escludono l'Altro percepito come aggressivo, mina radicalmente qualsiasi forma di contraddittorio, di messa in discussione delle proprie presunte certezze incentivando un'*omogeneizzazione dell'opinione*. Tali nicchie virtuali, non fisicamente esperibili, precludono quindi una visione condivisa del mondo e della realtà: all'interno del proprio blog si crede che esista solo il proprio interesse e quello dei proprio adepti o seguaci<sup>5</sup> senza entrare in contatto con gli altri, senza valutare collettivamente le decisioni migliori. Se per prendere le decisioni più giuste è indispensabile far riferimento a una collettività ben informata ed equilibrata, a causa di meccanismi incentivanti *il pensiero veloce* l'individuo tende a smarrire le proprie facoltà di discernimento, manifestando progressivamente una minor propensione all'approfondimento ed a un filtraggio accurato delle notizie e delle informazioni.<sup>6</sup>

La Rete pare aver permesso quindi un fallace e apparente ampliamento partecipativo al dibattito (virtuale) laddove dinamiche di polarizzazione, di frammentazione e di personalizzazione hanno generato 'contesti' conclusi, ostili al dialogo e fondati su un'ineludibile incertezza rispetto i partecipanti al confronto e i destinatari dei quali si hanno solo delle interfacce.

Rispetto al M5S, la struttura visiva e verbale del sito<sup>7</sup> è articolata in una stratificazione di due sfondi monocromatici<sup>8</sup> di colore grigio e giallo, quest'ultimo rinviante al colore delle stelle del movimento e al simbolo *iconico* ritagliato sulla sinistra dallo sfondo. La stella così stagliata si dirama in tre punte indicanti in alto il sintagma (*liste a cinque stelle*), sul lato destro messaggi di volta in volta rinnovati (video-commenti) e in basso il sintagma (*Gli eletti del Parlamento 2013*). Il sito del M5S è perlopiù composto da una prevalenza di linee orizzontali volte a veicolare una sensazione di stabilità visiva, bilanciando meglio gli elementi dinamici collocati soprattutto sul lato destro. Senza scorrere col mouse, la prima parte della pagina web appare subito di forte impatto visivo mostrando: la stella, il logo, il video-commento, la lista degli eletti al Parlamento e, sulla destra, la frase *"iscriviti al movimento"*. Cliccando sui video-commenti, di breve durata, quotidianamente aggiornati e di vario afflato socio-politico, si è rinvii istantaneamente ad un'altra piattaforma virtuale (youtube) in cui il video è consumato velocemente. Il "logo" del movimento, contenente una "v" di colore rosso, pare rievocare la punta mancante della stella sulla sinistra configurando un *logogramma*.<sup>9</sup> Se si scorre lungo la pagina si può vedere come *il programma* del M5S, che dovrebbe costituire la parte fondamentale del tipo di sito web analizzato, sia collocato solo alla fine<sup>10</sup>. Sulla parte destra della pagina web appaiono una serie di sintagmi: *"Invia il tuo video-commento"*, *"Iscriviti al movimento cinque. stelle . Potrai votare il programma e le proposte. Ognuno conta uno!"*, *"Iscriviti"*, *"Iscrivimi (...)"*, *"Inserisci la tua email per rimanere informato"*

(...), “Tenetemi aggiornato (...)”, “Sono disponibile (...)”, “Voglio partecipare”, “Visualizza (...)”, “Crea (...)”, “Promuovi (...)”. Nella strutturazione di un sito web, il metodo di lettura occidentale (da sinistra verso destra) e la presenza delle principali funzioni delle barre dei menu di navigazione sulla sinistra, determinano una maggiore pesantezza ottica del lato sinistro. La scelta di collocare i messaggi di maggiore importanza sul lato destro del sito web potrebbe derivare dunque dall’asintropia, propria dell’asse orizzontale, per cui lo scorrimento dell’occhio dal lato sinistro a quello destro agevolerebbe una maggiore facilità percettiva. Il frasario del M5S ricorre per lo più all’imperativo poiché come afferma Nielsen “*Gli utenti sono istintivamente attratti dalle frasi che indicano loro cosa fare, specie se collocate accanto a componenti interattive ben riconoscibili, come caselle di input ed elenchi a discesa. Spesso, inoltre, seguono diligentemente le istruzioni perché pensano di dover svolgere l’azione descritta*”.<sup>11</sup> Nel blog del M5S similmente al sito web l’utente è travolto da esortazioni come “*potrebbero interessarti questi post*”, “*perché installare il fotovoltaico a casa prima del 30 giugno 2013*”, “*invia il tuo video*”, “*guarda la conferenza stampa*”, “*scarica gratuitamente, stampa e diffondi il magazine del Blog*” che replicando i meccanismi della Rete sono privi di una disamina, di un approfondimento della frase riportata in quanto volgono a suscitare soprattutto *reazioni rapide* da parte del ricevente. Scorrendo nella pagina principale del sito e cliccando sul primo comunicato stampa appare il seguente testo:

*“Signori stiamo per affrontare qualche cosa di straordinario, delle elezioni in Parlamento, un Movimento, elezioni via Web, non è mai stato fatto nulla di così straordinario. Facciamo quello che possiamo, le regole sono molte, poi stanno molto attenti se sbagliamo, bisogna non sbagliare nulla. Sarà un cambiamento epocale, duro, sbaglieremo, sbaglierò, mi accuserete di qualsiasi cosa, non lo so. Io credo che dovremmo affrontare insieme una grande cosa che stiamo facendo, ce ne renderemo conto tra qualche anno, quindi dateci una mano piuttosto che martellarci, a me e a Casaleggio, di darci delle martellate in testa, dateci consigli, una mano, abbiamo bisogno tutti uno dell’altro. Grazie”*.<sup>12</sup>

La composizione di questo comunicato assecondante la corrente estetica del corto, della brevità, tratteggia una sorta di *scrittura orale* fondata sull’affastellamento rapido di concetti giustapposti fra loro. È individuabile una valorizzazione del piano dell’enunciazione (“*stiamo per affrontare*”) rispetto a quello dell’enunciato in cui l’asimmetria tra l’enunciatore e gli enunciatari comporta, per il primo, l’uso dell’imperativo categorico e per i secondi, i riceventi, la messa in pratica del *potere* espresso nei predicati verbali. Il testo si struttura nella veicolazione di un *tempo acrono* mirante ad annullare il ‘tempo comunemente esperito’ e la sequenzialità attraverso la sua compressione, mescolando simultaneamente presente, passato e futuro. Un flusso iper-informativo sul piano verbale in cui il lettore-utente viene così privato della facoltà di riflettere. L’estetica del messaggio immediato e immediatamente fruibile si riscontra analogamente nella moltitudine di video-commenti e nei brevi filmati che, al pari del testo analizzato, paiono configurarsi come ‘promo’.<sup>13</sup> Il comunicato comporta dunque un *paratesto*, ovvero la configurazione di quella *zona indecisa tra il testo e ciò che ne è al di fuori*; l’organizzazione interna del comunicato è indicativa di un rapporto tra il testo in sé e ciò a cui esso rinvia, costituendosi dunque come *un’anteprima* che (proprio in quanto tale) pretende di essere esperita. La garanzia di una fruizione da parte dell’utente si fonda a sua volta sulla creazione di un discorso coerentemente persuasivo, composito di premesse, di argomenti, di conseguenze miranti a convincere il ricevente di qualcosa di cui si pensa.

Se ad esempio l'ultima parte del comunicato (*Io credo (...) grazie.*) fosse stata posta all'inizio, senza spiegare prima il "perché" sia importante partecipare al movimento, il discorso sarebbe stato controproducente laddove sarebbero venute meno le motivazioni per giustificare l'azione. Nell'uso dell'imperativo, del carattere maiuscolo, delle interiezioni, è individuabile un'opera di promozione, di fervida propensione all'ottimismo implicante un appiattimento del pensiero individuale, incentivato alla rinuncia del pensiero complesso.

La riduzione della scelta e l'incitamento all'adesione subitanea a *'qualcosa di straordinario'* si declina in una negazione dell'ambiguità, aumentando un'enfasi emotiva che impedisce la messa in dubbio delle stesse regole del sito e soprattutto del suo contenuto.

