



Dipartimento di Scienze Politiche
Corso di Laurea Magistrale in Governo e Politiche
Cattedra di Campaigning e Organizzazione del Consenso

L'assenza è presenza
Modalità e strategie comunicative innovative dal serial
"The Young Pope" alla politica italiana

RELATORE

Prof. Massimiliano Panarari

CANDIDATO

Francesco Marotta

Matr. 630432

CORRELATORE

Prof. Michele Sorice

ANNO ACCADEMICO 2017/2018

Indice

<u>Introduzione</u>	4
<u>Capitolo 1 – “The Young Pope”</u>	7
1.1. “The Young Pope”, un inquadramento generale	7
1.2. I protagonisti	8
1.3. L’assenza	9
1.4. Assenza tattica ed assenza strategica	12
1.5. Un papa politico	16
1.6. Un insuccesso (non) annunciato	18
1.7. Cambio di rotta	19
1.8. Conclusioni	21
1.9. Confronto tra papa mediale e papa reale	22
<u>Capitolo 2 – Il Quirinale</u>	25
2.1. I due corpi	25
2.2. La genesi	26
2.3. I poteri	29
2.4. Una carica di personalità	30
2.5. Presidente partigiano	36
2.6. Dal silenzio alle “picconate”	38
2.7. Il Quirinale nella Seconda Repubblica	40
2.8. Le consultazioni	47
2.9. Conclusioni	52
<u>Capitolo 3 – Politica italiana</u>	54
3.1. L’evoluzione della comunicazione politica	54
3.2. La Prima Repubblica	56
3.3. Anni Ottanta	58
3.3.1. La politica	58
3.3.2. La televisione	60
3.4. La Seconda Repubblica	62
3.4.1. Silvio Berlusconi, da leader ipermediatico ad attore silenzioso	64

3.4.2. Movimento Cinque Stelle: assenza sui mezzi tradizionali, presenza nella piazza digitale	70
3.5. Conclusioni	74
<u>Capitolo 4 – Assenza efficace</u>	76
4.1. La tecnica	76
4.2. “Charles Meets Barack”	76
4.3. L’ologramma di Mélenchon	80
4.4. Andata e ritorno, dalla pop politics alla pop. Il caso “Liberato”	83
<u>Conclusione</u>	87
<u>Bibliografia</u>	92
<u>Sitografia</u>	93
<u>Appendice iconografica</u>	95
<u>Abstract</u>	96

Introduzione

Nel 2009, partecipando ad un convegno sulle nuove modalità della comunicazione politica, Umberto Eco pose alla sua platea un quesito dotato sia di una natura comunicativa che etica: come tornare al silenzio?¹

Il discorso portato avanti da Eco sottolineava come i tempi e gli ambienti comunicativi siano cambiati nel corso della storia e di come si sia passati dal segreto tutelato dalla censura, al segreto nascosto dal rumore.

Per illustrare questo cambiamento l'accademico italiano citò il caso della parola "veline", sottolineando come tale espressione sia passata dall'indicare le direttive sul controllo e censura dell'informazione emanate dal MINCULPOP durante il regime fascista al significato di oggi, legato alle ballerine del programma televisivo "*Striscia la Notizia*", le quali sono l'esatto contrario dell'origine della parola essendo l'esempio dell'apparenza e della celebrità derivante dalla visibilità.

Analizzando questo cambiamento Eco sottolineava il passaggio dalla censura imposta con il silenzio a quella imposta con il rumore, inteso come tempesta di informazione che invade le nostre vite e che neutralizza la nostra capacità di ascolto.

Il semiologo evidenziava così come l'invasione mediatica della nostra quotidianità abbia cambiato il nostro modo di capire e conoscere quello che ci circonda, inibendo il "mormorio".

Per "mormorio" Eco intendeva quello che in lingua inglese viene definito "*word of mouth*", ovvero il chiacchiericcio.

Perdendo la condizione derivante dal silenzio viene meno la capacità di sentire il mormorio, ovvero una delle fonti di comprensione del mondo che ci circonda.

Il tema posto dal famoso semiologo italiano appare affascinante ed apre una discussione sul ruolo che il silenzio gioca in vari ambiti: dal silenzio nella società e nella politica, fino alla sua funzione nel discorso politico e alla capacità di costruire la *suspense*.²

Lo spunto scientifico offerto da Eco è quindi alla base di questo lavoro, il quale si pone l'obiettivo di indagare la funzione svolta nella comunicazione dal silenzio e dall'assenza. Tale tema permette di esplorare ambiti differenti tra loro ma legati da un comune filo rosso, ed in tal senso oltre alla domanda posta dal semiologo italiano quasi dieci anni fa un altro elemento ha favorito l'idea di riflettere su questo tema, il quale deriva proprio da quel "rumoroso" mondo televisivo di cui Eco parlava nel suo discorso.

In tal senso nel capitolo uno si analizzerà la serie televisiva "*The Young Pope*" realizzata dal Premio Oscar Paolo Sorrentino. Tale costruito televisivo narra le vicende del giovane Papa Pio XIII, il quale basa la propria missione spirituale e la sua azione comunicativa sul silenzio e sull'assenza di immagine pubblica. L'indagare i contenuti e gli schemi narrativi di un prodotto mediale di successo come questo *serial* sorrentiniano, consente

¹ Intervento alla Tavola rotonda "*Le nuove modalità della comunicazione politica*" al XXXVII Convegno nazionale dell'AISS "*Politica 2.0 – Memoria, etica e nuove forme della comunicazione politica*" dell'ottobre 2009 a Bologna.

² F.Montanari, *Politica 2.0. Nuove tecnologie e nuove forme di comunicazione*, Roma, Carocci editore, 2010, pp.17-22.

allo stesso tempo di immaginare e di affrontare in concreto come il silenzio, l'assenza e la costruzione della *suspense*, possano tornare al centro della scena offrendo degli spunti per rispondere alla domanda di Eco. Da questa analisi si estrapoleranno due dimensioni differenti dell'assenza, quella tattica e quella strategica, analizzando come la loro costruzione possa essere funzionale al raggiungimento di certi obiettivi.

Analizzando la serie tv di Sorrentino sarà possibile azzardare un paragone tra il papa mediale ed il papa reale, osservando come i confini tra realtà e finzione siano molto meno netti di quanto si possa pensare.

Nel secondo capitolo, muovendosi sullo storico legame tra Chiesa e Stato, sarà analizzata la comunicazione silente della Presidenza della Repubblica, la più enigmatica e discussa istituzione dello Stato italiano. Il Quirinale possiede infatti caratteristiche uniche nel nostro ordinamento ed un ottimo livello di fiducia da parte dei cittadini, il quale è rimasto stabile nel corso dei decenni nonostante la travagliata storia della nostra democrazia.

In tal senso sarà possibile osservare l'evoluzione del ruolo svolto dal Quirinale nel corso della Prima e della Seconda Repubblica e di come tra la dimensione formale dei poteri del capo dello Stato e la stabilità del sistema dei partiti, giochi un ruolo fondamentale la personalità del presidente ed il modo in cui viene declinato questo ruolo.

Uno spazio apposito sarà dedicato ad uno dei principali riti laici della Repubblica italiana ovvero le consultazioni per la formazione del governo, un autentico esempio di costruzione dell'attesa capace di calamitare attenzione ed attivare una curiosità morbosa nel mondo dell'informazione e nei cittadini.

Nel terzo capitolo sarà affrontato il tema della comunicazione politica in Italia. Dopo aver passato in rassegna gli sviluppi di questa disciplina nel corso del tempo, attraverso le tre fasi della premodernità, modernità e postmodernità, sarà analizzato lo stile comunicativo della Prima Repubblica italiana, la quale si caratterizza per la scarsa presenza sulla scena pubblica degli esponenti di partito e dei leader e per la prevalenza della dimensione ideologica, con la sua capacità di agire come motore della mobilitazione di grandi soggetti collettivi.

Attraverso il cruciale decennio degli anni Ottanta si passerà da una rigida distinzione tra pubblico e privato a un "riflusso" dei cittadini nella propria sfera di vita personale, il quale produrrà cambiamenti radicali nella politica italiana. Il declino delle ideologie e l'avanzata del privato in pubblico imporranno infatti ai politici di esporre il proprio corpo ed il proprio vissuto sulla pubblica scena, un fenomeno in cui l'affermarsi del mezzo televisivo giocherà un ruolo fondamentale.

La Seconda Repubblica italiana proseguirà su queste direttrici e particolare attenzione sarà posta su Silvio Berlusconi e su come la sua presenza nel panorama politico italiano abbia determinato la scomparsa della distinzione tra sfera pubblica e privata.

La cancellazione di questa dimensione e l'iperpresenza del Cavaliere saranno i tratti caratterizzanti della Seconda Repubblica fino al 2011, momento in cui Berlusconi inizierà ad alternare lunghi silenzi comunicativi a vere e proprie invasioni mediatiche.

Sempre in merito al periodo della Seconda Repubblica sarà poi trattato il caso del Movimento Cinque Stelle e dell'uso strategico dell'assenza mediale sui mezzi tradizionali nel corso della campagna per le Politiche del 2013, vero esempio di come l'assenza comunicativa possa saldarsi all'identità di una forza politica ed incrementare il consenso.

Nel quarto ed ultimo capitolo saranno proposti tre esempi tecnici di realizzazione dell'assenza e di come essa possa portare risultati in campi differenti.

Il primo caso è il video *"Charles Meets Barack"* realizzato durante la campagna elettorale per le Presidenziali Usa del 2008 dallo staff di Barack Obama, esempio efficace di come sia possibile realizzare una personalizzazione parziale di una comunicazione di tipo elettorale, rendendo il candidato assente ma presente e rinforzando la propria comunità politica.

Il secondo caso riguarda la campagna elettorale di Jean-Luc Mélenchon per le Presidenziali francesi del 2017 e l'uso della tecnica dell'ologramma, una rivoluzione tecnologica capace di creare un effetto di assenza-presenza e di ubiquità mai sperimentato prima nelle campagne elettorali.

Il terzo esempio invece uscirà fuori dal campo politico affrontando il fenomeno comunicativo del musicista *"Liberato"*, artista emergente del panorama musicale napoletano ed italiano, il quale si distingue per una comunicazione basata sull'anonimato e la negazione della propria immagine.

Il lavoro svolto in questo scritto è stato realizzato ricorrendo a fonti bibliografiche storiche, sociologiche ed attinenti al campo degli studi sulla comunicazione. Le fonti bibliografiche sono state poi integrate con il ricorso ad un'ampia sitografia.

L'obiettivo finale di questa riflessione sarà comprendere se l'uso strategico della dimensione dell'assenza nella comunicazione politica possa produrre degli effetti positivi in termini di consenso per gli attori politici e se il ricorso a tale pratica possa invertire la tendenza crescente alla personalizzazione della politica e al cedimento della dimensione valoriale.

Capitolo 1

“*The Young Pope*”

1.1. “*The Young Pope*”, un inquadramento generale

“L’assenza è la presenza.

Queste sono le fondamenta del mistero.

Quel mistero che sarà di nuovo al centro della mia Chiesa”.

Lenny Belardo – Papa Pio XIII (Jude Law)

“*The Young Pope*” è una serie televisiva di dieci episodi ideata e diretta dal regista Premio Oscar Paolo Sorrentino. Il *serial* è andato in onda per la prima volta tra ottobre e novembre 2016 sul canale *Sky Atlantic*, ed è il risultato del lavoro di una produzione internazionale a cui hanno collaborato *Sky, HBO e Canal+*, oltre ad altri soggetti italiani come *Wildside*.

La serie racconta la storia di Lenny Belardo (Jude Law), un giovane cardinale statunitense di origine italiana. Lenny è un personaggio riservato e schivo che pur ricoprendo un importante ruolo ecclesiastico si mostra poco incline alle attività più propriamente politiche della sua carica. Il quadro cambia nel momento in cui il giovane cardinale viene inaspettatamente eletto al soglio pontificio, assumendo la carica con il nome di Pio XIII.

Scelto dal collegio cardinalizio con l’idea di poter avere un “burattino mediatico” da poter gestire e manipolare a piacimento, Pio XIII mostrerà nel corso della serie aspetti del proprio carattere totalmente sconosciuti ed inaspettati.

La serie è dotata di un cast internazionale di alto livello; oltre al protagonista Jude Law sono infatti presenti Diane Keaton (Premio Oscar 1978 per “*Io e Annie*” di Woody Allen), Javier Cámara, James Cromwell, oltre agli italiani Silvio Orlando e Stefano Accorsi.

Questa produzione televisiva è da considerarsi come una vera e propria raccolta di “prime volte”.

Si è trattata infatti della prima esperienza con la serialità da parte di attori come Jude Law e Diane Keaton, la prima collaborazione tra *Sky, HBO e Canal+* per la realizzazione di un *serial* e la prima volta che un regista europeo premiato dall’*Academy* si cimenta nella scrittura e direzione di una serie tv.³

La serie è stata distribuita in oltre ottanta paesi e ha ricevuto ottimi commenti dalla critica italiana ed internazionale. Tra questi spicca senza dubbio l’opinione espressa da parte de L’Osservatore Romano, il giornale della Santa Sede, il quale ha pubblicamente riconosciuto il valore del lavoro di Sorrentino.⁴

³ Come sottolineato da Lorenzo Mieli (produttore *Wildside*) all’interno del documentario “*The Young Pope - A Tale of Filmmaking*”, disponibile sulla piattaforma On Demand di Sky (visionato in data 21/03/2018).

⁴ www.osservatoreromano.va/it/news/fantasia-papale, articolo di Juan Manuel de Prada. Sito visitato in data 29/03/2018.

1.2. I protagonisti

Come spesso accade nelle produzioni di Sorrentino il protagonista della storia che viene raccontata è sempre uno, mai un gruppo o una pluralità di individui. E così dopo il Titta Di Girolamo di *“Le conseguenze dell’amore”*, il Giulio Andreotti de *“Il Divo”*, la rockstar Cheyenne di *“This Must Be the Place”* ed il Jep Gambardella de *“La grande bellezza”*, adesso tocca ad un nuovo personaggio arricchire la complessa raccolta delle figure del regista italiano.

Il protagonista indiscusso di questa storia è Lenny Belardo, salito al soglio pontificio con il nome di Pio XIII ed interpretato da un magistrale Jude Law.

Lo statunitense Lenny si trova in modo del tutto impreveduto a diventare papa alla “giovane” età di 47 anni. L’età del protagonista potrebbe indurre a pensare ad una fase di innovazione e cambiamento per la Chiesa, ma la scelta del nome da parte del nuovo papa porta su un percorso totalmente diverso, ovvero su una strada reazionaria, conservatrice e tradizionale.

Il nome è infatti quello di Pio XIII, una scelta che si pone in continuità con il Papato di Pio XII, un papa caratterizzato da posizioni giudicate conservatrici.



Figura 1 – Lenny Belardo - Pio XIII (Jude Law)⁵

Ma oltre al personaggio “unico” di questo racconto, numerose sono le figure che lo circondano.

Tra i personaggi più importanti della serie abbiamo:

- Cardinale Angelo Voiello: segretario dello Stato vaticano, napoletano, sessantenne. È il vero amministratore della Chiesa, grande elettore di Papa Pio XIII nel conclave, figura oggetto di numerosi libri che ne raccontano le gesta e le malefatte politiche. Voiello è un accanito tifoso del Napoli, una fede quasi alla pari con quella nel Signore. Religioso di posizioni progressiste, si scontra duramente con il giovane

⁵ Foto estratta dal sito <http://www.ilsussidiario.net/News/Cinema-Televisione-e-Media/2016/11/11/THE-YOUNG-POPE-Anticipazioni-dell-11-novembre-2016-il-declino-di-Lenny-il-senso-di-colpa-di-Dussolier/732644/>, visitato in data 26/04/2018.

Papa Belardo e le sue idee reazionarie, fino ad arrivare ad organizzare un complotto per farlo destituire dalla massima carica della Chiesa. È interpretato dall'attore italiano Silvio Orlando.

- Suor Mary: è la madre spirituale di Pio XIII e sua insegnante all'orfanotrofio. L'anziana suora ha accolto il piccolo Lenny nel suo istituto religioso in seguito alla decisione dei genitori di abbandonarlo. Divenuto papa, Lenny decide di chiamare a sé la sua figura materna, assegnandogli la funzione di segretario particolare. La suora è interpretata dall'attrice americana Diane Keaton.
- Cardinale Michael Spencer: è il padre spirituale di Lenny Belardo. Spencer ha integrato Lenny nel suo seminario grazie all'indicazione di Suor Mary. Per anni Lenny ha studiato sotto la direzione di Spencer, un cardinale di posizioni tradizionaliste rispetto a quelle di Voiello. Il nome più quotato come successore di Pietro all'interno del conclave era proprio quello del mentore di Belardo. L'elezione del suo allievo al soglio pontificio causa una profonda crisi in Spencer, il quale vede distrutto il suo sogno di diventare Padre di tutta la Chiesa. Il cardinale statunitense è interpretato dall'attore James Cromwell.
- Cardinale Andrew Dussolier: è il solo vero amico di Pio XIII. Lenny ed Andrew si sono conosciuti da piccoli all'istituto di Suor Mary, sono cresciuti insieme passando da orfani a preti. Dussolier è vescovo di San Pedro Sula (Honduras) e sarà nominato da Pio XIII alla carica di prefetto della Congregazione per il clero. Dussolier è interpretato da Scott Shepherd.
- Sofia Dubois: responsabile marketing della Città del Vaticano. Sofia è una bella donna di origini francesi, laureata in marketing ad Harvard. La collaboratrice del papa mostra subito una profonda ammirazione per il giovane pontefice, ma tra i due si sviluppa anche un rapporto dialettico riguardante le strategie comunicative da adottare. L'attrice che interpreta il ruolo di Sofia è Cécile de France.
- Presidente del Consiglio italiano: interpretato da Stefano Accorsi, il giovane presidente italiano pensato da Sorrentino è un personaggio che ricorda molto Matteo Renzi e che cercherà di portare avanti un pacchetto di riforme su eutanasia, aborto, divorzio e soprattutto unioni civili e adozioni per coppie omosessuali. Lo scontro con Pio XIII sarà inevitabile.

1.3. L'assenza

Veniamo adesso alla motivazione per cui si è scelto di trattare "*The Young Pope*".

La serie di Paolo Sorrentino è carica di molteplici temi, significati e chiavi di lettura, ma tale prodotto cinematografico è stato scelto in questa sede perché tratta in modo ampio il concetto di assenza.

In questo racconto si parla prima di tutto di uomini e donne e solo secondariamente di religione e di politica.

L'assenza è il perno centrale dell'impianto narrativo ed essa si declina in almeno tre dimensioni:

- L'assenza del padre e della madre
- L'assenza di Dio
- L'assenza del papa

Partendo dalla prima dimensione occorre infatti sottolineare che questo *serial* non è il narrato di un papa e della sua vita, ma piuttosto il racconto di un orfano e della sua condizione umana.⁶

Lenny Belardo è un orfano, abbandonato dai suoi genitori quando aveva sette anni; questo episodio segna la vita del futuro papa, il quale non smetterà mai di cercare il padre e la madre.

Un orfano, come dice lo stesso protagonista nella serie, non cresce mai, resta bambino ed è destinato a non divenire mai adulto e a sentire su di sé il peso dell'assenza per tutta la vita: l'assenza del padre e della madre. Come anticipato prima nella descrizione dei personaggi, Lenny trova la sua figura materna in Suor Mary e il corrispettivo paterno nel Cardinale Michael Spencer; tuttavia il trauma infantile si ripercuote sul protagonista per tutto il suo vissuto, accompagnandolo fino al soglio pontificio.

Le scelte compiute dal giovane papa in avvio di pontificato sono comprensibili seguendo uno schema spirituale e politico, ma prima di tutto psicologico e personale. Il mondo ha negato al bambino la normalità di avere due figure genitoriali, per questo il papa-bambino vuole negare ad un miliardo di persone, all'intero mondo della Chiesa cattolica, la possibilità di avere il proprio padre spirituale.

Sembra effettivamente di essere davanti al capriccio infantile di un adulto che arrivato ad una posizione di potere vuole ora vendicarsi con il mondo per i torti subiti. Ma questa è solo una delle dimensioni dell'assenza di questo prodotto cinematografico. La seconda dimensione fondamentale raccontata dalla serie di Sorrentino è l'assenza di Dio, un aspetto legato a doppio filo alla mancanza dei genitori.

Tale collegamento è esplicitato dal protagonista stesso all'interno della serie in uno scambio di battute con Suor Mary:

*“Io guardo dappertutto. Io prego dappertutto. E non vedo Dio. Perché non vedo il padre. Perché non vedo la madre”.*⁷

Se infatti la storia raccontata da Sorrentino è prima di tutto la vicenda personale di un orfano, è altrettanto vero che risultano importanti i temi del dubbio e della fede; ma il punto fondamentale della serie non è il racconto di un orfano o quello della crisi spirituale di un papa reazionario e conservatore, ma la terza dimensione dell'assenza, ovvero quella del papa.

All'interno della serie di Paolo Sorrentino infatti Lenny Belardo decide di adottare una precisa strategia, la quale consiste nel non mostrarsi in pubblico, nel non far circolare fotografie raffiguranti la sua immagine, di non rilasciare interviste o dichiarazioni pubbliche verso l'esterno.

Una strategia che destabilizza profondamente il Vaticano e tutta la comunità dei fedeli.

Il giovane papa avvia il suo pontificato ricorrendo alla tattica del rinvio; il Cardinale Angelo Voiello, Segretario di Stato della Città del Vaticano, pone a Pio XIII le varie questioni riguardanti il governo della Chiesa, ma la risposta che riceve è sempre la stessa: “dopo”.

⁶ Come dichiarato dallo stesso Jude Law all'interno del documentario *“The Young Pope - A Tale of Filmmaking”* prima citato.

⁷ P. Sorrentino, *Il peso di Dio. Il vangelo di Lenny Belardo*, Torino, Einaudi, 2017, p.30.

Il rituale secolare del Vaticano prevede che il nuovo papa eletto debba tenere un discorso ai cardinali che lo hanno scelto per poi sciogliere il conclave e permettere ai membri di tornare nelle rispettive diocesi.

Papa Pio XIII durante la serie posticiperà questo appuntamento di volta in volta, imponendo a tutti i cardinali di rimanere in Vaticano. Quello che sembra essere solo un gesto altezzoso del giovane papa in realtà è parte della sua opera di costruzione dell'attesa.

Effettivamente Papa Pio XIII, dopo una breve fase di mistero, afferma chiaramente la sua strategia comunicativa e spirituale.

Durante una discussione riguardante il *merchandising* del papa con il personaggio di Sofia, la responsabile marketing della Città del Vaticano, il giovane papa afferma:

“- Signora, lo vede questo piatto bianco?

- Sì...certo, lo vedo.

- Ecco. Questo è un esempio di *merchandising* che io posso autorizzare.

- Ma non c'è la sua immagine!

- Io non ho immagine, signora, perché io non sono nessuno. Ha capito? Nessuno. Esiste solo Cristo. Solo Cristo. E io non valgo né cinque, né quarantacinque euro. Io valgo zero.”⁸

Si tratta di una scelta strategica che ancora non è compresa da parte dei personaggi che circondano il papa e che porta il responsabile marketing del Vaticano a parlare apertamente di “suicidio mediatico”.

Nel proseguo della discussione con Sofia il giovane papa illustra allora con grande chiarezza il suo progetto comunicativo e spirituale:

“- [...] Suicidio mediatico, dice lei? Adesso provi a seguirmi, se ne è capace.

- La seguo perfettamente.

- Chi è lo scrittore più importante degli ultimi venti anni? [...]

- Non saprei. Diciamo...Philip Roth.

- No. È Salinger. Il regista cinematografico più importante?

- Spielberg.

- No. Kubrick. L'artista contemporaneo?

- Jeff Koons o Marina Abramović.

- No. Banksy. Il gruppo di musica elettronica?

- Non so nulla di musica elettronica.

- [...] Comunque, i Daft Punk. La più brava cantante italiana?

- Mina.

⁸ Ivi, p.23.

- Brava! E lo sa qual è il filo rosso che unisce tutte queste figure che sono le più importanti nei loro rispettivi campi?

- No, non lo so.

- Non si fanno vedere. E non si fanno fotografare.”⁹

Ecco la strategia di Pio XIII: negarsi, nascondersi al mondo, riponendo l’attenzione su un elemento superiore, cioè Dio e la fede.

Occorre dire che risulta affascinante il paragone con strategie simili adottate in campi e settori profondamente diversi, quali il cinema, l’arte contemporanea, la letteratura e la musica.

Ma l’intento del giovane papa è quello di attivare un meccanismo di curiosità morbosa nel popolo della Chiesa e nel mondo intero, negando quello che oggi non è praticamente più negabile: la propria immagine.

Viviamo infatti una fase storica in cui con l’esplosione del Web 2.0 e dei *social network*, quali *Facebook*, *Twitter* ed *Instagram*, ogni singolo individuo condivide con il mondo la propria raffigurazione di sé, annullando completamente la dimensione privata e riducendo la propria sfera di riservatezza al minimo.

L’operazione messa in piedi da Lenny Belardo è quindi composta da due elementi distinti ma strettamente intrecciati, il recupero della dimensione del mistero religioso, che il giovane papa vuole ricollocare al centro della sua Chiesa, unito ad un secondo aspetto che è insieme umano e comunicativo, ovvero la curiosità.

Il mistero implica in modo inevitabile il silenzio, il non detto, una certa non comunicazione; ma per poter suscitare la curiosità occorre far intravedere qualcosa, poiché il niente non produce interesse ed in definitiva “è impossibile non comunicare”.¹⁰

Per questa ragione Pio XIII fa disporre per il suo primo discorso in pubblico davanti a Piazza San Pietro un pacchetto di accorgimenti scenici, richiedendo per prima cosa l’allestimento di una luce talmente bassa sulla loggia della basilica, tale da impedire a fotografi, televisioni e fedeli di vederlo. Solo nella penombra che si verrà a creare sarà possibile intravedere la *silhouette* del pontefice.

Siamo quindi in presenza di un papa abile nella comunicazione mediale e dalle spiccate capacità strategiche e manipolatorie; una figura più simile a quella di un politico moderno che di un capo spirituale.

Il discorso di Papa Pio XIII sarà un vero e proprio atto di accusa nei confronti della folla di Piazza San Pietro, dei fedeli e di tutto il mondo.

1.4. Assenza tattica ed assenza strategica

Se questo papa dispone di notevoli capacità manipolatorie, una certa scaltrezza nelle sue azioni e una visione progettuale del suo pontificato, occorre allora introdurre una distinzione: Papa Pio XIII crea e gestisce l’attesa e progetta e applica l’assenza.

⁹ *Ivi*, pp.24-25.

¹⁰ P.Watzlawick, J.H.Beavin, D.D.Jackson, *Pragmatica della comunicazione umana*, Roma, Astrolabio, 1971. Si tratta del primo assioma della comunicazione elaborato dalla Scuola di Palo Alto.

Su queste due dimensioni si costruisce l'impianto narrativo di tutto *"The Young Pope"*, ovvero su due aspetti cruciali del vissuto stesso del personaggio di Sorrentino: l'attesa di Lenny, prima bambino e poi adulto, di poter vedere il padre e la madre che lo abbandonarono all'orfanotrofio; l'assenza interiorizzata dall'uomo divenuto papa che sente il vuoto emotivo del non aver avuto l'affetto paterno e materno, ma anche l'assenza di Dio e la crisi di fede che si manifesta proprio nel massimo momento spirituale del protagonista. E non meno interessante è "l'amore mancato", il rimpianto di Lenny Belardo per una breve relazione avuta da giovane prima di diventare prete e conclusasi nel nulla.

Questa è la visione di attesa ed assenza interiore del personaggio a cui fanno specchio l'attesa e l'assenza del mondo che circonda Lenny: l'attesa dei cardinali di ricevere il discorso del pontefice prima di tornare nei rispettivi paesi di provenienza, come l'attesa dei fedeli, speranzosi che il papa si affacci su Piazza San Pietro per rivolgersi a loro e salutarli. Ed ancora l'assenza che si produce in seguito, quando il Santo Padre decide di negarsi totalmente al mondo.

È il papa bambino ed orfano non ancora pronto per essere Padre della Chiesa e che rende orfani di una figura di riferimento i suoi fedeli. Uno straordinario costruito quello realizzato da Sorrentino e dallo sceneggiatore della serie Umberto Contarello, in cui la dimensione emotiva e personale si salda con la fede e con il potere della Chiesa.

Attesa e assenza sono quindi alla base di *"The Young Pope"*, ma tali elementi risultano interessanti anche da un punto di vista comunicativo, poiché l'assenza può essere declinata in forma tattica ed in forma strategica. Secondo l'enciclopedia Treccani la tattica viene definita come *"il modo di agire e di comportarsi che viene considerato il più adeguato e conveniente per raggiungere un determinato fine o risultato"*.¹¹

Sempre Treccani descrive la strategia come *"la tecnica di individuare gli obiettivi generali di qualsiasi settore di attività pubbliche e private, nonché i modi e i mezzi più opportuni per raggiungerli"*.¹²

La tattica si distingue dalla strategia poiché la prima indica il modo di agire, il comportamento da adottare per raggiungere gli obiettivi, mentre la seconda ha per oggetto la condotta generale, la visione d'insieme.

In altri termini la strategia ha un orizzonte di medio-lungo periodo, mentre la tattica fa riferimento ad un lasso di tempo più breve.

Le due dimensioni sono tuttavia strettamente connesse tra loro, poiché senza strategia la tattica è mero esercizio ed azione fine a sé stessa, mentre al contrario la strategia senza tattica resta un insieme di propositi destinati a non realizzarsi.

In merito all'assenza avremo quindi una sua declinazione in chiave tattica ed una in chiave strategica.

La dimensione tattica dell'assenza si basa sul negarsi in pubblico, nel "farsi desiderare", nel costruire l'attesa nelle menti degli altri, nel suscitare curiosità.

¹¹ <http://www.treccani.it/vocabolario/tattica/>, visitato in data 03/04/2018.

¹² <http://www.treccani.it/vocabolario/strategia/>, visitato in data 03/04/2018.

All'interno della serie di Sorrentino Pio XIII rimanda continuamente gli impegni che il segretario di Stato gli sottopone, ma l'esempio più calzante di costruzione tattica dell'assenza è il continuo rinvio del discorso ai cardinali di cui si è fatto cenno precedentemente.

Il papa rimanda questo appuntamento per un duplice motivo: da un lato infatti si vuole imporre ai sottoposti la duplice autorità di guida religiosa e di capo di Stato, costringendo i sottoposti alla permanenza in Vaticano fino a discorso avvenuto; dall'altro si intende costruire l'attesa, producendo un clima di curiosità e di ulteriore dipendenza rispetto alla figura del pontefice.

Coerentemente con questa intenzione di affermare la sua autorità, Pio XIII attende anche un altro elemento prima di tenere il discorso ai cardinali.

In avvio di pontificato Papa Pio XIII individua tra le priorità il riacquisto del Triregno, ovvero un particolare tipo di copricapo papale che fino al 1963 veniva utilizzato nelle cerimonie di incoronazione dei papi e che rappresentava il simbolo del potere del pontefice. Tale ornamento infatti è composto da tre corone, le quali rappresentano il triplice potere papale, come padre dei re, rettore del mondo e Vicario di Cristo.

Nella realtà tale copricapo è stato ceduto dal Vaticano su decisione di Papa Paolo VI ed acquistato da Francis Joseph Spellman, arcivescovo di New York; il ricavato della vendita è stato utilizzato per finanziare le missioni africane.¹³

Nella finzione della serie Papa Pio XIII ordina il riacquisto dell'ornamento papale perché funzionale al suo presentarsi davanti ai cardinali per il discorso: la volontà è quella di riaffermare la propria autorità, esibendo i simboli del potere. Giunto il Triregno a Roma Pio XIII decide di parlare ai cardinali, realizzando così il passaggio dalla tattica dell'assenza al racconto della strategia.

Nel discorso tenutosi sotto il Giudizio Universale dentro una Cappella Sistina ricostruita ad arte dalla produzione di *"The Young Pope"*, Papa Pio XIII, indossando il Triregno ed abiti antichi, annuncia la sua strategia dell'assenza:

"Fratelli cardinali, da oggi, non ci siamo per nessuno. Solo per Dio.

Da oggi, tutto ciò che era apertura, si fa chiusura. L'evangelizzazione? L'abbiamo già fatta. L'ecumenismo? L'abbiamo già frequentato.

La tolleranza? Non abita più qui. È stata sfrattata. Ha lasciato la casa al nuovo inquilino, che la pensa nella maniera esattamente opposta.

Sono anni che andiamo noi verso gli altri. Ora, non più! Noi non andiamo da nessuna parte. Noi stiamo qui. Perché cosa siamo noi?

Noi siamo il cemento. E il cemento non si muove. Siamo cemento senza finestre.

[...] Fratelli cardinali, noi dobbiamo tornare ad essere proibiti. Inaccessibili e misteriosi. Solo così torneremo ad essere desiderabili.

¹³ http://www.vatican.va/news_services/press/documentazione/documents/sp_ss_scv/insigne/triregno_it.html, visitato in data 03/04/2018.

Solo così nascono le grandi storie d'amore. E io non voglio dei credenti a mezzo servizio. Io voglio grandi storie d'amore. Io voglio dei fanatici di Dio. E il fanatismo è amore. Tutto il resto è un surrogato che è fuori dalla Chiesa.

