DOPPIOZERO

Casaleggio, l'uomo che ha inventato il Grillo 2.0

Oliviero Ponte Di Pino 12 Aprile 2016

L'incontro con Gianroberto Casaleggio, scomparso ieri a 61 anni, ha cambiato la vita di Beppe Grillo. La loro collaborazione ha travolto il nostro sistema politico. Il successo del Movimento 5 Stelle non riguarda solo l'Italia: con il suo mix di populismo e tecnocrazia, tra sollecitazioni emotive e utopie di democrazia radicale, rifiutando la tradizionale divisione tra destra e sinistra, ha anticipato i nuovi movimenti politici che stanno ridisegnando la mappa politica dell'Europa.

Sono due le persone che hanno inventato Beppe Grillo. La prima è stato Antonio Ricci, l'autore dei testi dei suoi primi successi, soprattutto televisivi. La seconda è stato Gianroberto Casaleggio, che ha trasformato un comico dall'incerto destino, cacciato dalla tv, in una star della rete. Il loro incontro ha cambiato la storia del nostro del nostro paese.

Nei suoi recital, il luddista Beppe Grillo sul palco sfasciava i computer con una mazza da baseball. L'illuminazione gli arrivò dalla lettura di un articolo in rete, Il Web è morto, viva il Web. Volle incontrare l'autore. Gianroberto Casaleggio lo andò a trovare a Livorno, dopo la fine dello spettacolo, nell'aprile del 2004. Fu una rivelazione per entrambi.



Casaleggio era un manager che stava lanciando la sua azienda, dopo essersi messo in proprio. Era stato amministratore delegato di Webegg di Telecom Italia, leader nella consulenza ad aziende e pubblica amministrazione in rete. Nel 2002 Webegg e Formez, l'agenzia nazionale per la modernizzazione della pubblica amministrazione, avevano pubblicato un'analisi della situazione: in Italia, conclusero, l'e-government non sarebbe arrivato prima di vent'anni. A Casaleggio quei vent'anni probabilmente erano sembrati un'eternità: la rivoluzione era a portata di mano e non voleva perdersela. Nel 2003 lasciò Webegg e l'anno dopo con quattro colleghi fondò Casaleggio Associati, per offrire consulenze nella realizzazione di siti, nel web marketing e nell'e-governance. Tra i clienti c'erano Antonio Di Pietro e Italia dei Valori (fino dal 2008), ma anche Chiarelettere, la casa editrice fondata da Lorenzo Fazio: tra i suoi best seller, saggi di giornalisti di denuncia come Marco Travaglio, Peter Gomez, Gianni Barbacetto, Gianluigi Nuzzi e lo stesso Grillo. La casa editrice venne lanciata da un aggregatore di blog, Cadoinpiedi: il modello era quello dell'Huffington Post, una delle storie di successo del giornalismo in rete.

Casaleggio aveva capito meglio e prima di altri alcuni meccanismi comunicativi e partecipativi delle rete e le sue potenzialità. Li ha sfruttati con abile cinismo, sia per aumentare le visite ai siti dei suoi clienti, sia per impostarne posizionamento, immagine e comunicazione, anche in campo elettorale. E' la “rivoluzione del business, del marketing e della politica attraverso le reti sociali”, come recita il

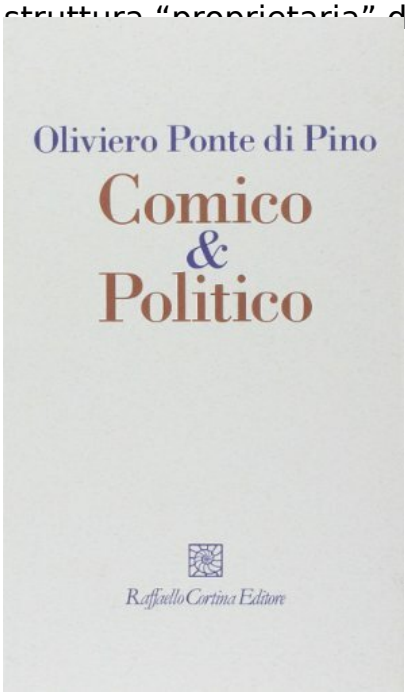
sottotitolo del manualetto-pamphlet scritto da Davide Casaleggio, figlio e collaboratore (oltre che da poco erede designato) di Gianroberto, dove si sintetizza il know how dell'azienda. Per “orientare l'interazione” tra le persone, spiega Davide Casaleggio, i partiti, i governi, le aziende, i media possono (anzi, devono) utilizzare una serie di competenze e di tecniche, ovvero “le leggi della Teoria delle Reti e il Social Network marketing”.

