

**L**e ragioni all'origine dell'attuale afasia mediatica di Matteo Renzi sono materia di

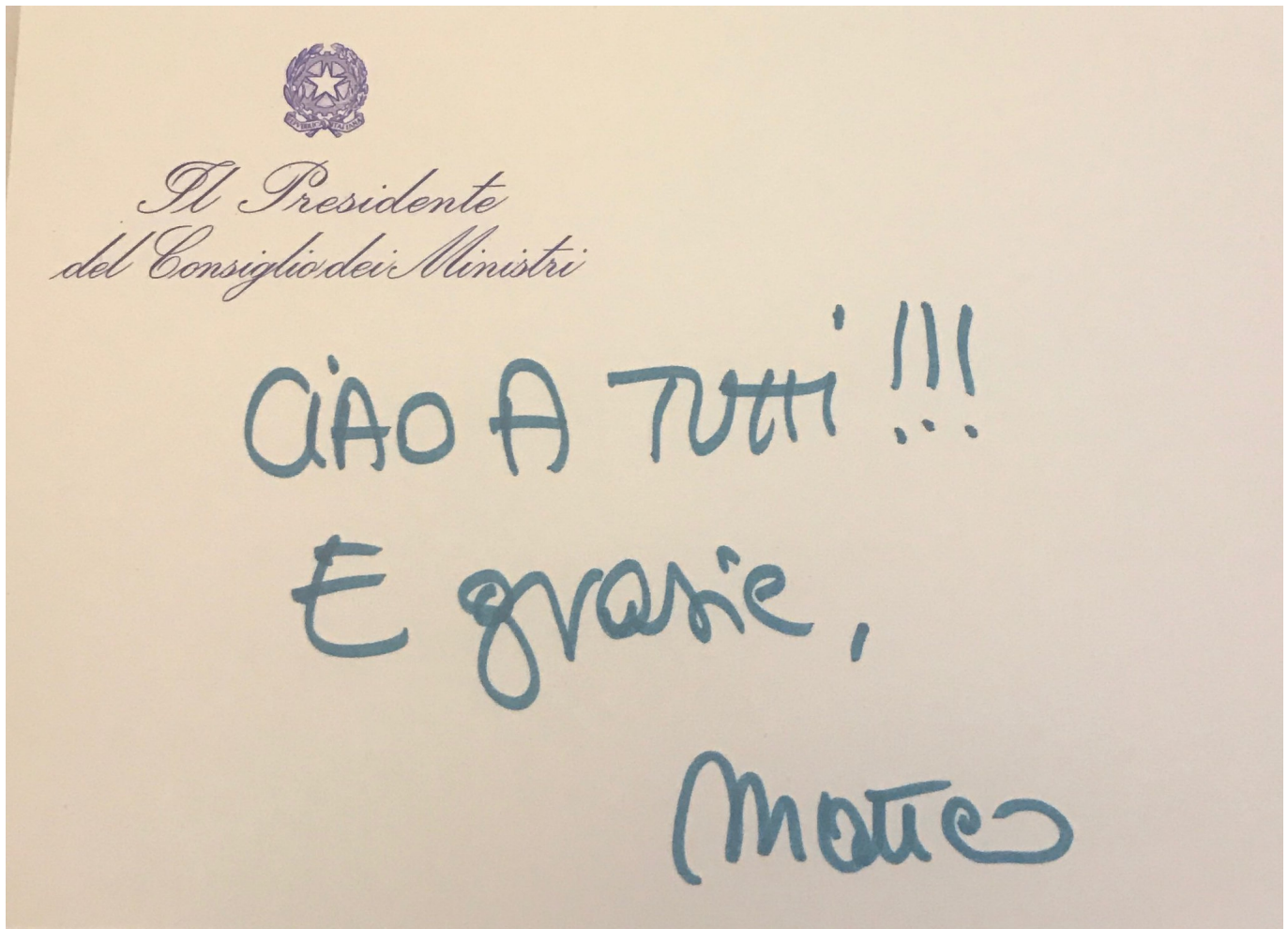
discussione per opinionisti, giornalisti e studiosi; ma anche argomento d'interesse sul quale almanaccano appassionati, simpatizzanti e militanti, i pochi sopravvissuti rimasti nell'epoca del *post-partito* e della secolarizzazione dell'impegno pubblico.

Il leader boy-scout devoto al *politainment*, il politico *anywhere/anytime* e *always on* (per dirla alla Fabio Bordignon), è decaduto a seguito della sonora sconfitta referendaria.

Il prototipo meglio riuscito, nel campo della sinistra, del comunicatore moderno, per ricorso a *going public* e adeguamento di stili, toni e tempi della *political logic* agli imperativi della *media logic*, implacabilmente imposti dalla società dello spettacolo e della comunicazione di massa, è stato punito dagli italiani e si è dimesso, onorando la parola data.

