

Malgrado lo sviluppo dei nuovi mezzi di **comunicazione** il contatto diretto con i **cittadini** rimane sempre decisivo per le campagne **elettorali**, dagli Stati Uniti all'Italia

## COMIZIO

### La rivincita della piazza nell'era dei social network

GIANCARLO BOSETTI

I comizi contano, e come, nella vita politica. Ben fatti, segnano punti in quella complicata effervescenza a tanti livelli che è il formarsi di un giudizio nell'opinione pubblica e di una decisione di voto nella mente degli individui. La sinistra ha storicamente imparato a sue spese che nel '48 dopo le "piazze piene" ci furono le "urne vuote", ma quella frase, attribuita al segretario socialista Pietro Nenni e condivisa, retrospettivamente, anche nel Pci di Giancarlo Pajetta, più che un teorema era una giusta recriminazione dopo la sconfitta del Fronte popolare. Le grandi manifestazioni avevano riscaldato i cuori dei militanti e fatto dimenticare (e forse spaventato) milioni di silenziosi tinelli di diverso parere. Ma non vale certo il contrario: piazze vuote per riempire urne? Riunire tanti elettori davanti a un podio serve e si continuerà nei secoli.

L'idea che, prima, la tv, poi, Internet e i digital media avrebbero sostituito i comizi è figlia delle proiezioni totalizzanti che sempre accompagnano, sbagliando, le novità tecnologiche: il motore a vapore sulle navi che avrebbe cancellato le vele, la televisione che avrebbe preso il posto del radio. Eppure ci sono oggi più radio in circolazione che cinquant'anni fa e più vele in mare che in tutti i secoli passati. Le cose cambiano, le funzioni si specializzano, ma la comunicazione diretta, faccia a faccia, di un leader politico che convoca i cittadini in carne e ossa, ha tutt'altri sopravviveri a twitter, e persino di avvantaggiarsi. Scompare il piccolo comizio di quartiere, insieme al funzionario di partito che lo faceva, davanti a qualche decina di persone, salvo che non tornino i tempi eroici raccontati da Miriam Mafai, quando si parlava anche davanti a tante persiane chiuse.

La presenza fisica è una testimonianza, un incomodo che pesa e si ricorda. Ed è un fatto indiscutibile che il politico nei luoghi dove vuole prendere voti ci deve andare; non basta che si mostri in tv e sui manifesti. La campagna di Grillo, rifiutando la televisione, ha accentuato la contrapposizione: eccoci qui in piazza con voi elettori e non in video come «tutti loro». Con una sola mossa il politico showman si sottrae a un confronto di dettaglio sul da farsi dopo il voto, e valorizza la sua diversità. Il confronto sui numeri cattura



#### Luoghi

*Rimane un fatto indiscutibile: il leader deve andare di persona nei luoghi dove vuole prendere voti*

#### Geografia

*Una strategia adeguata non si cura solo del messaggio ma studia anche la carta geografica*

così l'attenzione più che in passato, quando a una sinistra con una vocazione per i comizi, si contrapponeva il Cavaliere delle "convension" e dei fondali azzurri, in teatro; mentre la Lega a Pontida faceva partita a sé, sui prati.

Il politico ci deve mettere il suo corpo e la sua voce dal vivo. Obama nel 2008 riuscì a vincere la sua battaglia più risicata, quella contro Hillary Clinton nelle primarie, concentrando le sue forze sullo Iowa. E certo andandoci a fare comizi, perché scegliere la posizione in battaglia, dall'Iowa all'Ohio dalla Sicilia alla Lombardia è

più di metà della strategia: dove investire le risorse umane, dove spendere il tempo limitato del leader. Una buona regola si dedica non solo a tenere "allineato" il messaggio e a evitare sbandamenti fuori cornice - ha spiegato David Plouffe, pilota delle campagne del presidente americano - ma soprattutto a studiare la carta geografica delle elezioni: dove portare il candidato a parlare, negli stadi, nelle piazzette e anche in luoghi più raccolti sopra una panca di legno: a volte ottantamila persone, a volte poche centinaia, ma decisive. La campagna elettorale non si guida da una consol-

le elettronica insieme a qualche spin-doctor, bisogna anche consumare suole di scarpe. E la vittoria avanza sulle gambe di migliaia di volontari. «Non c'è per un messaggio un corriere più efficace di coloro che ci credono e che l'hanno autenticamente abbracciato» (*The Audacity to Win*, Viking 2009).

