

Noi tecnologicamente sfiancanti. Appunti intorno al blog di Beppe Grillo¹

Paolo Odoardi

1. Il blog come strumento politico, in sintesi

Una delle realtà più importanti del web italiano è il blog del comico genovese Beppe Grillo, visibile all'indirizzo www.beppegrillo.it. Il blog, aperto il 26 gennaio del 2005, viene aggiornato quotidianamente con contenuti che possono essere etichettati come "controinformazione". Tende infatti a dare spazio a fatti, avvenimenti, posizioni politiche che la televisione e i media in genere non riportano o non vogliono riportare. Il blog si è inoltre affermato come una sorta di spazio pubblico che raccoglie le frustrazioni rispetto all'attuale sistema politico ed economico, attraverso la possibilità di denunciare inefficienze, soprusi, incapacità politiche e manageriali. I riconoscimenti, in particolare in ambito internazionale, ne hanno sancito il successo. Due esempi possono per dare l'idea dell'impatto che il blog ha avuto sulla rete: il 9 marzo 2008 il quotidiano inglese *Observer* ha pubblicato una classifica dei 50 blog più influenti al mondo, posizionando quello di Grillo al nono posto; nel 2009 la rivista americana *Forbes* ha stilato la classifica dei 25 personaggi più popolari sul Web collocando il comico genovese al settimo posto, unico italiano incluso nella classifica delle *Web-celebrities*. Se facciamo riferimento a *Technorati*, il principale "termometro" della "blogosfera", il blog ha avuto, in questi anni, un *rank* sempre molto alto entrando diverse volte nelle prime 100 posizioni mondiali ed è stabilmente il primo in lingua italiana. Possiamo quindi affermare che beppegrillo.it è un fenomeno di rilievo del web odierno e come tale vale la pena di essere analizzato da uno sguardo semiotico interessato alle nuove modalità della comunicazione politica.

Il blog appartiene pienamente al mondo del web 2.0, prima di tutto per la forma blog, che consente una possibilità di interazione con gli utenti, ma soprattutto perché è costitutivamente basato su altre piattaforme di *social network*. La principale è forse *youtube*: il *post* quotidiano è infatti accompagnato sistematicamente da uno o più video caricati appunto su *youtube*. La seconda piattaforma *social* su cui beppegrillo.it si appoggia sono i *meetup*. Si tratta di un sito che permette di costituire, gestire e organizzare gruppi di persone, con forum, bacheche per gestire gli appuntamenti, materiali, e molto altro. Questo secondo *social* è ancora più interessante, per quanto riguarda il presente articolo, perché è il punto di partenza dell'attività politica nata sul blog: è l'immagine virtuale di una organizzazione che poi si è tradotta in termini concreti nell'esperimento delle liste civiche. Grillo riprende, nel fare questo, alcune esperienze americane di auto-organizzazione di gruppi politici attraverso questa piattaforma. Ancora, è sicuramente da citare Facebook, dove il comico rilancia i contenuti verso un

¹ Comunicazione presentata al XXXVII congresso dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici, "Politica 2.0. Memoria, etica e nuove forme della comunicazione politica", Bologna, 23-25 ottobre 2009.

ampio pubblico fidelizzato di amici. Per concludere, senza queste piattaforme esterne, queste ma anche altre, il blog non avrebbe le caratteristiche che ne hanno sancito il successo e di fatto non esisterebbe come tale. Un relazione dialogica con i diversi *social network* è quindi una delle cifre costitutive di questa esperienza che promuove e si nutre di reti gestite su altre piattaforme. Il blog è programmaticamente aperto ad ogni possibilità del web 2.0 e la utilizza nella misura in cui è utile alle singole iniziative o battaglie che vengono promosse.