Un altro aspetto della composizione del comunicato è rintracciabile nella mancanza degli 'a capo'; l'andare a capo segnala la discontinuità formale di un scritto e quindi del contenuto sancendo un cambiamento di argomento. La frammentazione discorsiva (le frasi paiono spezzettate e giustapposte fra loro) agisce all'interno di un flusso inglobante in cui, il non andare a capo, definisce appunto il testo come una sequela indistinta di passaggi in cui non viene marcata la diversità micro-tematica. La mancanza degli a capo, come la loro iper-presenza o totale assenza, implicano quindi per il lettore una difficoltà a comprendere creando malintesi come accostamenti iper-significativi. Se ne deduce come la continuità formale conviva con una discontinuità del contenuto svelando una strategia discorsiva di attese, sorprese, allusioni, rimandi, vagheggiamenti che, proprio nel loro *ritmo* incalzante e al medesimo tempo sospensivo, incarnano il loro potere.

Rispetto alle scelte linguistico-espressive adoperate nel sito web del M5S come nei meet-up, in un trafiletto del giornale *La Repubblica* Raffaele Simone definisce il linguaggio di Grillo "*il linguaggio del populista cavalcante l'onda dell'indifferenziata partecipazione di tutti*".<sup>14</sup> In un repertorio echeggiante il quadro bellico e la rivoluzione ("*arrendetevi, siete circondati*") si rintracciano le forme di un *cyber-populismo* che, proprio per la struttura rapidissima della Rete, incentiva alla generazione di messaggi semplicisti. I comunicati online, come i discorsi orali, mirerebbero dunque ad un'azione scardinante i tradizionali sistemi di rappresentanza solleticando esacerbati toni di risentimento.<sup>15</sup> Il linguaggio e il materiale informativo pubblicato nel sito e nel blog si struttura conseguentemente in una serie di *meccanismi veritativi*, convergenti nella rielaborazione di una realtà esterna come ascolto dell'esperienza diretta da parte dei cittadini, tralasciando una conoscenza specialistica dei fatti. La ponderazione, la riflessione, la contemplazione e l'argomentazione complessa è permutata in un'incessante stimolazione alla localizzazione e alla individuazione veloce dei contenuti, alla classificazione istantanea dei vari frammenti informativi e comunicativi. Il comunicato politico reifica in tal modo sul piano del significato e del significante la struttura di Internet ovvero l'interesse per l'immediato, per la 'rivoluzione' in tempo reale, sacrificando il pensiero lungimirante e una valutazione approfondita della situazione. L'inondazione di informazioni e di esortazioni, nel sito come nelle rincorse monologanti dei meet-up, produce – paradossalmente – *meno conoscenza* laddove le 'proprie decisioni' vengono prese sull'onda emotiva, in base *all'ultimo messaggio che si è fruito piuttosto che su quello più importante*. Ecco dunque come i blogs, la strutturazione dei meet-up, non promuova analisi articolate, minuziose, ma giudizi, sebbene taglienti, decontestualizzati ed estemporanei in cui la delega alla libera partecipazione dei cittadini diviene passiva *delega alla Rete*. L'affascinante possibilità, con un click, di *creare una propria lista* o di svolgere le molteplici funzioni demiurgiche elencate nel sito, significa rinunciare ad uno sforzo di analisi profonda. L'illusione instillata è quindi quella di uno scenario virtuale, trasparente, privo di qualsiasi assetto gerarchico e volto alla democratizzazione del sistema. L'informazione così offerta provoca la

velleitaria idea di mondo costituito dalla propria realtà, condivisa con determinati utenti, precludendo così la relazione con gli altri in quanto è solo nella negazione del confronto che può essere serenamente confermata la personale visione del mondo. A riguardo, in un articolo apparso su *La Repubblica*<sup>16</sup>, viene effettuato un parallelismo fra la piazza informatica e *l'agorà ateniese* da cui si desume la constatazione che, il mondo della virtualità, possa comportare un venir meno della struttura contraddittoria. Il fenomeno degli *tsunami tour*<sup>17</sup>, convogliante nella debordante e vertiginosa sequela di *meet-up*<sup>18</sup> – esperiti in *una variatio ad infinitum* – non ri-rappresenta, nella fisicità di questi *incontri*, la struttura dell'assemblea ateniese.