E qui è chiara la funzione dei comizi. L'elettore non è un individuo isolato esposto alla comunicazione che piove dai media, vecchi e nuovi, è sempre qualcuno che sta in rapporto con altri, in famiglia, al mercato, dal parrucchiere, è qualcuno che dialoga con amici presenti e anche mentalmente con gli assenti, vivi e persino con i morti, nella sua memoria. La mobilitazione politica agisce dal centro di comando di un partito per cerchi concentrici, dall'area dei militanti e attivisti più continui ai volontari occasionali, ai simpatizzanti, agli elettori moderatamente orientati in favore, fino al mare vasto degli indecisi.

Le analisi di Paul Felix Lazarsfeld, già dagli anni Cinquanta, hanno dimostrato come la formazione dell'opinione non avviene per somministrazione di massa di nutrimenti politici con la propaganda: la chimica politica è più complicata di una endovenosa, ciascun elettore subisce una varietà di influenze e altre ne esercita. Ci sono diversi gradini in questo flusso: le persone sono diverse per il loro grado di "competenza civica" e diverse anche nel desiderio e nella capacità di partecipare alla vita pubblica. I digital media hanno reso queste interazioni molto più intense, hanno moltiplicato le conversazioni ed esteso la portata della voce di ciascuno. Ma in questo ambiente a molti livelli, l'incontro fisico e di massa, nelle manifestazioni di piazza, rappresenta una scossa che rimescola i giochi, ha un potere di autoconferma, di rinforzo, di motivazione che conferisce maggiore energia ai militanti nell'esercitare influenza sui cerchi più larghi. È vero che la democrazia post-moderna tende a trasformare gli elettori in audience, in pubblico su cui lavora il marketing politico, dominato largamente dalla tv (e chi lo nega in Italia si rende ridicolo e va guardato con sospetto), ma la trasformazione ha dei limiti obiettivi: la interazione diretta e reale sul suolo pubblico si prende le sue rivincite.



#### LIBRI

**FRANCESCO RANIOLO**  
I partiti politici  
Laterza 2013

**GABRIELE PEDULLÀ**  
(a cura di)  
Parole al potere  
Bur 2011

**LORELLA CEDRONI**  
Il linguaggio politico della transizione  
Armando 2010

**M. VITTORIA DELL'ANNA**  
Lingua italiana e politica  
Carocci 2010

**DONATELLA CAMPUS**  
Comunicazione politica  
Laterza 2008

**MARIO AJELLO**  
Storie di voto  
Donzelli 2006

**NEIL POSTMAN**  
Divertirsi da morire  
Marsilio 2002

**P. BALLINI, M. RIDOLFI**  
(a cura di)  
Storia delle campagne elettorali  
Bruno Mondadori 2002

**MIRIAM MAFAI**  
Dimenticare Berlinguer  
Donzelli 1996

**GUIDO MORSELLI**  
Il comunista  
Adelphi 1991

#### SILLABARIO

BORIS PASTERNAK

#### COMIZIO

Intorno, tutto fermentava, cresceva, saliva al magico lievito dell'esistenza. Il fervore della vita, come un vento silenzioso, avanzava in una larga ondata, senza sapere dove, sulla terra e sulla città, attraverso i muri e i recinti, attraverso il legno e i corpi, abbracciando col suo fremito quanto incontrava sulla propria strada. Per sedare l'effetto di quel flusso vitale, Zivago scese nella piazza ad ascoltare i discorsi che si facevano nel comizio.

La luna era già alta nel cielo. Tutto era soffuso della sua luce densa come biacca.