Ma veniamo all'esperienza politica che nasce a partire dal blog. Dopo circa due anni di attività viene promosso il "Vaffanculo Day", una grande manifestazione di piazza tenutasi a Bologna in Piazza Maggiore, e nelle piazze di varie città italiane, l'8 settembre del 2007. In questa occasione il motivo centrale è stato la raccolta di firme (oltre 350.000 a fine giornata) per tre proposte di legge di iniziativa popolare: niente condannati in parlamento, limite a due legislature per i politici, ripristino del voto di preferenza. Il successo della manifestazione ha portato all'organizzazione di un successivo evento: il 25 aprile 2008 si è tenuto il secondo V Day dedicato al tema della "libera informazione in libero stato", durante il quale sono state raccolte le firme per promuovere tre referendum per abolire l'ordine dei giornalisti, i sussidi pubblici all'editoria e la legge Gasparri sul sistema radiotelevisivo. Al centro della giornata la manifestazione tenutasi a Torino in Piazza San Carlo. Dopo questo appuntamento nasce un progetto definito di "riappropriazione" della politica da parte dei cittadini che ha come strategia principale la partecipazione alle elezioni comunali con delle liste civiche certificate dal blog. L'8 marzo 2009 a Firenze si è svolto il primo incontro ufficiale delle liste civiche promosse da Beppe Grillo con la redazione della "Carta di Firenze", una carta programmatica con la quale ogni lista si impegna a sostenere e promuovere in maniera trasparente una serie di temi. Le elezioni amministrative di giugno hanno sancito un certo successo per queste liste, che sono entrate nei consigli comunali di diverse città. Il 2 agosto 2009 Grillo annuncia di voler fondare, nell'autunno 2009, un proprio soggetto politico: il "Movimento nazionale a cinque stelle". Il suo programma è quello delle "Liste a Cinque Stelle" e della "Carta di Firenze". A Milano 4 ottobre 2009 Beppe Grillo presenta il movimento annunciando la candidatura di liste "a cinque stelle" in alcune regioni italiane per le regionali del 2010.

La naturale conclusione di questo doppio percorso, di crescita nel Web e di manifestazioni di piazza, è una esperienza che può essere considerata l'esperimento politico italiano attualmente più caratterizzato in termini di utilizzo forte e diffuso dei nuovi media. La singolarità e l'originalità del caso sta nella sua direzione: non è la politica che sbarca sui nuovi media, ma i nuovi media che si rivolgono alla politica. Attualmente tutti gli attori politici tradizionali stanno estendendo l'ambito di azione delle loro strategie di marketing al web 2.0: oggi i candidati sindaco, ad esempio, quando si propongono come candidati, chiedono l'amicizia su *Facebook* ai loro potenziali elettori. In questo caso invece sono le comunità create attraverso la diffusione delle nuove piattaforme tecnologiche che si dirigono verso il campo politico, nel tentativo di affermarsi come nuove presenze di rilievo e di avanzare le loro proposte. Diventa centrale, a questo punto, una indagine approfondita su questo nuovo attore che si presenta sulla scena politica contemporanea. In particolare è necessario analizzare come si costruisce la coesione attoriale e quali sono i valori che cementano il gruppo; in questo contesto occorre valutare attentamente il ruolo della origine "nella rete" di questo esordiente della politica italiana. La tesi che qui si propone è che questa origine nel web 2.0 sia cruciale per l'identità politica di questo nuovo movimento.

2. Grillo e McLuhan: pratica ed estetica tecnologica

Alcune dichiarazioni di Beppe Grillo possono essere il punto di partenza per esaminare la tesi proposta. Durante il recente evento del 4 ottobre 2009 Grillo, parlando dal palco, ha dichiarato: "la nostra forza è che non capiscono cosa facciamo, ma diamo fastidio a tutti. È la rete. Io ho messo la faccia e la mia vita. Noi siamo indistruttibili!" Mi vorrei soffermare, in questa dichiarazione, sulla frase *è la rete*, perchè esprime bene una tematica che ritorna di continuo nei tanti e diversi interventi del blog. L'argomentazione, in estrema sintesi, è la seguente: oggi siamo di fronte all'affermazione di una novità tecnologica che, grazie alla sua forza innovativa intrinseca, sta cambiando completamente il panorama sociale e politico; il nostro movimento è una sorta di catalizzatore, o di conseguenza, di

questo processo che sta investendo la nostra società. In una delle tante interviste presenti su *youtube*² Grillo racconta proprio in questi termini la sua esperienza di comico reinventatosi blogger e politico:

“io ho solo usato, malamente, perchè io non sono un blogger... io sono uno che ha usato la rete mettendoci la mia faccia, la mia reputazione. Ero riconosciuto e allora abbiamo accelerato un processo di disfacimento della politica dell'informazione. È straordinario quello che succede: lo sentite nella pelle?”

Questi due esempi credo possano rendere conto di un argomento la cui analisi può essere facilmente ampliata a partire dai tanti testi e discorsi prodotti da Grillo e dai suoi sostenitori. È anche interessante notare l'atteggiamento patemico fortemente euforico (Cfr. Greimas e Fontanille 1996) che si accompagna all'argomento e che contraddistingue il movimento nel momento in cui, in questo scenario di un cambiamento epocale, esso si colloca “sulla cresta” di questa onda di novità.

Il passaggio successivo nell'analisi sta nel riportare questo argomento all'interno di un contesto teorico che è, in prima istanza, quello della sociologia dei media. La riflessione è infatti incentrata sull'avvento di un nuovo medium, internet, e sulle conseguenze sociali e politiche che questo porta con sé. Il riferimento che immediatamente salta agli occhi è relativo a quella corrente della sociologia dei media definita determinismo tecnologico. Il determinismo tecnologico è una teoria secondo cui i mutamenti nelle tecnologie della comunicazione influenzano in modo determinante il cambiamento sociale. Il principale esponente di questa scuola è Marshall McLuhan, la cui riflessione ruota intorno all'ipotesi secondo cui il mezzo tecnologico determina i caratteri strutturali della comunicazione e produce effetti pervasivi sull'immaginario collettivo, indipendentemente dai contenuti dell'informazione di volta in volta veicolata. Nella sua opera *Gli strumenti del comunicare* (McLuhan 1967) viene esposta la celebre tesi secondo cui “il mezzo è il messaggio”. “Il medium è il messaggio [...] le conseguenze individuali e sociali di ogni medium, cioè di ogni estensione di noi stessi, derivano dalle nuove proporzioni introdotte nelle nostre questioni personali da ognuna di tali estensioni o da ogni nuova tecnologia [...] Il ‘messaggio’ di un medium o di una tecnologia è nel mutamento di proporzioni, di ritmo o di schemi che introduce nei rapporti umani [...] ‘Il medium è il messaggio’, perché è il medium che controlla e plasma le proporzioni e la forma dell'associazione e dell'azione umana. I contenuti, invece, cioè le utilizzazioni, di questi media possono essere diversi, ma non hanno alcuna influenza sulle forme dell'associazione umana”(McLuhan 1967, pp. 15-16). Queste citazioni di Marshall McLuhan mostrano una fondamentale consonanza con le dichiarazioni di Grillo, in particolare l'idea che le forme dell'aggregazione sociale e politica possano essere “determinate” da un nuovo mezzo di comunicazione mi sembra centrale. Beppe Grillo è, di fatto, un determinista tecnologico. L'accostamento mette così in evidenza come uno dei valori costitutivi di questo movimento, forse il principale, sembra essere quello che, a questo punto, possiamo definire come una vera e propria estetica tecnologica di sapore mcluhaniano: un atteggiamento euforico per le nuove tecnologie e per il cambiamento sociale che esse portano e di cui ci si sente parte.

