



Dopo la sconfitta di John Kerry nel 2004 - scriveva Matt Bai sul magazine domenicale del *New York Times* - "i democratici sembravano quegli investigatori che, dopo la caduta di un aereo, si aggirano nella zona del disastro cercando di ricostruire la dinamica dell'incidente. Colpa di Kerry, di una figura che appariva troppo ondivaga e indecisa, un flip flopper? Colpa, piuttosto, di uno scenario politico dominato dalla guerra, nel quale sarebbe stato difficile, se non impossibile, rovesciare il presidente in carica? Colpa di Michael Moore, che aveva spostato troppo a sinistra l'asse dello scontro, provocando la mobilitazione dell'elettorato conservatore? Colpa, al contrario, di un'impostazione troppo centrista della campagna elettorale democratica".

Per settimane, per mesi, andò avanti la discussione sulla sconfitta, nella blogosfera progressista, sulla stampa liberal e nelle riunioni di sostenitori e simpatizzanti del Partito democratico. Alla fine, dal grande dibattito, veniva fuori una diagnosi abbastanza condivisa dai più: il problema non era la linea politica, non era una questione di sostanza, di qualità del messaggio o del messaggero. Quel che è mancato è stata la capacità di comunicare coerentemente il messaggio.

Il problema è lo stesso per Matteo Renzi e per la parte del Pd che lo sostiene. Non perché al presidente/segretario manchi un adeguato supporto comunicativo. Al contrario: la comunicazione di palazzo Chigi è altamente considerata, è ritenuta, a ragione, il migliore "settore" del governo attuale.

Il messaggio, dunque. Nella sua essenza riducibile alle risposte a un paio di punti salienti. 1) Fin dall'inizio della sua avventura nazionale, Renzi ha contrastato l'ascesa di Grillo combattendolo prevalentemente sul suo stesso terreno, innanzitutto comunicativo, saltando le tradizionali mediazioni mediatiche e politiche. I suoi oppositori interni non l'hanno capito o hanno finto di non capirlo. Ma anche molti elettori, a quanto sembra. 2) l'azione di governo per puntellare un paese da anni sull'orlo del baratro e perfino rilanciarlo, per realizzare riforme da tempo attese, per dare un ruolo internazionale all'Italia. Questo darsi da fare è stato raccontato più dagli avversari, come occupazione del potere, che dallo stesso Renzi, come indispensabile politica per il paese e come politica indispensabilmente legata, nella fase storica attuale, a un leader con le sue caratteristiche.

Oggi, a distanza di dodici anni dalla pubblicazione dell'articolo di Bai, l'intreccio comunicazione-politica si pone in termini abbastanza diversi rispetto ad allora, per il prodigioso sviluppo dei nuovi media e per l'influenza che esercitano sulla politica.

La comunicazione, per chi governa o per chi guida qualsiasi organizzazione complessa, non è un

dopo - se mai lo è stato - rispetto alle politiche, non è una tecnica che diffonde nel modo migliore e più ampio le scelte e le decisioni prese. È anche questo ovviamente.

La politica è comunicazione e viceversa, ancor di più lo è l'azione di governo. La stessa definizione dell'agenda interagisce in profondità con la strategia di comunicazione. La comunicazione è diventata permanente e pervasiva, interattiva con la sfera politica e moltiplicativa, creando di continuo momenti ibridi nei quali il campo dell'una si sovrappone a quello dell'altra.

La fortuna dei 5 stelle è legata a questo passaggio epocale. Lo dimostra, innanzitutto, il fatto stesso che il loro sviluppo, avvenuto in tempi rapidissimi, si sia svolto a distanza e al riparo dai media tradizionali, su binari comunicativi propri e spesso autonomi, a dispetto del persistente quanto inutile tentativo dei media *mainstream* di omologarli alle forze esistenti e/o in alternativa di demonizzarli (per poi oggi ridicolmente coccolarli).

Per Matteo Renzi la sfida politica primaria è, come si è osservato, con i 5 Stelle su questo piano. Diversamente dai suoi predecessori, poco interessato ad arruffianarsi i direttori dei grandi giornali o i commentatori, e per questo osteggiato da una stampa prevalentemente insofferente nei suoi confronti, Renzi crede nella comunicazione diretta con i cittadini attraverso soprattutto i nuovi media.

Dopo il voto di domenica ha fatto diffondere un suo lungo dispaccio attraverso il suo blog , per illustrare pacatamente il suo punto di vista sulla situazione politica dopo i ballottaggi.

Trovate come questa possono essere considerate efficaci o meno, ma costituiscono un aspetto minore rispetto alla strategia politico-comunicativa complessiva che dovrà guidare la sua riscossa nel confronto con i 5 stelle.

Il dispaccio citato è interessante perché fa capire l'idea di fondo che lo guiderà nei prossimi mesi. Dal testo, dalla sua prosa stessa, si evince che Renzi farà pesare pienamente il suo ruolo e la sua responsabilità di capo dell'esecutivo, che prende decisioni difficili in un momento difficile, utili al paese, mentre i suoi oppositori interni ed esterni trascorrono lo stesso tempo ad applicarsi a come mettere in crisi un governo che governa, nell'unica prospettiva del tanto peggio tanto meglio. Sono loro a personalizzare lo scontro, indifferenti alle conseguenze politiche.

Renzi l'ha messo in chiaro fin dal primo istante dopo il voto: non intende né demonizzare i 5 stelle né puntare alla dimostrazione che, una volta al governo di realtà importanti, falliranno certamente. Finora, peraltro, quest'atteggiamento molto comune nel mondo politico non ha prodotto altro che nuovi consensi per i 5 stelle.

Quindi, competizione con i 5 stelle, che sono l'avversario principale, e non certo l'opposizione interna. Competizione difficile perché la loro evidente capacità di connettersi con l'elettorato

giovanile - l'elettorato più importante anche in vista dei prossimi appuntamenti elettorali, l'elettorato da fidelizzare - può essere contrastata a fatica da una posizione "di potere" qual è quella di chi abita a palazzo Chigi. Il Renzi di governo deve adesso trovare il registro giusto per recuperare il Matteo del successo alle primarie e della vittoria alle europee, combinando le due personalità.

Stucchevole la disputa sul doppio incarico così come è proposta, anche per questo Renzi la respinge con decisione. Non può esserci un segretario di lotta e un premier di governo, a meno che non s'immagini un segretario che remi contro il presidente del consiglio. È Renzi stesso che deve saper incarnare le due figure ed è qui il banco di prova della sua capacità di comunicazione per contrastare i rivali grillini.

Anche l'idea di ricostruire un partito con il sottotesto di rivitalizzare la forma partito novecentesca non sembra una grande idea. A parte la sua irrealizzabilità evidente, il perimetro entro il quale contendere spazi ai 5 stelle è quello dove loro hanno saputo prosperare e continueranno a svilupparsi. La centralità della rete.

Su questo terreno Renzi è ben attrezzato, l'importante è che anche il Pd faccia quel balzo in avanti in mancanza del quale avrebbe ormai non gli anni ma i mesi contati.

Sappiamo che gira un "memo" nella cerchia ristretta renziana che mette a fuoco alcuni punti cruciali basata sull'analisi del fenomeno grillino. Lo pubblicheremo, avvertendo i lettori - come ha già fatto peraltro lo stesso Renzi - che in rete gira un sacco di falsi e di informazioni, spesso verosimili ma non vere.



[@GuidoMolledo](#)