Gianroberto Casaleggio era animato da un pizzico di utopia (con una venatura apocalittica), ma era anche un manager e un imprenditore di cinico realismo. Si era fatto profeta di una visione democratica, aperta, dinamica, partecipativa, che predicava con entusiasmo: “La delega, con la Rete, non ha più senso. A volte è necessaria, ma io la darò soltanto a chi posso seguire in qualunque momento e nel caso dismettere”: tanto gli bastò per profetizzare l'inevitabile fine dei partiti politici. Al tempo stesso era consapevole delle asimmetrie di qualunque comunità umana, anche se digitalmente connessa: “Online il 90% dei contenuti è creato dal 10% degli utenti, queste persone sono gli influencer. Quando si accede alla Rete per avere un'informazione, si accede a un'informazione che di solito è integrata dall'influencer o è creata direttamente dall'influencer. Queste persone in modo diretto o indiretto gestiscono la comunicazione online”.

Per far scoppiare la bomba, bastarono pochi mesi. “Il 26 gennaio 2005 ho aperto un blog, senza sapere bene cosa fosse. Sto cominciando a capirlo ora”, scrisse Grillo nella presentazione del dvd beppegrillo.it. Il blog beppegrillo.it venne lanciato alla prima del suo nuovo spettacolo a Pordenone. In scena, l'attore si accalorava a spiegare: “Questa è una nuova forma di comunicazione. Ce l'aveva Prodi e lo ha chiuso dopo venti giorni perché, dice, 'non ho il tempo di comunicare con i miei elettori'. Perché vanno a comunicare a Porta a porta, e lì è la morte civile. Io invece comunico con nome e cognome con le persone. Non con lo share o l'Auditel. Con delle persone. [...] Con queste tecnologie possiamo fare delle cose direttamente, di democrazia diretta”.

Lo spettacolo faceva pubblicità al blog, il blog faceva pubblicità allo spettacolo e più in generale all'attività del blogger. Coinvolgeva frequentatori della rete e frequentatori degli spettacoli. La sinergia tra reale e virtuale è un meccanismo noto a chi produce contenuti in rete e riecheggia la dialettica teatrale tra realtà e finzione: quello che accade in scena ha effetto sulla realtà non in termini di azione diretta ma trasformando lo spettatore. Un secondo aspetto: i siti internet (blog

compresi) hanno come responsabile una persona fisica, anche se appartengono e vengono gestiti da un ente o da un'azienda. Questa impostazione ispirerà la struttura “proprietaria” del Partito del Grillo.





Casaleggio aveva la competenza tecnica e la visione. Grillo era un personaggio noto a tutti gli italiani, considerato libero e indipendente, che suscitava immediata simpatia. Diede al progetto di Casaleggio un potenziale pubblico di fan, una notevole visibilità mediatica e la qualità di una formidabile presenza. Il successo istantaneo consentì di sperimentare nuove forme di coinvolgimento e

attivismo politico. Già il 1° febbraio, pochi giorni dopo il lancio, scattò la prima mobilitazione politica. Durante i suoi show e dal sito, Grillo invitava gli spettatori a mandare un messaggio al Quirinale contro l'intervento italiano in Iraq. In giugno il blog lanciò la campagna “Parlamento Pulito”. A settembre il sito aveva già raggiunto punte di 500.000 accessi, con una media di 160.000 utenti al giorno, per poi stabilizzarsi intorno ai 200.000 (nel 2007 e 2008 tornò a picchi di oltre 500.000 accessi intorno ai grandi raduni pubblici del V Day). A crescere non erano solo gli accessi ma anche le interazioni: il 12 ottobre 2005 andò online il primo post che superò i 3000 commenti. Alla fine dell'anno beppegrillo.it era tra i dieci blog più visitati del mondo, veniva considerato da molti il miglior sito di controinformazione e aveva attirato la curiosità della stampa internazionale: il settimanale “Time” lo inserì tra gli “eroi europei del 2005” (l'altra presenza italiana era Silvana Fucito).