Questa visione estetica è il punto di partenza di un sentimento di comunità che viene ulteriormente rafforzato dalle pratiche condivise del gruppo. La competenza stessa nell'interazione con i nuovi media e con il web 2.0 infatti si pone come un ulteriore essenziale elemento discriminante per l'appartenenza al movimento. Beppe Grillo, nelle sue performance e nei suoi spettacoli, è molto bravo a costruire le sue “battute” proprio facendo leva su una complicità con il suo pubblico fondata nella comune competenza rispetto al Web. Il gioco ironico è un formidabile strumento retorico capace di essere un motivo di coesione, di generare inclusione ed esclusione (Cfr. Hutcheon 1995). La struttura enunciativa e attanziale sottesa a questa figura, dove chi fa ironia e l'ascoltatore, suo complice, si prendono gioco insieme di una vittima, svolge un vero e proprio ruolo di costruzione del gruppo sociale e politico. Uno degli interventi di Beppe Grillo durante il primo V-day è un buon banco di prova per l'analisi di questo utilizzo dell'ironia sullo sfondo di una estetica e di una pratica fortemente

² <http://www.youtube.com/watch?v=DRyUMpNvMVA>

orientate al Web. L'oggetto di questa *character assassination* è, nell'occasione, Vittorio Sgarbi, ma Grillo ha dedicato "pezzi" di questo tipo a molti politici italiani.

"L'ho chiamato una volta – inizia Grillo – perchè lui, su un giornale, aveva detto che era contro il posteggio in centro a Milano, per le macchine. Ho detto: 'cazzo, ha detto una cosa... nella sua vita... che condivido'. L'ho chiamato e gli ho detto: 'vorresti mica scrivere trenta righe di questa cosa, sul blog'. Mi ha detto: 'sì, sono in macchina'. 'Allora fermati che ti do la mia email'. Ve lo giuro, è successo così, lui si è fermato, gli ho dato la mia email e dicevo: 'Beppe'. E sentivo di là al telefono 'b - e - p - p - e'. 'Chiocciola'. E sentivo: 'c - h - i - o - ccc - i - oooo - ll - a'. (risate del pubblico). E io gli ho detto: 'due 'c', l'hai scritto?' Chiocccciioola? Punto it. Mandala lì testa di cazzo!"³

Grillo e il suo pubblico, entrambi consapevoli di che cosa sia una email, si prendono gioco del malcapitato Sgarbi, tecnologicamente ignorante e, allo stesso tempo, si costruiscono come un nuovo attore politico in opposizione agli attuali personaggi politici, di cui Sgarbi è un rappresentante, giudicati obsoleti a partire proprio dal dato tecnologico.

L'idea centrale, che qui si abbozza solamente, è che questo sfondo estetico e pratico sia il punto di partenza per un complesso aggregato di valori che sono legati, in prima istanza, ad un'idea di possibilità, di libertà di espressione, di novità. L'argomento tecnologico diventa una sorta di postulato da cui derivano poi gli altri valori e i punti programmatici. Non è possibile in questa sede entrare nel dettaglio del programma politico, si ipotizza solo una possibile pista analitica. A titolo di esempio si può esaminare l'argomento secondo cui l'esistenza rete porta al disfacimento dell'attuale mondo politico. Quattro caratteristiche che descrivono, secondo Grillo, la rete illustrano bene questo passaggio. La rete infatti è vera: sulla rete non si può mentire, si verrebbe immediatamente contraddetti e messi di fronte all'evidenza della menzogna; la reputazione data dall'integrità di un soggetto allora vince, perdono invece gli attuali politici che oggi, sugli altri media, si possono permettere di mentire. La rete è immediata: toglie infatti tutte le intermediazioni, i cittadini si possono auto-organizzare e presentarsi come un interlocutore della politica senza più bisogno della mediazione dei partiti. La rete è diretta: dà le informazioni senza filtri, non è tecnicamente possibile la censura; la conoscenza viene costruita liberamente senza interferenze dei poteri forti, politici ed economici. La rete è trasparente: la rete permette un controllo della politica perché l'operato dei politici può essere direttamente e immediatamente reso pubblico e giudicato. L'avvento della rete quindi, con queste sue caratteristiche costitutive, non può quindi che portare ad un nuovo scenario per la politica. La proposta analitica che qui si avanza è che la rete sia l'elemento tematico che dà coerenza e porta alla costruzione della maggior parte dei punti programmatici. Un esame più ampio dei programmi, che potrà venire solo con l'evoluzione politica del movimento, potrebbe portare ad una definizione più precisa e ad una conferma di questo percorso d'analisi.