La negazione dell'effettiva partecipazione del pubblico si evince, nei video dei *meet-up*, dalla disposizione dei rappresentanti del M5S in una struttura solo apparentemente somigliante quella del teatro greco. I componenti del M5S, evocando il coro greco, sono posti dietro *l'attore* (Grillo) intento nella declamazione; rispetto al teatro ateniese il coro grillino, portavoce della collettività, oltre che ad essere sprovvisto di un *corifeo* è muto e non interagisce con l'attore, venendo così meno alla sua funzione commentatrice e rielaborativa della 'vicenda'.

Ulteriormente nella visione dei *meet-up* non si riscontra ad esempio un campo-controcampo fra il parlante e l'uditorio: la cinepresa resta perlopiù fissa sulla figura di Grillo<sup>19</sup>, segue i suoi movimenti secondo un dinamismo 'praticato' all'interno di struttura circolare (il reticolo del palco) in cui l'incessante discontinuità fisica replica appieno la frammentazione discorsiva.

Sebbene vi siano delle inquadrate della massa<sup>20</sup>, questa appare indifferenziata: non vi sono dialoghi ma un lunghissimo monologo intervallato talvolta da voci fuori campo. L'uditorio, similmente ai meccanismi attivati dalla rete, si trova così a fruire (passivamente) una comunicazione-informazione in *stile fast food*, puntellata da passaggi repentini in cui discontinuità tematica è sopperita dall'smodata e accorata emotività del linguaggio adoperato.

La gestione della moltitudine, sedotta da galvanizzanti promesse di onnipotenza sovversiva, si rafforza ulteriormente nell'uso del motto di spirito, del doppio senso, delle metaforizzazioni, del paradosso, dell'ironica coniazione di soprannomi e nomignoli ai politici vigenti. Rinviando agli altri candidati politici, a coloro che possono ambire alla medesima gloria, il riflesso derisorio della propria candidatura, la svalutazione degli avversari volge all'acquisizione di *pubblico consenso* dimostrando così una propria 'esclusività'. Il riso inteso anche come una correzione per umiliare l'altro fomenta la folla che, in uno squassante rovesciamento carnevalesco, *si vendica* grazie ad esso sublimando in tal modo la sua aggressività. E tuttavia è proprio in tale operazione che il riso, come il provocarlo, da arma irriverente, diviene strumento di conformismo; si scatena una risata dissacrante tendente quasi a un dispotismo ed a uno stato di costrizione in quanto, chi de-(ride) pretende che anche gli altri de-(ridano)<sup>21</sup>. In una società in cui la comicità ha assunto le fattezze di un imperativo sociale, il riso standardizzato, omogeneizzato mediaticamente, induce una derisione generalizzata priva di un'effettiva condivisione di credenze. Nell'esercizio dell'ironia, della dissacrazione, si aspira così condurre i destinatari all'affrancamento dai pensieri e dalla ragione. Il feroce sarcasmo, ridicolizzante l'avversario, inteso come oggetto ritenuto risibile, svolge in realtà la funzione di disinnescare la crisi contribuendo alla tolleranza delle ingiustizie. Infatti nell'attivazione di dinamiche del riso si agogna ad attirare il consenso dalla propria parte tentando così di ovviare all'assenza di ragioni o argomentazioni. *Il riso, scoprendo nel suo principio i nessi non più semplicemente per istruire o per riflettere la società, ma per trasformarla o per conservarla, contribuisce in modo deciso all'installazione di un nuovo ordine morale mediatico.*<sup>22</sup>

L'attuazione di una democrazia partecipativa, in cui ogni cittadino potrà gestirsi autonomamente, svela la sua fallacia poiché inglobata all'interno di un progetto controllante configurato dalla Rete e

da incidenti strategie comunicative lesive l'auto-consapevolezza del singolo. L'individuo, sempre più inteso come acritico decodificatore di informazioni, dovrebbe pretendere la riacquisizione dei propri tempi mediante il recupero di una *lentezza riflessiva* laddove, l'accurato discernimento delle informazioni, è inscindibile dalla propria sopravvivenza.

---

<sup>1</sup> La democrazia è un elemento caratterizzante la Rete, la comunicazione e l'informazione virtuale. E' interessante considerare quindi le configurazioni di tale potere e le conseguenze che questo attua soprattutto rispetto all'individuo. Il concetto di democrazia deve quindi essere considerato assieme a quello di multitasking, ovvero a una moltitudine diversificata di informazioni e attività svolte rapidamente e simultaneamente ad altre.