Il blog di Grillo era diventato la leva per innescare alcuni esperimenti politici. Era stato aperto solo da pochi mesi, ma l'intuizione era già chiara: la rete “è lo strumento per realizzare una vera democrazia. Una nuova forma democratica che è stata definita 'democrazia diretta' negli Stati Uniti. [...] E' il passaggio dalla delega in bianco al politico, alla partecipazione dei cittadino”. Di più: era necessario muoversi “verso una forma di autogoverno, una cosa diversa da quella a cui siamo abituati, in cui dovremo impegnarci in prima persona”.

Nell'estate del 2005 era partito un altro esperimento, ancora più complesso. Il modello arrivava, come al solito, dagli Stati Uniti, e per la precisione dalla campagna elettorale di Howard Dean, candidato democratico alle primarie del 2004, poi vinte da Barack Obama. Grillo lanciò l'iniziativa il 16 luglio, con il post Incontriamoci: MeetUp: “MeetUp è un sito che consente di organizzare in modo semplice incontri tra persone interessate a un argomento in ogni parte del mondo e anche in ogni città italiana. [...] Ho creato una categoria, l'ho chiamata “Beppe Grillo” ed è stato attivato un primo gruppo a Milano che ha come nome: “Gli amici di Beppe Grillo”. Io cercherò di incontrare i gruppi sul territorio durante il mio tour e ogni volta che partecipo a un evento”. Ancora una volta, virtuale e reale iniziavano a interagire in maniera inedita. Quel servizio informatico che permetteva a persone reali di affrontare temi reali fu il presupposto di un movimento con l'obiettivo di cambiare la realtà.

Il resto è storia. Il 25 febbraio 2012 il MoVimento 5 Stelle, grazie a 8 milioni di

voti, portò in parlamento 163 tra deputati e senatori. I motivi del successo? In primo luogo la crescente diffusione della rete e il suo libero accesso; un'utenza desiderosa di approfittare delle possibilità di interazione e partecipazione del web 2.0; un'informazione ingessata e considerata poco affidabile, ancora interamente basata su una comunicazione top down e in grave ritardo nel passaggio all'online. Se l'Italia era in netto ritardo rispetto ad altri paesi nella transizione al digitale, Casaleggio aveva intuito che questo non era un vero problema: “Quando si trasmette un messaggio politico in rete, la ricezione non è passiva. Chi ascolta il messaggio lo fa di sua volontà. Se ritiene che il messaggio sia positivo, lo riporta, ma non solo attraverso Facebook, lo riporta la sera in famiglia, ne parla con i genitori, con i fratelli. La propagazione virale nel mondo reale consente di eliminare in gran parte l'handicap della diffusione ancora limitata di internet”.

Da un lato l'antico sapere teatrale e la popolarità di Beppe Grillo, dall'altro la visione tecnologica di Gianroberto Casaleggio. Il loro incontro stava producendo un inedito progetto politico, in grado di parlare insieme alla pancia e alla rete. Nel paese della “casta”, gerontocratico e corrotto. Grillo poteva manipolare i sentimenti degli elettori con l'antica sapienza dei teatranti, Casaleggio poteva promettere una nuova forma di democrazia diretta, partecipata e inclusiva, in grado di superare la mediazione dei partiti e degli organi tradizionali di informazione.

Viena da chiedersi che cosa potrà accadere al MoVimento 5 Stelle, ora che non ha più la guida del suo “tecnoprofeta”. Se un partito cresciuto impetuosamente in tempi rapidissimi ha saputo costruire una autentica classe dirigente e raggiunto la necessaria maturità politica. Se resteranno in vigore le regole di una democrazia diretta che coinvolge solo pochissimi militanti in decisioni che riguardano tutto il paese. Se alla logica del plebiscito e della lotta mortale dei buoni e puri contro i cattivi e corrotti si sostituirà quella della necessaria mediazione politica. Senza rinunciare ai principi e al valore della vera democrazia.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO


29