«Volevo cancellare qualche poltrona, ho perso, e, quindi, la poltrona che salta è la mia», il *sound bite* scolpito nel bel mezzo della conferenza stampa di commiato, convocata a caldo, la sera dell'annuncio dell'addio, nella Sala dei Galeoni di Palazzo Chigi.

Parole gergali, franche, di uso comune, che riflettono il linguaggio consono al politico di provincia assunto ai fasti del dibattito pubblico-mediatico con la fama di "rottamatore".



Ha deciso di sparire per un po' dal cono d'ombra di telecamere, flash, copertine, *talk-show*, microfoni, taccuini, radio e *time-line social*: praterie, solo due mesi addietro, che batteva avidamente, organizzando scorribande (bulimiche e "iperreali", secondo i suoi più severi detrattori) senza soluzione di continuità.

Si è ritirato in quel di Pontassieve. Elabora il lutto, cova sentimenti di rivincita, disegna strategie per rilanciare una traiettoria personale verso un orizzonte nuovamente trionfante, esorcizzando il timore di abbandonare anzitempo la partita della politica.

Almeno questo è quanto trapela, spulciando i retroscena più accreditati.

Cosa farà adesso? Quali parole d'ordine cavalcare? Rivolterà il Partito democratico come un calzino? Forzerà la mano sul governo di Paolo Gentiloni, spingendo per elezioni anticipate?

Asseconderà la gragnuola di consigli arrivati in questo tempo "sospeso" un po' da chiunque?

L'ultimo in ordine di apparizione proviene dall'amico Oscar Farinetti, patron di Eataly, che, sulle colonne domenicali del *Corriere della Sera*, lo esorta addirittura all'espatrio...

E ancora. Muterà il paradigma del suo *storytelling*, meno incentrato sul racconto di un'Italia

positiva, bella, edificante, e più prossimo a coloro che, per via di una crisi economica e sociale lontana dal risolversi definitivamente, sperimentano situazioni di disagio, marginalità e dolore, appesantite dalla frustrazione di tante speranze infrante?

Chi scrive non dispone di alcuna particolare sfera di cristallo, non ha accesso a un canale preferenziale con il già presidente del Consiglio e segretario del Pd in carica, né tantomeno intrattiene serrati colloqui quotidiani con questo o quel parlamentare, di questa o quella corrente. E quindi non è in grado di dischiudere uno scenario, aprire un'ipotesi, azzardare una previsione. Dal suo angusto angolo di prospettiva registra, tuttavia, che il comunicatore Renzi, seppur velatamente, "vive e lotta insieme a noi".

Osserva che nella (momentanea?) uscita di scena ha gestito con meticolosa cura la propria immagine pubblica, attingendo qua e là dal repertorio retorico affinato fin qui.

Un bagaglio di abilità, conoscenze, tecniche, risorse simboliche ed emozionali, grazie al quale ha mutato, in larga parte, la comunicazione politica di casa nostra, portando a compimento alcuni processi intervenuti a cavallo fra Prima e Seconda Repubblica.

Qualunque sia il giudizio maturato da ciascuno sul personaggio - per temperamento, catalizzatore naturale di ammirazione messianica e disprezzo epidermico - questo non può eccettuare l'evidenza di come Renzi abbia interpretato un ruolo cruciale nella rappresentazione della politica italiana, modificandone contorni, contenuti e significati.

#### IL DISCORSO DELLA SCONFITTA

Si prenda il discorso della sconfitta del 4 dicembre, per dire.

Sì, vero, forse non ha scatenato l'analogia emotiva di quello, rimasto insuperabile, esibito in occasione delle elezioni primarie vinte da Pierluigi Bersani, nell'autunno 2012.

Però compendia molto, se non tutto, del linguaggio e dello stile comunicativo renziano.

La personalizzazione - tanto aborrita quanto fatale per gli esiti della disputa referendaria - declinata nell'assunzione di responsabilità della disfatta.

L'*agenda setting* smascherata dal tweet "arrivo-arrivo", sfornato a urne aperte; sintassi inequivocabile per fan e sostenitori, subito consapevoli, davanti alla laconicità di quell'incursione *social*, che il cerchio si stava chiudendo, in maniera lacerante e inaspettata.



**Matteo Renzi** ✓  
@matteorenzi

 Segui



Grazie a tutti, comunque. Tra qualche minuto sarò in diretta da Palazzo Chigi. Viva l'Italia!  
Ps Arrivo, arrivo 😊

Una fine rievocata plasticamente dal primo, più celebre, “arrivo-arrivo”, sparato da Matteo Renzi, nel ventre del Quirinale, davanti al presidente della repubblica, Giorgio Napolitano, che segnò l’abbrivio dell’avventura governativa del ribaldo Principe fiorentino: con lui a dettare il ritmo e i temi dell’azione politica, e gli altri, media *in primis*, a rincorrere.

