

Movimento a cinque sette



Di [Luca Poma](#)

La comunicazione dell'M5S: un decalogo di criticità

Mentre il fenomeno del M5S prosegue la Sua corsa, arrancando al Comune di Roma dopo gli inaspettati e strabilianti successi delle recenti elezioni politiche, prosegue senza sosta il dibattito sul web – tra addetti ai lavori del settore comunicazione, e non solo – circa i presunti atteggiamenti “settari” dei suoi iscritti, e s’impone quindi una riflessione di taglio più tecnico su alcuni aspetti critici relativi alle

strategie di comunicazione del team di Grillo.

Il fondatore non è certo nuovo nel mondo del web: in molti – troppi – dimenticano l'eccellente ranking del suo blog, che non è nato certamente come strumento di propaganda per le ultime elezioni politiche. Attivo da anni, è riconosciuto come uno dei blog più frequentati al mondo – sebbene disponibile solo in lingua italiana, non certo la più utilizzata nel pianeta – e il passaggio da piattaforma di dimensione movimentista e di protesta a piattaforma di dimensione politica era quindi se non probabile perlomeno possibile, nonchè del tutto legittima: bene anzi farebbero i vetusti uffici di comunicazione dei partiti “tradizionali” a fare il punto sulle proprie iniziative di engagement sul web, assai inefficaci fatta eccezione forse per il PD, a mio avviso però più per merito dell'iniziativa frizzante dei suoi giovani aderenti che di linee guida chiare da parte dei vertici romani. Come è noto, Grillo ha intercettato lo scoramento e la voglia di cambiamento, ha viaggiato su e giù per il paese, di piazza in piazza e di post in post tra la supponente indifferenza dei leader politici italiani – PdL in testa, realmente all'età della pietra da punto di vista delle Digital PR – giungendo a fine campagna elettorale – partendo da posizioni neo ecologiste e un po' “nimby” tipiche di una certa sinistra radicale, e con qualche ammiccamento a CasaPound con la sua dichiarazione da “non antifascista” – a catalizzare il consenso di ben 8.000.000 di cittadini italiani.

Pur tuttavia, la ribalta dei mass-media nazionali ha evidenziato anche alcune contraddizioni del movimento, e diversi osservatori hanno sempre più insistentemente tracciato analogie tra le prassi del M5S sul tema della comunicazione e delle relazioni interne ed esterne e le prassi in vigore in alcuni movimenti settari (1)

Pur volendo dare per scontata la buona fede di fondatori e aderenti, alcuni paralleli in effetti s'impongono:

1) l'M5S non risulta abbia mai pubblicato alcun bilancio, o perlomeno esso non risulta accessibile e adeguatamente pubblicizzato. Peggio, il “resoconto” delle spese della

campagna elettorale 2013 – Tsunami Tour è risultato tanto incompleto e carente da lasciare spazio a non pochi dubbi e critiche anche accese. Questa situazione pone infatti un concreto problema sotto il profilo della trasparenza della comunicazione, e autorizza qualunque osservatore a formulare le ipotesi più balzane – e probabilmente neppure fondate – circa quantità di denaro movimentato e modalità di approvvigionamento dei fondi;

2) dal punto di vista formale, nonostante gli sforzi – indubbi e sotto gli occhi di tutti – di Grillo nel ridimensionare la propria immagine di “guru” del Movimento, l'intero apparato dà ancora l'impressione di essere “eterodiretto dall'alto”. E' bene considerare con obiettività la difficoltà di un gruppo così eterogeneo di cittadini da poco impegnati attivamente in politica di interfacciarsi e dialogare sia con le istituzioni – delle quali ora fanno parte integrante – che con il mondo dell'informazione e del giornalismo: tuttavia una gestione più partecipata pare una strada obbligata per stemperare questo tipo di polemica;

3) dal punto di vista sostanziale, esiste non solo un problema sotto il profilo del perfezionamento delle direttive di comportamento, ma – quali che esse siano – oggi come oggi, nonostante l'indubbio attivismo di tipo “assembleare” dei Meet-Up, ogni “variazione alla dottrina” è guardata ancora con forte sospetto se non ostracizzata pubblicamente. In buona sostanza, per la base, ancor più difficile che partecipare alla “costruzione” di una strategia, è il discostarsene una volta che essa è stata definita;

4) il M5S – forse nuovamente a causa della comprensibile difficoltà di imbrigliare in regole inequivoche di engagement sul web un “popolo” così variopinto ed eterogeneo – pare tradire paradossalmente quelle stesse regole della netiquette fissate in forma definitiva dall'ottobre 1995 con il documento RFC 1855, che contiene tutte le regole ufficialmente ed universalmente riconosciute per un buon uso della rete (2), e che un movimento che si picca di essere nato sul web non può proprio ignorare. L'atteggiamento tipico di non pochi iscritti