Con l'orientamento del papato precedente, la Chiesa ha conquistato grandi manifestazioni di simpatia. È diventata popolare. Che bello, direte! Abbiamo ricevuto tanta stima e simpatia. Ma io non so che farmene della simpatia del mondo intero.¹⁴

Io voglio l'amore assoluto e la devozione totale a Dio. [...] Io non mi aspetto nessun applauso da voi. Nessun grazie sarà detto in questa cappella. [...] Quello che mi aspetto è che voi facciate ciò che ho detto. Non c'è niente, al di fuori dell'obbedienza a Pio XIII. C'è solo l'inferno. Un inferno del quale voi non avete conoscenza, ma io sì. [...] Ho dovuto costruire l'inferno per voi, in questi giorni, per questo mi sono presentato a voi in ritardo. Ma io so che obbedirete, perché avete già capito che questo papa non ha timore di perdere dei fedeli se essi sono minimamente infedeli e dunque, con questa premessa, questo papa non negozia. Su niente e con nessuno. Questo papa non è ricattabile! La parola "compromesso", da oggi, non esiste più. L'abbiamo appena cancellata. Gesù, accettando di salire sulla croce, non ha fatto compromessi. E neanche io. Amen."¹⁵



Figura 2 – Lenny Belardo entra nella Cappella Sistina per il discorso ai cardinali ¹⁶

E con questo discorso estremamente potente Pio XIII annuncia chiaramente quale sarà la strategia del suo Papato, l'assenza e il mistero per ricostruire la Chiesa dell'origine. In quanto detto da Lenny Belardo c'è anche una spiegazione della tattica adottata, poiché il giovane papa dichiara di aver fatto attendere i cardinali per preparare "l'inferno" per loro, in caso decidano di disobbedire alla sua autorità. Oltre al monito lanciato ai cardinali nel discorso del pontefice di Sorrentino c'è l'invito a tutto il popolo della Chiesa di impegnarsi totalmente per Dio, senza compromessi o mezze misure. Quello che emerge con forza è la restaurazione dell'autorità papale in una forma tradizionale e antica. La strategia dell'assenza non si limita a questa funzione

¹⁴ Sembra quasi un esplicito riferimento a Papa Bergoglio e alla grande popolarità e manifestazioni di simpatia di cui gode il pontefice argentino.

¹⁵ Sorrentino, op. cit., pp.70-72.

¹⁶ Foto estratta dal sito <http://www.punica.it/2017/11/29/pio-xiii-un-papa-un-perche/>, visitato in data 26/04/2018.

di richiamo religioso dei fedeli e alla costruzione della “nuova” Chiesa, poiché le implicazioni sono anche più propriamente politiche.

1.5. Un papa politico

E non a caso Papa Pio XIII mostra anche spiccate capacità politiche e diplomatiche. All'interno della serie infatti Sorrentino ha inserito anche un interessante dialogo tra il presidente del Consiglio italiano ed il sovrano della Città del Vaticano, ponendo così il secolare tema del rapporto tra Stato e Chiesa.

Il presidente del Consiglio italiano è interpretato in “*The Young Pope*” dall'attore Stefano Accorsi. Il personaggio costruito da Sorrentino possiede caratteristiche che rimandano chiaramente a Matteo Renzi in quanto il fittizio premier italiano ha un'età intorno ai quarant'anni, è espressione di una forza politica di Centro-Sinistra, ha posizioni progressiste su diritti civili, aborto, eutanasia e adozioni per le coppie omosessuali. Inoltre, come dichiara lo stesso premier Accorsi, è stato eletto con il 41% dei consensi alle elezioni, un elemento che è un chiaro rimando al successo elettorale del Partito democratico nella tornata elettorale delle Europee del 2014.

Venendo allo scontro-trattativa tra i due soggetti, il giovane presidente italiano vuole portare avanti un pacchetto di riforme per consentire le unioni civili e le adozioni per le coppie omosessuali, insieme ad altri interventi su temi quali il divorzio, l'aborto e la ricerca scientifica. Tutte questioni su cui la Chiesa ha storicamente delle posizioni tradizionaliste, ma opinioni che nella serie di Sorrentino assumono una dimensione reazionaria e retrograda, poiché Papa Pio XIII non nasconde la propria volontà di attuare l'espulsione di tutti i sacerdoti omosessuali dalla Chiesa o di impedire la confessione alle donne che hanno deciso di abortire. Lo scontro tra le parti è quindi assicurato e il presidente italiano intende portare avanti le sue riforme sfruttando il fatto che le posizioni assunte dalla Chiesa con la guida di Pio XIII hanno prodotto la fuga dei fedeli e una forte contrapposizione dell'opinione pubblica italiana ed internazionale.



Figura 3 – Il presidente del Consiglio italiano (Stefano Accorsi) a confronto con Pio XIII ¹⁷

¹⁷ Foto estratta dal sito <https://tg24.sky.it/spettacolo/serie-tv/the-young-pope/2016/11/04/the-young-pope-recensione-ep5-e-ep6.html>, visitato in data 26/04/2018.

La Chiesa pare quindi indebolita e con un consenso ai minimi storici, mentre la controparte del dialogo è un presidente del Consiglio dotato di un forte seguito popolare, votato dal 41% degli elettori e ampiamente appoggiato dall'opinione pubblica. Sembra il terreno perfetto per attuare delle riforme radicali ed innovative e pare che la Chiesa non abbia la forza per frenare i progetti di riforma del governo italiano.

Ma inaspettatamente Papa Pio XIII mostra le proprie capacità strategiche, declinandole in tale situazione in una forma prettamente politica:

” - Adesso, se ha voglia di ascoltarmi, le dimostrerò perché Dio esiste e perché io e Dio, insieme, possiamo annientare quel 41% della popolazione italiana che la fa sentire così allegro e pieno di sé.

– Non vedo l'ora di ascoltarla, Santo Padre.

– Ne sono lieto. Vede, presidente, negli anni Sessanta i giovani che protestavano dicevano solo eresie, tranne una. Dicevano: l'immaginazione al potere. E avevano ragione. Il problema è che loro non avevano immaginazione. E neanche lei. Ma io e Dio sì. Io e Dio grondiamo immaginazione. Adesso, provi a immaginare insieme a me: tra sei mesi in Italia si terranno le elezioni, lei deve confermare o aumentare il suo 41%. E tutto lascia presagire che lei confermerà il 41%. Immagini, però, che poche settimane prima delle elezioni i mass media annuncino che Pio XIII ha deciso di apparire in pubblico per la prima volta. Vuole parlare ai cattolici italiani. C'è molta curiosità, una curiosità morbosa in tutto il mondo.

È normale, tutti vogliamo guardare in faccia ciò che si nasconde, ciò che è proibito.

Pio XIII appare. Ora, mi scruti con grande attenzione presidente.

Appaiono al mondo questa bocca morbida e rotonda e questi splendidi occhi azzurri. Un'immagine che abbaglia e l'abbaglio rende ciechi. Appare, insomma, un'immagine potente e suggestiva, come quella di Cristo. Ma non si limita solo ad abbagliare, decide anche di assicurare.

Con un magnifico discorso, pieno di citazioni in latino, si dice che loro, i credenti, non devono temere.

Come si può temere un papa bello e rassicurante come Cristo? Infine, il papa, poco prima delle elezioni, dice ai cattolici due sole parole: “non expedit”. Lei sa cosa significa?

Non lo sa. È troppo giovane per saperlo. Il non expedit lo inaugurò Pio IX nel 1868 e lo eliminò Benedetto XV nel 1919, ma io, che non devo dar conto al 41% degli italiani, ma solo a Dio che, per inciso, non protesta sui social network se io commetto errori, cosa faccio? Ripristino il non expedit. I cattolici corrono su Internet. Che significa? Il non expedit significa che il Santo Padre dispone per i cattolici l'inaccettabilità a partecipare alle elezioni politiche. E sa cosa dicono gli stessi studi che lei commissiona? Dicono che gli italiani che si ritengono cattolici sono l'87,8%. Lei mi dirà: potrebbero disubbidirle. Giusto. Ma un cattolico disobbedisce al papa, non a Cristo. Il primo lo sono già, ma mi creda, se voglio, riesco ad accreditarmi anche come il secondo, e lei perde le elezioni, dal momento che pesca il 31% dei suoi voti tra l'elettorato cattolico e così lei si assesta a un misero 10%.¹⁸

¹⁸ Sorrentino, op. cit., pp.74-75.

Il presidente italiano è sbigottito e sorpreso, tenta di smentire Pio XIII ma con scarsa convinzione. Il pontefice da parte sua replica dicendo che lui è “*l’evento mediatico che deve ancora accadere*”, a differenza del presidente del Consiglio, che rappresenta l’evento mediatico già accaduto, il noto e il conosciuto.

In questo caso abbiamo un evidente manifestarsi dell’assenza nella sua forma strategica, in cui si nota come il non mostrarsi in pubblico possa diventare anche un’arma diplomatica da utilizzare contro un avversario politico. Pio XIII evidenzia ancora una volta di conoscere perfettamente le logiche mediali e della Rete. La minaccia di riattivare il *non expedit*, più che un’intenzione reale di impedire ai cattolici la partecipazione alla vita politica italiana, è piuttosto una provocazione utilizzabile per far capire al proprio avversario politico che il papa può fargli perdere consenso.

Ed è proprio in questo discorso che emerge chiaramente il tema della legittimazione. Se infatti la figura del presidente del Consiglio italiano trae la propria legittimazione dal consenso popolare l’autorità papale si poggia su altre fondamenta, che non sono da ricercare nella popolarità e nel voto democratico, ma nella fede, in Dio ed in generale nella religione. Non è infatti possibile analizzare un capo religioso come se fosse un capo politico perché il capo religioso si muove dentro una forma simbolica ben definita.¹⁹

Ma nonostante questo il giovane papa mostra di comprendere anche le logiche online nel momento in cui già prefigura le mosse dei fedeli, immaginandoli alla ricerca del significato dell’espressione “*non expedit*” sui motori di ricerca. In tal senso il personaggio di Sorrentino agisce in una prospettiva semiotica immaginando, come sosteneva Greimas, “l’azione vista nella prospettiva di chi la subisce”.²⁰

Questo quadro di partenza insieme alle scelte portate avanti da Pio XIII, consentiranno al giovane papa di riuscire a frenare i propositi di riforma del capo del governo italiano e di riuscire a ribaltare una situazione che sembrava di assoluto svantaggio rispetto alle volontà del pontefice.

1.6. Un insuccesso (non) annunciato

In merito alla visione generale della strategia di Pio XIII pare chiaro quale sia l’obiettivo: rendere il papa irraggiungibile. Come accennato in precedenza le persone vicine al protagonista sono scettiche rispetto a questa strategia, ed infatti il Cardinale Segretario di Stato Angelo Voiello è stupito e non condivide:

“- *Santo Padre, ma lei non è un artista, lei è un capo di Stato.*

- *Sì, di uno Stato così piccolo che non ha nemmeno uno sbocco sul mare e che per sopravvivere ha bisogno che la sua guida abbia la stessa irraggiungibilità di una rockstar famosa. Eminenza, il Vaticano sopravvive grazie alle iperboli. Noi daremo l’iperbole, ma questa volta rovesciata.”²¹*

¹⁹ A.M.Lorusso - P.Peverini, *Il racconto di Francesco: La comunicazione del Papa nell’era della connessione globale*, Luiss University Press, Edizione Kindle, 2017, capitolo “*Dono e ironia. Aspetti paradossali nella comunicazione di Papa Francesco*” di Maria Pia Pozzato, posizione 626-627.

²⁰ *Ivi*, posizione 274-284.

²¹ Sorrentino, op. cit., pp.74-75.

L'iperbole rovesciata, la riduzione al minimo e al silenzio rispetto alla spettacolarizzazione del potere. Sembra di essere in presenza di una strategia ben costruita e progettata, di un disegno chiaro e destinato a compiersi senza possibilità di fallimento. Ed invece il progetto fallisce per i contenuti espressi e per il tono adottato.

Quando arriva infatti il momento di parlare alla folla dei fedeli in Piazza San Pietro e tramite collegamenti televisivi a tutto il mondo, Pio XIII viene tradito da sé stesso, dal suo essere orfano, ponendo a chi ascolta "il quesito dei quesiti" ovvero l'esistenza di Dio. I toni del suo intervento sono estremamente duri e critici nei confronti dei fedeli, accusati di essersi dimenticati di Dio. Il giovane papa mostra disprezzo per chi ha dubbi su questo tema e sfida costoro a dimostrare che "Dio non esiste". Allo stesso tempo invita tutti i credenti a cercare il Signore nella propria solitudine, negando loro il proprio aiuto, la propria guida spirituale.

Papa Pio XIII arriva al punto di affermare "*volete guardarmi in faccia? Prima passate da Dio. Io non vi aiuterò. Io non vi indicherò nessuna strada. Dovete vedere Dio per poter vedere me.*"²²

Una posizione estremamente reazionaria, oscurantista e negativa viene trasmessa dal Vaticano verso l'esterno nei confronti della comunità dei fedeli e del mondo intero.

Il risultato di questa condotta sarà la riduzione della frequenza alle funzioni religiose, il vero e proprio deserto in Piazza San Pietro in occasione dell'*Angelus* domenicale, il calo delle donazioni alla Chiesa ed una generale crisi dell'intero sistema ecclesiastico.

Non è tuttavia la perdita di consenso a creare problemi a Lenny Belardo, poiché di questo il giovane papa non si cura minimamente per tutto il corso della serie. Quello che produce un senso di profondo scoramento sarà il fallimento del progetto religioso, dell'idea di ricollocare il mistero al centro della Chiesa, di far tornare il mondo cattolico all'origine.

Questo è il fallimento che affligge il pontefice tanto da indurlo nella tentazione di abbandonare il soglio pontificio, così come Papa Benedetto XVI ed altri papi nella storia hanno scelto di fare. Tale delusione appare del tutto comprensibile poiché il papa è un capo spirituale non un capo carismatico alla ricerca del consenso. Nonostante questo fallimento spirituale, comunicativo e strategico il personaggio di Sorrentino riuscirà comunque a produrre un cambiamento.

1.7. Cambio di rotta

Piazza San Pietro senza fedeli, lo sfascio della curia, i rapporti tesi con le altre confessioni religiose, la riduzione delle donazioni alla Chiesa, il calo delle partecipazioni alle funzioni religiose, le contestazioni da parte di gruppi femministi, le relazioni difficoltose con il governo italiano; questo è il risultato dei primi mesi di pontificato di Pio XIII. Ultimo ma determinante fattore che incide sulle scelte di Lenny Belardo, sarà la morte dell'amico e Cardinale Dussolier, ucciso in Honduras per mano di un narcotrafficante.

²² *Ivi*, p.34.

Questo quadro così negativo induce il giovane papa ad un ripensamento su molte sue posizioni e decisioni prese; ma il punto centrale dell'impianto narrativo di Sorrentino rimane ancora l'assenza.

Il giovane papa ha dei nodi da sciogliere dentro di sé, dei problemi irrisolti. Lo sviluppo del racconto di *"The Young Pope"* passa quindi dalla soluzione dei conflitti interiori del protagonista, per iniziare poi a risolvere i problemi che lo circondano.

In questo senso Lenny chiede consiglio al suo padre spirituale, il Cardinale Spencer, su come migliorare le sorti del suo papato. Il consiglio di Spencer è quello di non essere paralizzato dalla propria crisi di fede, perché tutti i religiosi attraversano questo momento nel corso della vita e di cessare di cercare i propri genitori, di tentare di riempire l'assenza ed il vuoto interiore. Per questo l'anziano cardinale consiglia a Lenny di andare a Venezia, dove si presume che siano i genitori di Lenny e di seppellire due bare vuote, dando così pace alla propria coscienza.

La necessità è quella di sciogliere i nodi e per fare questo il giovane papa chiede aiuto a chi lo circonda, ed in tal senso Belardo parla con Sofia, la responsabile marketing del Vaticano:

"- Cosa stiamo sbagliando?"

- Semplicissimo. Siamo venuti meno all'eterno, intramontabile principio del bastone e della carota. Bastone e carota. Noi abbiamo dato solo bastone.

- Cosa intende per "carota"?

*- Un'apertura."*²³

E l'apertura sarà il primo viaggio pastorale di Papa Pio XIII nel continente africano, un'esperienza che gli permetterà di comprendere molti dei suoi errori e di proseguire nel proprio percorso di crescita. Nonostante questo cambiamento Lenny Belardo non viene meno alle sue regole: pur viaggiando il papa non si mostra in pubblico. Durante le visite e gli incontri in Africa Pio XIII continua a nascondersi e a negarsi ai media, come durante un discorso pubblico davanti ad una comunità africana, in cui il pontefice interverrà all'evento ma solo tramite microfono e altoparlante, parlando da lontano e senza mostrarsi.

I contenuti del discorso saranno carichi di positività, poiché il giovane papa inviterà i popoli africani a rendersi *"colpevoli della pace"*.²⁴

Quello che appare interessante rispetto alla strategia dell'assenza sono le reazioni dell'opinione pubblica a questo viaggio. Come infatti comunica il Segretario di Stato Voiello al papa, il viaggio pastorale in Africa e la prospettiva dell'apparizione in pubblico di Pio XIII hanno prodotto l'aumento del 12% di richieste di partecipazione alla messa in San Pietro.

Alimentare con sensazioni positive la strategia dell'assenza produce quindi un miglioramento per l'immagine del giovane pontefice, pur mantenendosi nascosto al mondo.

²³ *Ivi*, p.92.

²⁴ *Ivi*, p.101.

Questo passaggio sarà l'inizio di un cambio di rotta per il Papato di Lenny Belardo.

Nelle ultime puntate di *"The Young Pope"* Pio XIII inizia un graduale processo di apertura al mondo. Dopo il viaggio in Africa accade che per una serie di circostanze vengano diffuse sui giornali di tutto il mondo delle lettere che il giovane Lenny Belardo scrisse alla ragazza che aveva conosciuto prima di entrare in seminario. Queste lettere sono degli scritti di natura sentimentale, parlano di amore mancato, ma mostrano tutto il lato umano di Pio XIII. Questi documenti non vennero mai inviati e non dimostravano quindi l'esistenza di una relazione pluriennale di un uomo di Chiesa con una donna, ma solo degli scritti personali, una propria letteratura.

In questa forma, con queste specifiche caratteristiche, la pubblicazione al mondo di queste lettere produce lo stesso effetto del viaggio africano del pontefice.

Elementi positivi trapelano dalle crepe del muro che Pio XIII ha costruito intorno a sé, ed il mondo coglie questi messaggi con entusiasmo. Le parole cariche di sentimento prodotte da una figura che si era posta fino a quel momento in un modo così negativo, oscuro e rigido, determinano un effetto di sorpresa e riattivano la curiosità dei fedeli che iniziano a ricredersi su Pio XIII.

La serie si concluderà con la decisione del giovane papa di apparire in pubblico, mostrandosi al mondo parlando a Venezia in Piazza San Marco davanti a migliaia di fedeli. Il giovane papa giunge a questa decisione scegliendo di mettere da parte i propositi della sua strategia dell'assenza, sospendendo i giochi politici e manipolatori ed optando per una scelta personale ed umana. Belardo infatti decide di andare a Venezia alla ricerca dei suoi genitori, per sciogliere i nodi del passato e riappacificarsi con il padre e la madre, oltre che con la comunità dei fedeli.

Il discorso pronunciato in pubblico sarà infatti carico di riferimenti a Dio e al ruolo svolto dai genitori ed il pontefice scioglierà così le tre dimensioni dell'assenza. Lenny Belardo abbraccia quindi il mondo e abbandona il suo essere orfano per diventare padre della Chiesa e della comunità dei fedeli, mettendo da parte la sua strategia.

1.8. Conclusioni

Tralasciando lo sviluppo narrativo che Sorrentino ha voluto dare a *"The Young Pope"*, con un finale di serie così lontano da quello che era stato il principio di questo racconto, occorre in conclusione riflettere sulla strategia che il giovane papa immaginario ha tentato di costruire. La strategia di Lenny è fondamentalmente fallita, ma per quali ragioni essa non ha portato agli obiettivi che Pio XIII aveva previsto?

L'insuccesso è probabilmente legato al tono e ai contenuti espressi più che alla strategia in sé; il negarsi al mondo ha effettivamente centrato uno dei due aspetti della strategia dell'assenza, ovvero la produzione di curiosità morbosa nei fedeli e nel mondo intero.

Se infatti la figura del papa attrae a sé un'enorme mole di attenzione, il negare l'oggetto di questa attenzione produce senza dubbio un incremento di interesse.

La dimensione che non viene soddisfatta all'interno della strategia di Lenny Belardo è il recupero del mistero in ottica strettamente religiosa. I fedeli non tornano in massa verso la Chiesa, ma al contrario fuggono da essa intimoriti e perduti.

La motivazione di questa fuga è dovuta al fatto che il pontefice non mostra il volto comprensivo e benevolo di Dio, ma quello vendicativo e "biblico" se così possiamo dire.

Da queste riflessioni derivano quindi dei quesiti: se il pontefice immaginato da Sorrentino si fosse negato al mondo, ma facendo intravedere il suo lato migliore e positivo piuttosto che quello reazionario ed oscurantista, che cosa sarebbe accaduto? Avrebbe riscosso un seguito ancora maggiore rispetto a quello che la figura del papa attrae già naturalmente a sé, oppure avrebbe prodotto un alone di mistero, interesse, curiosità iniziale, destinati poi a scemare e a precipitare nella non curanza?

Domande senza risposta certa, ma che producono e alimentano un interesse forte per questa strategia dell'assenza.

1.9. Confronto tra papa mediale e papa reale

Un confronto simile potrebbe perfino apparire blasfemo agli occhi di alcuni, ma quello che si intende porre accanto non sono certamente due papi in quanto tali ma i loro aspetti comunicativi.

Vi sono una serie di ragioni per cui non si vuole paragonare Papa Bergoglio a Papa Pio XIII, ma la prima e principale appare evidente: il primo esiste realmente, il secondo è un costrutto cinematografico.

Papa Francesco è certamente una figura di riferimento per tutti i cattolici del mondo essendo il Santo Padre, ma la sua persona ha travalicato i confini e le distinzioni tra credenti e non credenti arrivando ad una popolarità incredibile. A cosa è dovuta la sua popolarità? Quali sono i motivi che hanno permesso a Papa Francesco di risollevare la Chiesa da un momento di profonda crisi dopo le dimissioni di Papa Benedetto XVI nel febbraio 2013?

Papa Pio XIII e Papa Francesco sono due figure radicalmente diverse. Papa Bergoglio è infatti un uomo che basa la sua comunicazione e la sua missione religiosa su alcune marche semantiche di riferimento, ovvero la mitezza, la simpatia umana, il dialogo. Lenny Belardo invece lascia completamente cadere questi aspetti, privilegiando l'intransigenza, il dogmatismo e la tradizione.²⁵

Pio XIII è un giovane uomo di bell'aspetto, caratteristiche che gli permetterebbero di avere un successo straordinario nel mondo dello spettacolo e dei media mentre Papa Francesco ha i classici connotati che ci aspettiamo quando pensiamo alla figura di un pontefice: un uomo anziano, vissuto, nella parte finale della propria esistenza, una figura ordinaria per quel ruolo.

Ma tra i due il vero innovatore è il papa che realmente esiste e non quello fittizio pensato da Sorrentino, determinando così un caso più unico che raro di realtà che supera la finzione cinematografica.

Papa Francesco infatti riesce a realizzare qualcosa di non comune, producendo straordinario nell'ordinario. Che si tratti di un saluto o di toccare la mano ad un fedele, il punto fondamentale è che Papa Bergoglio fa cose

²⁵ Lorusso, Peverini, op. cit., posizione 433-455.

normali e scontate in momenti che non sono affatto comuni, riuscendo così a trasformare l'ordinario in straordinario.²⁶

Francesco riesce tramite questa sua capacità a ridare valore alle cose di tutti i giorni ed innescare la possibilità di tornare ad avere fiducia, tentando così di realizzare un rapporto rinnovato tra Chiesa e fedeli e tra credenti e non credenti.²⁷

Papa Bergoglio costruisce così un nuovo legame tra pontefice e comunità della Chiesa, con una strategia, delle tattiche e delle tecniche diametralmente opposte a quelle di Pio XIII, ovvero andando incontro, abbracciando i fedeli e non isolandosi e negandosi al mondo.

Il tentativo di Pio XIII era infatti quello di costruire la sua Chiesa riponendo al centro del discorso il mistero, accettando la possibilità di avere solo pochi fedeli a patto che lo siano veramente. Francesco rispetto a questa impostazione si apre al prossimo ed ottiene dei benefici per il suo Papato, ma più in generale per tutta la comunità dei fedeli, lanciando un messaggio di speranza.

Si potrebbe quindi affermare di essere davanti a due differenti modelli religiosi, comunicativi e anche politici. Da una parte abbiamo una Chiesa verticale con una logica *top-down* estremizzata, per cui il vertice nemmeno si mostra alla sua base, arrivando a colpevolizzarla.

Dall'altra siamo in presenza di una Chiesa orizzontale, inclusiva, con un pontefice che agisce come un soggetto sociale integrato e capace di costruire comunità.

Bergoglio riesce inoltre ad adempiere a differenti funzioni svolgendo un ruolo rappresentativo, incarnando l'istituzione della Chiesa ma senza farla cadere in secondo piano; una funzione di rifondazione, ridefinendo i codici ecclesiastici ed offrendo loro una nuova vitalità, ed infine una funzione simbolica, esprimendo valori che sono riconosciuti anche da chi non fa parte della comunità della Chiesa.²⁸

Ma Bergoglio non vince su Belardo solo nella "missione" spirituale, ma anche in quella comunicativa.

Mentre il papa immaginario di Sorrentino disprezza apparentemente i media ma ricorre ad essi in modo strategico, Bergoglio agisce come se i mezzi di informazione non ci fossero. Con questo si vuole dire che Papa Francesco si rivolge direttamente ai fedeli, disintermedia a modo suo, come se fosse il semplice prete di una qualunque chiesa che parla ai propri parrocchiani; ma allo stesso tempo si intende anche dire che Bergoglio si pone quasi come se i media non ci fossero proprio nei momenti in cui parla in pubblico.

Con questo modo di porsi e di rivolgersi al prossimo, insieme ad una serie di uscite imprevedibili ed imperfezioni linguistiche, Bergoglio produce un effetto di sincerità e trasmette energia positiva a chi lo ascolta; un'energia positiva che è totalmente assente in Belardo, visti i toni cupi e negativi che caratterizzano le poche esternazioni del papa di Sorrentino.²⁹

Siamo quindi in presenza di due papi estremamente diversi nella figura fisica, nei contenuti espressi, nei valori di riferimento. Il solo punto su cui vi è somiglianza tra i due papi è nella non convenzionalità delle loro strategie

²⁶ *Ivi*, posizione 841-843.

²⁷ *Ivi*, posizione 1184-1187.

²⁸ *Ivi*, posizione 66-71.

²⁹ *Ivi*, posizione 1070-1076.

comunicative, poiché entrambi i soggetti, uno nella realtà e l'altro nella finzione, adottano stili non convenzionali per il papato.³⁰

³⁰ Occorre tuttavia sottolineare che Bergoglio è un gesuita, ovvero un membro di un ordine ecclesiastico che fa del rispetto del dogma un elemento fondamentale. Su questo punto si possono trovare delle lievi analogie tra Belardo e Bergoglio, ma restano profonde differenze su tutti gli altri aspetti.

Capitolo 2

Il Quirinale

2.1. I due corpi

Nella letteratura scientifica alcuni studiosi sostengono la tesi delle presidenze delle repubbliche quali forme secolarizzate del papato. Se infatti come è stato accennato il pontefice non trae la propria legittimazione dal consenso o dal voto (come avviene per la politica nei sistemi democratici liberali ed illiberali) ma dalla fede e dalla religione, è tuttavia da sottolineare che entrambe queste istituzioni sono elette da un numero ristretto di votanti.

Come infatti recita l'articolo 83 della Costituzione il Presidente della Repubblica è eletto dal Parlamento in seduta comune dei suoi membri, con l'aggiunta dei delegati di ogni regione italiana; in termini simili il papa viene eletto all'interno del conclave tra i cardinali, quindi sempre da una cerchia ristretta di elettori.

Ugualmente entrambe le elezioni prevedono lo scrutinio segreto ed un *quorum* per poter scegliere il nuovo presidente ed il nuovo pontefice. Ma ancor più rilevante è che siamo in presenza di due cariche monocratiche, due capi di Stato, due figure di riferimento sia sotto il profilo morale che politico.

Religione, etica, politica si mischiano facilmente quando si pongono a paragone queste due figure; tale intreccio porta a domandarsi quale sia la ragione di queste somiglianze. La risposta è insita nelle due istituzioni più importanti della storia dell'umanità, ovvero la Chiesa e lo Stato.

Una trattazione ampia di questi due monoliti della storia richiederebbe molto più spazio di quello che è qui disponibile, ed è per questo motivo che si ricorrerà alla teoria dei due corpi del re dello storico tedesco Ernst Kantorowicz.³¹

Kantorowicz all'interno della sua opera sviluppa l'interessante tesi secondo la quale il sovrano avrebbe un doppio corpo cioè il corpo naturale (fisico e mortale) ed il corpo mistico (immortale). L'autore trae questo ragionamento dalla teoria del *duplex corpus Christi* derivante dalla dottrina della Chiesa, per cui essa dispone di un doppio corpo non naturale, ovvero il corpo fisico di Cristo ed il corpo mistico di Cristo (cioè la Chiesa stessa); in altri termini il corpo individuale ed il corpo collettivo.

Nel tracciare l'analogia tra Stato e Chiesa Kantorowicz non sostiene che la teoria laica dei due corpi del re sia stata totalmente ripresa dal *duplex corpus Christi*, ma si interroga su un punto, ovvero quale sia la ragione per cui la teoria dei "due corpi di Cristo" non sia stata applicata alla dimensione laica-statale.

La risposta che viene individuata dall'autore è legata alla dimensione temporale, poiché se il corpo naturale della Chiesa e dello Stato possono, apparentemente, essere posti a paragone perché mortali ed unici (cioè papa e re) è la dimensione mistica che fa marcare una profonda differenza. Il corpo mistico della Chiesa è Cristo, ed è esso il vero capo della Chiesa, poiché è sia uomo che Dio. Il Re non è immortale, ma solo un uomo.

³¹ E.H.Kantorowicz, *I due corpi del Re. L'idea di regalità nella teologia politica medievale*, Torino, Einaudi, 2012.

Da questo ragionamento ne consegue che per poter possedere due corpi il sovrano dovesse acquisire alcuni elementi di immortalità necessari per saldare insieme il corpo politico (l'equivalente del corpo mistico della Chiesa) ed il corpo naturale.

Prendendo quindi spunto dalla dottrina ecclesiastica si è andato costruendo uno schema simile a quello della Chiesa, con un sovrano dello Stato impersonato da un singolo individuo fisico rivestito di un ruolo politico.

Corpo naturale e corpo politico: quando il primo cessa di esistere, il secondo passa ad un altro corpo.

Oltre a questa interessante lettura offerta dall'autore de *"I due corpi del Re"*, che pone in collegamento Chiesa e Stato, all'interno dell'opera vengono offerti altri due utili contributi.

Kantorowicz cita infatti Giovanni di Salisbury, religioso e scrittore inglese che nel 1159 scrive il *Policraticus*, opera in cui sviluppa il suo pensiero sul *rex imago aequitatis*. Con tale espressione si intende il ruolo del re come immagine dell'equità e della giustizia. Secondo l'autore inglese il sovrano è *legibus solutus*, ovvero sciolto dai vincoli della legge, intendendo con tale affermazione che il re è libero dalla giustizia perché ne è il più alto rappresentante. Le attività che il sovrano svolge vengono messe in campo poiché esso è amministratore dell'utilità pubblica e le sue azioni mirano sempre al beneficio del bene comune.

Con tali parole Giovanni di Salisbury non intende dire che il sovrano è libero di compiere qualsiasi atto, ma fa riferimento all'esistenza di due categorie distinte, ovvero la *persona publica* e la *privata voluntas*. In questo modo si delinea la differenza tra persona pubblica e persona privata, includendo nel ragionamento la responsabilità del sovrano come persona privata, ma non come persona pubblica la quale resta sopra la legge. Il secondo elemento richiamato da Kantorowicz è un contributo di Pierre Dubois, un giurista francese vissuto a cavallo tra Duecento e Trecento. Dubois sostiene che il principe non deve scendere di persona sul campo di battaglia, ma deve restare nella sua corte a generare i figli e ad istruirli, a formare gli eserciti, a costruire le premesse per garantire la stabilità del proprio regno. Il contributo di Dubois vedeva il sovrano come invisibile al mondo ma capace di vedere e sentire tutto tramite un efficiente sistema informativo.

Abbiamo quindi tre contributi fondamentali per poter parlare del Presidente della Repubblica, cioè il valore assoluto che si pone a fondamento di un'istituzione, la distinzione tra persona pubblica e soggetto privato e per ultima, ma non meno importante, l'invisibilità del potere.

2.2. La genesi

Con la caduta del Fascismo, il referendum del 2 giugno 1946, la vittoria della Repubblica e con la nascita dell'Assemblea costituente, viene superata in Italia la stagione dittatoriale per avviarne una nuova con regole totalmente da scrivere. Tra i numerosi aspetti affrontati dall'Assemblea costituente, ed in particolare dalla Commissione dei 75 nella forma della seconda sottocommissione sull'organizzazione costituzionale dello Stato, vi è quello del ruolo del Presidente della Repubblica.

La figura del Presidente della Repubblica è stata definita in maniera diversa da molti illustri studiosi.

