

SAGGI

Il format della propaganda, quando la rabbia è un tanto al byte

GIULIANO SANTORO

■ ■ «Pina, stammi a sentire: se io sbaglio questo voto questa volta va a finire che non mangiamo e non mangiate per una decina d'anni!». L'invocazione del ragionier Ugo Fantozzi risuona oggi nei toni esasperati degli appelli via Facebook e nell'indignazione un tanto al byte dei social network. Nel 1983, l'anno di *Fantozzi subisce ancora*, il personaggio interpretato da Paolo Villaggio preconizzò l'*information overload* della nascente politica televisiva.

IL PROCESSO di propaganda permanente è una delle genealogie che Rinaldo Mattera descrive nel saggio *Grillodrome* (Mimesis, pp. 212, euro 20) per raccontare la situazione contemporanea, analizzare la drammatizzazione del «penultimatum» continuo e osservarla attraverso il caso paradigmatico del Movimento 5 Stelle.

Il libro cita nel titolo un altro film uscito nello stesso anno: in

Videodrome David Cronenberg rappresentò il farsi carne della tecnologia catodica. Sempre nel 1983, un altro ragioniere genovese si impose una volta per tutte al grande pubblico. Commentando i fatti dell'attualità, in *Buone notizie* Beppe Grillo conduceva la sua rubrica all'interno del contenitore nazionalpopolare per eccellenza della televisione pubblica: *Domenica In*.

Il Movimento 5 Stelle suscita reazioni altalenanti presso gli osservatori delle cose della politica, che siano opinionisti o dirigenti di partito. Dapprima ignorato come fenomeno passeggero, poi divenuto oggetto di attenzioni superficiali. Esaurito il noioso (e soprattutto poco efficace, come hanno dimostrato i fatti) repertorio dell'antiberlusconismo, un pezzo di ex ceto medio riflessivo non ancora proletarizzato ha adottato il mantra dell'antigrillismo.

ALLO STESSO MODO, intellettuali e opinionisti oscillano con di-

svoltura tra l'elogio acritico (nella speranza di ritrovarsi in sintonia con lo spirito del tempo) e la demonizzazione monotona (ergendosi a difensori della civiltà contro i supposti barbari pentastellati). Tuttavia, concentrando l'attenzione su aspetti evidentemente reali del grillismo quali la sua natura aziendale, il culto del capo e la mancanza di trasparenza rischiamo di perdere l'occasione di comprendere come il successo del Movimento 5 Stelle risponda a quello che Zygmunt Bauman chiamava «carnevale della democrazia» («Gridano tutti gli stessi slogan ma hanno aspettative deluse diverse», disse il sociologo polacco a proposito delle masse liquide digitali).

IL LIBRO DI MATTERA ha il merito di partire dal contesto e di storicizzare: per non scadere nel pensiero debole è sempre utile l'adagio molto marxiano di Fredric Jameson: «Always historicize». Dunque, Internet non è il mon-

do nuovo che seppellisce il vecchio, piuttosto funziona come «un super-medium che ha inglobato e rimodellato tutte le forme precedenti». Adesso che attraverso le connessioni mobili possiamo fruire di contenuti nell'arco di tutta la giornata, dall'on-line sia passati all'on-life. I segretari dei partiti politici che perseguitavano il ragionier Fantozzi raggiungono una dimensione ancora più totalizzante, compaiono nella *timeline* (il tempo-della-vita) di Facebook, mettono in scena la loro normalità, canalizzano rancori, frustrazioni, voglia di partecipazione. Il format messo in piedi da Grillo, sostiene l'autore, tiene insieme nazionalpopolare e regressione delle culture digitali, «riscrive le connessione neurali attraverso il cortocircuito comunicativo della metafora, la catarsi collettiva scenarizza la politica e teatralizza la partecipazione pubblica verso un nuovo livello di *popultainment*».

**«Grillodrome»
dell'informatico
sociale
Rinaldo Mattera,
per Mimesis**