3. La strategia dello sfiancamento tra narrativo e figurativo

L'argomento centrale che è stato illustrato, e che definirei "massmediologico", si inserisce in un disegno strategico più ampio: sarebbe ingenuo non accorgersene. La "democrazia dal basso", fatta attraverso gli strumenti della rete, non nasce da sé, ma è proposta in modo deciso da un leader che è Beppe Grillo, che traccia il percorso del movimento. Non è possibile in questa sede svolgere una analisi complessiva della strategia politica di Grillo, ne propongo solo una parziale lettura. L'ipotesi che vorrei avanzare è relativa alla presenza di un pattern narrativo-strategico ricorrente che rappresenta un momento di coerenza delle azioni di questo attore politico. Si tratta di una strategia che potrebbe essere etichettata come "sfiancamento" ed è ben rappresentata dalla semantica di verbi come "estenuare" o "sfibrare". Seguendo l'ipotesi di una *frame semantics* (Cfr. Fillmore 1982), in dialogo con una semiotica narrativa (Cfr. Greimas e Courtés 1979), possiamo descrivere la struttura

³ <http://www.youtube.com/watch?v=kVLtOQr8qtQ>

schematica dello “sfiancamento”. Il *frame* prevede: un soggetto (A) sfiancante e un soggetto (B) sfiancato o oggetto dell’azione esercitata da (A) su (B). L’azione è, in termini modali, un *voler far fare*. L’azione non raggiunge sistematicamente il suo obiettivo e viene quindi ripetutamente reiterata: la caratteristica temporale che definisce lo sfiancamento è l’iteratività. La somma delle iterazioni nel tempo accresce l’intensità dell’azione esercitata da (A) su (B) e può portare al raggiungimento del risultato perseguito da (A). Questa dinamica narrativa non è solo la dinamica ricorrente di molte delle azioni intraprese tramite il blog, ma è anche utilizzata in termini strategici: Grillo sceglie infatti degli obiettivi politici irraggiungibili *tout court* o irraggiungibili in tempi brevi per promuovere un’azione di sfiancamento ed estenuazione. Un buon esempio di questo fenomeno è la proposta di legge popolare per cui sono state raccolte le firme durante il primo V Day. La legge di iniziativa popolare è un istituto relativo all’iniziativa legislativa, mediante il quale i cittadini possono, attraverso una raccolta di almeno 50.000 firme, presentare al Parlamento un progetto di legge, affinché questo sia poi discusso e votato. Non si tratta però di uno strumento politico forte: nella prassi parlamentare i tempi sono molto lunghi, soprattutto se nessuna forza politica sostiene in qualche modo il progetto. In questo lasso di tempo in cui l’obiettivo di portare in parlamento questa legge viene sistematicamente mancato, si apre uno spazio per una azione di sfiancamento che Grillo mette puntualmente in atto acquistando così visibilità per il movimento. Contemporaneamente l’attore collettivo che si è formato intorno alle sue proposte politiche si compatta e si mobilita. La strategia dello sfiancamento si presenta quindi come uno strumento fondamentale per la costruzione e la coesione di questo nuovo soggetto politico.