Il costituzionalista Livio Paladin ha parlato a tal proposito di una figura dalle molte facce che svolge un ruolo variabile; il giurista Giuseppe Maranini si è pronunciato sul Presidente della Repubblica parlando di una figura

incerta ed ambivalente; il costituzionalista Paolo Barile lo ha definito come l'enigmatico coacervo di poteri non omogenei e di un istituto forse non del tutto chiaro nemmeno ai padri costituenti.³²

Certamente la Presidenza della Repubblica appare essere la più affascinante e controversa istituzione italiana ed in tal senso è stata oggetto di ampia discussione, a partire ovviamente dai lavori dell'Assemblea Costituente. Da più parti si ritiene che la Costituzione italiana sia stata redatta con la precisa volontà di evitare eccesso di concentrazione di potere in una singola istituzione repubblicana; sulla scia di questa opinione si potrebbe quindi pensare che il Presidente della Repubblica sia un ruolo depotenziato o comunque carente di poteri, perché nato in una fase immediatamente successiva alla caduta del regime fascista. In realtà le motivazioni che hanno portato alla costruzione della carica presidenziale così come la conosciamo oggi sono tutte politiche: la Democrazia cristiana, forza maggioritaria in seno all'assemblea, insieme ad altre forze laiche come i liberali ed il Partito d'Azione, sapevano di aver tagliato la testa ad un tiranno, ma che uno nuovo si stava avvicinando, ovvero il comunismo; in tal senso non volevano rafforzare troppo l'esecutivo e lo stesso valeva per il Quirinale. Dall'altra parte della barricata la Sinistra aveva nel suo DNA l'idea di non favorire la nascita di un esecutivo stabile, perché lo Stato era un soggetto da abbattere non da rendere più forte ed il solo riferimento doveva essere il partito ed il suo capo.³³

Ma non si concludono qui le motivazioni, poiché altre due tendenze influirono sulla costituzione del ruolo del Presidente della Repubblica. Da un lato infatti vi era chi desiderava un parlamento e un governo stabili, con un capo dello Stato capace di intervenire per risolvere le situazioni di stallo istituzionale, mentre dall'altro vi era chi pensava che il Quirinale fosse inutile e quindi potenzialmente eliminabile, o almeno da ridurre ad un ruolo secondario. Tra i primi figuravano Dc, socialisti saragattiani, liberali e azionisti. Tra i secondi socialisti e comunisti. Le Sinistre avevano questa visione perché influenzata da un certo grado di giacobinismo, ovvero dalla concezione della centralità del parlamento come unica istituzione rappresentante della volontà del popolo, ma anche perché avevano la prospettiva politica di essere esclusi dal governo del Paese per molto tempo, preferendo in tal senso ripartire i poteri tra più soggetti e non concentrarli in uno solo.³⁴

Il problema che si veniva a porre in quella fase riguardava quindi il passaggio da un sistema autoritario ad uno repubblicano e, dal punto di vista del capo dello Stato, da un sovrano ereditario ad uno rappresentativo. Non era un problema di poco conto, perché proprio il fatto che il nuovo capo dello Stato dovesse essere eletto ne accentuava la discussione sul suo ruolo, come sottolineò Costantino Mortati durante i lavori della Costituente.³⁵

Come visto le differenti impostazioni in assemblea volevano un capo dello Stato che non fosse direttamente potere esecutivo, ma una figura che potesse intervenire nelle situazioni di blocco istituzionale. Non un soggetto che si occupasse del governo quotidiano dello Stato, come era storicamente la figura del re, ma un arbitro capace di dirimere le controversie in caso di necessità.

³² C.Fusaro, *Il presidente della Repubblica*, Bologna, Il Mulino, 2003, p.125.

³³ M.Gervasoni, *Le armate del Presidente. La politica del Quirinale nell'Italia repubblicana*, Venezia, Marsilio, 2015, pp.21-23.

³⁴ *Ivi*, pp.34-35.

³⁵ Fusaro, op. cit., p.9.

Si tentava di costruire quindi una figura neutrale e sopra le parti, ma tale impostazione degli attori politici in gioco derivava sia dalle teorie prevalenti in Europa in quella fase, sia da riflessioni anche lontane nel tempo, ma che trovarono nella discussione dell'Assemblea costituente una nuova attualità.

Una teoria “neutrale” del potere è rintracciabile nel pensiero di Benjamin Constant, che già nel 1814 teorizzava, dentro un inquadramento di separazione dei poteri istituzionali, un capo dello Stato neutro con un “*pouvoir modérateur et intermédiaire*” capace di impedire che un potere sovrastasse l'altro. Tale riflessione è stata poi in seguito presa nuovamente in considerazione da Adolphe Thiers, primo presidente della Terza Repubblica francese, il quale espresse la formula “*il re regna, ma non governa*”, intendendo con essa il ruolo moderatore del presidente.³⁶

Altro spunto di rilievo è quello di Rudolf Smend, teologo tedesco, che dentro la sua teoria dell'integrazione vede nel capo dello Stato il rappresentante dell'unità del popolo, capace di incarnare la volontà della nazione. Il suo ruolo sarebbe quello di simbolo quindi, ma nell'ottica di integrare e tenere unità la comunità nazionale.³⁷

Da un altro punto di vista partiva invece la visione di Carl Schmitt, che sempre nell'ottica del potere neutro del presidente teorizzò nel 1931 l'idea di un capo dello Stato capace di neutralizzare le tensioni politiche naturalmente presenti all'interno di un sistema e che minacciano di fatto, in momenti di forte scontro, la stabilità e l'unità dello Stato. Per Schmitt occorre quindi un “custode della Costituzione” capace di difendere le istituzioni e di esserne il garante. Per poter fare questo è necessario che il capo dello Stato sia non subordinato agli altri poteri, ma coordinato ad essi e dotato di specifiche funzioni.³⁸

Non vi è dubbio che la visione di Schmitt facesse riferimento alla Repubblica di Weimar e che tale riflessione sul potere neutro abbia influenzato il dibattito in Assemblea costituente; tuttavia occorre sottolineare che nella impostazione del giurista tedesco il presidente era eletto direttamente dal popolo e quindi avente al suo interno un elemento fortemente plebiscitario, del tutto diverso da quello che sarà il Presidente della Repubblica italiano.

Occorre poi dire che l'idea di evitare di avere un presidente direttamente eletto dal corpo elettorale era forse la sola cosa su cui tutti i componenti della seconda sottocommissione erano concordi, preferendo un capo dello Stato che fosse arbitro e garante. Solo i liberali erano favorevoli alla possibilità di un presidente direttamente eletto, ma erano una componente minoritaria dell'Assemblea.³⁹

Ultimo elemento importante che è possibile rintracciare nella figura del Presidente della Repubblica è quello indicato dal costituzionalista francese Georges Burdeau, il quale afferma che la sola autorità che appartiene al presidente è quella morale, ovvero un potere che è composto da un miscuglio di influenza e persuasione e che è inevitabilmente legato alla persona che lo esercita.⁴⁰

³⁶ V.Lippolis, G.M.Salerno, *La repubblica del Presidente. Il settennato di Giorgio Napolitano*, Bologna, Il Mulino, 2013, p.11.

³⁷ *Ivi*, p.12.

³⁸ *Ivi*, pp.12-13

³⁹ Gervasoni, op. cit., p.28.

⁴⁰ Lippolis, Salerno, op. cit., p.13.

Siamo quindi davanti ad una figura complessa che venne definita da Meuccio Ruini come un soggetto che rappresenta e impersona continuità ed unità della nazione, la permanente forza dello Stato posta sopra le variabili maggioranze, una istituzione monocratica che è consigliere, ma anche soggetto capace di influenzare e persuadere, capo spirituale e coordinatore delle varie attività. Ma secondo Ruini era necessario che per poter compiere queste funzioni il Presidente della Repubblica avesse una posizione consolidata e solida all'interno del sistema costituzionale.⁴¹

2.3. I poteri

Il risultato del lavoro dell'Assemblea costituente fu la nascita di un presidente dotato di grandi poteri.

Il capo dello Stato italiano ha infatti il potere di nominare il Presidente del Consiglio e su proposta di quest'ultimo i ministri (art.92), riceve il giuramento con il quale il Governo entra in funzione (art.93), ha facoltà di sciogliere entrambe le Camere o soltanto una delle due (art.88), autorizza il Governo a presentare disegni di legge, promulga le leggi ed emana decreti e regolamenti (art.87), nomina un terzo dei giudici della Corte costituzionale (art.135) e presiede il Consiglio superiore della magistratura (artt.87 e 104), è a capo delle forze armate e può dichiarare guerra (solo su delibera delle due Camere), ratifica i trattati internazionali (art.87). Il presidente ha la facoltà inoltre di non promulgare una legge approvata dal Parlamento, richiedendo una seconda deliberazione e motivando il rifiuto; tuttavia se la legge viene approvata nuovamente il presidente è obbligato a promulgare (art.74). Può infine nominare cinque senatori a vita tra coloro che hanno "illustrato la patria per altissimi meriti" (art.59) ed inviare messaggi alle Camere (art.87).⁴²

Da questo elenco di poteri si può comprendere come il capo dello Stato italiano sia una figura con ampie possibilità di influire sugli altri organi ed istituzioni. A questo elemento occorre aggiungere che il Quirinale è dotato di una certa "irresponsabilità", nella misura in cui gli atti del presidente devono sempre essere controfirmati dai ministri proponenti (art.89 della Costituzione) i quali se ne assumono la responsabilità.

Tale condizione del presidente rimanda chiaramente al contributo di Giovanni di Salisbury prima citato, secondo il quale il re è irresponsabile e sopra la legge perché ne è il più alto rappresentante.

Il Presidente della Repubblica è figura che sostituisce il re come vertice e simbolo dello Stato italiano e come il sovrano monarchico viene posto in una condizione di intoccabilità, *legibus solutus*. Permane tuttavia la ripartizione di Salisbury tra la *persona publica* e la *privata voluntas*, poiché se è vero che il presidente non è responsabile per gli atti compiuti nell'esercizio delle sue funzioni, tranne per alto tradimento o attentato alla Costituzione (art.90), come privato cittadino non si può procedere contro di lui fino a quando rimane in carica. Ed in tal senso è proprio nel momento in cui il corpo naturale del presidente sveste gli abiti politici, derivanti dal corpo politico della carica, che esso torna ad essere soggetto alla responsabilità delle sue azioni.

Tornando alla Carta costituzionale se è vero che essa pone chiarezza sulla dimensione formale degli atti, non definisce in modo netto a chi spetta determinare il contenuto di ogni provvedimento, ed è in questa area grigia

⁴¹ *Ibidem*.

⁴² Fusaro, op. cit., pp.64-65.

che viene a formarsi un equilibrio tra gli organi costituzionali, dove il capo dello Stato può incidere con la propria personalità e capacità di persuadere.⁴³

Il potere del Presidente della Repubblica infatti non è dato solo dalla dimensione formale dei poteri sanciti dalla Costituzione, ma da altre due variabili fondamentali.

La prima ed essenziale dimensione è quella della stabilità del sistema politico-istituzionale; se infatti in un sistema politico è presente una sana dialettica maggioranza-opposizione, una solidità diffusa del sistema dei partiti, con una scarsa frammentazione e una forte e coesa maggioranza di governo, allora il ruolo e lo spazio del presidente sono estremamente limitati ed il bisogno del suo intervento è senza dubbio ridotto.⁴⁴

Al contrario in condizioni di debolezza politica e di crisi dei rapporti tra istituzioni e tra soggetti politici, allora lo spazio del Quirinale si può ampliare ed allargare “a fisarmonica” per usare una espressione di Giuliano Amato.⁴⁵ Ovvero che in base alla necessità di intervento i poteri del presidente possono assumere una dimensione maggiore, ma sempre nei limiti formali posti dalla Costituzione.

La seconda variabile che non deve essere assolutamente trascurata è infine il carattere e la personalità di colui che abita il Quirinale. Il prima citato Smend, sempre all'interno della sua teoria di funzione d'integrazione del capo dello Stato, sottolinea un aspetto: la personalità del soggetto che ricopre una carica così importante come quella del capo dello Stato è un punto estremamente delicato, poiché vi sono caratteri che per loro natura non sono adatti a generare integrazione, ad unire e a produrre una dimensione simbolica di raccoglimento.

Da questo ne deriva che la personalità dell'inquilino del Quirinale può stravolgere completamente l'equilibrio che viene a prodursi tra poteri formali e stabilità del sistema politico-istituzionale.⁴⁶

2.4. Una carica di personalità

Nel corso della storia repubblicana del nostro Paese abbiamo avuto dodici differenti inquilini al Quirinale ed ognuno di essi era prima di tutto un uomo, dotato di una propria personalità, pregi e difetti.

La carica del Presidente della Repubblica risente più di qualsiasi altra degli aspetti umani di chi la ricopre, poiché trattasi di un organo monocratico con un mandato particolarmente lungo rispetto a quello degli altri organi dello Stato italiano (sette anni, solo i giudici della Corte costituzionale restano in carica più a lungo, con un mandato di nove anni). Si tratta inoltre di un ruolo da cui difficilmente il presidente in carica può decadere, poiché se è vero che la Carta costituzionale prevede la possibilità di messa in stato d'accusa per alto tradimento e attentato alla Costituzione (art.90), è anche vero che per tutta la Prima Repubblica (1948-1994) nessun partito politico ha mai realmente provato ad attivare la procedura parlamentare contro il presidente, fatta eccezione per il PDS (Partito Democratico della Sinistra) nel 1991 nei confronti del Presidente Cossiga, ma la cosa si concluse in un nulla di fatto.⁴⁷

⁴³ Lippolis, Salerno, op. cit., p.21.

⁴⁴ *Ivi*, p.18.

⁴⁵ *Ivi*, p.22.

⁴⁶ *Ivi*, p.20.

⁴⁷ Gervasoni, op. cit., p.116.

In quella occasione da dentro il PDS solo Giorgio Napolitano e la corrente dei Miglioristi si dichiararono contrari rispetto alla scelta del loro partito; curioso che proprio Napolitano nel 2014 da presidente in carica vide l'attivazione della medesima procedura contro di lui, questa volta su iniziativa del Movimento Cinque Stelle, ma il risultato fu tuttavia lo stesso, con la dichiarazione di infondatezza delle accuse.⁴⁸

Da questo si comprende come quella del presidente sia una carica quasi intoccabile all'interno dell'ordinamento repubblicano posta a garanzia della stabilità sia per i partiti politici che per i cittadini nei momenti di maggiore difficoltà del sistema politico ed istituzionale. Proprio in questo senso il giurista Carlo Esposito considerava il Quirinale, con un capo dello Stato "reggitore della crisi", il solo riferimento dell'unità statale.⁴⁹

D'altronde occorre sottolineare come storicamente nessun regime parlamentare si sia mai privato di una figura di raccordo del sistema, un riferimento, un simbolo dell'unità nazionale, poiché tutti i vari regimi democratici dispongono o di un presidente o di un sovrano. E del resto poche erano le teorie che immaginavano un regime politico privo della figura del capo dello Stato, con un solo riferimento importante che può essere fatto in tal senso, ovvero quello di Hans Kelsen, il quale immaginò per la Costituzione austriaca del 1919 che le funzioni classiche del capo dello Stato fossero intestate al presidente dell'assemblea legislativa. Il progetto rimase tuttavia solo teorico perché nella Costituzione austriaca del 1920 si preferì adottare soluzioni diverse.⁵⁰

Visto che quindi è impossibile la teorizzazione di una "assenza del presidente" intesa come e vera e propria mancanza di tale istituzione all'interno di un ordinamento, risulta allora rilevante riflettere su come i vari presidenti hanno inteso il loro ruolo e su come hanno scelto di declinarlo di volta in volta, caricandolo con la propria personalità.

Le considerazioni diffuse sul Quirinale sono quelle secondo cui il presidente è allo stesso tempo un simbolo dell'unità nazionale, un arbitro delle controversie tra i partiti, in certi casi un vero e proprio comandante, più spesso un tutore-custode della Costituzione, ma sempre e comunque un riferimento a cui guardare nei vari momenti della vita collettiva ed in particolare nei momenti di maggiore difficoltà per il Paese.

Il Quirinale è un potere quasi invisibile, fondamentalmente silente e ritenuto da molti neutro e sopra le parti, ma capace ad intervenire pubblicamente quando le circostanze lo richiedono. Oltre ai poteri formali del presidente elencati precedentemente esistono infatti alcuni poteri informali che consentono al capo dello Stato italiano di poter esercitare la sua influenza sulle istituzioni e sull'opinione pubblica. Tra questi poteri rientrano le esternazioni pubbliche del presidente (le quali avvengono nelle occasioni e nelle forme più varie), "persuasione ed influenza" (con suggerimenti, ammonimenti e consigli) questi ultimi svolti in una forma solitamente privata. Questo esteso campo di interventi non strettamente codificati rientra in quella che può essere definita "*moral suasion*".⁵¹

⁴⁸ <http://www.ilsole24ore.com/art/servizio/2014-01-30/come-funziona-messa-stato-accusa-presidente-delal-repubblica-115851.shtml?uuid=AB0bpIt>, visitato in data 26/04/2018.

⁴⁹ Lippolis, Salerno, op. cit., p.17.

⁵⁰ *Ivi*, p.16.

⁵¹ *Ivi*, p.22.

Appare quindi chiaro che l'intervento privato o pubblico del presidente sia legato al suo carattere e da come esso interpreta il proprio ruolo.

Il primo inquilino del Quirinale Enrico De Nicola, capo provvisorio dello Stato dal giugno del 1946 al 1948 e poi presidente della Repubblica effettivo per soli cinque mesi dal gennaio al maggio del 1948, ebbe il problema di doversi rapportare con una carica totalmente nuova e dotata di poteri ancora in fase di definizione.

De Nicola era stato figura di tramite tra monarchia e repubblica ed aveva sostenuto la seconda in occasione del referendum del 2 giugno 1946. Non disponendo di precedenti a cui ispirarsi De Nicola interpretò il ruolo seguendo l'esempio del sovrano che lo aveva preceduto, mantenne quindi una condotta fondamentalmente notarile perché le circostanze non gli permisero di fare diversamente. Il primo presidente si trovò nel pratico esercizio delle sue funzioni a dover interpretare la Costituzione materiale, in assenza di quella formale ancora in fase di scrittura nel biennio '46-'48. In tal senso non fu solamente un notaio ma provò ad incidere sulla politica del paese, mostrandosi critico nei confronti delle epurazioni in atto nella pubblica amministrazione italiana, imponendo il tema del lavoro in Assemblea costituente, visitando il Vaticano poco dopo essere stato eletto, tentando in tutti i modi di tenere dentro l'esecutivo socialisti e comunisti nel 1947, scontrandosi duramente con Alcide De Gasperi in più di una occasione.⁵²

Si potrebbe definire De Nicola come un uomo di stampo liberale, ostile geneticamente ai partiti politici ed in particolare al cattolicesimo militante in politica, ma che da soggetto inizialmente contrario all'idea di svolgere il ruolo di Presidente della Repubblica, prima accettò l'incarico e poi finì per rendersi disponibile ad una rielezione alla fine del suo mandato.⁵³

Il Quirinale dipende dalla personalità che lo abita ma al tempo stesso tale personalità è profondamente influenzata dalla vera natura di tale istituzione. Se infatti il pensiero comune vede il Colle come un soggetto sopra le parti, la realtà profonda è che il Quirinale è un'istituzione politica, avente una sua retorica ed una sua precisa dimensione comunicativa e simbolica.

Il successore di De Nicola fu Luigi Einaudi (1948-1955), un liberale che vedeva nella democrazia un metodo di risoluzione delle controversie e che aveva libertà ed uguaglianza come valori di riferimento fondamentali. Einaudi proseguì su una linea notarile evitando di incidere nelle scelte sulla formazione dei governi e ponendosi come difensore delle prerogative del parlamento. Ma se De Nicola ed Einaudi erano simili sul fatto di essere due figure neutre prive di forti ambizioni politiche, il secondo fu assai più creativo sul piano comunicativo. Quando infatti Einaudi si rendeva conto che le sue affermazioni pubbliche nei confronti del governo, o dei provvedimenti in discussione in parlamento, erano percepite come troppo forti, ricorreva ad un espediente curioso, scrivendo articoli ancora più forti nei toni e facendoli pubblicare sul "*Mondo*", nascondendosi dietro uno pseudonimo.⁵⁴

⁵² Gervasoni, op. cit., pp.36-39.

⁵³ *Ibidem*.

⁵⁴ *Ivi*, p.45.

Quello di Einaudi era un aggiramento, un metodo per criticare ma senza esporsi direttamente, anche se era noto che dietro i vari pseudonimi si nascondesse il presidente.

Molto diversa fu la presidenza di Giovanni Gronchi (1955-1962) il quale entrò spesso nelle questioni politiche riguardanti il governo, arrivando a nominare l'esecutivo Tambroni (1960) il quale rispondeva più a lui che ai partiti politici.⁵⁵

Gronchi definiva il suo ruolo come soggetto *super partes*, ma allo stesso tempo poneva a sé stesso il problema di rafforzare le istituzioni e continuare ad attuare la Costituzione; si trattava di una visione legata all'indirizzo politico costituzionale e che poneva Gronchi su un piano più politicamente attivo rispetto ai suoi predecessori.⁵⁶

Il Presidente Gronchi attuò un vero e proprio progetto politico, tentando di far spostare la Dc verso il Psi e svolgendo un ruolo non previsto in Costituzione, quello di facilitatore di nuove alleanze e formule politiche. Gronchi concepiva la carica del presidente come un *primus* e non *inter pares* ed in tal senso rivendicava nuove prerogative per il Quirinale, tentando di costruire nuovi spazi di movimento.⁵⁷

Il presidente condusse anche una politica estera parallela che creò non pochi imbarazzi ai vari governi in carica sotto il suo settennato. Sul piano interno il "partito del Presidente" era composto da pezzi di Dc, socialisti, alcuni esponenti della destra monarchica e del Msi, insieme ad altre componenti dello Stato quali alti vertici burocratici e dei servizi segreti, fino all'Eni di Mattei.⁵⁸

In quella fase Giuseppe Maranini, giurista e pubblicista, definì i poteri del Presidente della Repubblica come "dormienti", intendendo dire che il Quirinale può provare a portare avanti dei progetti innovativi ma non è detto che abbia la forza necessaria per riuscire a realizzarli. In tal senso i poteri del presidente si stavano decisamente risvegliando, a causa di una fase politica di affanno per i partiti politici e con l'esigenza di provare ad aprire al Psi per avviare la nuova stagione di Centro-Sinistra.⁵⁹

La strada era tracciata ed il presidente successivo a Gronchi doveva essere nella testa dei partiti una figura capace di vigilare sullo sviluppo del Centro-Sinistra evitando pericolose derive verso il Pci.

Venne così scelto Antonio Segni (1962-1964) il quale era stato ministro degli Esteri e presidente del Consiglio in precedenza, ma che era figura meno autonoma e più moderata rispetto a Gronchi. Segni concepì infatti il suo mandato in un'ottica di doveroso tutelare dell'osservanza della Costituzione, rappresentando l'unità civile e morale della nazione e ponendosi come garante dell'unità e della continuità istituzionale.⁶⁰

Segni svolse quindi un ruolo "frenante" nei confronti dell'andamento della politica del Centro-Sinistra, lavorando per impedire scivolamenti verso i comunisti. Per fare questo si dotò di un proprio gruppo ristretto di collaboratori al Quirinale per controllare la stesura delle leggi, impose le sue nomine al governo e si legò a doppio filo con settori dell'esercito e del Sifar, il servizio segreto militare italiano. Segni rese attivo il ruolo di

⁵⁵ Lippolis, Salerno, op. cit., p.23.

⁵⁶ Fusaro, op. cit., p.122.

⁵⁷ Gervasoni, op. cit., pp.52-54.

⁵⁸ *Ivi*, p.56.

⁵⁹ *Ivi*, p.58.

⁶⁰ Fusaro, op. cit., p.122.

presidente del Csm, ritenuto fino a quel momento onorifico, decidendo di partecipare alle sedute e alle votazioni.⁶¹

I partiti scelsero Segni anche perché erano consapevoli che il nuovo presidente non aveva le caratteristiche personali adatte per giocare un ruolo “frenante”. Aldo Moro per questo aveva puntato su Segni come presidente, cercando di avere dei margini più ampi nel portare avanti il progetto di Centro-Sinistra.

In questo periodo storico si colloca anche la complessa e mai ben definita vicenda del Piano Solo, presentato dal generale Giovanni De Lorenzo al Presidente Segni e che prevedeva un’occupazione di tutti i centri di potere dello Stato con l’arresto di una lista di individui ritenuti pericolosi. L’esecuzione materiale del piano prevedeva il ricorso alla sola Arma dei Carabinieri di cui De Lorenzo era al vertice e l’attivazione di tale strategia rientrava nella generale crisi del primo Governo Moro (1963-1964).

Il Piano Solo non vide mai la luce, ma era evidente che il Presidente Segni si era fatto profondamente influenzare dal generale De Lorenzo, a conferma del fatto che la personalità di un individuo, specialmente se posto alla guida di un’istituzione monocratica come il Quirinale, può incidere in misura importante sulle sorti di un Paese.

Dopo il fallito tentativo di costruire il suo “governo del presidente” con l’apporto del Presidente del Senato Cesare Merzagora, Segni reincaricò Aldo Moro finendo così per essere isolato politicamente.

In seguito ad una feroce discussione con Moro e Saragat nell’agosto del 1964 il Presidente Segni fu vittima di una trombosi cerebrale che causò la fine della sua vita politica attiva e le dimissioni qualche mese dopo.⁶²

Al Quirinale arrivò allora il turno di Giuseppe Saragat (1964-1971) uno dei massimi esponenti della partitocrazia e leader socialista, che definì il suo settennato come un mandato impegnato nel difendere i supremi valori della patria, ponendosi ancora una volta sopra le parti.⁶³

Saragat seppe anche introdurre nuovi elementi nel suo discorso, parlando chiaramente di antifascismo, Resistenza e affermando la necessità di “realizzare la Costituzione”; fu inoltre il più laico dei presidenti fino a quel momento, arrivando allo scontro con Moro sui temi del divorzio e dei rapporti con il Vaticano.⁶⁴

Pur essendo “il presidente dei partiti”, in quanto importante esponente della stessa partitocrazia, Saragat non fu succube di essa, utilizzando il suo potere per incidere sulle nomine importanti nei ruoli chiave dello Stato e premendo per la destituzione del generale De Lorenzo; guidò dal Colle i partiti politici, favorendo la fusione del Psi con il Psdi, dando vita al Psu (Partito socialista unitario) e concependo il suo ruolo al Quirinale in continuità con quello politico che svolgeva come capo partito. In tal senso Saragat fu uno dei presidenti che più esternava dichiarazioni dal Colle, segno di un ruolo politico molto marcato e che non era venuto meno con la presidenza.⁶⁵

⁶¹ Gervasoni, op. cit., pp.61-64.

⁶² *Ivi*, pp.66-67.

⁶³ Fusaro, op. cit., p.122.

⁶⁴ Gervasoni, op. cit., pp.73-76.

⁶⁵ *Ibidem*.

Ovviamente questo suo modo di porsi poco silente attirò sul presidente molte critiche, che lo dipingevano come troppo esuberante ed incline ad una visione presidenzialista del suo ruolo. Appare inoltre rilevante il fatto che il suo porsi come ago della bilancia delle coalizioni di governo e come garante del Centro-Sinistra, finì per fargli perdere il suo baricentro politico e lo portò a favorire la nascita di governi di coalizione spesso deboli ed incapaci di produrre riforme veramente radicali.

In definitiva Saragat era stato un presidente co-decisore degli equilibri di coalizione, ma ormai i partiti erano talmente radicati nello Stato da impedire a chiunque di produrre dei risultati che non fossero quelli voluti da questi ultimi.⁶⁶

Dopo l'interventismo politico di Gronchi, la negativa capacità di farsi condizionare di Segni e l'interferenza coalizionale di Saragat, la Dc stabilì un nuovo criterio per la scelta del presidente: l'alternanza tra un laico ed un cattolico. Dopo il laico Saragat era giunto il turno di un cattolico, un democristiano che venne individuato nella figura di Giovanni Leone (1971-1978).

Leone doveva essere secondo la partitocrazia un notaio, una figura sopra le parti che non interferisse troppo con le decisioni di partito, ed in tal senso egli stesso dichiarò nel suo messaggio di insediamento "*al presidente non spetta formulare programmi e indicare soluzioni, ma solo interpretare l'unità nazionale*".⁶⁷

Leone rispose perfettamente alle richieste dei partiti: nel 1972 fu il primo presidente a far concludere prima del tempo una legislatura, limitandosi a ratificare la volontà di chiuderla in anticipo espressa dai partiti principali (Dc, Psi e Pci). Il presidente introdusse inoltre la pratica dei mandati esplorativi durante la formazione dei nuovi governi, mediante i quali si assegnavano i mandati ai presidenti delle Camere per consentire ai partiti di avere più tempo e trovare accordi di governo.⁶⁸

Il Presidente Leone si comportava come un garante dell'unità nazionale ma non aveva né il carisma né le capacità comunicative necessarie a raggiungere l'obiettivo che si era prefissato; mancava inoltre di leadership e venne spesso attaccato dall'opinione pubblica, sempre più autonoma e critica nei confronti delle istituzioni. La strategia adottata da Leone fu di fatto una non strategia, un silenzio davanti alle accuse e alle critiche mosse dal mondo della stampa e della politica, tipica del vecchio notabile ma che non poteva funzionare nella fase in cui si trovava ad agire il presidente. Con lo scandalo *Lockheed* il Presidente Leone diventò il primo inquilino del Quirinale oggetto di insulti da parte della piazza e della stampa.⁶⁹

Leone tentò un sussulto nel suo settennato quando nel 1975 inviò un messaggio alle Camere "suggerendo" una riforma costituzionale che eliminasse il Semestre bianco (ultimi sei mesi del settennato del capo dello Stato in cui gli è fatto divieto di sciogliere le Camere) e una revisione del mandato presidenziale abbassandolo da sette a cinque anni. Le polemiche derivanti da questa proposta furono molto dure ed erano la dimostrazione evidente che il presidente era sottoposto alla partitocrazia, ormai totalmente sovrapposta alle istituzioni.⁷⁰

⁶⁶ *Ivi*, pp.78-80.

⁶⁷ *Ivi*, p.84.

⁶⁸ *Ivi*, p.85.

⁶⁹ *Ivi*, pp.85-87.

⁷⁰ *Ibidem*.

Leone non riuscì neppure a svolgere una funzione di garante dell'unità nazionale in una fase difficile come quella del rapimento ed uccisione di Aldo Moro, sostenendo la linea della trattativa e garantendo che avrebbe firmato la grazia ai brigatisti se avessero liberato l'esponente democristiano. Una posizione che gli costò molte critiche.⁷¹

Il settennato di Leone finì prima del tempo a causa delle accuse legate allo scandalo *Lockheed* e che lo portarono a dimettersi; non servì nemmeno attivare la procedura di messa in stato d'accusa del presidente, furono sufficienti le volontà del Segretario Dc Zaccagnini, del Presidente del Consiglio Andreotti e del Pci per far dimettere Leone. Era il segno di una debolezza politica del presidente disarmante e di uno strapotere dei partiti. Il messaggio registrato dal presidente per spiegare agli italiani le motivazioni delle sue dimissioni non venne neppure mandato in onda perché bloccato dai partiti: un caso di assenza imposta, si potrebbe dire.⁷²

Si conclude così uno dei settennati più silenziosi e succubi ai partiti politici della storia della Repubblica. Come visto da De Nicola ad Einaudi, da Gronchi a Segni, da Saragat a Leone, abbiamo avuto sempre presidenti che si sono mantenuti dentro la cornice del "presidente sopra le parti", del garante dell'unità nazionale, del custode della Costituzione. Certamente le caratteristiche individuali dei vari presidenti hanno inciso nella costituzione di nuovi spazi per la Presidenza della Repubblica e tutto questo senza modifiche alla Carta costituzionale. I vari presidenti sono stati sempre alle prese con il sistema dei partiti, vero attore collettivo della vita politica del Paese e la storia racconta che solo con dei rapporti di collaborazione minimi il Quirinale è riuscito a farsi valere andando oltre il semplice ruolo notarile.

Ed è effettivamente un paradosso pensare che il successore di Giovanni Leone, un presidente silenzioso e succube, sarà un uomo che saprà rivelarsi non solo estremamente mediatico, ma anche capace di rimettere in riga i partiti politici facendo valere non solo i poteri formali del Quirinale ma anche una dimensione plebiscitaria della presidenza.

2.5. Presidente partigiano

Tra la fine degli anni '70 e durante gli anni '80 si assiste all'indebolimento del ruolo degli Stati e all'aumento della dimensione europea, parallelamente alla crescita della globalizzazione. La perdita di forza dello Stato produce il venir meno degli attori che lo avevano occupato, cioè i partiti politici. Il sistema dei partiti si trovò in poco tempo a perdere il controllo di quelle leve del consenso che gli avevano garantito stabilità elettorale nei decenni precedenti. Se a questo si aggiungono altri duri colpi come il terrorismo rosso e nero, le crisi petrolifere degli anni Settanta e la crisi economica che ne conseguì, il quadro che emergeva era chiaramente negativo per la politica italiana.

Ma la crisi dei partiti e della loro funzione di rappresentanza si portò dietro due altre crisi, ovvero una crisi di legittimità delle istituzioni, prima di tutte il Parlamento, che non riuscirono ad emanciparsi dalla perdita di

⁷¹ <https://www.ilpost.it/2013/06/15/le-dimissioni-di-giovanni-leone/>, visitato in data 29/04/2018.

⁷² Gervasoni, op. cit., p.89.

importanza dei partiti, ma anzi sprofondarono insieme ad essi e secondariamente una crisi di sovranità, che come visto è legata ai processi europei.⁷³

Lo stato di crisi complessivo finì per riversarsi sul Presidente della Repubblica che nella sua funzione di arbitro e garante venne sempre più chiamato ad uscire dalla sua dimensione di invisibilità per essere protagonista nelle soluzioni delle crisi.

Sandro Pertini (1978-1985) non era stato previsto; la volontà degli attori politici in campo era quella di scegliere un presidente laico dopo il cattolico Leone e, considerando l'impegno di Craxi, doveva trattarsi di un socialista. Pertini venne eletto in sedicesimo scrutinio con la più ampia maggioranza di sempre, 832 schede su 995. Questo ampio consenso gli permise di godere di una legittimazione che nessun presidente aveva mai avuto prima e la sua posizione di non trattativa nel caso Moro, unita alla sua storia personale di combattente partigiano, offrirono il profilo morale giusto per ricoprire la carica di Presidente della Repubblica.⁷⁴

Nei calcoli dei partiti però Pertini doveva essere un presidente secondo, scelto anche perché non disponeva nel suo partito di un largo seguito personale e perché veniva ormai considerato sul viale del tramonto.

Pertini tuttavia colse subito la possibilità di ritagliarsi uno spazio che nessun presidente prima di lui era riuscito ad avere. Il presidente partigiano tentò e riuscì dove altri avevano fallito, ovvero nella costruzione di una Presidenza della Repubblica che fosse la Presidenza degli italiani e non solo quella dell'unità nazionale, stabilendo un rapporto diretto e fisico con i cittadini, disintermediando la funzione dei partiti politici.