Davanti ai vari portici a colonne degli edifici in pietra dell'amministrazione, disposti tutt'intorno alla piazza, vaste ombre si stendevano sul suolo come neri tappeti.

Il comizio si teneva dalla parte opposta. A tenderlo l'orecchio si poteva distinguere, attraverso la piazza, ogni parola.

#### Gli autori

IL TESTO del Sillabario di Boris Pasternak è tratto da *Il dottor Zivago* (Feltrinelli). Stefano Bartezzaghi ha pubblicato recentemente *Dando buca a Godot*. Giancarlo Bosetti è direttore della rivista *Reset*. Ha pubblicato *Spin. Trucchi e tele-imbrogli della politica* (Marsilio).

#### I Diari online

TUTTI i numeri del "Diario" di Repubblica, comprensivi delle fotografie e dei testi completi, sono consultabili su Internet in formato pdf all'indirizzo web [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it).

I lettori potranno accedere direttamente dalla homepage del sito, cliccando sul menu "Supplementi".



**Antonio Tabucchi**

Entrarono nel salone fresco, già disposto al comizio della sera. Sul palco c'era un tavolino

Piazza d'Italia, 1975



**Italo Calvino**

Da una piazza vicina giungeva l'eco dei megafoni d'uno sparuto comizio d'opposizione

Sotto il sole giaguaro, 1986



**Giovannino Guareschi**

Ecco l'insidia della democrazia! Che il primo mascalzone può parlare in una pubblica piazza

Don Camillo e Peppone, 2007



FOTO: CORBIS

**SINDACATO**  
Sopra, un comizio sindacale nel 1918 negli Stati Uniti. Sotto, Il presidente americano Hoover arringa i suoi elettori (1928). In alto, un comizio giacobino (1792)



**DEMOSTENE**

L'oratore greco curava alla perfezione lo stile della retorica politica, come farà nel mondo romano Cicerone



**SAVONAROLA**

Nei suoi sermoni il frate domenicano profetizza sciagure per Firenze e per l'Italia. Sarà condannato per eresia



**ROBESPIERRE**

L'oratoria parlamentare moderna è inaugurata dai discorsi politici rivoluzionari di Robespierre e Danton



**BERLINGUER**

Dopo il ventennio fascista, la politica riscopre le piazze con i comizi di De Gasperi, Nenni e Berlinguer



**OGGI**

Dopo anni di crisi, il comizio in piazza torna ad essere protagonista della campagna elettorale

**Le tappe**

I segreti della retorica tutta "eros" e poco "logos"

# LA SEDUZIONE DELLE FOLLE

STEFANO BARTEZZAGHI

**A**ndare insieme, "cumire": è l'etimologia comune al comizio e al coito. Un habitué dei due generi disse: «I miei non sono discorsi nel senso tradizionale della parola; sono allocuzioni, prese di contatto tra la mia e la vostra anima, tra il mio cuore ed i vostri cuori». Benito Mussolini, 1925. Carlo Emilio Gadda lo smentirà con risentita ferocia: «E coesta multitudine nostra la vuol essere tocca e titillata nel cuore: "il buon cuore dei milanesi", "il gran cuore del popolo romano" e altre baggiate del genere». No, Mussolini non cercava il contatto con le anime bensì con i corpi, non proponeva sentimenti ma scosse emozionali, vibrazioni magnetiche; in una parola: sesso. Conclusione di Gadda: «Tutto ciò è Eros, non Logos».

Uno studio linguistico sulle elezioni del 2006 (*L'italiano al voto*, Accademia della Crusca, 2008) di comizi non parlava. Sette anni dopo, invece, il comizio pare tornato, o come format tradizionale appena corretto nei tempi e nei topoi (Pierluigi Bersani) oppure ibridato con altri generi: il monologo comico (Beppe Grillo), la convention aziendale (Silvio Berlusconi), il concerto in piazza (Umberto Bossi: vedi Marco Belpoliti, *Lacanottieri di Bossi*, Guanda). Ritroviamo tutte queste modalità nel *Discorso grigio* della compagnia teatrale Fanny & Alexander, dove l'attore teatrale Marco Cavalcoli, si trasforma in una sorta di blob vi-

**Regole**

*Le regole prevedono l'appello agli ascoltatori gli insulti sanguinosi per gli avversari l'uso di slogan, iperboli e ripetizioni e, soprattutto, un ricorso sapiente al ritmo*

vente e monta parole realmente pronunciate da questi e altri leader in un discorso politico insensato ma plausibile.