Il *frame* descritto è un pattern narrativo forte che può dare coerenza a livello di analisi a molte delle iniziative del blog. Grillo però è un comico, un *performer*, e conosce l’importanza dell’aspetto visivo e scenico della comunicazione, capisce il ruolo cruciale, nell’argomentazione, di quella che in semiotica viene definita dimensione figurativa. Questa attenzione è costitutiva del personaggio Grillo che, in quanto tale, si richiama chiaramente alla figura collodiana del “grillo parlante”, proponendola come una immagine del suo ruolo di coscienza critica della nostra società. Per quanto riguarda l’ipotesi di uno schema strategico ricorrente, quello dell’estenuazione, Grillo ne propone una resa figurativa decisamente efficace: la “pittima”. Si tratta di una figura della Genova del cinquecento che, vestita con un mantello rosso, seguiva quelli che dovevano i soldi a delle persone. L’11 maggio del 2009 Grillo si è presentato davanti al Parlamento a “fare la pittima”. In sostanza, travestitosi con il costume rosso, ha ricordato ai nostri politici un “debito di democrazia”: l’obbligo di discutere la legge di iniziativa popolare (via i parlamentari condannati, massimo due legislature e ritorno delle preferenze) firmata da 350.000 cittadini l’8 settembre 2007 in occasione del primo V-day. Nel video dell’evento, pubblicato sul blog e su *youtube*, Grillo spiega la sua *performance*.

“Noi siamo qua, davanti al Parlamento, come ‘pittime’! Noi chiediamo, abbiamo un credito di 350.000 firme, perché c’è una legge popolare che abbiamo fatto da due anni – 350.000 cittadini hanno firmato – e le firme giacciono da qualche parte. Allora noi chiediamo. Chiediamo e vogliamo delle spiegazioni, dalla Commissione degli Affari Istituzionali. Ci sono le commissioni apposite, ci sono i Presidenti. Vizzini è uno di questi e ci dirà cosa vorrà fare. Se prenderà nota e capirà che 350.000 cittadini stanno aspettando: 1) Per mandar via i pregiudicati e i condannati in via definitiva in Parlamento, soprattutto quelli; 2) Due legislature e poi a casa! Non 20, 30 o 40 anni a stipendi incredibili. Due legislature e poi a casa. Due legislature sono otto o dieci anni. De Gasperi ha fatto otto anni ed è diventato ‘De Gasperi’; 3) La cosa più importante. Il voto di preferenza. Lì dentro ci sono mille persone, mille parlamentari. Questi mille sono stati eletti da sette persone. Sette persone hanno eletto gli altri 993. Vi sembra normale questo? È una democrazia? Sono state elezioni anticostituzionali. Sono abusivi. Quindi noi chiediamo un riscontro. Almeno che discutano questa legge popolare che abbiamo firmato, ripeto, in 350.000 cittadini, in Parlamento. E dato che il primo firmatario della legge che deve discuterla in Parlamento sono io, ecco perché faccio la pittima. La pittima è una figura della Genova del ‘500, del ‘600. La pittima si vestiva di rosso e seguiva quelli che dovevano i soldi a delle persone. Era mandata dal creditore per seguire il debitore. La pittima non era violenta. Era uno che glielo menava a sangue. Gli diceva: ‘dagli i soldi... dagli i soldi, ti prego. Dagli i soldi!’ E lo sfiancava. Glielo menava tanto che questo gli diceva: ‘ti do tutti i soldi che vuoi, basta che ti levi dai coglioni’. La pittima era straordinaria perché vestendosi di rosso identificava tra tutti il debitore. Quindi io lancio oggi questa forma di protesta per chiunque deve dare dei soldi, chi è in debito. Chi si sente in credito di democrazia si mette una cosa rossa sopra e sta vicino alla persona che è il debitore. In questo caso il Parlamento, debitore di democrazia. Quindi dovremo, da oggi, seguire tutti quelli che devono dei

soldi in Italia. Dai manager delle società private e pubbliche. Allora, se sentite questo messaggio, mettetevi qualcosa di rosso tipo un fazzoletto rosso e seguite! La pittima è buona. La pittima è menosa, ma buona. Non grida. La pittima si avvicina alla sua vittima e gli dice: ‘dai, dai. Dagli i soldi ai tuoi impiegati. Perché sei scappato con i soldi? Ridagli i soldi!’. Ecco, questa è la figura che c’era a Genova nelle nostre Repubbliche Marinare. E funzionava! Funzionava da bestia. Abbiamo solo questo. Abbiamo le nostre armi, che sono le webcam e la Rete! La pittima può essere intercambiabile. Io adesso mi toglierò questo vestito. C’è qualcun altro che lo prenderà. La pittima potrebbe essere chiunque. La pittima siete voi. Siamo milioni di pittime. Non vi daremo tregua finché non avremo risposta su che fine hanno fatto 350.000 firme di 350.000 italiani, per mandare via e cominciare a cambiare questi palazzi, dove dentro c’è la Cloaca Massima! Grazie a tutti.”