Il carattere di Pertini gli permise di riuscire dove Gronchi, Saragat e Segni avevano fallito, stabilendo un rapporto con gli italiani che era certamente di stampo populista, ma che era percepito come autentico ed umano ed in estrema contrapposizione con una politica dei partiti vista come non sincera.⁷⁵

Contrariamente alla classica retorica della Presidenza della Repubblica dei suoi predecessori, Pertini interpretò il suo ruolo come quello di un tutore delle garanzie e dei diritti costituzionali dei cittadini, difendendo comunque sempre l'unità e l'indipendenza della nazione.⁷⁶

Pertini mirava ad un rapporto diretto con gli italiani e per poter fare questo mantenne sempre dei canali aperti con la stampa, ricorrendo a battute e frasi funzionali al raggiungimento dei suoi obiettivi. Il presidente non svolse il ruolo di notaio silenzioso ma anzi si caratterizzò per un forte protagonismo intervenendo ogni volta che la situazione lo richiedeva; d'altronde i partiti non potevano sottometterlo politicamente come era stato con Leone, perché Pertini svolgeva il suo ruolo in una fase di forte cambiamento come il passaggio dagli anni Settanta agli anni Ottanta, ma soprattutto perché il presidente-partigiano godeva di una popolarità talmente alta che nessuna parte politica poteva delegittimarlo o tentare davvero di farlo cadere.^{77 78}

La presidenza di Pertini fu quindi estremamente mediatica e piena di "grandi eventi" carichi di una forte dimensione simbolica. Tra questi non si possono non citare la tragica vicenda della morte di Alfredo Rampi,

⁷³ *Ivi*, pp.91-93.

⁷⁴ *Ivi*, pp.93-96.

⁷⁵ *Ivi*, p.96.

⁷⁶ Fusaro, op. cit., p.122.

⁷⁷ Gervasoni, op. cit., pp.99-100.

⁷⁸ *Ivi*, p.101.

il bambino precipitato in un pozzo a Vermicino, vicino Roma, nel giugno del 1981, occasione nella quale il Presidente Pertini accorse anche lui sul luogo insieme ai soccorsi, in quello che fu il primo grande esempio di spettacolarizzazione della realtà, con una diretta televisiva Rai di oltre 18 ore che tenne tutta Italia incollata allo schermo televisivo.⁷⁹

Altri esempi significativi furono poi il Mondiale di calcio di Spagna '82, con Pertini protagonista sugli spalti del Santiago Bernabéu di Madrid nelle vesti di presidente tifoso e che decise di riportare gli Azzurri campioni del mondo in Italia con l'aereo presidenziale, ma anche, in una dimensione tragica, con i funerali del segretario del Pci Enrico Berlinguer nel giugno 1984, occasione in cui ancora una volta Pertini ricorse all'aereo presidenziale per trasportare il feretro a Roma. Furono gesti molto amati dai cittadini italiani ma che produssero anche critiche da parte del mondo della politica e della stampa, come "*La Repubblica*" di Scalfari che arrivò a chiedere la messa in stato d'accusa di Pertini attaccandolo per il suo populismo e la sua condotta.⁸⁰ Si potrebbe dire su Pertini che in lui non vi era un uso strategico del silenzio e dell'assenza, ma al contrario una dimensione comunicativa fatta di interventi costanti sulla scena pubblica, frasi ad effetto, stilette ai partiti politici e un tentativo di ridurre il loro ruolo per esaltare il suo, tramite un'azione di disintermediazione e scavalco per poter parlare direttamente con gli italiani.

In Pertini, complice anche il periodo storico in cui si colloca la sua presidenza, si nota la strategia del *Going Public*, ovvero "una prassi comunicativa che tenta di sfruttare le opportunità offerte dai media per introdurre cambiamenti nei rapporti di forza tra la presidenza, le altre istituzioni di governo e i cittadini".⁸¹

2.6. Dal silenzio alle "picconate"

Con la fine del mandato di Pertini si pone il problema della sua eredità; secondo Paolo Barile e Stefano Rodotà, il presidente partigiano aveva spostato il Quirinale verso confini presidenzialistici, mentre altre voci, come quella di De Mita sottolinearono la dimensione plebiscitaria ormai assunta dal Colle.

La sensazione era che ormai non fosse possibile tornare ad un presidente silente e notaio delle scelte politiche dei partiti.⁸²

I principali attori politici provarono però a rendere Pertini solo una parentesi plebiscitaria della Presidenza della Repubblica, cercando di far tornare una figura più controllabile e che fosse il più possibile notarile.

Venne così scelto Francesco Cossiga (1985-1992) il quale lasciò ai partiti ampi spazi per accordarsi tra loro, cercando allo stesso tempo di imporre un ritorno della centralità del Parlamento come sede delle discussioni; una posizione che si scontrava con la volontà dei partiti, desiderosi di conservare il proprio potere decisionale nelle stanze delle segreterie.

⁷⁹ A.Tonelli, *Stato Spettacolo. Pubblico e privato dagli anni '80 a oggi*, Milano-Torino, Pearson Italia, 2010, p.82.

⁸⁰ Gervasoni, op. cit., p.105.

⁸¹ F.Amoretti, *La comunicazione politica. Un'introduzione*, Roma, Carocci, 1997, p.62.

⁸² Gervasoni, op. cit., pp.106-107.

Cossiga intese sé stesso come un garante dell'unità della patria, dei diritti dei cittadini e della Carta costituzionale, ma svolse un ruolo che nella pratica fu opposto a quello di Pertini, evitando di criticare apertamente la partitocrazia e ponendosi come un presidente silente.⁸³

I cittadini italiani furono severi nel giudizio su Cossiga, poiché solo il 9% approvava le attività del presidente, mentre il 18% lo riteneva eccessivamente silenzioso.⁸⁴

Il non contrastare le attività dei partiti politici attirò critiche sul presidente il quale nel passaggio dal 1989 al 1990 cambiò radicalmente il suo stile comunicativo. Cossiga si era reso conto che la vera forza della presidenza non risiedeva più solo negli atti formali ma nelle parole e nella loro capacità di colpire i partiti politici nella dimensione del consenso. L'opinione pubblica italiana era sempre più autonoma dai partiti e gli anni '80 avevano stravolto assetti stabili da decenni.⁸⁵

La volontà del presidente di aprire una nuova fase si materializzò nel discorso di fine anno del 1989 in cui Cossiga dichiarò apertamente che il Paese aveva bisogno di una nuova stagione; da quel momento iniziò un forte interventismo nello scenario politico e nella pubblica opinione, come Pertini, ma con un approccio estremamente più aggressivo e ruvido. Venne così coniata l'espressione di presidente "picconatore", feroce critico dei partiti politici, del loro modo di gestire la cosa pubblica e di organizzare la società civile, ritenuti da Cossiga corrotti ed inadeguati.⁸⁶

Il crollo del muro di Berlino, il progressivo sgretolarsi di equilibri decennali tra opposti schieramenti mondiali e la caduta del modello comunista, portarono Cossiga ad intervenire nella politica italiana per aprire una fase nuova, dando avvio alla Seconda Repubblica e tentando di varare delle riforme costituzionali. Per fare questo Cossiga si adoperò per cercare di costituire il suo schieramento presidenziale all'interno del parlamento, ma la sua missione fallì producendo così maggiori spaccature e divisioni dentro i partiti ed accelerando una crisi che era già sotto gli occhi di tutti.⁸⁷

In questo scenario è interessante il discorso di fine anno tenuto da Cossiga nel 1991, nel corso del quale, dopo essere intervenuto in parlamento poche settimane prima presentando un lungo discorso sulle riforme costituzionali da varare, Cossiga decise di porsi con un atteggiamento mai visto in un'occasione così tradizionale e solenne come il discorso del 31 dicembre.

Quello di Cossiga sarà infatti il discorso di fine anno più breve della storia della Repubblica italiana, durato poco più di quattro minuti e che può essere descritto come un "non discorso".

Il presidente picconatore si rivolge agli italiani nel suo ultimo discorso prima della fine del mandato presidenziale parlando alla gente in modo diretto, tentando di costruire un collegamento con loro e richiamando la propria libertà, la propria coscienza ed il rispetto della verità e della legge. Il tentativo di Cossiga in questo videomessaggio è quello di mostrarsi come un uomo schietto e sincero, lontano dalla politica

⁸³ *Ivi*, pp.110-111.

⁸⁴ *Ivi*, p.112. Dati del giugno 1989.

⁸⁵ *Ivi*, p.110.

⁸⁶ <https://www.ilpost.it/2010/08/17/il-discorso-di-fine-anno-piu-breve-nella-storia/>, visitato in data 03/05/2018.

⁸⁷ Gervasoni, op. cit., pp.113-115.

dei partiti ritenuta ingessata nei tradizionali e vuoti rituali e sempre più oggetto di delegittimazione da parte dell'opinione pubblica. Il messaggio è quindi un tentativo di comunicare fuori dagli schemi, rompendo la tradizione del discorso di fine anno del Quirinale e producendo un non discorso che è una non comunicazione, ovvero un "parlare non dicendo", perché Cossiga nel suo intervento non spiega ma fa filtrare solo un profondo malcontento per la situazione politica.⁸⁸

Occorre tuttavia dire che i tentativi di Cossiga di picconare i partiti politici non produssero effetti positivi ma solo ulteriore divisione e delegittimazione della classe politica. L'opinione pubblica non lo seguì con particolare forza in questa sua marcia contro la Prima Repubblica, poiché nei sondaggi Cossiga restava una figura poco chiara e controversa, molto distante dal sostegno e la stima di cui godeva il suo predecessore Pertini.⁸⁹

Il progetto di riforma costituzionale del presidente si risolse in un nulla di fatto e suscitò il fastidio e la rivalsa di alcuni partiti, tra cui il PDS che presentò la messa in stato d'accusa, un fatto storico mai accaduto prima nella storia della Repubblica italiana, ritenendo che Cossiga avesse superato i limiti previsti dalla Costituzione.⁹⁰

Dopo le elezioni politiche del 1992 il presidente scelse di dimettersi con qualche settimana di anticipo sulla scadenza del suo mandato attaccando i partiti e dichiarando che *"la gente li prenderà a sassate per strada"*.⁹¹ L'eredità di Cossiga permetteva di comprendere come il ruolo del Quirinale stesse cambiando e confermò ancora una volta come tra poteri formali e stabilità del sistema politico-istituzionale, un ruolo determinante giocano l'uomo e la sua personalità. La Presidenza Cossiga venne definita come un "presidenzialismo strisciante" rivelatosi alla fine impotente, soprattutto nel realizzare una nuova fase di cambiamento, ma estremamente capace nel distruggere l'esistente.⁹²

2.7. Il Quirinale nella Seconda Repubblica

Il progressivo tracollo della partitocrazia italiana, gli attentati terroristici del 1992 con le stragi di Capaci e Via D'Amelio, la trasformazione del Pci in PDS legata alla fine dell'Urss, la campagna referendaria di Segni, l'introduzione nel 1993 delle leggi elettorali per l'elezione del sindaco e del parlamento, ovvero il Mattarellum, segnarono il passaggio dalla Prima alla Seconda Repubblica.

In questa fase di totale confusione politica la Dc iniziò a guardare al Quirinale come punto di riferimento. Fu così che Andreotti e Forlani si sfidarono per essere eletti al Colle, mentre nel Psi di Craxi stava crescendo l'opposizione interna al segretario. Si produsse così uno stallo totale che venne rotto solo dalla strage di Capaci e che portò a dover scegliere obbligatoriamente una figura pulita che non potesse essere sfiorata dalle indagini in corso.⁹³

⁸⁸ http://presidenti.quirinale.it/Cossiga/video-mp4/vq_1991-12-31.htm, visitato in data 03/05/2018.

⁸⁹ Gervasoni, op. cit. p.115.

⁹⁰ *Ivi*, p.116.

⁹¹ *Ivi*, p.117.

⁹² *Ibidem*.

⁹³ *Ivi*, pp.119-121.

Venne così scelto Oscar Luigi Scalfaro (1992-1999), un vero uomo di partito che si era battuto contro le velleità presidenzialistiche di Cossiga, fedele alla Dc, di provata moralità e che era ritenuto ancora controllabile dai partiti politici.⁹⁴

Nella difficile situazione in cui si trovava l'Italia nei primi anni Novanta il Quirinale era la sola istituzione rimasta autorevole e meritevole di fiducia; il problema era che essa non aveva i poteri formali per compensare allo sgretolamento del sistema politico. In tal senso Scalfaro si trovò in un quadro nuovo, specialmente nel momento in cui i partiti politici vennero distrutti dalle indagini di Tangentopoli.

Scalfaro fu così il primo presidente ad avere la forza per poter fermare un presidente del Consiglio, ampliando verso nuovi confini la dimensione mediatica del Quirinale, tenendo contatti costanti con il mondo dell'informazione e concedendo molte interviste. Non è infatti un caso se le esternazioni pubbliche della Presidenza Scalfaro siano state estremamente più numerose di quelle dei suoi predecessori: Pertini aveva "esternato" 341 volte e Cossiga 736, Scalfaro arrivò a 967, mostrando un forte attivismo comunicativo.⁹⁵

Scalfaro più che definire il suo ruolo e il suo modo di concepirlo, fece spesso riferimento alla Costituzione per legittimare le sue scelte e le sue azioni, un segno questo di una fase di forte confusione in cui il Quirinale disponeva di margini più ampi anche nel definire sé stesso.⁹⁶

In quel periodo infatti il Quirinale uscì totalmente dal silenzio e dalla sua dimensione terza e assunse a sé una funzione di coabitazione del governo, mantenendo tuttavia la propria irresponsabilità politica e formale.

Scalfaro si trovò quindi in una condizione di pieno potere, incaricando i Governi Amato e Ciampi in una situazione di deterioramento della partitocrazia, riuscendo così a supplire al vuoto politico che si stava creando, ricorrendo inoltre alla minaccia di sciogliere le Camere nei momenti di stallo politico per obbligare i parlamentari a seguire la sua linea. La minaccia funzionò perché nello stravolgimento politico in atto molti parlamentari correvano il rischio di non essere rieletti in caso di elezioni anticipate.⁹⁷

Lo scontro tra politica e Quirinale vide poi un nuovo livello nel 1994, quando la coalizione di Centro-Destra guidata da Silvio Berlusconi vinse le elezioni formando così il primo governo del *tycoon* milanese. Berlusconi aveva una visione della propria leadership in senso plebiscitario e carismatico, derivante dalle sue esperienze personali di imprenditore televisivo e proprietario di una squadra di calcio. L'uomo d'affari milanese si sentiva forte del voto popolare e trovò al Quirinale un esponente del parlamentarismo, un uomo delle istituzioni che era profondamente ostile alla visione politica di Berlusconi. Non mancarono screzi e discussioni tra i due, specialmente quando Scalfaro si dichiarò contrario ad alcune scelte di Berlusconi sui ministri; ed ancora il Quirinale non fece niente per tutelare il governo nel momento in cui Bossi e la Lega Nord si staccarono progressivamente dalla maggioranza.⁹⁸

⁹⁴ *Ibidem*.

⁹⁵ *Ivi*, p.124.

⁹⁶ Fusaro, op. cit., p.122.

⁹⁷ Gervasoni, op. cit., pp.125-127.

⁹⁸ *Ivi*, pp.130-132.

Quando la situazione divenne irrecuperabile ed il governo perse la maggioranza, Scalfaro lasciò la possibilità a Berlusconi di scegliersi l'esponente per la formazione di un governo di transizione che guidasse il Paese alle elezioni. Venne così scelto Lamberto Dini, una figura dal profilo tecnico e non politico, come tecnico fu il suo governo, il quale divenne rapidamente l'esecutivo del Presidente Scalfaro. Segno di questo fu il fatto che Forza Italia finì all'opposizione, con PDS, PPI e Lega a sostenere Dini: uno stravolgimento totale della maggioranza a sostegno del governo, con addirittura gli sconfitti delle elezioni del 1994 passati ora a sostenere l'esecutivo.⁹⁹ Era anche il segno di uno strapotere e di un attivismo che il Quirinale non aveva mai avuto prima, oltre che delle connotazioni più simili a quelle di una repubblica presidenziale che parlamentare. Scalfaro infatti giocò un ruolo pressante sul governo di Romano Prodi, uscito vincitore dalle elezioni 1996, intervenendo su molte questioni ed in particolare sulla riforma della Costituzione, che nella visione del presidente doveva essere minima e non trasformare l'Italia in una repubblica presidenziale. Il presidente dichiarò in differenti occasioni che solo lui poteva decidere il momento per tornare al voto; quando poi nel 1998 il Governo Prodi cadde e arrivò D'Alema a Palazzo Chigi, Scalfaro non ebbe nessun timore ad accusare Berlusconi e Fini di essere due “*analfabeti della Costituzione*”, viste le manifestazioni di piazza organizzate dal Centro-Destra contro il Quirinale.¹⁰⁰

Nella parte finale del suo settennato Scalfaro giocò un ruolo minore rispetto agli inizi ed in chiusura accusò i partiti politici di essere loro ad allontanare gli italiani dalla politica.¹⁰¹

Con la fine del settennato di Scalfaro caratterizzato da un ruolo estremamente attivo ed impegnato del presidente, necessario a supplire al venir meno della politica in una fase di profondo cambiamento e di passaggio dalla Prima alla Seconda Repubblica, quello che appariva necessario era un consolidamento del sistema dei partiti nel nuovo schema maggioritario. In questo quadro il presidente sarebbe dovuto tornare ad essere un silente notaio da Prima Repubblica, che si limitasse a convalidare le maggioranze fuoriuscite dalle elezioni.

Per questa ragione Berlusconi e D'Alema volevano una figura *super partes*, che sapesse trovare un'ampia maggioranza e che fosse un riferimento per i cittadini, capace di produrre unità nazionale. La figura perfetta rispetto a questi criteri venne individuata in Carlo Azeglio Ciampi (1999-2006), già governatore della Banca d'Italia, presidente del Consiglio e ministro. Ciampi fu il primo presidente della Repubblica non ricollegabile ad una delle grandi famiglie politiche, ovvero quella cattolica, socialista e comunista; fu infatti il primo presidente privo di una storia personale propriamente politica ed il primo non parlamentare al momento della sua elezione.¹⁰²

Ciampi intese il suo ruolo seguendo una vocazione pedagogica nei confronti degli italiani, una dimensione che proveniva dalla sua vicinanza al Partito d'Azione, nel quale aveva militato in giovane età per un breve periodo. La sua presidenza si caratterizzò quindi per un forte senso della Patria legato a doppio filo con una funzione

⁹⁹ *Ivi*, pp.132-133.

¹⁰⁰ *Ivi*, p.138.

¹⁰¹ *Ivi*, p.139.

¹⁰² *Ivi*, pp.141-143.

“educativa” degli italiani e quindi inevitabilmente anche critica. Coltivò in questo senso il culto della Nazione e della Patria intendendo il suo ruolo anche nella forma classica del Quirinale, ovvero come garante delle varie parti politiche, rappresentante dell’unità nazionale e rispettoso custode dei principi costituzionali.¹⁰³

Ciampi sottolineò inoltre il diritto e dovere del Quirinale di consigliare l’esecutivo ed il parlamento come “*un buon padre di famiglia*”, marcando ancora di più la sua funzione educativa.¹⁰⁴

Nonostante le premesse fornite dal sistema maggioritario e dalla costituzione di un quadro politico tendenzialmente bipolare, con due schieramenti uno di Centro-Sinistra e uno di Centro-Destra a confronto, il Quirinale si è trovato suo malgrado a dover intervenire spesso per dirimere le controversie tra le parti politiche.¹⁰⁵

Il presidente veniva sovente “tirato per la giacchetta” da parte dell’opposizione la quale spesso chiedeva al Quirinale di intervenire sulla stesura delle leggi con un’opera di persuasione, oppure rinviare i provvedimenti alle Camere o rifiutarsi di promulgare, chiamando spesso in causa la lesione di diritti e principi costituzionali. Tale fenomeno è esploso sotto Ciampi ma il presidente ha fatto un uso limitato del potere di rinvio, adoperandosi solo per alcune significative leggi, come quelle sulle riforme del sistema radiotelevisivo e dell’ordinamento giudiziario.¹⁰⁶

Ciampi aveva compreso come il rinviare le leggi alle Camere esponesse la presidenza ad un coinvolgimento politico e di come tale aspetto potesse indebolire la dimensione terza del Quirinale. Per questo motivo il presidente interveniva in misura preventiva nella fase di stesura delle leggi, evitando così di doversi trovare nella scomoda situazione del rinvio.¹⁰⁷

Durante il governo di Silvio Berlusconi (2001-2006) si ripropose il tema del confronto tra la leadership plebiscitaria-carismatica dell’imprenditore milanese e quella del Quirinale. Ciampi, a differenza di Scalfaro, non andò allo scontro diretto e non cercò di coabitare l’esecutivo, sia per scelta, sia perché il quadro stava cambiando e la situazione probabilmente nemmeno lo permetteva. Ciampi adottò la strategia dei “consigli” nella fase iniziale di stesura delle leggi, per evitare di doverle poi rinviare alle Camere in seguito. Estremamente rispettoso delle prerogative del Parlamento, Ciampi era solito schernirsi con la frase “*quando il Parlamento parla, il presidente tace*”, ricorrendo così ad un’opera di *moral suasion*.¹⁰⁸

Ridotto fu anche l’uso dei messaggi alle Camere, uno strumento in realtà poco usato dal Quirinale: Einaudi e Saragat non li usarono mai, Segni e Leone una sola volta, Pertini e Scalfaro nessuno, Cossiga sei volte. Ciampi utilizzò un solo messaggio alle Camere in occasione della Legge Gasparri sulla riforma del sistema radiotelevisivo nel 2002, testo che poi venne rinviato dal Colle in Parlamento.¹⁰⁹

¹⁰³ Fusaro, op. cit., p.124.

¹⁰⁴ *Ibidem*.

¹⁰⁵ Lippolis, Salerno, op. cit., pp.25-26.

¹⁰⁶ *Ibidem*.

¹⁰⁷ *Ibidem*.

¹⁰⁸ Gervasoni, op. cit., pp.145-147.

¹⁰⁹ *Ivi*, p.147.

Questo episodio, che toccava la tutela dei principi di pluralismo dell'informazione e della libertà di stampa, fu un evento importante perché ridimensionò la leadership carismatica di Berlusconi ponendo sopra la sua figura un'autorità, un *primus* a cui sottostare, il quale era dotato di ampia capacità di incidere sull'esecutivo e che non era soggetto alle variazioni del consenso legate alle attività di governo quotidiane.¹¹⁰

Era quindi chiaro che il Presidente della Repubblica giocava ancora un ruolo fondamentale, magari in parte più silenzioso rispetto alle esuberanze di Pertini, Cossiga e Scalfaro, più sobrio nei modi ma ancora centrale ed importante per dirimere le controversie tra partiti politici solo lontani parenti di quelli della Prima Repubblica per quanto riguarda strutturazione, stabilità e riferimenti ideologici.

I partiti politici della Seconda Repubblica sono infatti delle forze politiche deboli, frammentate al loro interno ed in costante conflitto; gli esecutivi e le maggioranze parlamentari si sono infatti caratterizzati per gli scontri interni ed è stato necessario ricorrere alla decretazione d'urgenza e a questioni di fiducia sui provvedimenti per garantire la normale attività di governo, altrimenti paralizzata dalle dispute politiche. Il Parlamento ha perso la sua centralità già fortemente messa in dubbio nelle fasi finali della Prima Repubblica e le istituzioni sono state fortemente stressate dalla debolezza dei partiti. In questo quadro non era pensabile che il Quirinale si rifugiasse nel silenzioso ruolo dell'arbitro che aveva un tempo.¹¹¹

Ancora una volta ha giocato un ruolo fondamentale, tra poteri formali e strutturazione del sistema partitico, la personalità dell'inquilino del Quirinale, che non essendo un politico di professione ma allo stesso una personalità dotata di una grande vocazione civica e di senso dello Patria e dello Stato, il quale è riuscito a trovare in più di un'occasione la quadra tra le differenti posizioni politiche in campo e a produrre contemporaneamente un senso di unità nazionale come solo il Presidente Pertini riuscì a fare.

Quando poi nel 2006 Prodi e Berlusconi arrivarono quasi ad un pareggio elettorale e parallelamente si poneva il tema della scelta del nuovo capo dello Stato, i partiti in campo proposero a Ciampi un bis del mandato presidenziale, un'offerta che venne prontamente rifiutata dal presidente. Nonostante questo rifiuto il Centro-Sinistra aveva i numeri per eleggere un proprio uomo al Quirinale, seppur ristretti; la scelta cadde così su Giorgio Napolitano, esponente storico del Pci, uomo considerato sul viale del tramonto e che venne eletto dopo solo quattro votazioni con 543 voti, la più bassa maggioranza per eleggere il Presidente della Repubblica dopo quella che portò Giovanni Leone al Colle.¹¹²

Napolitano indicò subito le due direzioni da seguire: la pacificazione degli schieramenti politici, così duramente contrapposti in quella fase, insieme alla dimensione europea che doveva essere la linea guida di tutte le riforme per il Paese. Il presidente si fece inoltre garante delle riforme istituzionali e del progressivo passaggio di sovranità dalla dimensione nazionale a quella europea.¹¹³

¹¹⁰ Gervasoni, op. cit., pp.146,148.

¹¹¹ Lippolis, Salerno, op. cit., p.28.

¹¹² Gervasoni, op. cit., p.155.

¹¹³ *Ivi*, p.156.

Il presidente era forse tornato alla dimensione del silenzio? Così sembrava, perché infatti Napolitano non esternò spesso le proprie opinioni politiche in pubblico, limitandosi a cercare di favorire un dialogo tra gli opposti schieramenti sul tema delle riforme costituzionali.

Con la caduta del Governo Prodi nel 2008 e le successive elezioni che portarono Berlusconi ancora al governo con una maggioranza schiacciante, Napolitano uscì in parte dal silenzio ma solo per “accompagnare” i provvedimenti del governo di Centro-Destra, non per criticarli apertamente ma per porre una distinzione evidente tra le scelte dell’esecutivo e le posizioni del Quirinale.

Come sotto Ciampi non venne meno la prassi da parte dell’opposizione di chiedere al Quirinale di intervenire nella discussione politica, influenzando l’esecutivo e rifiutando di firmare alcune leggi; Napolitano su questo punto si espresse molto chiaramente affermando che secondo la sua interpretazione della Carta costituzionale tali richieste erano infondate, poiché il Colle non è responsabile di atti legislativi che sono di sola competenza del governo.¹¹⁴

Solo nel 2010 Napolitano contrastò Berlusconi sul caso Englaro, rifiutandosi di firmare un decreto che imponeva di tenere in vita forzatamente la paziente. Oltre la vicenda umana in questione, Napolitano voleva mostrare a Berlusconi che sopra di lui era presente un’ autorità, esattamente come fece Ciampi prima di lui.

La somma di una serie di variabili come la fuoriuscita di Fini dal Popolo della Libertà, la crisi economica che si era abbattuta sul Paese, l’incapacità del governo di rispondere ad essa, insieme ad altre vicende che stavano colpendo personalmente Berlusconi, portarono allo sgretolamento della maggioranza e della popolarità del Cavaliere.

Il peggioramento del quadro politico ed istituzionale portò, come con Cossiga e Scalfaro, a far uscire il Quirinale dalla posizione di equilibrio, per vestire gli abiti del “reggitore” della crisi. Napolitano infatti convinse Bersani ed il Pd ad appoggiare l’esecutivo tecnico di Mario Monti e fece lo stesso con Berlusconi, realizzando così il suo “governo del presidente” e ponendosi come garante di interessi economici europei, italiani ed internazionali.¹¹⁵

Si era così determinata con la condotta di Napolitano, sebbene non dal punto di vista formale, una repubblica semipresidenziale definita da alcuni come una “repubblica monarchica”, con il presidente che venne soprannominato “Re Giorgio” da alcuni esponenti della stampa italiana.

Il Paese riuscì a superare così la dura crisi economica e finanziaria ma politicamente la situazione prese una nuova piega. Il bipolarismo tra Centro-Sinistra e Centro-Destra andò infatti dissolvendosi, travolto dalla crisi economica e soprattutto dal sostegno unitario di entrambi gli schieramenti al governo tecnico di Monti; questi elementi produssero l’esplosione di una nuova forza politica, il Movimento Cinque Stelle il quale ottenne oltre il 25% dei consensi alle Politiche del 2013.

¹¹⁴ *Ivi*, p.159.

¹¹⁵ *Ivi*, p.162.

La Seconda Repubblica basata sul sistema maggioritario e sull'idea di due schieramenti alternativi in competizione tra di loro era saltata, presentando ora un quadro tripolare e complesso da interpretare per il presidente.

Napolitano dopo le elezioni del 2013 si trovò alla fine del suo mandato presidenziale, ma lo stallo politico con la “non vittoria” della coalizione di Centro-Sinistra guidata da Bersani portò il Pd a bruciare due candidati al Colle, ovvero Franco Marini e Romano Prodi, entrambi traditi dai “franchi tiratori” dello stesso Partito democratico.

In un quadro di desolante impotenza ed incapacità di formulare una candidatura forte e condivisa, Pd e PdL chiesero a Napolitano di ricandidarsi al Quirinale, portando così allo storico bis di un presidente al Colle.

Napolitano venne così rieletto con 738 voti accusando i partiti politici con un discorso durissimo dove ne criticava la totale incapacità di produrre riforme e cambiamento nel Paese. Dato lo stallo politico Napolitano varò il suo secondo “governo del presidente” incaricando Enrico Letta di dare vita ad un esecutivo di larghe intese, sostenuto da Pd, Scelta Civica e PdL.

Tale esperienza politica non ebbe tuttavia vita lunga terminando la sua esperienza nel 2014 dopo nemmeno un anno di governo. Il Governo Letta crollò per la decadenza da senatore di Berlusconi e per l'arrivo alla segreteria del Pd di Matteo Renzi, il quale produsse una crisi extraparlamentare dell'esecutivo di larghe intese.¹¹⁶

Napolitano incaricò così Matteo Renzi di formare un nuovo governo e nel 2015 decise di dimettersi da presidente, chiudendo così dopo nove anni la sua esperienza al Quirinale.

Il mandato di Napolitano spiega forse meglio di qualunque altro come il ruolo del Quirinale sia influenzato più dallo stato del sistema dei partiti e dalla personalità del presidente che dai poteri formali. Si potrebbe infatti considerare il 2011 come autentico spartiacque dell'esperienza di Napolitano al Colle, distinguendo così due fasi ben definite. Dal 2006 al 2011 Napolitano si è trovato un quadro politico chiaro, con due schieramenti contrapposti e rissosi, ma che consentivano di poter prendere scelte relativamente semplici rispetto ai poteri del capo dello Stato. Nel 2008 la caduta di Prodi poteva portare solo ad elezioni anticipate e la successiva vittoria a valanga di Berlusconi non poneva a Napolitano nessuna scelta possibile se non quella di incaricare l'imprenditore milanese. Il presidente è stato quindi silente e notaio come la storia della Prima Repubblica ha sempre inteso questo ruolo. L'esplosione della crisi del 2011 e le condizioni straordinarie in cui si trovava il Paese, con un concreto rischio *default* per lo Stato italiano, portarono a misure e scelte molto nette da parte del presidente. L'esecutivo Monti prima, la scelta di accettare un secondo mandato presidenziale, la nascita del governo di larghe intese guidato da Letta e la necessità di incaricare Renzi data l'incapacità di poter portare avanti le riforme, furono tutte scelte forti ma necessarie.

Con le dimissioni di Napolitano del 2015 e l'elezione di Sergio Mattarella al Quirinale si è aperta una nuova fase ancora oggi in corso. Se è forse presto per poter definire Mattarella un presidente dalla prassi notarile e

¹¹⁶ *Ivi*, pp.166-168.

silente, certamente si può affermare che il capo dello Stato stia rispettando in questi primi tre anni del suo settennato la prassi costituzionale dei suoi predecessori, senza strappi o “picconate”.

Come visto la storia del Quirinale è dettata dal mix dei poteri formali, del quadro politico e dalla personalità del presidente, ma se il primo dei tre elementi non è attualmente in discussione e non si prevedono stravolgimenti in questo senso, gli altri due aspetti possono presentare sempre sorprese ed offrire la possibilità di cambiamenti inaspettati.

2.8. Le consultazioni

Le consultazioni sono il grande rito laico della Repubblica italiana, un momento in cui si “incorona” il nuovo presidente del Consiglio passando attraverso le rigide, ma al tempo stesso fantasiose, procedure del Quirinale. La Costituzione italiana regola questo tema in due articoli in modo scarno e limitato, lasciando così ampio spazio alla prassi istituzionale che si sarebbe formata poi nel tempo.

L’articolo 92, secondo comma, afferma infatti che “il Presidente della Repubblica nomina il Presidente del Consiglio dei Ministri e, su proposta di questo, i Ministri”. Il secondo articolo a cui si fa riferimento è il 93 ed afferma che “il Presidente del Consiglio dei Ministri e i Ministri, prima di assumere le funzioni, prestano giuramento nelle mani del Presidente della Repubblica”.¹¹⁷

Poche parole per definire quello che probabilmente è il passaggio più importante di una repubblica parlamentare, ovvero la costituzione di un esecutivo capace di garantire indirizzo politico e stabilità di governo per il Paese.

Durante le consultazioni al Quirinale tutte le forze politiche parlamentari si presentano al cospetto del Presidente per essere ascoltate e per offrire la propria posizione politica. La prassi istituzionale vuole che oltre ai leader dei partiti politici rappresentati in Parlamento, accompagnati dai capigruppo di Camera e Senato, vengano ascoltati i presidenti della Camera dei Deputati e del Senato della Repubblica, sia per galateo istituzionale sia perché funzionali a semplificare la costituzione del nuovo governo. Vengono inoltre ricevuti i presidenti emeriti, ovvero gli ex presidenti della Repubblica, in segno di rispetto per chi ha ricoperto in precedenza tale carica.

Le consultazioni hanno lo scopo di dirimere le controversie e di portare ad un governo; per questo motivo al termine di questo passaggio istituzionale il presidente della Repubblica ha il dovere di tentare sempre una strada affidando un incarico ad una personalità ritenuta capace di costruire una maggioranza parlamentare più ampia e stabile possibile per formare un governo.

Nel corso degli anni vari presidenti hanno declinato tale procedura in differente modo, introducendo delle innovazioni e degli aggiornamenti in base alle necessità contingenti.

¹¹⁷ <http://www.senato.it/1024>, visitato in data 30/04/2018.