è invece rissoso, litigioso, a tratti sguaiato, poco coerente con la propria identità web-oriented: chiunque in uno spazio internet controllato dal Movimento o da membri dello stesso azzardi delle critiche, anche costruttive, rischia di essere insultato, vilipeso, etichettato come “servo della casta” o bannato. Gli esempi si contano ormai a decine di migliaia e non sono più solo riconducibili all’eccesso di entusiasmo di pochi scalmanati. Un caso di scuola al riguardo è rappresentato dalla proposta di elezione a Presidente della Repubblica della giornalista RAI Milena Gabanelli, quasi “santificata” durante le “Quirinarie” on-line e poi ferocemente attaccata poche settimane dopo per il solo fatto di aver promosso nel suo programma “Report” un’inchiesta sulla gestione amministrativa del M5S;

5) il caso citato della Gabanelli pone in realtà un problema ancora più grave: quello della incapacità di includere e governare il dissenso interno, che è una delle peculiarità – a citare la notissima esperta di nuovi movimenti religiosi Prof. Raffaella Di Marzio – di molti gruppi settari. L’impermeabilità alle critiche e la reazione scomposta a esse è infatti secondo la Di Marzio una delle caratteristiche proprie dei movimenti religiosi minoritari, per i quali vale l’assunto “chi è contro di noi va attaccato”. Come per alcune sette, per il M5S parrebbe valere la regola del circolo vizioso che alimenta se stesso, creando i presupposti per l’inattaccabilità del movimento stesso mediante la tecnica di demolizione sistematica della credibilità della fonte: “se il nostro gruppo lotta per il benessere diffuso della cittadinanza, chiunque lo critica è contro il benessere diffuso della cittadinanza, quindi ogni critica è distruttiva e chiunque ci critica ha di per se torto”;

6) la necessità di “avere un nemico” per “serrare le fila” dei propri adepti è un’altra tipica caratteristica settaria che Grillo e Casaleggio non dovrebbero sottovalutare, nel tentativo – auspicabile – di smarcarsi da questo genere di accuse: esemplare è il caso del nemico pubblico numero uno della Chiesa di Scientology, “Martini”, “spettro” invocato in

occasione di ogni operazione di found-raising della sezione italiana del movimento religioso americano, si rivelò in realtà essere la classica “casalinga di Voghera” amministratrice di un data-base critico on-line, che però Scientology non pareva avere poi così fretta di smascherare pubblicamente, in quanto probabilmente utile appunto per generare quel grado di “allarme” tra gli adepti utile per sollecitarli a donazioni per battaglie a favore della libertà di religione, messa in pericolo – secondo i vertici di quel gruppo – proprio “dall’indefinito ma sicuramente pericoloso antagonista”. L’analogia con le teorie cospirazioniste tanto in voga nell’M5S – Trilaterale, Bildenberg, governo dei banchieri, scie chimiche, chip sottopelle, controllo della volontà etc. – è evidentissima;

7) il difficile rapporto con il mondo dell’informazione – fino ad oggi, perlomeno – è anch’esso tipico dei movimenti settari, in ragione di quanto essi tendono a mantenere la distanza e a diffidare da ciò che non riescono con certezza a governare;

8) le categorie “soggettive” degli aderenti presentano anch’esse inquietanti analogie tra il M5S ed alcuni movimenti settari: si va dagli “scoraggiati” critici verso qualunque proposta delle istituzioni tradizionali, agli “entusiasti” utili per il proselitismo, a coloro che hanno un approccio fideistico in senso assoluto nei confronti del guru, a coloro che “sono in cerca di soluzioni”, o ancora alla ricerca di un “gruppo dalla forte appartenenza”, etc.: pare che tutte le categorie esaminate negli studi della Prof. Di Marzio (3) siano in qualche modo incluse – per fortuna non solo esse, ovviamente – nelle categorie degli iscritti al M5S;

9) un’ulteriore apparente criticità del Movimento è la carenza di “autenticità”, in ragione di quanto un’organizzazione che ha fatto dell’engagement 2.0 una propria “bandiera”, diffida e rifiuta poi sistematicamente la “contaminazione” con sensibilità “altre” ogni qual volta essa avvenga in territorio – reale o virtuale – non rigidamente controllato dal Movimento stesso;

10) a ormai molte settimane dal successo elettorale alle politiche, ciò che infine ancor più stupisce è la bassa attenzione del Movimento ai più elementari processi di “crisis management preventivo”: vero è che le travolgenti percentuali di successo sono giunte inaspettate probabilmente anche per coloro che ne sono stati i diretti protagonisti, ma di tempo ne è passato, e l’incapacità del M5S di dotarsi di strumenti per meglio gestire le crisi reputazionali delle quali il Movimento è vittima quasi quotidianamente è francamente incomprensibile.

Le scene alle quali ci hanno abituato i mass-media – vero, spesso assai faziosi nel fare il loro lavoro, ma parte dell’equazione, e quindi in qualche modo da governare – dei “cittadini parlamentari” assediati dai giornalisti che si defilano trincerandosi dietro un “no-comment” suggeriscono in modo sempre più pressante l’urgenza di un netto cambio di rotta nelle strategie di comunicazione, di gestione della reputazione e di digital PR del Movimento 5 Stelle. Diversamente, il messaggio faticherà a passare, e rischierà di ingolfarsi vittima delle sue stesse contraddizioni.

(1) per un analisi critica sulle RP della “Chiesa di Scientology” è online [questo mio articolo](#)

(2) http://www.arcetri.astro.it/CC/rfc1855_it.html

(3) <http://nuovereligioniesette.blogspot.com>