Era il 21 febbraio 2014, sembra un’era geologica fa, eppure, calendario alla mano, da allora sono trascorsi poco meno di tre anni.

#### IL RACCONTO INTIMISTA

Oltre al discorso della sconfitta, si poggia l’attenzione, per un attimo, al racconto intimista che sembra connotare questa fase d’interregno attraversata dal politico di Rignano sull’Arno.

Per racconto intimista s’intende la pratica argomentativa che antepone l’uomo alla carica istituzionale, il padre di famiglia al ruolo di segretario di partito, il marito di Agnese Landini al *front runner* dello schieramento del “Si”, uscito ridimensionato dell’inane tentativo di ribaltare a proprio favore i sondaggi della vigilia - una vigilia lunga otto mesi, causa campagna elettorale permanente.

Potenza dell’*intimate politics*. Non il politico che fa e comunica politica, ma l’uomo che racconta e svela se stesso, come spiegano in *Il Gossip al Potere* (Maggioli Editore), gli studiosi Marco Mazzoni e Antonio Ciaglia.

Ecco, quindi, il lungo *post* notturno del 10 dicembre affidato al profilo Facebook, incorniciato nel *frame* del “ritorno a casa”.

Torno a Pontassieve, come tutti i fine settimana. Entro in casa, dormono tutti. Il gesto dolce e automatico di rimboccare le coperte ai figli, un’occhiata alla posta cartacea arrivata in settimana tanto ormai con internet sono solo bollette, il silenzio della famiglia che riposa.

Tutto come sempre, insomma. Solo che stavolta è diverso. Con me arrivano scatoloni, libri, vestiti, appunti. Ho chiuso l’alloggio del terzo piano di Palazzo Chigi. Torno a casa davvero. Sono stati mille giorni di governo fantastici.

A leggerlo sembra di vivere in prima persona quanto narrato, assaporando una sensazione di vicinanza alle vicende del leader-politico, che appare a portata di mano, visibile financo nella sua dimensione familiare più intima: il padre che rimbocca le coperte ai figli. Un rapporto (quasi) consuetudinario in un mondo sempre più piccolo, dove, scavalcati i corpi intermedi, i filtri, le rielaborazioni, le sedi del partito, le barriere d'ingresso di giornali e sindacati, la relazione tra leader e cittadini è sempre più diretta.

Diretto certo, ancorché non meccanicamente più solido, robusto e duraturo: perché si nutre di fiducie precarie, preferenze volatili e umorali, a scapito di appartenenze solidificate e collettive. Che perdurano, come categorie politologiche, solamente nei ragionamenti passatisti, obsoleti e ancorati a una democrazia dei partiti che oggi non esiste più, sepolta con il crollo delle ideologie novecentesche.

#### IL POP

Da ultimo, rimanendo in procinto di capire quale strada imboccherà Matteo Renzi per risollevare le sorti della sua vicenda politica, cominciando dall'incipiente presentazione della nuova segreteria Pd, vale la pena concedersi uno - giusto uno, promesso - scivolamento pop occorso nelle scorse settimane, tralasciando l'ampia [intervista a Ezio Mauro per la Repubblica](#), già pertinentemente sviscerata [su ytali da Adriana Vigneri](#).

Sebbene disarcionato e caduto in disgrazia, il segretario Pd, più come celebrity trattata al pari di cantanti, attori, e sportivi che alla stregua di candidati fautori di articolate proposte politiche, continua a riscuotere interesse per il mondo del gossip, l'industria commerciale delle riviste patinate, che vellica la pancia nazionalpopolare del Paese.





Vedasi in merito la tempestività di *Chi* - media di tre milioni di lettori alla settimana - nel vivisezionare, scrutando i minuti dettagli della spesa stipata nel carrello della Coop, il personaggio Matteo Renzi, con tanto di approfondito servizio, corredato dall'enfatico titolo "umanizzante": "Da premier a casalingo". Da premier a casalingo. Un'ironia sottile, tagliente, fintamente bonaria. E sollevando lo sguardo dalle provocazioni ridanciane di Alfonso Signorini, già si scorgono in lontananza, nei capannelli confusi lungo il Transatlantico, nelle concitate riunioni di redazioni, nelle meditabonde stanze di partito, negli indecorosi sfogatoi pubblici del web, gli echi dei sorrisini *radical-chic*; i sopraccigli inarcati degli "apocalittici"; le dissertazioni anodine di chi derubrica il fenomeno politico-comunicativo Renzi da cronaca a storia prefigurando manovre, vendette, ribaltoni, cambi di casacca; i rutti retrivi di chi intorbida il discorso pubblico a tal punto da augurare all'avversario politico la morte: il riferimento è alla pagina Facebook "Auguriamo la morte a Matteo Renzi".

I mesi a venire ci diranno se "il casalingo" saprà sparigliare le carte, sul piano comunicativo e, di riflesso, sul versante politico, diventando, per la seconda volta, "premier".