Tra le più interessanti sicuramente è presente quella introdotta dal Presidente Saragat nel 1966, quando adottò il “mandato esplorativo” per la prima volta, con l’intento di prendere tempo e consentire ad Aldo Moro di non perdere la guida del governo.¹¹⁸

Il mandato esplorativo consiste infatti in un “incarico che il capo dello Stato affida a un uomo politico per una prima indagine sulla possibilità di formare il governo”; tale procedura non è esplicitamente prevista in Costituzione e nemmeno in leggi o regolamenti, ma è considerata prassi costituzionale.¹¹⁹

Nella politica di oggi il mandato esplorativo è inteso come un incarico che viene conferito ad una figura, spesso istituzionale come il presidente della Camera o del Senato, per verificare l’esistenza di una maggioranza necessaria per formare un governo. La persona incaricata dal Quirinale svolgerà un proprio giro di consultazioni personali e riferirà alla fine al Colle. Importante sottolineare che la figura che svolge le consultazioni non è detto che diventi poi presidente del Consiglio, ma essa si limita a svolgere un ruolo di verifica della maggioranza.¹²⁰

Tale prassi è stata utilizzata più volte nel corso della storia della Prima Repubblica, come nel 1986 quando il Presidente Cossiga affidò l’incarico al presidente del Senato Amintore Fanfani e nel 1987 con il medesimo mandato affidato alla presidente della Camera Nilde Iotti; tuttavia questa prassi ha perso rilevanza nel corso della Seconda Repubblica con l’avvento del maggioritario ed un quadro meglio definito sul chi dovesse essere il presidente del Consiglio. Il solo vero e proprio mandato esplorativo dell’epoca maggioritaria è stato quello che Napolitano affidò al presidente del Senato Franco Marini nel 2008, con l’intento di riformare la legge elettorale prima di un ritorno anticipato alle urne dopo la caduta del Governo Prodi, ma il tentativo si risolse in un nulla di fatto.¹²¹

Nel corso dei primi mesi del 2018 il Presidente Mattarella ha affidato due differenti mandati esplorativi, il primo alla Presidente del Senato Maria Elisabetta Alberti Casellati per verificare una possibile maggioranza tra la coalizione di Centro-Destra (Lega, Forza Italia, Fratelli d’Italia) ed il Movimento Cinque Stelle, ed un secondo affidato al Presidente della Camera Roberto Fico per sondare le possibilità di un esecutivo tra il Partito Democratico ed il Movimento Cinque Stelle.¹²²

Il ritorno del mandato esplorativo, addirittura in una doppia formula una conseguente all’altra, mostra in modo evidente come il quadro politico italiano sia passato definitivamente da uno schema maggioritario con due poli in contrapposizione tra loro, ad un sistema tripolare e proporzionale in cui nessuno degli attori in campo ha i numeri necessari per costituire un proprio esecutivo.

Altra formula utilizzata dai presidenti è quello del preincarico, ovvero di un incarico assegnato ad un leader politico il quale dovrà svolgere altre consultazioni personalmente per comprendere la reale solidità della eventuale maggioranza a sostegno di un governo da lui guidato. Un caso simile è accaduto nel 2013 con Pier

¹¹⁸ Gervasoni, op. cit., p.75.

¹¹⁹ <http://www.treccani.it/vocabolario/esplorativo/>, visitato in data 30/04/2018.

¹²⁰ <https://www.ilpost.it/2018/04/16/mandato-esplorativo/>, visitato in data 30/04/2018.

¹²¹ *Ibidem*.

¹²² <https://www.wired.it/attualita/politica/2018/04/23/mandato-esplorativo-robotto-fico/>, visitato in data 30/04/2018.

Luigi Bersani preincaricato da Giorgio Napolitano di verificare la propria maggioranza di Centro-Sinistra, ma tale tentativo non portò alla nascita di un governo.¹²³

Un'ulteriore innovazione venne introdotta dal Presidente Scalfaro nel 1996 quando per la prima volta le consultazioni vennero aperte non ai singoli esponenti di partito ma alle coalizioni, mostrando così come il passaggio dalla Prima alla Seconda Repubblica avesse influenzato anche il Quirinale e la formazione del governo, entrata ormai in una logica maggioritaria.¹²⁴

Come si può capire dalle varie formule possibili grazie alla fluidità dello schema delle consultazioni, il Presidente della Repubblica ha ampi spazi di manovra e di intervento.

Rispetto alla dimensione dell'assenza occorre dire che le consultazioni sono la massima espressione di costruzione dell'attesa che il Quirinale riesca a produrre.

Nei giorni delle consultazioni infatti tutta l'attenzione mediatica e dei cittadini è concentrata sul Colle il quale torna ad essere il riferimento assoluto, lo snodo fondamentale della Repubblica italiana.

Le consultazioni sono infatti l'unico momento in cui viene allestita una apposita conferenza stampa all'interno del Quirinale, la quale viene collocata tra la sala dei Precordi e il corridoio alla Vetrata.¹²⁵

Dietro alla famosa porta con i corazzieri, visibile in questa immagine, nelle segrete stanze del Quirinale vengono espresse posizioni dalle parti politiche, cercati punti di intesa dal capo dello Stato, consumate anche forti discussioni.



Figura 4 – Folla di cronisti in attesa delle parole del Presidente Sergio Mattarella ¹²⁶

Nell'attesa spasmodica che viene a crearsi nei giornalisti presenti nel corridoio alla Vetrata, come anche nel pubblico dei cittadini-telespettatori che assistono alle dirette televisive sullo svolgimento delle consultazioni,

¹²³ <https://www.ilpost.it/2018/04/16/mandato-esplorativo/>, visitato in data 30/04/2018.

¹²⁴ Gervasoni, op. cit., p.135.

¹²⁵ <https://www.democratica.com/focus/consultazioni-mattarella-incarico-governo/>, visitato in data 01/05/2018.

¹²⁶ Foto estratta dal sito <https://www.wired.it/attualita/politica/2018/04/06/consultazioni-governo-salvini-berlusconi/>, visitato in data 01/05/2018.

non si può non vedere un uso tattico dell'assenza, una costruzione dell'attesa voluta e programmata, si potrebbe dire cerimoniale.

La Presidenza della Repubblica costruisce con il suo rito laico delle consultazioni un qualcosa che ricorda appunto le liturgie religiose della Chiesa, gestendo e dettando i tempi di chi guarda. La rappresentazione della porta chiusa della quale si attende con ansia l'apertura permette di introdurre una riflessione affrontata da Norberto Bobbio nel suo libro *"Il futuro della democrazia"* del 1984.

Bobbio affronta il tema del potere invisibile partendo da un assunto, ovvero quello secondo il quale uno dei presupposti della democrazia è che essa consiste nel *"governo del potere pubblico in pubblico"*.¹²⁷

Il concetto di "pubblico" viene inteso in doppio senso da Bobbio: da un lato come contrapposto a privato, dall'altro come contrario di segreto, ovvero come un qualcosa di visibile ed esposto a tutti.

Su questo punto Bobbio ritiene che l'esercizio in segreto di alcuni atti da parte di un sovrano, o di un presidente, nulla tolgano alla dimensione pubblica del suo potere, a patto che la segretezza sia l'eccezione e non la regola del suo agire e che il segreto sia limitato nel tempo.¹²⁸

L'esercizio del governo in una dimensione segreta ha infatti a che fare con uno Stato assoluto e non con un regime democratico; effettivamente il Presidente della Repubblica è un capo di Stato e ricopre nel nostro ordinamento un ruolo che in altri paesi europei è ricoperto da sovrani. In un certo senso si potrebbe parlare delle consultazioni come una prassi che ha connotati monarchici e più affini a quelli di un sovrano che a quelli di un presidente. La modalità di gestione delle consultazioni infatti segue uno schema di segretezza iniziale e successivo svelamento di quanto è stato deciso all'interno delle discussioni; ma quello che viene comunicato alla fine delle consultazioni è soltanto la sintesi dei vari confronti tra il capo dello Stato e i partiti, non vi è infatti la possibilità di sapere quali sono stati esattamente i temi oggetto del confronto con il presidente, quello che viene riportato è soltanto un discorso concordato e non è possibile avere una diretta dei colloqui privati tra l'inquilino del Quirinale ed i vari esponenti delle forze politiche.

Risulta quindi interessante riflettere su quello che Carl Schmitt disse sui concetti di rappresentanza, pubblicità e rappresentazione:

"La rappresentanza può avere luogo soltanto nella sfera della pubblicità. Non c'è alcuna rappresentanza che si svolga in segreto o a quattr'occhi. [...] Sedute segrete, accordi e decisioni segrete di qualsivoglia comitato possono essere molto significative e importanti, ma non possono mai avere un carattere rappresentativo."

Ed ancora *"rappresentare significa rendere visibile e rendere presente un essere invisibile mediante un essere pubblicamente presente. La dialettica del concetto sta in ciò che l'invisibile viene presupposto come assente e contemporaneamente reso presente."*¹²⁹

¹²⁷ N. Bobbio, *Il futuro della democrazia*, Milano, RCS Quotidiani, 2010, p.92.

¹²⁸ *Ivi*, pp.92-95.

¹²⁹ *Ivi*, p.95.

Ma nel caso delle consultazioni allora siamo in presenza di una duplice situazione: da un lato gli esponenti politici presenti al rituale laico del Quirinale rappresentano i loro elettori, sia essendo fisicamente presenti sia comunicando le loro posizioni dopo il confronto con il presidente; dall'altro abbiamo una rappresentanza delle parti politiche davanti al presidente che avviene in segreto, non nella sfera della pubblicità come auspicato da Schmitt con delle discussioni importanti e nelle quali i partiti svolgono una funzione anche rappresentativa.

Appare quindi palese una parziale contraddizione: le consultazioni hanno un piano pubblico ed uno segreto, gli esponenti dei partiti che si presentano al Quirinale sono certamente rappresentanti dei cittadini che li hanno votati, agendo per loro conto e rappresentando un soggetto collettivo assente ed invisibile, ovvero il corpo elettorale.

Non appare quindi sostenibile che non possa esservi rappresentanza senza pubblicità, perché nelle segrete stanze del Quirinale gli esponenti di partito rappresentano gli interessi dei cittadini che li hanno votati. Altro discorso è il fatto che i partiti possano rappresentare interessi che non sono quelli pubblicamente evidenziati con il voto popolare. In tal senso Bobbio fa riferimento a due categorie, ovvero quelle di sottogoverno e criptogoverno.

Per sottogoverno l'autore intende il governo dell'economia, ponendo particolare attenzione al fatto che i partiti politici non ricorrano più agli strumenti formali della legge e dei decreti per governare le dinamiche economiche, ma di come la politica gestisca (o provi a gestire) i grandi centri di potere economico, con l'intento di ricavarne le risorse necessarie per il sostentamento delle proprie strutture partitiche; tale dinamica è in gran parte non pubblica e quindi non controllabile.

In merito al criptogoverno invece Bobbio fa riferimento a forze politiche eversive vicine ai servizi segreti, che tutto vedono e conoscono ma di cui pochissimo è visibile in pubblico; una dimensione ben presente nella vita politica e civile italiana nel corso della Prima Repubblica, specialmente nella lunga stagione del terrorismo.¹³⁰

Sulla base di questa riflessione, Bobbio afferma che se la democrazia è nata anche con la prospettiva di cancellare il potere invisibile per poterlo sostituire con un esercizio del potere pubblico svolto solo in pubblico, allora essa ha deluso questa prospettiva, poiché come detto gran parte delle decisioni importanti per la cosa pubblica vengono prese nelle segrete stanze della politica, in gruppi ristretti, da un limitato numero di persone. Bobbio aggiunge un altro elemento degno di nota sottolineando come lo sviluppo delle tecnologie di oggi consenta a chi detiene il potere di poter svolgere un controllo approfondito sui cittadini, riuscendo a realizzare lo schema ideale di Pierre Dubois, in cui chi detiene il potere non si mostra, ma controlla tramite i giusti canali informativi i propri sottoposti; un tema che è stato affrontato anche e soprattutto all'interno dell'analisi del *Panopticon* di Bentham ben descritto da Foucault.^{131 132}

¹³⁰ *Ivi*, pp.112-116.

¹³¹ Kantorowicz, op. cit.

¹³² Bobbio, op. cit., pp.105-107.

2.9. Conclusioni

La domanda da porsi riguardo al Presidente della Repubblica in relazione al ruolo svolto dalla dimensione dell'assenza, potrebbe allora riguardare l'opportunità di poter avere delle operazioni di consultazione pubbliche e prive di qualsiasi forma di segretezza. Estendendo questo quesito ci si potrebbe anche domandare se il fatto che non vi sia pubblicità su questo passaggio istituzionale così importante, sia un insuccesso della democrazia come “*governo del potere pubblico in pubblico*”.

Rispetto alla strategia dell'assenza analizzata in precedenza in “*The Young Pope*” si comprende come il non apparire per niente in pubblico sia funzionale ad un piano ben definito che mira ad obiettivi sia mediatici che spirituali. Le consultazioni al Quirinale si collocano all'interno di una visione della Presidenza della Repubblica come snodo fondamentale di tutte le controversie politiche ed istituzionali italiane. La soluzione ai problemi passa dall'arbitro sopra le parti che abita il Quirinale e proprio questa forma della Presidenza della Repubblica consente di garantire a questa istituzione un'autorevolezza mai veramente entrata in crisi nel corso di tutta la storia repubblicana; al contrario tale ruolo ha aumentato la sua funzione e la sua importanza, non con la crescita dei poteri formali del Quirinale, ma con il progressivo sgretolarsi della stabilità del sistema politico-istituzionale che ha richiesto al presidente un intervento sempre maggiore.

Questa necessità di supplire alle carenze della politica ha consentito al Quirinale di accreditarsi come “àncora” e solo appiglio per i cittadini italiani, che come dimostrato da molte ricerche ripongono ad oggi una fiducia ampia nei confronti del Colle. Il Presidente Mattarella è infatti il politico più apprezzato dagli italiani con il 66% degli intervistati che si esprimono ponendo l'inquilino del Quirinale al primo posto nella classifica del gradimento.¹³³

Lo stesso Giorgio Napolitano nel momento immediatamente precedente alla caduta del Governo Berlusconi nel 2011 godeva di un consenso molto ampio intorno al 90%, segno questo che quando la politica perde terreno è il presidente che gode di un aumento di fiducia da parte dei cittadini.

Occorre però sottolineare che sia Napolitano che Mattarella mantengono indici di gradimento estremamente alti nel momento in cui svolgono la loro funzione di arbitro e garante dell'equilibrio. Quando infatti il Presidente Napolitano dal 2011 al 2014 si è trovato nella necessità di intervenire come supplente e risolutore dello stallo politico, i suoi indici di gradimento sono scesi in misura sensibile. Questo periodo di tre anni coincide infatti con la fine del Governo Berlusconi, la nascita del governo tecnico di Mario Monti, le seguenti elezioni politiche del 2013 ed i Governi di Enrico Letta e Matteo Renzi. Quattro governi varati in pochi anni, una rielezione al Quirinale nel 2013, unico caso nella storia della Repubblica, un forte ruolo giocato nel dare impulso alle larghe intese tra Pd, Scelta Civica e PdL e nel varare le riforme costituzionali portate poi avanti dal Governo Renzi. Siamo in presenza di un forte attivismo politico del Presidente Napolitano, dettato sempre

¹³³ Dati Istituto Piepoli del 9 aprile 2018, disponibili al link https://www.termometropolitico.it/1298771_sondaggi-politici-piepoli-10.html, visitato in data 02/05/2018.

dalla necessità più che dalla volontà del protagonista di prendersi la scena, a maggior ragione se si pensa a quanto il presidente sia stato silente e dotato di un profilo notarile tra il 2006 e il 2010.

Il risultato in termini di gradimento è stato un crollo dal 90% del 2011 prima citato, al 39% del 2014.¹³⁴

Le cause di questo calo sono molteplici ma si può supporre che l'attivismo politico del presidente, unito alla sua rielezione, abbiano trasmesso all'opinione pubblica più che l'immagine di un presidente sopra le parti quella di un monarca: Re Giorgio.¹³⁵

Come dimostrato da una ricerca di Paolo Segatti e Cristiano Vezzoni riguardante il senso di efficacia politica dei cittadini, il Quirinale è un'istituzione che gode storicamente di un elevato tasso di fiducia rispetto ad altri soggetti che come esso svolgono una funzione politica. I due autori sottolineano l'importanza del grado di conflittualità come elemento determinante nello stabilire di quanta fiducia gode un'istituzione.¹³⁶

Mentre altre istituzioni politiche come il Parlamento, i partiti e i sindacati si caratterizzano per una fiducia bassa a causa della loro naturale propensione al conflitto, il Quirinale è ai primi posti per livello medio di fiducia da parte dei cittadini. Il motivo di questa differenza è dato dal fatto che il Colle è sì un'istituzione politica ma posta sopra le parti e con un grado di conflittualità ridotto. Come è stato osservato in precedenza però, specialmente nel testo di Gervasoni, il Quirinale è un soggetto politico attivo che ha inciso nel quadro politico-istituzionale italiano da De Nicola a Mattarella.

La dimensione politica è quindi assolutamente presente e i conflitti con gli altri attori ci sono sempre stati, specialmente nel momento in cui la partitocrazia voleva sovrastare il Colle e viceversa quando il crollo della Prima Repubblica e l'avvio della Seconda hanno prodotto un necessario avanzamento del ruolo del capo dello Stato.

La conflittualità quindi è presente e lo è stata sempre nella carica del Presidente della Repubblica, ma la rappresentazione che si ha del ruolo del Quirinale è quello di soggetto terzo e arbitro, posto sopra le parti, ed è certamente questo il suo più grande valore. Le caratteristiche del Colle e il modo in cui si è declinata questa istituzione nei decenni della Repubblica lo pongono al riparo dalla delegittimazione insista nella politicità della sua carica. Per garantirsi questo status privilegiato il Quirinale non deve uscire dal suo schema costituzionale e dal punto di vista comunicativo deve mantenere una dimensione silente ma presente, quasi invisibile per la quantità e la solennità delle proprie esternazioni, ma proprio per questo caratterizzata da elevato valore simbolico.

Quando il Quirinale esterna tutti ascoltano perché il soggetto che parla rappresenta un preciso universo valoriale, ovvero la Nazione, lo Stato, la Repubblica; esso rappresenta un segno di unità proprio grazie al suo essere sopra le parti e se cede su questa dimensione perde sul terreno della sua stessa essenza.

¹³⁴ Dati Ixè del 17 settembre 2014, disponibili al link <https://www.ilfattoquotidiano.it/2014/09/20/sondaggi-il-crollo-di-napolitano-dopo-il-bis-popolarita-dal-90-a-meno-del-40/1127458/>, visitato in data 02/05/2018.

¹³⁵ Come ribattezzato da Marco Travaglio nel suo libro *"Viva il re!"* uscito nel 2013.

¹³⁶ M.Maraffi, *Gli italiani e la politica*, Il Mulino, 2009 (pubblicazione online), Capitolo Terzo *"Quanto conta la gente come me? Il senso di efficacia politica"*, a cura di P.Segatti e C.Vezzoni, pp.82-84.

Capitolo 3

Politica italiana

3.1. L'evoluzione della comunicazione politica

La politica italiana nel corso della storia della Repubblica ha visto grandi cambiamenti nello stile comunicativo e nei contenuti espressi. Tali mutamenti possono essere analizzati tenendo in considerazione due dimensioni ovvero la comunicazione e l'ideologia.

Se infatti nel corso della Prima Repubblica abbiamo avuto una prevalenza della dimensione ideologica su quella comunicativa, dagli anni Novanta in poi si è assistito ad un rovesciamento d'importanza tra questi due ambiti. L'ultimo decennio del Novecento è stato il momento storico che ha sancito il passaggio di consegne tra le due dimensioni, portando a maturazione dei processi che erano iniziati nei due decenni precedenti.

Prima di indagare la comunicazione delle “due repubbliche” occorre però soffermarsi su questi due concetti. In questa sede si intende l'ideologia in senso sociologico, ovvero come un complesso di credenze, opinioni, rappresentazioni e valori che orientano un certo gruppo sociale, ma anche una dottrina che è sostenuta da atteggiamenti di natura emotiva e di fedeltà, alla quale si ricorre per scopi propagandistici e persuasivi.¹³⁷

Per quanto concerne la comunicazione, in un'accezione tipica delle scienze umane e sociali, con essa si intende un processo di trasferimento di informazione, realizzato mediante un segnale ed un canale che consente il passaggio informativo da un soggetto promotore ad un soggetto recettore; il segnale è dotato di un suo significato che consente di produrre una qualche reazione in colui che lo riceve.¹³⁸

Partendo quindi da questi due elementi è possibile riflettere su come la comunicazione politica dei paesi occidentali sia mutata nel corso del tempo e di come il rapporto tra ideologia e comunicazione sia cambiato.

Nel 1999 Jay Blumler e Dennis Kavanagh pubblicarono un articolo dal titolo “*The third age of political communication*” classificando lo sviluppo della comunicazione politica in tre fasi storiche:

- Prima fase (Secondo Dopoguerra – anni Cinquanta): i due autori rilevano in questa fase la presenza di un forte ruolo dei partiti politici come connettori tra società ed istituzioni e come gestori delle tensioni sociali presenti. La comunicazione politica era secondaria rispetto al ruolo svolto dall'ideologia ed i messaggi dei principali esponenti di partito giungevano agli elettori tramite i media. La politica non si preoccupava dello stile comunicativo poiché erano le ideologie il collante del rapporto rappresentanti-elettori. Questi ultimi infatti votavano sulla base di sentimenti di identificazione di gruppo e non in seguito ad una riflessione approfondita sui temi dell'agenda politica. Siamo quindi in presenza di corpi elettorali molto solidi, con un comportamento di voto stabile nel tempo ed orientato ideologicamente. Gli elettori

¹³⁷ <http://www.treccani.it/vocabolario/ideologia/>, visitato in data 18/05/2018.

¹³⁸ <http://www.treccani.it/vocabolario/comunicazione/>, visitato in data 18/05/2018.

non solo esprimono un voto di appartenenza ma si espongono al flusso informativo solo presso alcune fonti, rafforzando così le proprie posizioni politiche.

- Seconda fase (anni Sessanta – Settanta): è il periodo in cui si afferma il mezzo televisivo e che vede alcuni cambiamenti importanti; tra questi i due autori sottolineano l'esposizione da parte dei cittadini a flussi di informazione diversi grazie alla televisione, la possibilità di raggiungere segmenti di elettorato prima non esposti all'informazione politica e l'influenza che la Tv ha su come gli esponenti politici si pongono e si presentano agli elettori.
- Terza fase (anni Novanta – oggi): questa fase si caratterizza per una moltiplicazione dei canali informativi e comunicativi, con la televisione che vede un incremento nel numero dei canali e con l'affermarsi di Internet con i *blog* prima ed i *social network* poi. I media invadono ogni ambito della vita sociale e privata e sviluppano una convergenza tra di loro. Allo stesso tempo i nuovi media di pongono come antagonisti o quantomeno alternativi rispetto all'informazione tradizionale della carta stampata e delle televisioni.

La politica in questo quadro adopera un vasto armamentario comunicativo con l'intento di raggiungere il maggior numero possibile di elettori.¹³⁹

Secondo Blumler e Kavanagh nella terza fase la comunicazione politica cambia in modo radicale rispetto alle fasi precedenti seguendo cinque direzioni, ovvero la professionalizzazione del rapporto con l'opinione pubblica da parte della politica, la competizione tra i prodotti mediali e la comunicazione politica, il crescente populismo, una forma di comunicazione con messaggi calibrati in base ai segmenti di pubblico ed infine un consumo di comunicazione politica sempre più occasionale e mischiato con altri generi.¹⁴⁰

Nel 2009, dieci anni dopo la stesura di questa classificazione, Blumler, Coleman e Gurevitch, evidenziano i rapidi cambiamenti in atto a causa dei nuovi media. In tal senso non si parla apertamente di una quarta fase della comunicazione politica ma si evidenziano importanti aspetti quali il peso delle ICT e di come esse non siano più in mano solo a gruppi organizzati professionalmente, ma alla portata di tutti i cittadini; il calo di importanza del servizio pubblico televisivo ma allo stesso tempo la sua capacità di ampliare lo spazio comunicativo tramite l'integrazione con i nuovi media, ed infine una nuova configurazione della cittadinanza e dei rapporti pubblico-privato.¹⁴¹

Ed è su questo ultimo aspetto si inserisce il discorso sul ruolo dell'assenza comunicativa. Secondo Blumler e gli altri autori infatti ciò che è "politico" non è più inteso come un qualcosa che è confinato nel rapporto con le istituzioni, ma è in ogni tema che sollecita risposte alla classe politica.¹⁴²

La politica quindi non sarebbe più un solo fatto pubblico ma un qualcosa che penetra in profondità nel privato di ognuno, sia sul lato della cittadinanza che su quello della classe politica stessa.

¹³⁹ G.Mazzoleni, *La comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino, Terza edizione 2012, pp.42-44.

¹⁴⁰ *Ivi*, pp.44-46.

¹⁴¹ *Ivi*, pp.46-47.

¹⁴² *Ibidem*.

Ma venendo al caso italiano occorre sottolineare come i cambiamenti elencati in precedenza, con i passaggi da una fase all'altra, si siano manifestati con ritardo rispetto ad altri paesi occidentali.

Se ci si concentra sul versante solo politico, in particolare in relazione alle campagne elettorali, si possono osservare delle differenze. Su questo aspetto risulta utile la classificazione elaborata da Pippa Norris la quale ha distinto le campagne elettorali in premoderne, moderne e postmoderne, riprendendo la classificazione di Blumler e Kavanagh:

- Campagne premoderne. Per Norris il periodo di riferimento è una fase estremamente lunga che si colloca tra la metà dell'Ottocento e gli anni '50 del Novecento. In questo secolo l'autrice nota tre caratteristiche fondamentali, una comunicazione basata su relazioni di tipo personale e a livello locale, una stampa di parte per informare i cittadini ed infine una forte identificazione di partito da parte degli elettori. Se negli Stati Uniti ed in alcuni paesi europei queste caratteristiche si riscontrano sul finire dell'Ottocento, in Italia Norris nota queste condizioni solo negli '40 e '50 del Novecento con il ritorno della democrazia in seguito alla caduta del Fascismo.
- Campagne moderne. Il periodo di riferimento è quello dell'esplosione del mezzo televisivo, ovvero gli anni Sessanta-Ottanta. La televisione si afferma come luogo ideale per la politica e per parlare con i cittadini. I politici si adattano al mezzo per utilizzarlo efficacemente e per fare questo si rivolgono a nuove figure professionali: sondaggisti, *spin doctor*, consulenti. Grazie al nuovo mezzo l'immagine dell'esponente politico sostituisce il partito come soggetto centrale della comunicazione. Nel corpo elettorale si evidenzia una sempre minore fedeltà nel voto ed una crisi delle identità di partito. Queste caratteristiche in Italia si iniziano ad evidenziare nel corso degli anni '80 e con grande forza con la discesa in campo di Silvio Berlusconi nel 1994.
- Campagne postmoderne. A partire dagli anni Novanta la politica si dota di strumenti propri del marketing elettorale, ricorrendo ad un vero e proprio arsenale comunicativo. Il ricorso ad esperti di settore ed agenzie di comunicazione pubblicitaria e politica è ormai una prassi. Dal punto di vista del corpo elettorale, l'elettore si è distaccato dai tradizionali legami partitici ed è di conseguenza più facilmente influenzabile dalle campagne elettorali.¹⁴³

3.2. La Prima Repubblica

Lo sviluppo storico della comunicazione politica nel corso dei decenni ha quindi seguito una strada che ha visto la riduzione del ruolo dell'ideologia e delle strutture partitiche in favore della dimensione comunicativa e della figura del leader.

L'ideologia ha giocato un ruolo fondamentale durante la Prima Repubblica italiana fungendo da chiave di lettura del mondo che gli appartenenti ad un certo gruppo sociale interiorizzavano. La visione del mondo che gli individui facevano propria si saldava poi con un comportamento elettorale stabile nel tempo e naturalmente

¹⁴³ *Ivi*, pp.132-134.

orientato a votare per i partiti politici di una determinata area, spesso per un solo partito. Questa condotta elettorale è stata definita da Parisi e Pasquino con la formula del “voto di appartenenza”, intendendo con esso un comportamento stabile nel tempo come si è detto, ma anche e soprattutto un voto basato non sui singoli candidati o sulla discussione di specifici temi e programmi, ma sull'identità. Sulla base di questo i partiti miravano quindi non ad ascoltare le richieste che provenivano dai cittadini ma ad indicare loro le priorità politiche, mobilitando i sostenitori facendo appello all'appartenenza.¹⁴⁴

Durante i primi trent'anni della Repubblica italiana i partiti erano quindi qualcosa di più che delle organizzazioni politiche, rappresentando delle vere e proprie “Chiese”, dotate di propri riti e procedure, di riferimenti valoriali ed immagini. Nel complesso si può quindi parlare di “religione laiche” che tramite il partito politico invadevano tutti gli spazi della vita dei singoli cittadini. Le due “Chiese” principali sono state senza dubbio il Partito comunista italiano e la Democrazia cristiana, due forze politiche che rappresentavano due mondi in contrapposizione tra loro e, nella proiezione internazionale, due forze legate ai due differenti blocchi della Guerra fredda.

In questo schema ideologico che si è confermato per circa trent'anni, la politica ha dato ai cittadini una visione del mondo e ha permesso di definire sé stessi sia come singoli individui sia come membri di comunità e gruppi dove condividere valori e riferimenti comuni.

In merito al tema dell'assenza i politici non avevano la necessità di invadere comunicativamente la dimensione privata dei cittadini, poiché essa era strutturata dai meccanismi ideologici che garantivano inoltre una certa stabilità elettorale. I politici della Prima Repubblica non sono quindi protagonisti indiscussi della scena comunicativa, da un lato perché i media sono ancora in una fase tradizionale, legata alla diffusione della stampa di partito o collaterale alla politica, della radio e di una televisione ancora solo ed esclusivamente pubblica e ridotta a pochi canali; dall'altro perché la dimensione partitica è posta davanti ai singoli esponenti.

I politici italiani godono nelle prime fasi della Repubblica di una sorta di aura di santità, costruita con i riti laici delle ideologie di partito e con il proprio patrimonio di conoscenze e cultura personale; questo consentiva loro di porsi in una dimensione quasi sacrale rispetto ai comuni cittadini, esercitando inoltre una funzione pedagogica nei loro confronti.

La divisione tra ciò che è pubblico e ciò che è privato rimane ancora netta e definita, come netta e definita rimane la supremazia del primo sul secondo. Il ruolo svolto dai partiti politici e dal collante ideologico permette infatti, specialmente negli anni Quaranta e Cinquanta, di mobilitare politicamente milioni di cittadini italiani su temi di rilevanza pubblica o che i partiti indicano come pubblicamente rilevanti.

Ma già a partire dal Sessantotto con la stagione dei movimenti studenteschi ed operai ed in seguito negli anni Settanta, si sperimentano azioni collettive alternative da quelle di partito, segno di una evidente insofferenza rispetto a forme di partecipazione collettiva che non lasciavano spazio di espressione alle individualità.

¹⁴⁴ R.Grandi, C.Vaccari, *Come si vincono le elezioni. Elementi di comunicazione politica*, Roma, Carocci editore, 2013, pp.14-15.

3.3. Anni Ottanta

Gli anni Ottanta sono stati in Italia un periodo di stravolgimento politico, culturale, economico e sociale.

Dopo una lunga stagione di attivismo collettivo e di mobilitazione politica guidata da partiti e movimenti, si apre una fase nuova in cui la dimensione del “noi” viene scalfita sempre di più dall’individualismo.

Quando si parla di anni ’80 si utilizza sovente l’espressione “riflusso” volendo con essa intendere la tendenza da parte dei cittadini a ridurre la partecipazione alla cosa pubblica, all’impegno civico, per dedicare il proprio tempo alla propria sfera privata.

Ma il riflusso è dovuto alla crisi della partecipazione collettiva e all’incapacità dei partiti e dei sindacati di valorizzare il singolo all’interno dell’insieme, oppure a cause di altra natura?

È certamente difficile dare una risposta univoca a questa domanda ma quello che si determina negli anni Ottanta in Italia, come del resto in tutto il mondo occidentale, è un passaggio da una fase di crisi economica e forti agitazioni collettive con la politica a giocare il ruolo di guida ideologica, ad un nuovo momento fatto di crescita economica, benessere diffuso e di desiderio di accrescere la propria posizione individuale.

Questa fase è caratterizzata da un forte narcisismo, con una cultura dell’estetica e dell’esibizione del proprio *status* sociale ed economico. Si afferma un’idea di “soggettività di massa”, in cui i singoli individui vogliono la propria realizzazione ed autoaffermazione ma sempre seguendo degli schemi largamente condivisi nella società. Quello che era privato e tenuto fuori dalla discussione pubblica adesso entra prepotentemente sulla scena, scaraventando i temi personali, le passioni dei singoli, il piacere e le confessioni nella pubblica piazza.¹⁴⁵

Inizia così un percorso che porterà dall’assenza del privato sulla scena pubblica ad una vera e propria assenza della dimensione privata, o meglio al venir meno di quelle caratteristiche di riservatezza tipiche di questo ambito.

3.3.1. La politica

La forza politica che coglie per prima lo stravolgimento in atto è il Psi, il quale essendo uscito sconfitto dalle elezioni politiche del 1976 raccogliendo il 9,7% dei consensi, con la contemporanea avanzata del Pci giunto al 34,4%, si trova nella condizione di dover prendere scelte radicali.

Sarà con la guida di Bettino Craxi che il partito metterà in campo due precise strategie lavorando per la personalizzazione politica della figura del segretario e costruendo una spettacolarizzazione della politica e degli eventi politici.¹⁴⁶

Quelle del segretario socialista saranno scelte di rottura sempre rivolte a marcare una differenza forte del Psi rispetto alle due “Chiese laiche” e maggioritarie nella società italiana, ovvero il Pci e la Dc. In tal senso Craxi inaugura l’era del “partito vetrina” capace di invadere sia la dimensione pubblica che privata fino al punto di

¹⁴⁵ Tonelli, op. cit., pp.9-12.

¹⁴⁶ *Ivi*, p.32.

far perdere il confine tra i due ambiti. Scelta importante fu quella di cambiare il simbolo del Psi adottando il garofano ed abbandonando la falce ed il martello, simboli che subito producevano un collegamento con il Pci. Craxi mutò completamente anche la veste degli incontri politici, che presero sempre di più i connotati dei grandi eventi in stile americano, spettacolari ed estremamente curati nelle grafiche e nell'immagine.