<sup>2</sup> L'accesso e l'uso di Internet è oggetto di dibattito rispetto al problema del *digital divide* (coloro che hanno e coloro che non hanno accesso alla Rete per una serie di fattori economici, sociali, ecc). E' chiaro tuttavia che l'idea di partecipare alla 'cosa pubblica', attraverso la virtualità, sia contraddittorio rispetto al dibattito medesimo o comunque manchevole di una esperibilità reale che pare essere diventata una componente secondaria.

<sup>3</sup> Rispetto alla crisi dei governi democratici e alla questione della democrazia nella Rete si rimanda a Galli C. *Il disagio della democrazia*, Einaudi, Torino, 2011. Cerutti, F, *Democrazia e/o generazioni future*, in «il Mulino», n. 461, 3-2012.

<sup>4</sup> I fenomeni di polarizzazione e di frammentazione online parrebbero riflettere la mancanza attuale dei precedenti luoghi pubblici adibiti al confronto diretto. Si può affermare come la struttura stessa della Rete sia, (almeno per il momento), antitetica all'assetto democratico poiché questo si fonda su questioni complesse, su mediazioni necessitanti di lunghi tempi di elaborazione ignari alla frenetica comunicazione algoritmica.

<sup>5</sup> Recentemente su Facebook, sul profilo di ogni utente, è apparsa la parola 'seguaci' per cui ogni 'alter-ego' virtuale potrà controllare quotidianamente il numero dei propri fans.

<sup>6</sup> Un fenomeno tipico del web è infatti quello di proporre una quantità illimitata di materiale informativo di cui spesso non si sanno le fonti. E' questa moltitudine di informazioni e sollecitazioni che rende l'utente, definito *utente search*, meno volto al riscontro personale fruendo spesso passivamente la materia virtuale. Internet ha permesso contemporaneamente al singolo individuo di produrre egli stesso informazioni; ne deriva un arricchimento a livello quantitativo ma non qualitativo. Su quest'ultimo aspetto si può far riferimento ad esempio al fenomeno di wikipedia e del citizen journalism.

<sup>7</sup> <http://www.beppegrillo.it/movimento/>

<sup>8</sup> Il giallo è un colore primario, è il colore della luminosità, della vivacità, dell'allegria, associato a una dimensione rivitalizzante, ma anche della saggezza, dell'ottimismo, della disponibilità, dell'altruismo. Il giallo del sito del M5S è un giallo di tonalità un po' scura associata alla saggezza e alla curiosità, veicolando un senso di autorità e intelligenza.

Rispetto alla questione dei colori, Theodor Lipps concepisce un'idea di vitalizzazione dell'opera d'arte dovuta alla trasposizione di sensazioni da parte dell'animo umano. Sarebbe dunque questo a provocare sensazioni fra l'aspetto percettivo e la tonalità cromatica. E' in senso ampio quello che Gillo Dorfles, nell'introduzione al testo *Arte e percezione* di Arnheim definisce il rapporto fra Gestalt e Einfühlung (empatia). Cfr., Itten J. *L'arte del colore*, Il saggiaiore, Milano, 1982.

<sup>9</sup> Questo è collocato in un'area solitamente molto forte del sito web, ovvero in alto a sinistra (parte appunto dedicata al marchio o al logotipo).

<sup>10</sup> Quando si entra in un sito gli elementi in alto, seguendo un moto discendente dall'alto al basso, sono generalmente letti prima poiché tale collocazione indica un'importanza maggiore dell'argomento.

<sup>11</sup> Nielsen J., *Homepage usability. 50 siti Web analizzati*, Apogeo Editore, Milano, 2002, p. 54.

<sup>12</sup> Passaparola - comunicato politico numero cinquantatre - Beppe Grillo.

<sup>13</sup> Si intende il 'promo' televisivo o cinematografico volto appunto a 'promuovere' un film o un prodotto audio-visivo mediante un riassunto o un'estrapolazione di una parte.

<sup>14</sup> *La Repubblica*, 14 marzo 2013, pp. 55.

<sup>15</sup> Sul rapporto fra il M5S e il concetto di populismo si rinvia ulteriormente a un articolo di Francesco Spadoni pubblicato su *Il venerdì*, n. 1305, 22 marzo 2013, pp. 30-33. Spadoni afferma come che Beppe Grillo avrebbe vinto le elezioni non mediante l'uso del web, ma attraverso il 'solito populismo italiano'.