Il comizio non è un discorso politico come gli altri. Questi sono rivolti innanzitutto agli indecisi e vogliono sedurre, conquistare. Non disdegnano affatto il ragionamento ma lo usano come il latin lover usa il suo pomposo vaniloquio: per far sentire intelligente la preda. Nel comizio, la preda è invece già al laccio. Il comizio è il luogo della «fraudolenta verbalità», della «burbanza delle frasi lapidarie», «della imperatoria grinta» (Gadda, su Mussolini). Gli indecisi sono fuori posto, ma l'eccitazione generale può contagiarli.

Codificata sin dal I sec. a. C. da Quinto Tullio Cicerone (fratello di Marco), nel *Commentariolum petitionis*, (il "Manualetto di campagna elettorale" cui vent'anni fa Giulio Andreotti appose una sorniona prefazione), la retorica comiziale prescrive l'appello diretto agli interlocutori ("Compagni!", per la sinistra; "Amici!" per la vecchia Dc; "Amici e compagni" per il centrosinistra; "Camerati!" per i fascisti; "Italiani!" per Mussolini e ora Grillo) e consiglia l'uso abbondante di parole-ringhio (quelle che contengono già in sé una denigrazione: *fascista, comunista, mascalzone...*); oggi, anche di insulti veri e propri. Il comiziante piuttosto che un cantante è un batterista: sillabi termini-chiave e cura molto di più l'andamento ritmico delle sue frasi che non i contenuti. Parla per slogan, eleva iperboli, usa anafore e ripetizioni in genere per martellare le parole, se non i concetti, nella memoria.

Il comizio insomma non propizia la conquista: è l'atto che la sancisce. Introducendo la sua fondamentale antologia *Parole al potere. Discorsi politici italiani* (Bur), Gabriele Pedullà ricorda il Mussolini ritratto da Filippo Tommaso Marinetti: «Oratore futurista che sfronda, incide, trappana, strangola l'argomento avversario, fende la folla come un mas, come un siluro». Sono analogie trasparenti. Ritornano nell'*Eros e Priapo* di Gadda, che deve essere a sua volta tornato in mente a Guido Vergani quando, nei primi anni Novanta, andò a un comizio del Bossi ancora giovane e descrisse la «satiriasi oratoria del messia».

La Prima Repubblica da Fanfani a Berlinguer

# VIVERE E MORIRE SU QUEL PALCO

FILIPPO CECCARELLI

**I**l più bravo in assoluto era Giuseppe Di Vittorio, che aveva una bella faccia, una voce tonante, un sorriso dolce e soprattutto il dono (in greco antico: carisma) di innescare nella folla dispositivi di immedesimazione addirittura a livello sensoriale. «Quando parlava - ha scritto Davide Lajolo - stava con te non solo con gli occhi». Il più musicale era Pietro Nenni, occhialoni e volto rugoso. L'oratoria nenniana, ha spiegato una volta lo storico e biografo Giuseppe Tamburrano, possedeva la regolarità ritmica di un esercizio di solfeggio: «Cari compagni - tic tòc - ve lo spiego io - tic tòc - cos'è - tic tòc - il socialismo!».