Il partito socialista craxiano era quindi la formazione politica di chi voleva scalare le posizioni nella società, di coloro che esibivano sé stessi per accrescere il proprio *status*, in cui la dimensione personale e privata prevaleva su quella pubblica. E del resto era il partito stesso a fare un uso del privato in ottica di raccolta di nuovi consensi, esibendo la vita personale degli esponenti di partito. Principe di questa pratica è stato certamente Gianni De Michelis il quale per primo non si sottraeva alle domande sulla sua vita privata e che seppe utilizzare la sua passione personale per il ballo e le discoteche per avvicinarsi ad un elettorato più giovane. De Michelis è passato infatti alla storia come il “ministro festaiolo” ed autore nel 1988 di una vera e propria guida alle migliori discoteche italiane.¹⁴⁷

Questa pratica adottata dall'esponente socialista rientra in un più ampio discorso sul ruolo del politico nella società. Se infatti dalle fasi iniziali della Repubblica italiana e fino alla fine degli anni Settanta l'uomo politico godeva di una sorta di aura di santità, indubbiamente rafforzata dalla funzione svolta dalle ideologie, con il progressivo calo di questa dimensione valoriale l'esponente di partito perde il suo corpo politico ritrovandosi a dover esibire il suo corpo naturale, citando la formula di Kantorowicz.¹⁴⁸

La crisi delle ideologie crea quindi un vuoto che viene colmato sempre di più ricorrendo all'immagine, sostituendo la sostanza con l'apparenza. L'assenza di immagine, o meglio la secondarietà della figura del politico rispetto al partito e alle sue idealità, viene meno, richiedendo adesso la messa in campo non solo del corpo degli esponenti politici ma anche delle loro vite private.

Questo processo inarrestabile non tocca solo il partito socialista ma, seppur in ritardo, raggiunge anche gli altri partiti politici. A tal proposito il partito più a sinistra del Psi, ovvero il Partito Comunista italiano, la “Chiesa laica” del nostro panorama politico, si trova costretto a discutere del cambiamento nel rapporto tra pubblico e privato.

Davanti all'avanzata di questa nuova stagione fatta di individualismo ed esaltazione dell'apparenza, il Pci di Enrico Berlinguer proponeva una visione austera, legata al rifiuto del consumismo spinto e tesa ad una certa moralità. Questa impostazione che aveva un senso nella fase di crisi economica degli anni Settanta, perde la sua presa nel decennio successivo. Se da un lato infatti questa visione del mondo era coerente con le caratteristiche proprie di Berlinguer e del Pci, allo stesso tempo essa mostrava tutti i suoi limiti, per primo quello di non comprendere le trasformazioni in atto nella società italiana.¹⁴⁹

Ma i cambiamenti in atto nel corpo elettorale, con il riflusso verso il privato e la volontà di affermare la propria individualità, non sono elementi estranei al Pci poiché essi coinvolgono la stessa base militante del partito.

¹⁴⁷ *Ivi*, pp.38-39.

¹⁴⁸ Kantorowicz, *op. cit.*

¹⁴⁹ Novelli, *op. cit.* pp.44-55.

Nella comunità partitica comunista si passa infatti da un orientamento “partitocentrico” ad uno “sociocentrico”, intendo con queste due definizioni lo slittamento da una visione della socialità e dei rapporti umani unicamente legata alla dimensione partito, ad una impostazione più ampia, che pone delle distinzioni tra la sfera pubblica e quella privata e che mira ad affermare l’indipendenza e l’autonomia della seconda sulla prima.¹⁵⁰

Queste esigenze e bisogni vengono però scarsamente considerate dal partito che finisce così a passare da strumento per raggiungere obiettivi comuni ed individuali a mezzo fine a sé stesso, chiudendosi alla società ed assumendo più le sembianze di una setta che di una chiesa.

Il partito resta quindi concentrato sulla propria dimensione mantenendo le proprie regole che vedono il singolo posto sempre in secondo piano rispetto al collettivo, restando fedele alle condotte del passato che prevedevano una certa moralità dei costumi, tanto nell’uomo politico quanto nel militante e che presupponevano un nascondimento di ciò che è privato. Mantenendo questa impostazione il Pci non apre una vera e propria discussione sul come affrontare i temi del privato sulla scena pubblica.

E l’esempio principe è proprio la dimensione più intima del privato, ovvero le relazioni sentimentali, che se da un lato il Psi utilizza come strumenti per catalizzare il consenso e parlare a parti diverse dell’elettorato italiano, il Pci esclude totalmente dalla scena pubblica.

Secondo la disciplina di partito comunista quindi deve esservi riservatezza sul privato e sulla propria vita intima da parte di tutti i membri della comunità politica, ma tale dimensione privata deve essere esibita in pubblico solo nella forma fiera ed integerrima del perfetto uomo di partito.¹⁵¹

Nello schieramento delle forze di Sinistra abbiamo quindi due partiti con differenti impostazioni rispetto al mutamento del peso della dimensione privata nella società italiana. Non vi è dubbio nel fatto che la posizione di minoranza che il Psi stava assumendo nello scenario politico italiano abbia favorito un ripensamento radicale del modo di fare politica e di porsi nei confronti degli elettori. Una necessità che il Pci non aveva nella fase finale degli anni ’70 e che vedeva appunto il partito crescere ed arrivare quasi ad un ruolo governativo nella fase di solidarietà nazionale con il “Compromesso storico” che vide protagonisti Aldo Moro per la Dc ed il segretario del Pci Enrico Berlinguer.

Il Psi seppe fare di necessità virtù sotto la guida di Craxi, riuscendo a comprendere i cambiamenti in atto ed intuendo come la televisione stesse giocando un ruolo cruciale.

3.3.2. La televisione

Nella seconda fase della comunicazione politica indicata da Blumler e Kavanagh la televisione gioca un ruolo fondamentale, ampliando la platea degli elettori raggiungibili dai messaggi politici, offrendo loro flussi informativi diversi ed incidendo profondamente su usi e costumi della società italiana. In questa sede interessa però analizzare che cosa accade alla politica e al suo modo di comunicare, ed in tal senso quello a cui si assiste

¹⁵⁰ *Ivi*, p.54.

¹⁵¹ *Ivi*, pp.58-62.

è un profondo cambiamento del modo in cui essa si relaziona al mezzo televisivo. Il primo esempio di rottura viene offerto non dal Psi di Craxi ma dalla Dc di Giulio Andreotti, il quale nel 1976 per la prima volta partecipa ad una trasmissione di intrattenimento e non alla classica tribuna politica della tv pubblica. Andreotti infatti si presenta a “*Bontà loro*” il programma di Maurizio Costanzo, iniziando così a riscrivere i canoni della comunicazione politica televisiva.¹⁵²

Le tribune elettorali erano state infatti fino a quel momento il *format* televisivo della politica, caratterizzandosi per il trattamento che agli esponenti politici veniva riservato. I politici ospiti delle tribune erano infatti considerati come degli esperti della materia, delle autorità morali a cui era dovuto totale rispetto. Il pubblico non era presente nello studio televisivo, era assente e ascoltava da “fuori” quello che la politica aveva da dire. Tornando alla trasmissione di Costanzo è interessante l’ambientazione proposta: in quello che appare essere un tipico salotto domestico, con tavolino, lampada, poltrone e perfino una finestra sullo sfondo, Costanzo si comporta da vero padrone di casa, accogliendo gli ospiti e conducendo la conversazione.

Siamo nel 1976 ma già da queste caratteristiche tecniche appare chiaro quello che accade anche all’interno delle produzioni televisive: la dimensione privata e domestica, quella più intima degli individui è entrata sulla scena pubblica e la politica inizia a capirlo decidendo di frequentare questi nuovi ambienti televisivi.¹⁵³

È solo l’inizio di un percorso che troverà negli anni Ottanta la piena consacrazione con trasmissioni come “*Portobello*” di Enzo Tortora (1977-1983,1987) o il “*Drive in*” di Antonio Ricci (1983-88), ma anche i veri e propri *talk show* come “*Aboccaperta*” (1984-1987) di Gianfranco Funari e “*Samarconda*” (1987-1992) di Michele Santoro, tutti programmi accomunati da alcuni elementi “privati”: dall’esibizione del corpo, sia esso quello dei politici o quello delle ballerine, alla presenza del pubblico in studio e al nuovo diritto che esso assume di dire la sua su ogni argomento. La politica perde la sua sacralità e diventa oggetto di domande dirette da parte del pubblico, il rumore della folla entra negli studi televisivi. Nello specifico i programmi di Santoro e Funari mettono in campo delle logiche che oltre ad essere televisive risultano essere anche propriamente politiche, arrivando quindi ad un ribaltamento. Se infatti prima la comunicazione era succube della politica, adesso sono gli operatori dell’informazione ad andare allo scontro con i partiti.

Gli schemi televisivi di Santoro e Funari infatti propongono una “piazza”, una folla, la gente contro la politica, costruendo così mediaticamente un soggetto collettivo da contrapporre ai partiti. Se prima i politici erano i “custodi della verità” adesso il “corpo politico” di Kantorowicz scivola progressivamente dai partiti alla società civile. Appare quindi evidente come queste trasmissioni televisive facciano a loro modo politica, ponendo i partiti sullo stesso piano della gente comune ed evidenziando come i primi siano peggio della seconda. Non si può non vedere in questo stile televisivo un certo populismo che da quel momento in poi caratterizzerà la politica italiana, intendendo con esso un atteggiamento ideologico che esalta il popolo come depositario di atteggiamenti e qualità totalmente positive.¹⁵⁴

¹⁵² *Ivi*, p.78.

¹⁵³ https://www.youtube.com/watch?v=36IHEzd6_bc, link della puntata di “*Bontà loro*” con ospite Giulio Andreotti, visitato in data 21/05/2018.

¹⁵⁴ <http://www.treccani.it/vocabolario/populismo/>, visitato in data 22/05/2018.

La televisione influenza quindi profondamente la politica, dettando i tempi ed il linguaggio che essa deve adottare per comunicare con gli elettori. I politici stanno al gioco, consapevoli della capacità impareggiabile del mezzo televisivo di parlare a tutti i cittadini. In questo senso gli esponenti di partito accettano di partecipare a programmi di intrattenimento che fino a quel momento erano estranei alla politica. Un nuovo genere diventa di moda: l'autoconfessione. I politici italiani si prestano ad affrontare discussioni riguardanti temi non strettamente politici, parlando della loro vita privata, dei figli, della loro situazione sentimentale e dei propri interessi personali. Sembra la riproduzione della confessione di stampo religioso, ma essa è in realtà laica e del tutto priva di qualsiasi riservatezza.¹⁵⁵ Il privato viene così utilizzato a fini elettorali ed esibito mediaticamente per porre i politici sullo stesso piano dei cittadini, producendo così un "abbassamento" rispetto alla precedente aura di santità.

Tale fenomeno viene poi esaltato dalla crescente industria televisiva privata che ha nelle sue corde la costruzione di vere e proprie celebrità. Questa naturale tendenza delle tv privata produce gli stessi effetti anche sui politici, i quali assumono sempre di più i connotati di vere e proprie stelle dello spettacolo.

L'aura di santità dei politici della Prima Repubblica viene cancellata durante gli anni Ottanta, le ideologie cedono e gli esponenti politici si trovano a dover costruire il consenso strutturandolo su altro, ovvero sul loro vissuto personale, sulle proprie esperienze umane, sul privato.

Questo decennio ha stravolto la politica e le sue logiche in una misura tale da non poter più pensare di tornare indietro, tracciando una strada fatta di privato in pubblico, partiti personalizzati, politica spettacolo e prevalenza della forma sulla sostanza.

3.4. La Seconda Repubblica

Gli anni Ottanta hanno quindi stravolto le logiche politiche e comunicative in Italia, ma sarebbe riduttivo pensare che questi cambiamenti radicali siano dovuti solo all'affermarsi del mezzo televisivo. Importanti eventi sono infatti accaduti durante questo decennio e nella fase iniziale degli anni Novanta; tra questi occorre citare il crollo del muro di Berlino del 1989 ed il successivo sgretolamento dell'Urss, la morte del segretario del Pci Enrico Berlinguer nel 1984, l'accelerazione nei processi di europeizzazione, l'emersione del sistema di finanziamento illecito ai partiti e dei rapporti illegali tra politica ed imprenditoria, che porteranno all'inchiesta Mani Pulite e alla decapitazione politica dei principali esponenti della Prima Repubblica.

Questo mix di cause ha prodotto la fine del Partito socialista e del suo Segretario Bettino Craxi, la dissoluzione della Democrazia cristiana e la profonda revisione di altre forze politiche come il Pci e il Msi, in cerca di una nuova identità nella nascente Seconda Repubblica.

I sistemi ideologici e le culture politiche che avevano caratterizzato l'Italia per oltre quarant'anni si erano dissolti con la crisi dei corpi intermedi che le avevano rappresentate, ovvero i partiti politici. Dopo un lungo periodo in cui le organizzazioni partitiche si erano impadronite delle istituzioni guidando allo stesso tempo i

¹⁵⁵ Tonelli, op. cit. pp.79-80.

cittadini dentro di esse, adesso si apriva un quadro totalmente nuovo, postideologico, poststorico e con le condizioni ideali per la nascita e la crescita di nuovi soggetti politici.

Nuovi attori che saranno l'apoteosi di quello schema di progressiva emersione del privato e della sua esibizione in pubblico. I due nuovi soggetti di questa fase sono infatti la Lega Nord di Umberto Bossi e Forza Italia di Silvio Berlusconi.

La Lega negli anni Novanta è riuscita dove molte forze politiche della Seconda Repubblica hanno fallito: costruire una dimensione collettiva, una comunità capace di condividere una propria lingua, una propria tradizione ed una propria cultura, riuscendo inoltre a saldarla con il territorio. Quella della Lega è quindi una cultura politica che si è saputa inserire in una forma nuova nella vita pubblica, ricorrendo a tre elementi fondamentali, ovvero una liturgia politica, la capacità di combinare sapientemente temi pubblici e privati per attirare l'attenzione dell'elettorato ed infine una certa retorica del partito inteso come "famiglia", a capo della quale si pone incontrastato Umberto Bossi.¹⁵⁶

Si potrebbe quindi considerare la Lega come un soggetto a cavallo tra Prima e Seconda Repubblica poiché se da un lato è indubbio il processo di personalizzazione della politica in campo, con la figura di Umberto Bossi come capo popolo e leader indiscusso, dall'altro siamo comunque davanti ad un soggetto politico che conserva elementi partitici classici, con una struttura interna rigida ed eventi pubblici capaci di coinvolgere i militanti. Nella Lega di Bossi c'è infatti il tentativo di dare spazio al privato, alla dimensione familiare per prima, che come visto governa il partito, ma allo stesso tempo è presente la volontà di non lasciare il singolo individuo nella sua dimensione, ma di coinvolgerlo in un discorso politico che sia collettivo e quindi pubblico.¹⁵⁷

La Lega raccoglie consenso perché rompe con la cultura politica ufficiale della partitocrazia romana, portando sulla scena pubblica la quotidianità delle persone, i problemi reali e cancellando allo stesso tempo la ripartizione storica tra Sinistra e Destra, ponendo il territorio al centro del discorso. La comunicazione gioca un ruolo importante ma secondario rispetto ad altri soggetti che si muovono sul nuovo palcoscenico della Seconda Repubblica; l'ideologia leghista invece viene costruita sulle ceneri di quelle del passato, inventando la Padania ed utilizzandola come elemento aggregatore dei desideri dei singoli elettori e di gruppi di interessi organizzati.¹⁵⁸

Il partito del Nord si muove quindi dentro il solco tracciato dagli anni Ottanta, nell'emersione del privato sulla scena pubblica e nel suo uso politico al fine di ampliare i consensi, ma allo stesso tempo rimane ancorato al passato conservando una dimensione ideologica propria e proponendo uno stile comunicativo definito da alcuni come rozzo e becero, ma popolare, proveniente dalla pancia del Paese e soprattutto funzionale al permettere alle masse di rivedersi in esso, attivando così un meccanismo di partecipazione nella società e nella politica.

¹⁵⁶ *Ivi*, p.113.

¹⁵⁷ *Ibidem*.

¹⁵⁸ *Ibidem*.

3.4.1. Silvio Berlusconi, da leader ipermediatico ad attore silenzioso

Nel 1994, dopo aver tentato di individuare una personalità da sostenere politicamente ed economicamente, Silvio Berlusconi decide di scendere personalmente in campo nella politica italiana lanciando il suo soggetto politico “Forza Italia”.

Già dalle prime mosse del Cavaliere è possibile notare come questo progetto politico sia un qualcosa di radicalmente diverso da quanto si era visto in Italia fino a quel momento. L’avventura politica di Berlusconi è infatti il naturale compimento di quel processo di riflusso dei cittadini nella sfera privata che era iniziato negli anni Ottanta ma che parallelamente aveva visto l’ingresso dei temi privati sulla scena pubblica. Se infatti gli esponenti di partito, avevano iniziato a presentarsi nelle trasmissioni di intrattenimento televisive pubbliche e private per avvicinarsi agli elettori, esponendo il proprio vissuto personale e la propria sfera privata a fini elettorali, qui siamo ad un livello successivo.

Berlusconi non è un politico che basa tutto sul racconto del proprio vissuto, ma è il privato che si sovrappone al pubblico, producendo un annullamento dei confini tra queste due dimensioni. Il Cavaliere è l’universo televisivo privato italiano che arriva al governo del Paese, raccogliendo elettoralmente e politicamente quello che era stato seminato culturalmente nel corso degli anni Ottanta.

La televisione di Berlusconi ha infatti contribuito a quel processo di personalizzazione della politica e di “abbassamento” a fini elettorali, alla costruzione di una nuova grammatica politica sempre meno complessa e che per le necessità del mezzo televisivo potesse essere compresa da tutti. La tv commerciale ha dato voce alla “piazza”, alla gente, consentendo a tutti di dire la propria su qualsiasi argomento e favorendo l’ingresso dei temi privati nel dibattito dell’opinione pubblica, anticipando di decenni i *social network*.

Il modello politico berlusconiano è quindi televisivo per sua natura e per questo esso deve ottenere tre obiettivi: stupire, sedurre ed offrire rassicurazione a coloro che prima erano telespettatori e consumatori e che adesso sono elettori.¹⁵⁹

Forza Italia è quindi una emanazione personale di Berlusconi e che riflette il modo di concepire lo Stato e la cosa pubblica del Cavaliere. Secondo Giuliano Ferrara infatti la visione dello Stato di Berlusconi è “*una concezione patrimoniale [...] in cui pubblico e privato sono indistinguibili*” ed in cui “*il governo non si separa dal patrimonio, lo Stato dalla persona*”.¹⁶⁰

E non è un caso se nel 2001 Berlusconi nello studio di “*Porta a Porta*” di Bruno Vespa propose il famoso “contratto con gli italiani”, ovvero il ricorso ad uno strumento di natura privata, un accordo tra due parti.

Nel diritto civile infatti il contratto è definito come la massima espressione dell’autonomia privata, di una regola che consente ai privati di disciplinare e tutelare i propri interessi.¹⁶¹

¹⁵⁹ *Ivi*, p.118.

¹⁶⁰ P.Ginsborg, *Berlusconi. Ambizioni patrimoniali in una democrazia mediatica*, Torino, Einaudi, 2003, pp.40-41.

¹⁶¹ <http://www.treccani.it/enciclopedia/contratto/>, visitato in data 24/05/2018.

Non vi è dubbio che Berlusconi nella propria carriera imprenditoriale abbia ricorso a centinaia di contratti e che tale strumento fosse quindi per lui un elemento quotidiano, ma risulta significativo che l'imprenditore milanese lo abbia proposto agli elettori italiani, rivelando così la propria idea privatistica della cosa pubblica e del rapporto tra politico ed elettore. Si tratta quindi di una visione patrimoniale e affaristica dello Stato, lontana dall'idea di interesse pubblico, ma perfettamente nel solco del passaggio dall'assenza del privato sulla scena pubblica verso l'assenza della distinzione tra privato e pubblico.

Ma andando oltre la visione patrimoniale dell'universo pubblico, quello che appare interessante è che con Berlusconi la Repubblica italiana entra ufficialmente in quella che Bernard Manin definisce come "*Democrazia del pubblico*", ovvero un quadro democratico caratterizzato da personalizzazione della politica, centralità dei media e dei sondaggi.¹⁶²

Le elezioni del '94 per prime sono la dimostrazione dello strapotere del mezzo televisivo e di come la maggiore presenza sui media sia fondamentale per vincere. Se si analizzano le sei principali emittenti televisive nazionali nei due mesi di campagna elettorale, controllando i tempi di presenza in video di Berlusconi e del suo principale avversario, ovvero il segretario del PDS Achille Occhetto, si nota una differenza abissale con 1.286 minuti contro 395. Berlusconi si servì anche di spot elettorali lanciati di continuo sulle sue emittenti televisive, scavando così una differenza marcata in termini di visibilità nei confronti del PDS.¹⁶³

Berlusconi inoltre ha una comprensione profonda della dimensione fisica del politico; per il Cavaliere il corpo naturale, per ricorrere ancora alla formula di Kantorowicz, è uno strumento da esibire come segno del potere, declinandolo di volta in volta in base alle necessità del consenso.

Si tratta di una visione arcaica del fisico, simile a quella degli antichi sovrani, ma che nel nuovo quadro postmoderno sembra sovrastare il peso del corpo politico e della dimensione ideologica.

La democrazia che intende Berlusconi deve saper sorprendere ed affascinare il cittadino-elettore e per questa ragione pone il corpo come un'icona, come oggetto dello spettacolo e del palcoscenico democratico.¹⁶⁴

Si tratta del trionfo della forma e dell'apparenza sulla sostanza e sulla politica.

Queste caratteristiche del fenomeno Berlusconi sono delle costanti di tutta la Seconda Repubblica durante la quale il Cavaliere cancella la distinzione tra pubblico e privato invadendo fisicamente e mediaticamente tutti gli ambiti della società: dalla televisione all'editoria, dalla politica allo sport (in particolare il calcio, tramite la proprietà del Milan), dal cinema alla musica (con numerose opere con il Cavaliere come soggetto o che a lui si ispirano) e plasmando il costume, le tendenze, gli atteggiamenti ed i comportamenti della società italiana. Tutto questo essere presente è chiaramente legato all'impero economico e mediatico di Berlusconi ma risponde anche ad una strategia politica, secondo la quale il Cavaliere doveva occupare mediaticamente la scena pubblica per costruirsi il proprio spazio elettorale. Spazio elettorale che è riuscito a conservare dal 1994 fino al 2018, seppure con alterne fortune e con l'avanzare degli anni, ma conquistando il primato di leader politico

¹⁶² Tonelli, op. cit. p.121.

¹⁶³ *Ivi*, p.119.

¹⁶⁴ *Ivi*, p.125.

più longevo d'Europa. Nonostante i periodici annunci di declino politico, le disponibilità economiche e le risorse politiche ed intellettuali a cui il Cavaliere può accedere gli hanno consentito di tornare in partita più di una volta.

Ma dopo una lunga fase di iperpresenza iniziata con la stessa “discesa in campo” del '94 e proseguita fino alla caduta del IV Governo Berlusconi nel novembre 2011, pare essersi aperto un periodo di comunicazione a doppia fase. Se infatti per oltre diciassette anni Berlusconi è stato una costante della scena pubblica italiana, una figura della quale si conoscevano tutti i dettagli della vita pubblica e privata, dall'insediarsi del governo tecnico di Mario Monti il Cavaliere ha alternato fasi di lungo silenzio a momenti di fortissima presenza mediatica.

Durante il periodo del Governo Monti dal novembre del 2011 al dicembre 2012 Berlusconi ha sensibilmente ridotto le sue uscite pubbliche e la sua presenza sui mezzi di informazione, affidando spesso il suo pensiero a comunicati diffusi dai suoi collaboratori. Al silenzio della fase “tecnica” ha poi alternato un'autentica invasione mediatica in occasione delle elezioni politiche del 2013. Dopo qualche incertezza tra la volontà di sostenere come candidato il premier uscente e quella di correre in contrapposizione al modello dell'austerità di Monti, alla fine Berlusconi sceglie la seconda opzione. Durante quella campagna elettorale Berlusconi, partendo da una posizione di svantaggio e dato per sicuro perdente, riuscì infatti a recuperare consensi fino quasi a pareggiare con la coalizione di Centro-Sinistra guidata da Pier Luigi Bersani, ottenendo il 30,7% contro il 31,6% al Senato ed il 29,1% contro il 29,5% alla Camera.¹⁶⁵

Se infatti si confrontano i dati elettorali del 24-25 febbraio 2013 con le stime di voto delle settimane precedenti alle elezioni si può comprendere quanto Berlusconi sia riuscito a scalare una montagna in poco tempo.

Le stime di voto per la Camera dei Deputati del dicembre 2012 davano infatti il PdL al 18,2%, nel periodo 22-28 gennaio 2013 al 19,2%, nel 4-6 febbraio al 20,4%, con il risultato effettivo del solo partito di Berlusconi alla Camera che sarà del 21,6%.^{166 167}

Il Cavaliere è riuscito quindi in due mesi a recuperare il 3,4% dei consensi, un risultato notevole in poco tempo e che ha poi impedito a Bersani di avere una maggioranza sufficiente per formare un governo.

Berlusconi è riuscito a rimontare imponendo i suoi temi nell'agenda mediale, parlando di fisco, condoni ed Imu, ponendo argomenti che sono a lui favorevoli ma che trovano un forte consenso nell'elettorato italiano. Questi argomenti lanciati attraverso televisione e stampa vengono poi ripresi nei *social network*, in un sistema mediale che è sempre più integrato tra vecchi e nuovi media.

Oltre ad aver posto temi a lui favorevoli Berlusconi esibisce una leadership personale forte e battagliera, accettando tutti i confronti televisivi ed in particolare presentandosi negli studi di *La7* nel programma “*Servizio Pubblico*” di Michele Santoro il 10 gennaio 2013. Quella puntata del *talk show* era la “resa dei conti” tra Santoro-Travaglio e Berlusconi, un appuntamento televisivo e politico atteso da anni e che il Cavaliere decise

¹⁶⁵ http://www.repubblica.it/static/speciale/2013/elezioni/camera/riepilogo_nazionale.html, visitato in data 25/05/2018.

¹⁶⁶ <http://www.demos.it/a00785.php>, visitato in data 25/05/2018. Sondaggio *Demos & Pi*, dicembre 2012.

¹⁶⁷ https://www.huffingtonpost.it/2013/02/08/elezioni-2013-i-sondaggi-_n_2643003.html, visitato in data 25/05/2018. Sondaggio *Demos & Pi*, febbraio 2013.

di rendere realtà con lo scopo di recuperare consensi. La puntata infatti venne seguita da oltre 8 milioni e 670 mila telespettatori con il 33,58% di share: un ottimo risultato per la trasmissione di Santoro un grande colpo nella ricorsa al consenso per Berlusconi.¹⁶⁸

Ma se si osservano i dati prodotti da AGCOM in merito alla campagna elettorale del 2013, si può osservare come per il periodo 7 gennaio – 21 febbraio il partito politico con più visibilità e “tempo di parola” sulle emittenti televisive nazionali italiane sia stato proprio il PdL di Berlusconi.¹⁶⁹

Questo dato non stupisce particolarmente, poiché Berlusconi ha sempre basato la sua forza comunicativa sul ricorso alla televisione. Quello che invece risulta curioso è il fatto che Berlusconi, pur non disponendo nel 2013 di un suo profilo *Twitter* ufficiale per la campagna, ma soltanto di un account generico di sostegno alle attività elettorali, risulti essere il leader più popolare e con il più elevato numero di citazioni, segno questo della capacità del Cavaliere di occupare il centro della scena con la sua presenza mediatica e con i suoi temi, i quali sono stati oggetto di discussione sui *social network*.¹⁷⁰

Il Cavaliere è riuscito a proporre un’offerta politica fatta di positività e proposte economicamente vantaggiose in una fase storica dipinta dai media come negativa. Quando si afferma che i mezzi di informazione trattano notizie prevalentemente negative nei loro racconti, non si intende dire che raccontano un mondo che non esiste, ma solo che vi è una tendenza generale che attraversa tutti i generi mediali, dalla cronaca politica all’intrattenimento e che vede lo scontro, il conflitto e lo spreco come argomenti centrali della narrazione. Con questa dimensione negativa tutti i politici nella campagna del 2013 hanno dovuto fare i conti e su questo punto Berlusconi ha dimostrato di saper gestire bene il problema e di riuscire a ribaltare la narrazione proponendo elementi di positività che hanno pagato dal punto di vista elettorale.

Il Cavaliere ha inoltre optato nel corso della campagna per un atteggiamento conflittuale in tutte le arene televisive in cui si è presentato, con il chiaro intento di voler rinforzare la rappresentazione di un “uomo solo contro tutti”, un riferimento, una figura forte ed autorevole, non indebolita dalla caduta del suo governo nel 2011 e dall’inevitabile avanzata degli anni.^{171 172}

Quello che appare chiaro ed evidente in Berlusconi è che la sua figura è profondamente radicata nell’immaginario collettivo degli italiani; non c’è cittadino italiano, ricco o povero, del nord o del sud del Paese che non conosca la sua figura. Noto alle cronache per le sue imprese economiche e per i suoi successi calcistici come proprietario del Milan, Berlusconi era una figura molto conosciuta ancora prima di entrare in politica. La sua discesa in campo nel 1994 ed il suo essere perno centrale della democrazia bipolare italiana, dividendo lo spettro politico in “berlusconiani” ed “antiberlusconiani”, lo hanno reso noto a tutti gli elettori.

¹⁶⁸ <https://www.ilfattoquotidiano.it/2013/01/11/berlusconi-da-santoro-e-boom-di-ascolti-quasi-9-milioni-davanti-alla-tv/467099/>, visitato in data 25/05/2018.

¹⁶⁹ Grandi, Vaccari, op. cit., p.360.

¹⁷⁰ *Ivi*, pp.362-363.

¹⁷¹ ITANES, *Voto amaro. Disincanto e crisi economica nelle elezioni del 2013*, Bologna, Il Mulino, 2013, Capitolo 2 “La campagna elettorale sui media” di Guido Legnante, Paolo Mancini, Gianpietro Mazzoleni, Franca Roncarolo.

¹⁷² Grandi, Vaccari, op. cit., p.364.

Come si è visto Berlusconi ha poi una serie di caratteristiche personali, una sua visione del mondo, dei rapporti umani e della società che hanno trovato larga condivisione nel Paese. Secondo Paul Ginsborg molti italiani hanno la passione di guardarsi allo specchio ed il desiderio di vedersi potenti e sicuri di sé; in tal senso l'ammirazione per Berlusconi rifletterebbe una combinazione di autoidentificazione e proiezione di quello che più si desidera.¹⁷³

In un simile quadro è come se il Cavaliere avesse una sorta di bonus politico nei confronti degli avversari: la sua figura è un simbolo, un patrimonio collettivo che caratterizza la nostra epoca.¹⁷⁴

Nessun politico italiano può vantare un simile peso ed una così forte riconoscibilità nell'elettorato, ed è questo che consente a Berlusconi di riuscire a mobilitare i suoi elettori come accaduto nel 2013.

Il Cavaliere avrebbe quindi un patrimonio di riconoscibilità da spendere nel momento del bisogno.

Questa tendenza da parte di Berlusconi a lunghe pause silenziose e successive e dirompenti "discese in campo" non è venuta meno dopo il 2013, ma anzi si è riproposta nel 2018 con le elezioni politiche.

In questo caso il risultato non è stato altrettanto efficace. Per prima cosa occorre sottolineare che Berlusconi perde di centralità agli occhi degli stessi attori politici, poiché se si confrontano infatti i programmi delle forze politiche del 2013 con quelli del 2018 si può notare come il nome stesso di Berlusconi sia sparito.¹⁷⁵

Vi sono stati infatti importanti mutamenti nel quadro politico italiano, tra cui la fine del bipolarismo con l'affermarsi del Movimento Cinque Stelle come nuovo attore e l'ascesa di Renzi nel Pd, il quale ha mirato fin da subito ai voti dei "moderati" ovvero degli elettori di Berlusconi, producendo anche la "dediabolizzazione" del Cavaliere tramite il "Patto del Nazareno" sulle riforme istituzionali ed elettorali (2014-2015).

L'operato di Renzi e l'affermarsi del Movimento Cinque Stelle hanno quindi cambiato il quadro, ma molto importante è stata anche la mutazione della Lega Nord con l'avvento alla segreteria di Matteo Salvini. Questi elementi di partenza pongono Berlusconi in un ruolo marginale rispetto al passato: non è più lui il perno del sistema. Nonostante questo Forza Italia lancia il programma di coalizione del Centro-Destra scritto e firmato da Berlusconi, Salvini e Giorgia Meloni di Fratelli d'Italia.

La campagna elettorale organizzata da Forza Italia alle elezioni politiche si caratterizza però per un elemento di novità in negativo: Berlusconi non può candidarsi. Nella tornata elettorale del 2018 sono infatti ancora attivi gli effetti della sentenza dell'agosto 2013 riguardante la frode fiscale Mediaset, dalla quale è derivata l'esclusione del Cavaliere dalla vita pubblica per sei anni, secondo quanto disposto dalla Legge Severino.¹⁷⁶

L'assenza formale del candidato Berlusconi non è stata però ostacolo all'impegno del Cavaliere nella campagna elettorale; il vero limite si sono rivelate essere le sue condizioni di salute che non gli hanno consentito di partecipare ad un grande numero di eventi.

¹⁷³ Ginsborg, op. cit. p.34.

¹⁷⁴ <http://dizionari.repubblica.it/Italiano/I/immaginario.php>, visitato in data 25/05/2018.

¹⁷⁵ M.Cavallaro, G.Diamanti, L.Pregliasco, *Una nuova Italia: Dalla comunicazione ai risultati, un'analisi delle elezioni del 4 marzo*, Castelvechi, Edizione Kindle, 2018, posizione 1285.

¹⁷⁶ http://www.repubblica.it/politica/2018/05/12/news/berlusconi_riabilitato_severino-196152437/, visitato in data 25/05/2018.