<sup>16</sup> «Il grillismo parlamentare è una contraddizione, di qui gli imbarazzi di Grillo, perché la sua idea era quella di un grillismo informatico. Cioè, se è impossibile riunire a legiferare i cittadini su una piazza, si crea la piazza informatica e mediante Internet in cui tutti parlano con tutti si ricrea l'agorà ateniese, per cui il Sovrano è "on line". Ma l'idea non

---

tiene conto del fatto che gli utenti del Web non sono tutti i cittadini (e per lungo tempo non lo saranno) per cui le decisioni non vengono prese dal popolo sovrano ma da un'aristocrazia di blogghisti. Pertanto non avremo mai il popolo in perpetua assemblea. Questo è l'impasse del grillismo che deve scegliere tra democrazia parlamentare (che esiste, e che lui ha accettato partecipando alle elezioni) e agorà, che non esiste più o non ancora. Una democrazia informatica è parsa esistere nella cosiddetta primavera araba, e ora vediamo chi poi ne ha approfittato».

La Repubblica, 6 Marzo 2013.

<sup>17</sup> Come per la questione facebook, la virtualità ha sostituito la realtà ma nella realtà medesima. Bisogna considerare che la Rete, benché chiusa e operante in uno spazio circoscritto e consentito solo dall'attività di *connessione*, ha ripercussioni sul mondo 'reale' modificando la stessa ricezione della realtà. Lo tsunami tour (foriero in sé di una componente inarrestabile e distruttiva) esporta e replica nella realtà comunemente esperita (con i tempi propri dell'individuo) un' ipervelocità che come un' onda anomala e improvvisa attrae a sé il potere. Il travolgere, più che il coinvolgere, può essere considerata un'ipotetica chiave di lettura.

In questo testo si è preso come 'campione' di analisi lo tsunami tour svoltosi a Sondrio il 14 febbraio 2013.

<sup>18</sup> *Meet-up: incontriamoci*. L'uso della lingua inglese, più semplice e contratta di quella italiana, veicola un significato allettante, uditiamente accattivante di cui, tuttavia, rimane vago il significato nonch  il meet-up attiene a un incontro deciso sempre dalla Rete e che mantiene nella 'realtà' la struttura della Rete.

<sup>19</sup> Vi è una predilezione per una ripresa lievemente dal basso e inclinata volta quasi ad 'innalzare' l'immagine di Grillo. Nel linguaggio cinematografico l'inquadratura dal basso serve ad esprimere un senso di forza e di predominanza del soggetto. Il video del 14 febbraio 2013 è perlopi  caratterizzato dall'uso del piano americano, del piano medio e della figura intera volti a mostrare i continui spostamenti di Grillo da una parte all'altra del palco.

<sup>20</sup> La massa è visivamente usata per attuare meccanismi empatici riscontrabili ad in alcuni programmi televisivi. L'accostamento alternato "Grillo"- "massa" mira ad imbastire con il fruitore del video un rapporto fiduciario, di contatto e di comunicazione emotiva.

<sup>21</sup> Sempre nel meet-up di Sondrio del 14 febbraio 2013, Grillo si rivolge ad un astante (non inquadrato) con l'espressione: "*Che fai lass ? Buttati! Cosa hai da perdere?!*". Si tratta di un motto di spirito che in quanto tale comporta nel destinatario due reazioni: la prima, guardando al contenuto letterale del messaggio, scatena l'assurdit  mentre la seconda reazione conduce ad un senso 'del discorso' mediante la comprensione (inconscia) dell'allusione. Si potrebbe affermare come l'individuo ricevente personifichi l'intera collettivit . Infatti il riso della moltitudine svolge una funzione catartica e difensiva allo stesso tempo per cui, se da un lato mediante l'identificazione con l'altro si   sollevati dalle proprie 'passioni', dall'altro ci si protegge 'spostando' nel proprio simile una determinata condizione (che fingiamo noi estranea). E' chiaro come l'attuazione di questi meccanismi inconsci consenta, a chi li scatena, una arguta comprensione e quindi gestione degli animi e delle reazioni altrui.

<sup>22</sup> Yonnet P., *La plan te du rire. Sur la la m ditation du comique*, Le D bat, marzo-aprile, 1990, n. 59.