In questa dichiarazione di Grillo ritorna in modo coerente il percorso analitico che si è proposto nel presente articolo. Alla strategia dello sfiancamento, abilmente sostenuta sul piano figurativo dalla “pittima”, si affiancano le “armi” delle webcam e della rete, come affermato da Grillo. La *performance* davanti al parlamento è infatti fatta per essere ripresa e rilanciata in rete, in prima istanza attraverso il blog. L’invito a mettere in atto una strategia di questo tipo è poi rivolto a tutti, in quanto chiunque può farsi “pittima” e, grazie alla rete, rilanciare la propria protesta nel Web unendola a quella di altri soggetti. Il motivo dell’aggregazione che passa attraverso la capacità di utilizzare gli strumenti del web 2.0 emerge qui con chiarezza. Si potrebbe obiettare che l’atteggiamento molto aggressivo usualmente adottato da Grillo – la cui parola d’ordine è “Vaffanculo” – mal si concilia con la tediosità della “pittima” e della strategia dello sfiancamento. Credo però che, da un punto di vista narrativo, si tratti di due fenomeni di taglia differente, che si collocano ad un livello diverso. La strategia dello sfiancamento è infatti una macro-narrazione del movimento, che si realizza però attraverso tanti singoli episodi, di taglia inferiore, che sono di natura più aggressiva, pur concorrendo al globale disegno di sfiancamento. Queste esplosioni di rabbia e indignazione momentanee sono così le “gocce” che, col tempo, mirano a erodere la montagna.

In conclusione, a partire da diversi elementi testuali reperibili a partire dal blog, si è argomentata la tesi secondo cui l’incontro più o meno felice tra una estetica della possibilità tecnologica e una strategia dello sfiancamento sta portando alla nascita di un nuovo attore politico. Questo soggetto porta il marchio di questa sua origine. Questa constatazione ci permette di dire qualcosa in più su questo attore: si tratta di un attore molto forte, coeso e deciso. La forza attrattiva del gruppo nasce intorno al tema della “rete” e nel suo utilizzo. La caratterizzazione politica è meno forte perché incentrata soprattutto sul “metodo” – una politica fatta con le tecnologie del web 2.0 – piuttosto che sul “merito” – le questioni politiche, i programmi, le scelte. Ancora più importanza acquista allora il fatto che la strategia politica è decisamente nelle mani del fondatore del blog, Beppe Grillo. Le caratteristiche costitutive di questo attore, che si è cercato di mettere in luce, rappresentano la sua potenzialità e il suo limite. Questa breve esplorazione preliminare credo sia essenziale per capire dove può andare, fino a dove può arrivare e di cosa è capace.

pubblicato in rete il 29 marzo 2010

Bibliografia

- Fillmore, C. J., 1982, *Frame Semantics*, Seoul, Hanshin Publishing Co.
- Greimas, A. J., Courtés, J., 1979, *Sémiotique: dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette;
trad. it. *Semiotica: dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano, Bruno Mondadori, 2007.
- Greimas, A. J., Fontanille J., 1991, *Sémiotique des passions: des états des choses aux états d'âme*, Paris, Seuil;
trad. it. *Semiotica delle passioni: dagli stati di cose agli stati d'animo*, Milano, Bompiani, 1996.
- Hutcheon, L., 1995, *Ironys edge: the theory and politics of irony*, London-New York, Routledge.
- McLuhan, M. , 1967, *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il saggiatore.