Nonostante questo Berlusconi ha sperimentato per la prima volta un ampio uso dei *social network* ricorrendo ad infografiche e video, combinando i nuovi media con il rispolvero dei manifesti elettorali 6x3 appesi nelle città italiane e con il classico ricorso alle trasmissioni televisive.¹⁷⁷

Anche in questa tornata elettorale Berlusconi ha utilizzato la sua arma preferita, ovvero la riduzione delle tasse, nella forma questa volta della *flat tax*, ma ha saputo anche porsi in una veste diversa rispetto a quella del passato. Il Cavaliere infatti non si è presentato come l'avversario della Sinistra poiché nel 2018 i veri nemici sono i Cinque Stelle, in tal senso Forza Italia si è proposta come la forza capace di porre freno ai populismi con la guida di Berlusconi come "padre nobile" ancora una volta capace di federare tutto il Centro-Destra.¹⁷⁸

Il Cavaliere ha provato quindi anche questa volta il suo scatto elettorale ma il quadro diverso rispetto al passato, il parziale declino della tv come mezzo principe per vincere le elezioni ed il parallelo affermarsi dei *social network* come arena fondamentale per combattere la battaglia del consenso, hanno limitato il Cavaliere.

Il risultato alle elezioni politiche del 2018 per Forza Italia è infatti del 14% alla Camera e del 14,43% al Senato, con una perdita rispetto al 2013 del 7,6% per la Camera e del 7,87% al Senato.^{179 180}

Il calo quindi è netto per Berlusconi e per la prima volta nella storia del Centro-Destra italiano il partito del Cavaliere non è la prima forza della coalizione, con la Lega di Matteo Salvini al 17%. Berlusconi quindi perde consensi e leadership dentro la coalizione diventando così un attore secondario del Centro-Destra.

Dal 2011 in poi si nota quindi nella comunicazione di Berlusconi un uso dell'assenza di tipo tattico, che ha visto il Cavaliere alternare periodi di scarsa presenza mediale a successivi momenti di iperpresenza comunicativa. Facendo leva sul patrimonio di riconoscibilità di cui gode, Berlusconi ha provato per due tornate elettorali a mobilitare i propri sostenitori, nel 2013 con un massiccio ricorso al mezzo televisivo e nel 2018 ricorrendo ad un armamentario comunicativo vario ed in un certo senso atemporale, combinando i vecchi manifesti elettorali, con le comparsate televisive ed interviste alla stampa, fino al ricorso ai *social network*.

Occorre aggiungere che la variazione dello stile comunicativo di Berlusconi è stata determinata senza dubbio da un insieme di fattori. Tra questi rientrano: la perdita del ruolo di governo del 2011 e l'inevitabile venir meno di una attenzione mediale quotidiana; il mutamento del quadro politico, con la presenza di Monti ed il sostegno del PdL al governo tecnico, il quale richiedeva una posizione meno attiva mediaticamente ed un profilo più basso; l'inevitabile avanzamento dell'età, che specialmente nella 2018 ha fortemente limitato le possibilità di Berlusconi di fare campagna elettorale e che ha offerto un'immagine non più forte e combattiva come nel 2013; la nuova centralità dei *social network* e l'ingresso in quella che può essere definita come una quarta fase della comunicazione politica, già teorizzata nel 2009 da Gurevitch, Coleman e Blumler, ed oggi giunta a piena maturazione.¹⁸¹

¹⁷⁷ Cavallaro, Diamanti, Pregliasco, op. cit., posizione 723.

¹⁷⁸ *Ivi*, posizione 694.

¹⁷⁹ Occorre sottolineare che nel 2013 la forza politica di Berlusconi era il Popolo della Libertà mentre nel 2018 il Cavaliere si presenta alla guida di Forza Italia. Nel 2013 il PdL ottiene alla Camera il 21,6%, al Senato il 22,3%.

¹⁸⁰ <http://elezionistorico.interno.gov.it/index.php?tpel=C&dtel=24/02/2013&tpa=I&tpe=A&lev0=0&levsut0=0&es0=S&ms=S>, visitato in data 25/05/2018.

¹⁸¹ Mazzoleni, op. cit., pp.46-47.

Su questo ultimo punto appare chiaro che questa quarta fase sia caratterizzata da un modello di Rete in cui i cittadini sono protagonisti attivi e non più passivi ricettori come nel modello televisivo o in quello del Web 1.0 saldamente in mano a gruppi imprenditoriali organizzati. Si strutturano quindi in questa ultima fase delle dinamiche orizzontali in cui il politico deve giocare la sua partita online, gestendo in particolare i *social network* come degli ambienti e non come dei mezzi. In tal senso Berlusconi viene da un modello televisivo e si è trovato a muoversi, con coraggio occorre dirlo, in un ambiente lontano da lui.

Un ambiente comunicativo in cui il Movimento Cinque Stelle è nato.

3.4.2. Movimento Cinque Stelle: assenza sui mezzi tradizionali, presenza nella piazza digitale

Un esempio di vera e propria assenza comunicativa di tipo strategico è certamente quella adottata dal Movimento Cinque Stelle nella campagna elettorale per le Politiche del 2013.

Il movimento fondato da Beppe Grillo nel 2009 trae in realtà la sua origine dalle esperienze delle liste civiche del 2005 legate al blog del comico genovese. Dopo i due importanti appuntamenti dei “*V-Day*” del 2007 e del 2008, il Movimento muove i primi passi come formazione politica con le candidature delle Amministrative 2008 e 2011, fino ai primi successi del 2012 conquistando città come Parma ed ottenendo un ottimo risultato alle elezioni regionali siciliane.¹⁸²

Alle elezioni politiche del 2013 il Movimento Cinque Stelle di Beppe Grillo adotta una specifica strategia comunicativa del tutto coerente con la sua natura e identità; tale soggetto nasce e si presenta infatti come una forza politica nuova, di rottura rispetto agli altri attori politici, ricordando in questo la prima Forza Italia e la Lega Nord di Bossi. Allo stesso tempo però non si limita a proporsi come una novità, ma mira ad innovare la democrazia italiana, tentando di disintermediare il rapporto tra elettori ed eletti ricorrendo alla Rete e favorendo una relazione diretta tra istituzioni e cittadini.

Sulla base di questo impianto il Movimento Cinque Stelle sviluppa la propria azione politica su due dimensioni, una positiva e una negativa. Quella positiva è la volontà di stabilire dei rapporti diretti tra istituzioni e cittadini, ponendo al centro il modello della democrazia diretta. Quella negativa mira a scavare una differenza il più profonda possibile rispetto ai partiti politici, tanto nelle pratiche concrete quanto nelle apparenze. Sulla base di questo ragionamento il Movimento Cinque Stelle si definisce un “non partito”, dotato di un “non statuto”, privo di sedi fisiche e sezioni, senza tessere di partito ma con una solida base di militanti attivi sul territorio e coordinati tramite la Rete.

Questa impostazione del Movimento si denota anche nella scelta dei candidati i quali vengono presentati come non professionisti della politica, persone comuni ed oneste che decidono di impegnarsi per la cosa pubblica.¹⁸³

Il Movimento Cinque Stelle rifiuta quindi il modello tradizionale del partito politico, ma non si limita a prendere le distanze dai partiti. Il movimento di Grillo infatti si rifiuta anche di comparire in televisione, di

¹⁸² Grandi, Vaccari, op. cit., p.131.

¹⁸³ *Ivi*, pp.132-136.

essere presente nei *talk show* televisivi, estremamente frequentati dai politici di tutti gli schieramenti, di rilasciare interviste alla stampa.

Con questa scelta strategica il Movimento Cinque Stelle mira a marcare una distinzione netta da tutto quello che rappresenta il sistema di potere italiano, inclusi i media. Nel nostro Paese infatti il mondo della stampa in particolare e dell'informazione in generale, ha sempre avuto un rapporto di "parallelismo politico" forte con i partiti.

Ricorrendo alla celebre classificazione di Hallin e Mancini infatti, si può comprendere come l'Italia sia storicamente un Paese collocabile nel modello "*mediterraneo o pluralista-polarizzato*", il quale si caratterizza per un marcato parallelismo tra media e partiti, una polarizzazione spesso ideologica del dibattito pubblico, organi di informazione scarsamente autonomi, con la stampa sostenuta dal finanziamento pubblico e televisione di Stato lottizzata dalle varie forze politiche.¹⁸⁴

Su queste caratteristiche che sono tipiche degli Stati mediterranei come Francia, Grecia, Portogallo e Spagna, si aggiunge inoltre un'anomalia tutta italiana, ovvero la presenza nello spettro politico di Silvio Berlusconi, un attore che ben rappresenta la commistione tra media e politica.

Sulla base di questi aspetti del modello politico e mediale italiano, il Movimento Cinque Stelle ha potuto costruire una narrazione delegittimante sia della politica che dei media, unendo i due mondi dentro la formula della "casta".

L'identità e l'azione del Movimento sono poi tenute insieme dallo strumento della Rete il quale è allo stesso tempo un tratto caratterizzante dei militanti, un mezzo di informazione e di comunicazione verso i propri sostenitori, specialmente tramite il blog, ed un agente organizzativo sul territorio.

In merito alla dimensione pubblica-privata, il Movimento Cinque Stelle si mantiene dentro la direzione che la politica italiana ha preso a partire dagli anni Ottanta, spingendola fino all'estremo. Il "non partito" è infatti un vero e proprio esempio di apoteosi privatistica all'interno del panorama politico italiano.

Il Movimento infatti cancella quasi tutti gli elementi tipici delle vecchie strutture partitiche: sedi, incontri pubblici, tessere, contributi da versare; allo stesso tempo esso adotta nella sua comunicazione lo slogan "*Ognuno vale uno*", un esempio evidente di come il Movimento abbia al suo interno una formula tipicamente individualistica, che sembra rispondere al bisogno di affermazione del singolo che aveva caratterizzato il riflusso nel privato degli anni Ottanta e che aveva contribuito alla crisi delle grandi identità collettive.

La dimensione partecipativa è comunque ben presente nelle fasi iniziali del Movimento grazie al ricorso al sito *MeetUp* ed in seguito tramite la piattaforma "*Rousseau*", la quali innovano e favoriscono la partecipazione dei cittadini su specifici temi e proposte di legge. Occorre tuttavia sottolineare che il reclutamento degli attivisti avvenga semplicemente tramite l'iscrizione ad un sito web, senza grosse barriere all'ingresso e concependo il sostenitore come "destinatario di un messaggio".¹⁸⁵

¹⁸⁴ Mazzoleni, op. cit., pp.74-77.

¹⁸⁵ Grandi, Vaccari, op. cit., pp.136-137.

Ma oltre agli aspetti organizzativi del Movimento, i quali sono senza dubbio elementi innovativi che favoriscono la partecipazione alla vita collettiva, la dimensione privatistica emerge con forza su altri aspetti. Dalla sua nascita infatti il Movimento Cinque Stelle vede Beppe Grillo come unico proprietario del logo e del nome della formazione politica pentastellata, configurando così un vero e proprio caso di partito personale, che oltre ad essere stato dominato dalla leadership carismatica del comico genovese fino all'affermarsi delle figure di Luigi Di Maio e di Alessandro Di Battista, risulta formalmente ancora oggi un soggetto di sua proprietà. A questo occorre aggiungere la presenza della Casaleggio Associati, società di consulenza di strategie di Rete, che svolge un ruolo determinante nelle decisioni del Movimento.¹⁸⁶

Non meno significativo è il fatto che gli eletti del Movimento Cinque Stelle abbiano dovuto firmare in alcuni casi un contratto con la Casaleggio Associati, sottoscrivendo così degli impegni legali con un soggetto privato, pur andando a ricoprire un incarico rappresentativo nelle istituzioni.¹⁸⁷

Questi elementi privatistici connotano quindi la formazione politica di Grillo e sono oggetto di discussione all'interno dell'opinione pubblica italiana.

Tornando alla natura del Movimento occorre sottolineare che se è vero che esso costruisce la sua identità sulla negazione dei vecchi partiti, allo stesso tempo esso oppone Internet all'informazione di massa, muovendosi così su un doppio schema di contrapposizione nei confronti della politica e del mondo dei media *mainstream*. Il non presentarsi nei salotti televisivi e il rifiuto a rilasciare interviste ai principali quotidiani sono quindi scelte del tutto coerenti con la storia e la natura del Movimento, il quale vuole mantenere i tratti di diversità rispetto a tutti i soggetti che hanno rappresentato il potere politico e mediatico in Italia. Tale scelta è stata per lungo tempo una regola ferrea del movimento di Grillo, tanto da costare l'espulsione dall'organizzazione a tutti gli esponenti che avevano accettato di presentarsi in trasmissioni televisive, salvo poi venir meno durante la XVII legislatura in seguito al progressivo istituzionalizzarsi del Movimento.

Come dimostrano i dati sul tempo di parola medio giornaliero televisivo elaborati da AGCOM, il Movimento Cinque Stelle è stata la forza politica meno presente in televisione durante il periodo elettorale 7 gennaio – 21 febbraio 2013.¹⁸⁸ Non sono dati che stupiscono perché in linea con la strategia dell'assenza televisiva del Movimento. Grillo si è negato ai cronisti della stampa e della televisione durante tutta la campagna elettorale, muovendosi in piena considerazione delle logiche mediali che caratterizzano questi attori.

L'assenza televisiva infatti era sì coerente con l'identità del Movimento ma allo stesso tempo strategicamente pensata. Se da un lato infatti i pentastellati hanno basato la propria comunicazione sulle attività sul territorio e sulla mobilitazione online, l'attenzione al tubo catodico non è venuta meno.

Il Movimento Cinque Stelle ha infatti messo insieme durante la sua campagna elettorale elementi tipici delle campagne elettorali premoderne e moderne, integrandoli con la Rete. La presenza online ha permesso di aggirare la mediazione dei canali informativi tradizionali come stampa e televisioni, ponendo la piazza digitale

¹⁸⁶ *Ivi*, p.140.

¹⁸⁷ <https://www.nextquotidiano.it/roberta-lombardi-contratto-m5s/>, visitato in data 30/05/2018.

¹⁸⁸ Grandi, Vaccari, op. cit., pp.360-361.

come un luogo di incontro e discussione tra cittadini; allo stesso tempo essa ha permesso di riscoprire il valore della relazione interpersonale nella politica, tipica delle campagne premoderne, saldando così vecchio e nuovo. In questo modo il Movimento entra nella comunicazione elettorale postmoderna, mentre gli altri attori politici, Pd e PdL per primi, dimostrano di essere ancora nella fase moderna, caratterizzata dal ruolo fondamentale del mezzo televisivo.¹⁸⁹

In merito alla televisione il Movimento non ne trascura le logiche, perché il rifiuto sistematico di comparire nei salotti televisivi alimenta la discussione sulla forza politica di Grillo ponendola così sempre al centro del dibattito politico di queste trasmissioni. Anche nel periodo successivo all'ingresso in parlamento, tra il 2013 ed il 2018, il Movimento continuerà a prediligere i suoi canali online ricorrendo in misura sempre maggiore ai *social network*, ma attuerà nei confronti della televisione una progressiva apertura partecipando ai *talk show*, ma sempre seguendo le proprie logiche, evitando il contraddittorio con altre forze politiche o tentando di ridurlo al minimo. Tornando alla campagna per le politiche del 2013, il ricorso ad eventi sul territorio ha offerto materiale notiziabile per i mezzi di informazione tradizionale come televisione e stampa. Tra i più celebri sicuramente occorre citare la traversata di Beppe Grillo a nuoto dello stretto di Messina del 10 ottobre 2012 e l'intero percorso dello "*Tsunami Tour*", partito il 15 gennaio 2013 e conclusosi il 22 febbraio in Piazza San Giovanni a Roma.¹⁹⁰

L'effetto di questa strategia ha prodotto un'attenzione morbosa da parte dei mezzi di informazione, specialmente nei telegiornali, che hanno dato copertura di quanto stava accadendo sul territorio italiano.

Quindi, pur negando la propria presenza fisica, il corpo naturale dei candidati alle trasmissioni televisive, il Movimento Cinque Stelle ha imposto il proprio corpo politico, la propria presenza politica sulla scena italiana riuscendo ad invadere tutti gli spazi: sul territorio, in Rete, in televisione e sui giornali.

Il risultato di questa strategia complessiva è stato un trionfo elettorale con il Movimento che presentandosi per la prima volta alle elezioni politiche è riuscito a diventare il primo partito alla Camera con il 25,5% ed il secondo al Senato, ottenendo il 23,8% dei consensi.^{191 192}

Certamente su questo risultato elettorale hanno inciso altri fattori, quali le difficoltà dei partiti politici tradizionali, la dura crisi economica che aveva investito l'Italia, l'essere arrivati alla tornata elettorale del febbraio 2013 con un governo tecnico uscente, il quale non ha permesso agli elettori una chiara assegnazione di responsabilità e finendo così per punire elettoralmente tutte le forze politiche eccetto il Movimento Cinque Stelle, principale novità del panorama politico italiano.

Occorre inoltre sottolineare come il Movimento si sia proposto agli elettori, fin dalle origini, come una forza politica postideologica, né di Destra e né di Sinistra, riuscendo così ad attrarre consensi da porzioni di elettorato diverse. Questo aspetto mostra con evidenza come l'ideologia sia stata definitivamente accantonata, ponendo la comunicazione e anche l'assenza comunicativa, come elemento fondamentale per la ricerca del consenso.

¹⁸⁹ *Ivi*, p.143.

¹⁹⁰ *Ivi*, pp.350-353.

¹⁹¹ http://www.repubblica.it/static/speciale/2013/elezioni/camera/riepilogo_nazionale.html, visitato in data 30/05/2018.

¹⁹² http://www.repubblica.it/static/speciale/2013/elezioni/senato/riepilogo_nazionale.html, visitato in data 30/05/2018.

3.5. Conclusioni

Il passaggio dalla Prima alla Seconda Repubblica italiana si è quindi mosso lungo due direttive:

- la transizione da una fase di forte connotazione ideologica e di centralità dei partiti ad una prevalenza della dimensione comunicativa e del ruolo dei leader;
- l'indebolimento della dimensione collettiva, il riflusso nel privato ed il suo progressivo avanzamento nella sfera pubblica, fino all'abbattimento della distinzione tra i due ambiti.

Rispetto alla dimensione dell'assenza la politica italiana è passata da una non presenza, o presenza secondaria, degli esponenti di partito sulla scena pubblica e mediatica, ad un ruolo centrale ed ipercomunicativo dei politici. L'indebolimento della mobilitazione collettiva che si è manifestato tra la fine degli anni Settanta e durante gli anni Ottanta ha prodotto un progressivo calo del ruolo del partito nella sfera pubblica.

L'affermazione della televisione come arena politica e contenitore principale della pubblica discussione ha completamente modificato la classe politica e la sua natura, aprendo la strada all'ingresso del privato sulla scena.

La politica perdendo progressivamente il collante ideologico, il corpo politico di Kantorowicz, ha messo sempre più in campo il corpo naturale, la propria immagine, il proprio vissuto personale.

In tal senso non è affatto casuale il crescente ricorso da parte della politica italiana e mondiale alle tecniche dello *storytelling*, ovvero un dispositivo narrativo che tramite il ricorso ad una storia, ad un racconto, mira ad ottenere attenzione.¹⁹³

La politica esibisce sé stessa mostrandosi simile agli elettori, si "abbassa" nel tentativo di avvicinarsi ai cittadini, i quali si sono ritratti nella propria dimensione privata. Nel fare questo i politici occupano tutti gli spazi possibili, rincorrendo l'attenzione degli elettori con un vasto armamentario comunicativo: dai giornali alle radio, dai comizi pubblici alla televisione fino al ricorso ai *social network*.

Tutto viene messo in campo dalla vita sentimentale alla famiglia, dalla quotidianità alle passioni personali; si tratta di un fenomeno che ha la sua origine negli anni Ottanta con la televisione ed i politici nei programmi di intrattenimento e che trova oggi con *Facebook* ed *Instagram* il pieno compimento.

I politici espongono tutto di loro stessi, come del resto fanno gli stessi elettori, producendo così l'abbattimento della distinzione tra pubblico e privato. Le due dimensioni finiscono così per confondersi e non avere più confini, tutto diviene pubblico, tutto è visibile, conosciuto e nella disponibilità di chiunque.

Così facendo la politica giunge al compimento del processo di desacralizzazione di sé stessa, entrando in un meccanismo di sovraesposizione mediatica, il quale produce il risultato opposto di quello desiderato, riducendo l'attenzione e l'interesse da parte degli elettori. La politica infatti ricercando il consenso attraverso l'immagine e l'esposizione mediatica finisce per confondersi con gli altri prodotti mediali, perdendosi nel "rumore" e degradandosi.

¹⁹³ C.Salmon, *La politica nell'era dello storytelling*, Roma, Fazi Editore, 2014, p.106.

In questo senso la progettazione e l'attuazione della strategia e della tattica dell'assenza possono invertire la tendenza in atto, attenuando i processi di personalizzazione della politica, riducendo il peso dell'immagine del leader e spostando l'attenzione sui valori e sulla dimensione più propriamente politica.

I casi italiani analizzati in questo capitolo risultano solo in parte all'interno di una tendenza positiva nell'uso dell'assenza. Se infatti il caso Berlusconi è più tattico che strategico, l'esempio del Movimento Cinque Stelle ricorre invece all'assenza televisiva per rimarcare una sua dimensione ben definita, favorendo così la costruzione di una comunità politica, salvo poi venir meno negli anni successivi al 2013.

Capitolo 4

Assenza efficace

4.1. La tecnica

Come osservato nella serie tv “*The Young Pope*”, nella dimensione neutra e quasi invisibile del Quirinale fino alla politica italiana passata e recente, il non mostrarsi in pubblico e la “presenza silenziosa” possono essere delle scelte funzionali al raggiungimento di certi obiettivi.

Tacere non è sempre la scelta migliore ma in alcuni casi può dimostrarsi la soluzione più indicata.

L’assenza può essere declinata strategicamente e tatticamente ma essa attiene ad un ambito astratto; per questa ragione, una volta che l’assenza viene pianificata con un’ottica di lungo periodo o ideata tatticamente per creare *suspense*, essa produce effetti solo se viene realizzata con delle tecniche. Per tecnica si intende l’insieme delle pratiche e delle azioni necessarie per la realizzazione di un determinato obiettivo; in tal senso la dimensione della tecnica è l’ultimo gradino di una scala che parte dalla strategia, scende nella tattica e giunge a compimento con l’azione concreta.

Anche se può sembrare un paradosso la costruzione della dimensione del silenzio e dell’assenza deve essere realizzata tecnicamente, ed in tal senso sono stati individuati tre casi “tecnici” in cui l’assenza è stata messa in campo concretamente.

4.2. “*Charles Meets Barack*”

La campagna elettorale di Barack Obama per le Presidenziali USA del 2008 è stata una tra le più innovative della storia delle elezioni statunitensi e si è caratterizzata per un utilizzo ampio ed efficace dei nuovi media, ricorrendo ad essi per creare mobilitazione politica piuttosto che manipolazione orientata al consenso.

Quello che in particolare è stato rilevato e sottolineato nella campagna del 2008 è stato l’ottimo uso dei nuovi canali di comunicazione online, in particolare *YouTube*; tuttavia non è solo questo l’elemento che ha prodotto il grande risultato di Obama. L’efficacia del ricorso a questi strumenti non è infatti legata ai mezzi in quanto tali, ma alla grande motivazione dei sostenitori attivi nella campagna.

La mobilitazione per l’elezione del leader democratico alla Casa Bianca è stata infatti imponente, coinvolgendo un numero elevato di individui. Secondo Cristian Vaccari la forza di Obama e della campagna del 2008 è stata quella di riuscire sì a coinvolgere un elevato numero di persone, ma soprattutto l’essere riusciti a far sentire i sostenitori parte di un “noi” collettivo e totalizzante.¹⁹⁴

Riprendendo lo schema suggerito dal semiologo francese Eric Landowski, il quale distingueva tra *logica dell’acquisto* e *logica del contratto*, è possibile analizzare l’identità collettiva che è stata costruita nel caso

¹⁹⁴ Montanari, op. cit., saggio di C.Vaccari, “*Dalla comunicazione di massa alla comunità di massa: identità collettive, narrazioni e partecipazione nella campagna elettorale di Barack Obama*”, pp.129-138.

della campagna Obama 2008. Per *logica dell'acquisto* si intende un rapporto di tipo verticale e non simmetrico tra le due parti del discorso, in cui un soggetto politico si rivolge ad un secondo soggetto, che sono i cittadini-elettori. Per *logica del contratto* invece si intende una dinamica orizzontale in cui il politico si rivolge ai cittadini ma su un piano paritario. Occorre sottolineare che anche in questo secondo caso non vi è simmetria tra le parti, poiché è sempre il politico che è soggetto attivo e si rivolge ai cittadini, i quali hanno quindi una posizione passiva. Altro elemento rilevante consiste nel fatto che mentre nella logica dell'acquisto le due parti non si sovrappongono, o per meglio dire non si identificano l'una nell'altra, nella logica del contratto questa dinamica è presente, producendo così un cedimento sul piano dell'autonomia di giudizio dei cittadini.

Nella comunicazione politica di oggi appare prevalente la logica del contratto, ma nel caso di Obama quello che Vaccari sottolinea e che sembra interessante è che le due parti del discorso si fondono tra loro, andando oltre il semplice meccanismo identificativo ed arrivando a formare un "noi" collettivo. Ancora più significativo è che in realtà Obama non offre ai cittadini la possibilità di costruire insieme una sorta di "popolo", una dimensione collettiva e partecipe, ma la presuppone come già esistente. D'altronde questa narrazione è evidente già nello slogan della campagna 2008 il celeberrimo "*Yes, We Can*", che racconta appunto una dimensione collettiva e che scardina la classica comunicazione politica personalizzata, tutta centrata sul candidato.

Ma lo slogan dice anche altro, non limitandosi a presupporre l'esistenza di un "noi" ma chiamandolo ad agire per raggiungere gli obiettivi che questo popolo si è prefissato.¹⁹⁵

Assunta quindi l'esistenza di questo "noi" è stato poi necessario rinforzarlo e mobilitarlo all'azione, passando quindi dalla dimensione strategica a quella tattica e quotidiana.

Per fare questo lo staff di Obama ha fatto ricorso a tre differenti tecniche:

- La ripetizione del "noi": in tutti i discorsi pubblici di Obama, negli articoli pubblicati online, nei video *YouTube*, si è sempre privilegiato il ricorso alle parole "tu", "voi", "noi", piuttosto che ad "io". Tutto veniva presentato in un'ottica collettiva e comunitaria, mai legata al singolo punto di vista del candidato o alla visione personale del sostenitore.
- Il richiamo ai valori: tutta la campagna elettorale e le comunicazioni online e offline, richiamavano sempre ad una gamma di valori piuttosto che ai singoli temi o al ruolo svolto dal leader. Ponendo quindi la dimensione valoriale al centro lo staff di Obama ha organizzato durante la campagna i "*Camp Obama*", ovvero delle giornate di formazione in cui i partecipanti venivano educati sul come presentare ai cittadini americani le proprie motivazioni personali a sostegno della candidatura. Questa pratica consentiva di coordinare meglio le attività di campagna, rinsaldando il senso di appartenenza dei militanti democratici e portandoli ad esprimere le proprie storie personali, cercando così di coinvolgere nuove persone.
- Autenticità: un elemento che è in forte crisi nella politica mondiale è il rapporto fiduciario tra cittadini e politica. Per lo staff di Obama era necessario che tutte le comunicazioni prodotte durante la campagna

¹⁹⁵ *Ibidem*.

fossero il più sincere e credibili possibile. Per produrre questo effetto di sincerità sono stati rappresentati i sostenitori della campagna in tutte le forme comunicative possibili, dagli articoli sui blog ai video, sempre evitando di simulare un dialogo ma cercando di far parlare le persone delle loro esperienze personali. Rispetto alla dimensione dell'assenza nella comunicazione politica appare allora emblematico quanto realizzato dallo staff di Obama in un video ufficiale della campagna caricato su *YouTube*. Questo video si intitola “*Charles Meets Barack*”, è stato pubblicato il 28 ottobre 2008 ed ha una durata di due minuti e 48 secondi.¹⁹⁶ Il filmato è stato girato in un presidio dei democratici di Boulder, una città del Colorado, dove gli attivisti lavoravano quotidianamente. Il protagonista del filmato è Charles, un uomo afroamericano di 86 anni che all'interno del video ricorda i tempi della sua giovinezza vissuta durante la Grande Depressione e di come il Presidente Roosevelt fosse intervenuto per superare quella grave fase di crisi per il Paese. Citando sua madre, Charles si dichiara elettore democratico da sempre; all'interno del video la ragazza responsabile dell'ufficio elettorale di Boulder spiega come Charles sia molto partecipe ed impegnato nell'organizzazione e nelle attività di sostegno alla campagna definendolo come un esempio che spinge gli altri attivisti ad andare avanti. L'anziano sostenitore di Obama racconta di come ha avuto modo di conoscere di persona il candidato democratico alla Casa Bianca, vincendo un concorso interno del Partito democratico e di essere orgoglioso di avere avuto la possibilità di incontrarlo. In chiusura Charles si emoziona parlando dei giovani ragazzi che sostengono la campagna ogni giorno, con impegno e lavoro, affermando di considerarli suoi nipoti ed il futuro degli Stati Uniti. Il video termina con il logo della campagna Obama-Biden e con lo slogan “*For the Change We Need*” seguito dal sito www.barackobama.com.



Figura 5 – Immagine di Charles tratta dal video “*Charles Meets Barack*”¹⁹⁷

¹⁹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=TW-6DpC-mj8>, visitato in data 10/05/2018.

¹⁹⁷ Foto estratta dal video “*Charles Meets Barack*”, disponibile al link <https://www.youtube.com/watch?v=TW-6DpC-mj8>, visitato in data 03/06/2018.

Oltre alla grande carica emotiva che trasmette il video sono presenti una serie di accorgimenti tecnici e stilistici che rispondono perfettamente ai tre aspetti che sono stati prima sottolineati.

Il video infatti rievoca la dimensione del “noi” alla base di tutta la campagna elettorale di Obama e pone al centro un sistema valoriale fatto di impegno, futuro, fiducia nelle nuove generazioni, speranza di cambiamento e spirito di comunità.

Ma in particolare è sul terzo aspetto, cioè sull'autenticità, che il video colpisce; se infatti si osservano le caratteristiche stilistiche del filmato si può notare come esso sia stato girato con mezzi non del tutto professionali, in un'ambientazione del presidio elettorale totalmente credibile, con un audio di sottofondo rumoroso e che ben rende l'idea del lavoro collettivo per la campagna.

Le inquadrature sono quasi sempre dei primi piani delle persone intervistate, con pochi cambi e discorsi lunghi da parte di chi parla. Oltre a questo è assente la voce dell'intervistatore che, seppur presente, non appare mai in tutto il filmato, trasmettendo così l'idea di dichiarazioni spontanee da parte degli intervistati ed offrendo la sensazione di una maggiore sincerità.

Nel complesso potrebbe sembrare un video amatoriale realizzato da un attivista del presidio di Boulder, ma in realtà è un prodotto mediale studiato e progettato dallo staff di Obama, come si comprende dalla comparsa alla fine del video del logo della campagna e del sito del candidato alla Casa Bianca.

L'effetto di autenticità è quindi forte ma su un punto occorre porre grande attenzione, poiché se è vero che questo filmato è un prodotto mediale funzionale alla campagna elettorale di Obama, l'assente è proprio il candidato democratico. In tutto il video infatti Obama non compare quasi mai, tranne in due brevi frammenti in cui lo si vede parlare con Charles (minuto 1:26) ed in seguito in un comizio in pubblico davanti ad una folla di persone (minuto 1:44).

Obama è quindi praticamente assente nel video, non interviene, non rilascia dichiarazioni, c'è una totale assenza di parola da parte sua. La presenza del candidato è tuttavia estremamente forte e si percepisce in tutto il filmato anche se non appare mai. L'assenza-presenza di Obama in questo video è del tutto coerente con l'impostazione della sua campagna in cui il candidato non è il protagonista della storia, ma l'aiutante, una figura di sostegno al “noi” e che si offre come guida verso gli obiettivi che il soggetto collettivo si è posto di raggiungere.

In questo video, come in molti altri prodotti mediali realizzati dallo staff di Obama, l'intento è stato sempre quello di nascondere il punto di vista del candidato e dei suoi collaboratori lasciando così spazio ai membri di questo “popolo”, di questa identità collettiva unita sotto lo slogan “*Yes, We Can*”.

Seguendo queste regole la comunicazione della campagna di Obama non ha offerto l'impressione di essere artificiosa e costruita a tavolino, ma anzi è riuscita a rafforzare la partecipazione e a rinforzare l'universo valoriale di riferimento.

L'esempio di Obama 2008 dimostra che ponendo al centro del discorso i valori e le storie personali dei sostenitori di una causa politica, si può evitare di basare l'intera comunicazione di una campagna elettorale sul solo candidato, andando contro alla crescente tendenza alla personalizzazione della politica.

Questa campagna elettorale permette di comprendere inoltre come l'assenza possa essere presenza, come il sottrarre possa essere valore aggiunto e di come il rappresentare meno il candidato possa produrre un effetto di rafforzamento dell'intera campagna elettorale.

4.3. L'ologramma di Mélenchon

Jean-Luc Mélenchon (Tangeri, 1951) è un politico francese di Sinistra che ha militato dal 1976 al 2008 nel Partito socialista francese. Nel 2008 Mélenchon abbandona il suo partito per dare vita al "*Parti de gauche*" una forza politica di orientamento comunista ed ecologista. La sua formazione si è alleata in occasione delle Europee del 2009 con il Partito comunista francese formando così un Fronte di Sinistra.

Nel 2012 queste forze politiche hanno sostenuto la candidatura di Mélenchon alle elezioni presidenziali francesi ottenendo l'11% dei voti e non riuscendo ad arrivare al secondo turno.

Nel febbraio del 2016 Mélenchon fonda il movimento "*La France insoumise*" con l'idea di raggruppare le forze di Sinistra e competere per le elezioni presidenziali del 2017; durante questa tornata elettorale Mélenchon ottiene il 19,5% dei consensi riportando così un consistente aumento di voti ma senza riuscire ad accedere al secondo turno.¹⁹⁸

Mélenchon alle elezioni presidenziali francesi del 2017 ha quindi ottenuto un ottimo risultato in termini di consenso scavando una forte distanza dallo storico Partito socialista francese, che con il suo candidato Benoît Hamon ha ottenuto solo l'8% dei voti.