Anche Fanfani, cavallo di razza dello scudo crociato, se la cavava assai bene. Leonardo Sciascia l'ha descritto in un comizio ad Agrigento, nel 1954, su un palco a forma di prora: «Poi tirò fuori un foglietto, otto domande che i comunisti gli avevano rivolte, disse che democraticamente avrebbe risposto. Alla prima disse che c'era una sola risposta da dare, il titolo di un'opera di Leoncavallo: Pagliacci!». A quei tempi i clown erano quasi del tutto incompatibili con l'arte politica, che rifluiva semmai nei momenti drammatici. Come quando Almirante, anche lui superbo oratore, figlio di attori, occhi di gelido azzurro, voce metallica, parlò ai funerali di un giovane missino, Mantakas, ammazzato nella capitale: «Romani - pausa - questo non è un comizio. Questo è un rito, un ri-

**Fuorionda**

*Di Vittorio aveva carisma, Nenni una cadenza musicale. E anche in passato non mancavano i fuori-onda e i colpi di teatro: come il candidato che mostrò le mutande della moglie dell'avversario*

to!».

Non che mancassero elementi di varia e anche curiosa umanità che al giorno oggi - giammai allora! - si potrebbero rubricare all'insegna della tecnica e dell'intrattenimento. Sandro Pertini, per dire, nervoso e imprevedibile, allorché sentiva un calo d'interesse cominciava a inveire irosamente contro quelli che gli stavano alle spalle: «Ecco, dimmi tu, compagno, se m'è consentito proseguire con te che mi parli di terga, suavia!», e quindi, ormai infiammato, gli consegnava il microfono: «Vai avanti tu che hai più lingua, perdio!».

A proposito di amplificazione, è giusto ricordare le vibranti predicazioni che il padre gesuita Riccardo Lombardi, non a caso detto "il microfono di Dio", teneva alla fine degli anni quaranta con un complesso sistema di collegamenti telefonici che per primo lo portarono a conseguire l'ubiquità fonica e percettiva, fino a 200 punti di ascolto durante la Crociata per Roma.

Senonché, come avviene oggi con i fuorionda, avveniva pure che nei mille cinema Astra e teatri Verdi d'Italia i sussidi audio determinassero magnifici incidenti, il più ridicolo e illuminante dei quali - racconta Guido Quaranta in *Scusatemi, ho il paté d'animo* (Rizzoli, 1997) - si deve all'onorevole Sole-ri, liberale, che avvicinandosi al microfono sul palco e data una sbirciatina all'orologio, sussurrò a un amico: «Non ti preoccupare, lasciami solo raccontare le solite quattro balle a questi imbecilli e poi ce la filiamo subito». E tuttavia si trattava pur sempre di grandi oratori, non di comizianti, che pure non mancavano - e qui il pensiero va a un socialdemocratico della Valle di Diano che nel corso di un comizio arrivò a mostrare come trofeo le mutande della moglie del suo avversario.

Ma a ripensarci oggi sono soprattutto silenzi, echi solenni, ondate di applausi che rotolavano nell'aria recando in sé un'energia quasi mediatica che a sua volta riviveva nell'accento e nei gesti di Ingrao, nella chioma e nel dolcevita nero di Pannella, nella testa reclinata e nelle smorfie di Ugo La Malfa. E così via, fino all'ultimo indimenticabile comizio di Berlinguer a Padova (1984), che gli si impasta la voce, barcolla, ma vuole continuare perché questa è la sua vita, e poi tutto finisce.

**LIBRI**

**MARCO CACCIOTTO**  
Marketing politico  
il Mulino 2011

**EDMONDO BERSELLI**  
Sinistrati Mondadori 2010

**MARIO ISNENGI**  
I luoghi della memoria  
Laterza 2010

**NICOLA TRANFAGLIA**  
Populismo autoritario  
Dalai 2010

**UMBERTO ECO**  
A passo di gambero  
Bompiani 2007

**EDOARDO NOVELLI**  
La turbopolitica  
Bur 2006

**GUIDO CRAINZ**  
Il paese mancato  
Donzelli 2005

**Y.MÉNY**  
**Y.SUREL**  
Populismo e democrazia  
il Mulino 2004

**ROLAND BARTHES**  
La retorica antica  
Bompiani 2000

**ARISTOTELE**  
Retorica  
Mondadori 1995

**CARLO MICHELSTAEDTER**  
La persuasione e la retorica  
Adelphi 1982