I motivi che posso spiegare il risultato così negativo dei socialisti francesi sono la difficile presidenza di Hollande, la sua scelta di non ricandidarsi e la nascita del movimento di Emmanuel Macron "*En marche!*", il quale ha svuotato di consensi il partito della Sinistra francese.

Ma tra i motivi che hanno portato al tracollo socialista vi sono senza dubbio anche Jean-Luc Mélenchon insieme al suo movimento e alla brillante campagna elettorale che è stata messa in atto per le Presidenziali 2017.

Come affermato da Arnaud Benedetti, professore dell'Università di Parigi-Sorbona, Mélenchon ha avuto la capacità di unificare due mondi. Se infatti da un lato i contenuti del discorso politico di Mélenchon possono apparire novecenteschi e legati ad una visione statalista e nazionalista dell'economia francese, con la volontà di uscire dal sistema europeo e correggere le disuguaglianze economiche redistribuendo la ricchezza, dall'altro abbiamo un uso delle tecniche comunicative estremamente innovativo.¹⁹⁹ Mélenchon combina così vecchio e nuovo in un interessante cocktail di comunismo anni Settanta, retorica populista e socialismo laico.²⁰⁰ Un aspetto su cui Benedetti pone attenzione è poi la personalità di Mélenchon, ritenuto dal professore francese

¹⁹⁸ <http://www.treccani.it/enciclopedia/jean-luc-melenchon/>, visitato in data 09/05/2018.

¹⁹⁹ <http://formiche.net/2017/04/socialista-jean-luc-melenchon/>, visitato in data 09/05/2018.

²⁰⁰ <http://www.lefigaro.fr/vox/politique/2018/05/03/31001-20180503ARTFIG00127-jean-luc-melenchon-revolutionnaire-en-hologramme.php>, visitato in data 09/05/2018.

“*l'ultimo dei tribuni della politica francese*”, inteso come un uomo politico dotato di idee rivoluzionarie e di una capacità oratoria forte e trascinatrice.^{201 202}

La comunicazione politica degli ultimi decenni insieme all'esercizio del governo e dello stile più istituzionale che esso richiede, hanno infatti prodotto una grande attenzione alle apparenze e alla comunicazione dei politici, determinando un indebolimento della dimensione “combattiva” delle forze di Sinistra e producendo così una certa “ingessatura” del discorso politico. Secondo Benedetti, Mélenchon rompe la grammatica del politicamente corretto ponendosi come un leader rivoluzionario e capo del popolo.²⁰³

La comunicazione e le tecniche innovative adottate da Mélenchon hanno quindi l'effetto di “normalizzazione” della carica emotiva che egli possiede naturalmente e allo stesso tempo consentono di avvicinarsi ad un elettorato più giovane, nonostante i sessantasei anni del leader di “*La France insoumise*”.

Durante la campagna presidenziale del 2017 infatti Mélenchon si è affidato ad uno staff di trentenni che hanno saputo produrre una campagna di comunicazione innovativa. Oltre alla *dédiabolisation* del partito di Sinistra, mirata a rendere il candidato più “presidenziale”, sono state adottate tecniche assolutamente nuove per la comunicazione politica. Tra queste è possibile citare la creazione di “*Fiscal Kombat*” un videogioco gratuito ed online, realizzato dallo staff di Mélenchon.

Questo videogioco è stato ispirato dal celebre videogame degli anni Novanta “*Mortal Kombat*” e vede come protagonista lo stesso Mélenchon alle prese con la lotta all'evasione fiscale, tema presente nel programma del leader di Sinistra. Mélenchon nel videogioco affronta vari leader politici tra i quali sono riconoscibili Nicolas Sarkozy, François Fillon, Christine Lagarde ed Emmanuel Macron.^{204 205 206}

Con questo espediente lo staff di “*La France insoumise*” ha innovato la comunicazione politica parlando di lotta all'evasione fiscale in una forma originale e capace di raggiungere il pubblico più giovane.

In questo senso quello del videogioco non è stato il solo espediente adottato da Mélenchon per rivolgersi ad un elettorato di età bassa e naturalmente predisposto alle nuove tecnologie. Rispetto infatti al tema dell'assenza nella comunicazione politica Mélenchon ha introdotto una novità assoluta che mai si era registrata prima nelle campagne elettorali.

Il 5 febbraio 2017 il leader di “*La France insoumise*” è intervenuto ad un evento a Lione e tramite un ologramma anche ad Aubervilliers, nella periferia di Parigi.²⁰⁷

Con una differita di appena due secondi Mélenchon ha così potuto tenere un discorso in due differenti località della Francia, sdoppiandosi e divenendo così ubiquo e producendo un effetto di assenza-presenza. Visto l'ottima reazione suscitata dal ricorso a questa tecnica, essa viene riproposta il 18 aprile 2017 presenziando

²⁰¹ *Ibidem*.

²⁰² <http://www.treccani.it/vocabolario/tribuno/>, visitato in data 07/05/2018.

²⁰³ <http://www.lefigaro.fr/vox/politique/2018/05/03/31001-20180503ARTFIG00127-jean-luc-melenchon-revolutionnaire-en-hologramme.php>, visitato in data 09/05/2018.

²⁰⁴ <http://www.linkiesta.it/it/blog-post/2017/04/11/il-fenomeno-jean-luc-melenchon/25476/>, visitato in data 10/05/2018.

²⁰⁵ <http://www.lefigaro.fr/elections/presidentielles/2017/04/07/35003-20170407ARTFIG00218-fiscal-kombat-melenchon-sort-son-jeu-video-de-campagne.php>, visitato in data 10/05/2018.

²⁰⁶ <http://fiskalkombat.fr/>, link del gioco visitato in data 10/05/2018.

²⁰⁷ <http://www.lastampa.it/2017/02/05/esteri/mlenchon-scopre-lubiquit-lui-a-lione-a-parigi-diventa-un-ologramma-y5Z1tY6jWcCRUCnS8UmZeI/pagina.html>, visitato in data 10/05/2018.

fisicamente a Digione davanti a 6.500 persone e collegandosi tramite ologramma in altri sei luoghi, a Nantes, Montpellier, Nancy, Clermont-Ferrand, Grenoble e perfino nel dipartimento d'oltremare de La Réunion, situato nell'oceano Indiano, con un pubblico complessivo di 35.000 persone.²⁰⁸

Utilizzando questo “effetto speciale” il candidato di estrema Sinistra ha ottenuto una notevole copertura mediatica data dalla curiosità e stranezza di questa tecnica comunicativa.



Figura 6 – Ologramma di Mélenchon durante un incontro pubblico ²⁰⁹

Il ricorso all'ologramma ha avuto un costo in termini economici non indifferente; stando a quanto dichiarato da Manuel Bompard, il direttore della campagna di Mélenchon, il primo collegamento di Lione ha avuto un costo di 50.000 euro mentre il secondo del 18 aprile 150.000 euro, dovendo toccare sei diverse località.²¹⁰

La tecnica adottata da Mélenchon non innova radicalmente la comunicazione politica poiché la presenza fisica in un luogo di un leader politico può essere riproposta simultaneamente in altri luoghi ricorrendo anche ad altri mezzi. Se infatti ormai da decenni la televisione propone l'immagine fisica dei leader politici in ogni angolo del globo ed in diretta, lo stesso accade oggi con il ricorso ai *social network*, specialmente con la funzione “diretta” di *Facebook*, *YouTube* ed *Instagram*.

Resta certamente significativa la dimensione innovativa della tecnica dell'ologramma ed il gioco indubbio che si viene a realizzare tra la reale presenza fisica in un luogo e l'assenza-presenza nelle realtà in cui l'ologramma si materializza. Ma la vera forza di questa tecnica adottata dal leader francese è da ricercare nel contesto e nella dimensione strategica della campagna elettorale. L'ologramma infatti, come i videogiochi e l'ottimo uso dei *social*, servono per svecchiare l'immagine di un leader con un dato anagrafico avanzato e per poter così parlare ad un pubblico più giovane. Se infatti da un lato l'elettorato storico della Sinistra francese è stato socializzato alla politica in stagioni profondamente diverse da quelle delle nuove generazioni, ed è quindi

²⁰⁸ <https://www.corriere.it/esteri/presidenziali-francia/notizie/melenchon-suoi-fantasma-40441f54-2478-11e7-9ccc-1412672da04e.shtml>, visitato in data 10/05/2018.

²⁰⁹ Foto estratta dal sito https://www.wedemain.fr/L-hologramme-de-Melenchon-n-avait-rien-de-revolutionnaire-la-preuve-avec-ces-trois-start-up_a2513.html, visitato in data 03/06/2018.

²¹⁰ *Ibidem*.

tendenzialmente già orientato a votare per una forza come quella di Mélenchon, lo stesso non si può dire per i nati dagli anni Novanta in poi.

Gli effetti speciali di Mélenchon funzionano riuscendo a portare un'ondata di freschezza e novità nel campo della Sinistra. Il ricorso all'ologramma sembra inoltre ammiccare anche al mondo di “*Star Wars*” e ad un immaginario cinematografico che nasce negli anni '70 ed arriva fino ad oggi, unendo così generazioni differenti dentro un comune immaginario collettivo, esattamente quello che Mélenchon tenta di fare proponendo concetti di una Sinistra anni Settanta ed uno stile comunicativo personale rivoluzionario, mischiati con un ricorso strategico a tecnologie e tecniche comunicative innovative.

4.4. Andata e ritorno, dalla pop politics alla pop. Il caso “*Liberato*”

L'ultimo esempio di assenza efficace riguarda un campo che come “*The Young Pope*” non attiene propriamente alla politica; si tratta dell'artista napoletano “*Liberato*” un autentico mistero della scena musicale italiana che dal febbraio 2017 ad oggi ha raccolto un successo crescente nel campo della *trap*/pop elettronica. L'aspetto rilevante della produzione musicale di questo cantante sono l'anonimato e il mistero che circonda la sua figura, poiché ad oggi l'identità di “*Liberato*” è sconosciuta.

La musica prodotta da questo “fantasma” è un mix di musica partenopea, con testi scritti solo in napoletano, elettronica e *trap*, ovvero un genere nato dalla cultura *hip hop*, in piena ascesa in Italia negli ultimi anni e capace di coinvolgere fette sempre più ampie di mercato musicale.

Dal febbraio del 2017 ad oggi l'artista napoletano ha ottenuto un successo crescente, specialmente sui *social* con dei numeri importanti. Se infatti si analizzano i risultati online di “*Liberato*” è possibile notare come il canale *YouTube* registri 94.850 iscritti ed oltre 25 milioni di visualizzazioni sui suoi video²¹¹; la sua pagina *Facebook* conta 70.653 “mi piace” e 71.271 persone a seguire il profilo²¹², come anche sono rilevanti i numeri della pagina *Instagram* che con solo sette post pubblicati vanta quasi 90.000 *follower*.²¹³

L'autore dispone anche di un profilo *Tumblr*, altro *social* per la condivisione di contenuti, che risulta essere un interessante mix di napoletanità ed *hip hop*.²¹⁴

Numeri considerevoli per un artista senza volto che ha innescato un meccanismo di curiosità morbosa negli ascoltatori ma soprattutto nei mezzi di informazione.

“*Liberato*” infatti in un anno sulla scena musicale italiana non ha pubblicato nessun album, ma solo sei singoli caricati sulla piattaforma musicale *Spotify*, sulla quale l'artista registra ottimi numeri con oltre 46 mila *follower*.²¹⁵

A questo occorre aggiungere che l'anonimo napoletano non vende i propri brani sulla piattaforma *iTunes*, su cui gli artisti di tutto il mondo mettono a disposizione le proprie produzioni musicali, preferendo ricorrere alla

²¹¹ <https://www.youtube.com/channel/UCMh0KpELETkt7rRG11WHM0Q>, visitato in data 07/05/2018.

²¹² <https://www.facebook.com/LIBERATOLIBERATOLIBERATOLIBERATO/>, visitato in data 07/05/2018.

²¹³ <https://www.instagram.com/liberato1926/?hl=it>, visitato in data 07/05/2018.

²¹⁴ <http://liberato1926.tumblr.com/>, visitato in data 07/05/2018.

²¹⁵ <https://open.spotify.com/artist/4X89u81dkCXBSGo8i2DhMW>, visitato in data 07/05/2018.

cura delle produzioni visive dei suoi video su *YouTube*, vero punto di forza di “*Liberato*” insieme al *sound* delle sue canzoni.

“*Liberato*” ricorre ad un attento uso dei *social network* e dei canali online per diffondere la propria produzione musicale, ma anche ad alcune presenze in pubblico per alimentare il mistero. Ad oggi infatti “*Liberato*” si è manifestato in pubblico solo in pochissime occasioni tra cui occorre citare il “*Mi Ami Festival Musica Importante a Milano*” del maggio 2017, un evento musicale milanese che si tiene ogni anno dal 2005.²¹⁶

In quella occasione “*Liberato*” pur essendo stato annunciato come ospite all’evento, non si è presentato personalmente ma è stato sostituito da un gruppo di artisti dello stesso genere musicale del misterioso artista e che si sono esibiti cantando i suoi pezzi.²¹⁷

Tale scelta ha prodotto effetti contrastanti, poiché se da un lato la non conclamata presenza di “*Liberato*” al festival milanese ha generato malcontento da parte dei presenti, allo stesso tempo si è prodotta discussione sulla possibilità che in realtà l’autore napoletano non sia un singolo individuo ma un progetto artistico collettivo, magari degli stessi artisti presenti sul palco del *Mi Ami Festival*.

Nonostante questo mezzo passo falso il 25 settembre 2017, visto la crescente notorietà dell’artista napoletano, “*Liberato*” viene invitato al “*San Gennaro Day*” una kermesse della città di Napoli che intende premiarlo per le sue produzioni. La scelta portata avanti dallo staff è quella di non presentarsi pubblicamente con l’artista ma di inviare i protagonisti dei suoi video disponibili su *YouTube* insieme a Francesco Lettieri, regista dei videoclip dell’autore napoletano.

Lettieri in occasione di questo evento pubblico leggerà un ringraziamento dell’artista per il premio ricevuto.²¹⁸

Oltre a questi appuntamenti gestiti con una modalità che potrebbe essere definita coraggiosa da parte degli ideatori del progetto “*Liberato*”, è possibile citare un secondo evento a cui l’artista napoletano ha preso parte ovvero il festival musicale “*Club to club*” del novembre 2017 a Torino.²¹⁹

In questa occasione il cantante si è presentato personalmente, o almeno così si ritiene, esibendosi live e proponendo le sue tracce ai partecipanti del festival. Il risultato dell’esibizione è stato positivo producendo un incremento della curiosità morbosa verso l’identità nascosta di “*Liberato*”, il quale si è esibito davanti ad i suoi sostenitori con il volto coperto, mantenendosi dentro lo schema dell’anonimato.

Gli incontri pubblici sono elementi indispensabili delle figure che fanno parte del mondo dello spettacolo e ai quali non ci si può negare, ma che necessitano di essere gestiti in modo strategico per poter costruire un’immagine dell’artista che sia coerente con quella desiderata. In tal senso “*Liberato*” si è prima negato totalmente e poi si mostrato in pubblico, ma senza fuoriuscire dalla sua strategia dell’assenza dell’immagine.

²¹⁶ <http://www.miamifestival.it/2018/>, visitato in data 07/05/2018.

²¹⁷ <https://sentireascoltare.com/news/liberato-mi-ami-calcutta-izi-priestess-dj-shablo/>, visitato in data 07/05/2018.

²¹⁸ http://napoli.repubblica.it/cronaca/2017/09/26/foto/san_gennaro_day_gran_festa_al_duomo_con_tutti_i_premiati-176526117/1/#1, visitato in data 07/05/2018.

²¹⁹ <https://www.rollingstone.it/musica/news-musica/liberato-dietro-il-mistero-ce-molto-di-piu/2017-11-06/#part1>, visitato in data 07/05/2018.

Il 9 maggio 2018, con un preavviso di solo qualche giorno dato tramite i suoi canali *social*, “*Liberato*” si esibisce per la prima volta sul lungomare di Napoli davanti ad un pubblico di oltre 20.000 persone accorse da tutta Italia.

L’artista del mistero nel suo scarno comunicato *social* non aveva dato indicazioni e dettagli precisi sull’orario di inizio del concerto, limitandosi a dire che si sarebbe tenuto al tramonto, gratuitamente e sul lungomare di Napoli, producendo così un clima di attesa negli appassionati accorsi sul posto. “*Liberato*” raggiunge il luogo del concerto in barca circondato da una decina di persone dello staff tutte vestite allo stesso modo, così da evitare di renderlo identificabile. Il concerto si è svolto in meno di un’ora di tempo ed al termine il cantante ha abbandonato il palco riprendendo la via del mare, senza dare nessun riferimento che potesse permettere di comprendere la sua vera identità.²²⁰



Figura 7 – *Liberato* ²²¹

La copertura mediatica di questo concerto è stata ancora una volta considerevole e ha prodotto l’impennata dei numeri *social* del misterioso musicista. Se infatti si paragonano i dati del 7 maggio 2017 con quelli del 10 maggio 2017, il giorno dopo l’esibizione, si può notare che in particolare il profilo *Instagram* “@*liberato1926*” ha fatto registrare un +40.000 *follower* passando da 90.000 a 130.000 utenti.²²²

Dati in crescita anche sugli altri profili *social* del cantante, con *Facebook* che passa da circa 70.000 *like* ad oltre 80.000 e *Spotify* da 46.000 *follower* ad oltre 50.000, registrando rispettivamente un +10.000 ed un +4.000.^{223 224}

Ma la vera forza del progetto “*Liberato*” non risiede nelle comparsate pubbliche quanto nella produzione musicale innovativa e nell’efficace comunicazione *social*. Se infatti la musica del misterioso artista viene

²²⁰ <https://www.deejay.it/news/liberato-live-a-napoli-arriva-dal-mare-ad-attenderlo-sono-in-ventimila/561590/>, visitato in data 10/05/2018.

²²¹ Foto estratta dal sito <https://www.rollingstone.it/musica/news-musica/liberato-il-nuovo-video-je-te-voglio-bene-assaje/2018-05-03/#Part1>, visitato in data 03/06/2018.

²²² <https://www.instagram.com/liberato1926/?hl=it>, visitato in data 10/05/2018.

²²³ <https://www.facebook.com/LIBERATOLIBERATOLIBERATOLIBERATO/>, visitato in data 10/05/2018.

²²⁴ <https://open.spotify.com/artist/4X89u81dkCXBSGo8i2DhMW>, visitato in data 10/05/2018.

considerata dai critici e dagli appassionati del genere una ventata d'aria fresca per il panorama musicale italiano, occorre dire che un ruolo importante è ricoperto dalla produzione dei videoclip gestita da Francesco Lettieri, noto produttore di cortometraggi musicali; napoletano come "*Liberato*", il regista ha realizzato numerosi video musicali con artisti quali Calcutta, Nada e Clementino.²²⁵

I video di "*Liberato*" raccontano una Napoli bella e maltrattata, mescolando i testi basati su racconti sentimentali con un orgoglio napoletano. La rappresentazione che viene offerta della città partenopea non è quella classica, caratterizzata da un racconto deprimente fatto di difficoltà e degrado, ma mira a far emergere tutta la "napoletanità" della città.

La sensazione complessiva che emerge dal progetto "*Liberato*" è che vi sia un uso strategico dell'assenza, esattamente come analizzato in "*The Young Pope*", in cui la negazione dell'immagine fisica dell'oggetto dell'attenzione, in questo caso il musicista, consente di produrre una curiosità morbosa nel pubblico per poterla poi incanalare su un piano più astratto. Nel caso della serie di Sorrentino l'assenza di Pio XIII aveva una duplice funzione legata sia alla riattivazione della curiosità che al recupero del mistero e della religiosità; con "*Liberato*" troviamo ancora la volontà di attrarre attenzione, questa volta intorno ad un prodotto musicale, ma anche l'idea di voler riporre al centro del discorso un qualcosa di "alto", che in questo caso è la "napoletanità" intesa come cultura e senso di appartenenza ad una città.

Si può quindi affermare che l'operazione "*Liberato*" ha prodotto ottimi risultati in poco più di un anno dall'avvio del progetto facendo registrare importanti numeri in termini di seguito sui *social* e di esposizione mediatica, soprattutto se si riflette sul fatto che la produzione dell'anonimo napoletano è ad oggi ridotta a soltanto sei singoli, legati ad altrettanti video su *YouTube* e ad un numero limitatissimo di comparsate in pubblico.

Risultati notevoli ottenuti grazie ad una attenta pianificazione della strategia dell'assenza e grazie ad un insieme di accorgimenti tecnici estremamente accurati, dai videoclip alla preparazione delle esibizioni dal vivo, fino al punto centrale ovvero la pregevole produzione musicale che è poi il vero motivo del successo di questo esperimento artistico e privo di un volto.

²²⁵ <http://www.francescolettieri.com/bio/>, visitato in data 07/05/2018.

Conclusioni

Quanto è stato analizzato nel corso di questo lavoro sul ruolo giocato dalla dimensione dell'assenza nella comunicazione politica e non, permette di trarre alcune conclusioni.

Il primo aspetto da sottolineare appare essere la distinzione tra assenza tattica, intesa come meccanismo di costruzione di *suspense*, ed assenza strategica.

L'assenza tattica mira a realizzare un sentimento di attesa nel pubblico, sia esso una comunità di fedeli, i giornalisti che attendono le decisioni del Quirinale o la dichiarazione di un esponente politico. La tattica ha un orizzonte di breve periodo e mira a produrre in un lasso di tempo ridotto, una carica d'ansia e poi il disvelamento di quanto si attendeva di sapere.

L'assenza strategica invece risponde ad una logica più articolata, di lungo periodo e che concepisce la propria presenza o non presenza all'interno di un sistema complessivo di elementi.

Queste due dimensioni sono inevitabilmente collegate tra loro e per potersi concretizzare necessitano di tecniche, di mosse programmate, di scelte ragionate.

La serie di Sorrentino sul giovane papa che decide di negare totalmente la propria immagine al mondo, mostra che tale scelta, per quanto estrema, è teoricamente realizzabile e potenzialmente efficace.

Quello che Lenny Belardo tenta di raggiungere è un duplice obiettivo che è tanto mediatico quanto religioso. Come è stato analizzato nel primo capitolo la volontà di produrre una morbosa curiosità, una forte attenzione, è stato ottenuto; quello che fallisce è il tentativo di ricostruire un rapporto religioso ponendo al centro della Chiesa il mistero, un obiettivo non raggiunto più per i contenuti negativi ed i toni adottati che per la strategia in sé, poiché come si è visto nel momento in cui il giovane papa trasmette positività ed umanità verso l'esterno il meccanismo di curiosità ed avvicinamento si riattiva.

Si potrebbe quindi affermare che la strategia dell'assenza del papa immaginato da Sorrentino non sia priva di un fondamento, ma perfino realizzabile, a patto che la rimozione della presenza fisica dell'emittente del messaggio venga colmata dalla comunicazione di valori positivi.

Su questo punto la tesi sostenuta da Kantorowicz sulla distinzione tra corpo naturale e corpo mistico/politico appare più che mai attuale e capace di toccare soggetti profondamenti diversi tra loro.

In tal senso il Quirinale fonda la sua esistenza e la sua popolarità proprio sulla presenza di un corpo mistico/politico particolarmente forte, ovvero un insieme valoriale di riferimento; tali valori sono la democrazia, la Repubblica, la Nazione, l'unità del popolo italiano, la Costituzione.

Questo universo valoriale consente alla Presidenza della Repubblica di avere una comunicazione ridotta, cerimoniale e rituale, ma carica di significati simbolici. Il presidente non necessita di una presenza comunicativa quotidiana ma anzi trova la sua forza nel non esporsi troppo, nel mantenere una posizione terza e sopra le parti politiche in campo; se il Quirinale cede su questo punto, se anche solo offre alla pubblica opinione la sensazione di non essere istituzionale ed imparziale, ma connotato da una natura politica, ecco che

cede di popolarità e di legittimità. La Presidenza della Repubblica ha certamente i tratti di una istituzione politica, come è stato ampiamente analizzato da Marco Gervasoni nella sua opera, ma occorre che essa non mostri mai pubblicamente la propria natura più profonda.²²⁶

A dimostrazione di questa visione che la pubblica opinione ha del Quirinale è possibile citare quanto accaduto recentemente con la difficile formazione del Governo Conte. Il 27 maggio 2018 in seguito al rifiuto del Presidente Sergio Mattarella sul nome del Professor Paolo Savona come ministro dell'economia, il Presidente del Consiglio incaricato Giuseppe Conte ha dovuto rimettere l'incarico nelle mani del capo dello Stato.

Questa scelta del Quirinale ha spaccato l'opinione pubblica, producendo delle accuse da parte di molti cittadini, i quali hanno indirizzato pesanti insulti sui *social network* al presidente della Repubblica, ritenendo la posizione di Mattarella una scelta di natura politica.^{227 228}

La ricomposizione tra Movimento Cinque Stelle, Lega ed il Quirinale ha poi consentito la nascita dell'Esecutivo Conte, ma appare chiaro che l'ira *social* che si è scatenata nei confronti del Colle fosse derivante dalla sensazione che il presidente avesse attuato una scelta di natura politica, quando in realtà le prerogative costituzionali consentono all'inquilino del Quirinale di sindacare sulla scelta dei ministri.

Da questo deriva quindi una considerazione valoriale sulla Presidenza della Repubblica e che consiste nel mantenere questa istituzione nei binari tracciati dalla storia democratica del nostro Paese; binari costituiti da un ruolo che deve essere imparziale, arbitro, sopra le parti e capace di generare unità e aggregazione negli italiani e non una funzione politica, troppo presente o che anche soltanto offra la sensazione di parzialità.

Il patrimonio di valori che custodisce il Quirinale è la sua forza e tale forza non deve essere ostentata, ma esibita con l'obiettivo di produrre unità e aggregazione tra gli italiani, poiché dividere i cittadini su temi e posizioni è compito della politica, offrendo visioni diverse alla pubblica opinione.

A tal proposito la politica italiana è soggetto che può trarre giovamento dalla dimensione dell'assenza. Se infatti durante la Prima Repubblica la dimensione ideologica totalizzante non richiedeva ai politici di esibire il proprio corpo naturale, data la forza del corpo politico dei partiti, i profondi cambiamenti degli anni Ottanta hanno mutato completamente il quadro.

Il "riflusso" nel privato da parte dei cittadini, l'abbandono dei grandi soggetti collettivi per investire il proprio tempo nella cura del sé e nel coltivare la propria individualità, hanno portato i partiti politici ed i loro esponenti a cambiare pelle.

In questo quadro la televisione ha giocato un ruolo fondamentale, esibendo il privato nella sfera pubblica e dettando ai politici tempi e temi del discorso, cambiando così la politica in modo irreversibile.

Negli anni Ottanta è iniziato così un percorso che ha portato i politici a perdere il proprio corpo politico e ad esibire il corpo naturale di cui parla Kantorowicz, popolarizzando la politica e producendo un progressivo "abbassamento" rispetto all'aura di santità di cui essi godevano in passato.

²²⁶ Gervasoni, op. cit.

²²⁷ <https://tg24.sky.it/politica/2018/05/27/governo-conte-mattarella-diretta.html>, visitato in data 04/06/2018.

²²⁸ https://www.agi.it/breakingnews/insulti_a_mattarella_9_indagati-3976201/news/2018-05-31/, visitato in data 04/06/2018.

Questo esibire tutto di sé stessi, il proprio vissuto personale, la propria famiglia, le proprie passioni, mira a cercare di avvicinarsi ai cittadini con l'intento di ottenerne il consenso, ma l'effetto che ne deriva è quello di una desimbolizzazione sempre più rapida e di una demistificazione inarrestabile.²²⁹

La tendenza in questione è iniziata negli anni Ottanta ma ha trovato con Silvio Berlusconi la sua massima espressione, cancellando i confini tra pubblico e privato e producendo una ipermedialità dell'uomo politico come mai si era visto prima nel panorama politico italiano.

Durante la Seconda Repubblica questo processo ha investito tutti i soggetti politici e la nascita e l'affermarsi dei *social network* hanno sancito il passaggio successivo, producendo l'annientamento della dimensione privata ed il discredito completo della politica. Si completa in questo modo il passaggio dall'assenza della dimensione privata sulla scena pubblica, all'assenza stessa della dimensione privata la quale è ormai completamente esibita in pubblico.

L'immagine e l'apparenza diventano così le nuove regole della società e la politica ricorre ad esse per ottenere il consenso. Risulta allora profetico quanto sostenuto dal filosofo e sociologo francese Jean Baudrillard, il quale affermò che “[...] *colui che conta sullo spettacolo morirà di spettacolo. Vale per i “cittadini” così come per i politici. È la giustizia immanente dei media. Volete il potere attraverso l'immagine? Allora perirete di ritorno di immagine.*”²³⁰

I partiti personalizzati, il culto del leader, una attenzione enorme sulla storia personale degli esponenti politici, alla loro immagine e al come comunicano, sono tutti effetti dell'abbassamento e del venir meno dei sistemi valoriali. In tal senso ricorrere all'assenza in modo strategico può permettere di produrre attenzione su un soggetto, singolo o collettivo, ma allo stesso tempo di sottrarre tale attenzione dal corpo naturale per riportarla al corpo mistico/politico.

Non è questo quello che è stato rilevato nel caso di Berlusconi, con la sua comunicazione a doppia fase tra lunghi periodi di silenzio e successiva iperpresenza comunicativa, poiché in questo caso l'oggetto dell'attenzione è sempre il leader e non il sistema valoriale. L'effetto di rimobilitazione analizzato nella campagna del 2013 è stato possibile perché Berlusconi dispone di un patrimonio di riconoscibilità presente nell'immaginario collettivo degli italiani, di cui nessun altro politico italiano dispone. Quella di Berlusconi è quindi una forma di assenza più tattica che strategica.

Parzialmente diverso è il discorso sul Movimento Cinque Stelle nella campagna del 2013, poiché l'assenza dal mezzo televisivo e dalla stampa è senza dubbio strategica e rinforza la dimensione valoriale della comunità politica grillina, la quale fa della “diversità” un tratto caratterizzante della propria identità.

Tale scelta risulta inoltre efficace anche dal punto di vista comunicativo perché il rifiutarsi di essere presenti negli studi televisivi produce polemica e discussione tra coloro che frequentano quegli ambienti, ponendo in tal modo il Movimento Cinque Stelle sempre al centro della scena.

²²⁹ Salmon, op. cit., p.109.

²³⁰ *Ivi*, p.110.

In merito agli esempi di assenza efficace analizzati nell'ultimo capitolo, se da un lato la tecnica dell'ologramma di Mélenchon risulta innovativa e capace di produrre un effetto di presenza fisica anche dove il leader dell'estrema Sinistra francese non è realmente presente, sono gli altri due esempi ad apparire particolarmente interessanti.

Il video prodotto dallo staff di Obama per la campagna per le Presidenziali USA del 2008 è infatti l'esempio di realizzazione tecnica dell'assenza-presenza più efficace nel campo della politica. Il filmato di Charles, il racconto delle sue esperienze personali e delle sue motivazioni, l'ambientazione realistica e la produzione dai connotati amatoriali, trasmettono un senso di profonda autenticità e sincerità e pongono il candidato della campagna in secondo piano.

L'assenza-presenza di Obama nel filmato permette così di rinforzare il "noi", la dimensione collettiva propria della comunità politica ed offre a chi guarda la sensazione non di votare per un candidato, ma di aderire a qualcosa di più, un'entità che è costituita da valori e da persone in carne ed ossa. In tal senso in Italia ancora non si hanno esperienze simili a quella di Obama 2008.

Nel nostro Paese il caso di uso strategico dell'assenza comunicativa più convincente non attiene al campo della politica ma a quello musicale.

Se infatti l'ottima produzione musicale di "*Liberato*" risulta essere motivo del suo successo commerciale, l'importanza dell'assenza di immagine ed il mistero costruito intorno alla sua figura sono un aspetto determinante.

L'incertezza ed il dubbio sull'identità del musicista producono curiosità e riattivano quello che Eco chiamava "mormorio", derivante dall'interazione tra le persone ed il confronto sui temi.

A questo occorre aggiungere che il progetto "*Liberato*" toglie alla produzione musicale il limite della forma fisica, dei tratti somatici del cantante e della sua identità, per lasciare spazio al valore musicale delle sue produzioni e all'ideale della "napoletanità" intesa come senso di appartenenza ad un territorio, ad una comunità ad una cultura. Allo stesso tempo non si può non vedere nel caso di "*Liberato*" come in "*The Young Pope*", più che un ritorno alla riservatezza una sorta di esibizione di essa, ma comunque capace di rimettere un qualcosa di "alto" al centro del discorso.

La politica italiana di oggi si caratterizza in tutte le forze politiche per una sempre più forte personalizzazione e per un leaderismo crescente, in cui la dimensione valoriale passa sempre più in secondo piano e gli elettori ricercano prima di tutto un esponente politico che "piaccia", che sia percepito come meritevole di fiducia, piuttosto che soffermarsi sulle idee e sulla visione di società portata avanti da una forza politica. Questo meccanismo produce una continua altalena di fiducia e delusione negli elettori, che passano dal riporre aspettative eccessive su un singolo leader al vederle poi tradite, parzialmente o totalmente. Tale processo si compie non solo perché la politica non riesce a gestire società e variabili sempre più complesse, ma probabilmente perché si richiede ad un singolo leader di risolvere problemi di sistema che non sono nelle capacità di una singola persona. Questa tendenza crescente produce la crisi del meccanismo della rappresentanza e pone in seria discussione lo stesso modello democratico.

In tal senso la dimensione dell'assenza può fungere da dispositivo utile per indebolire questi processi di personalizzazione, riattivare la curiosità verso la politica da parte dei cittadini e soprattutto porre nuovamente al centro i valori e le idee, i quali devono essere i veri attori della dimensione politica, perché come affermato dal personaggio "V", protagonista nel film del regista australiano James McTeigue "*V per Vendetta*" uscito nell'ormai lontano 2005, "le idee sono a prova di proiettile".²³¹

²³¹ [https://www.pensieriparole.it/frasi-film/v-per-vendetta-\(2006\)/pag6](https://www.pensieriparole.it/frasi-film/v-per-vendetta-(2006)/pag6), visitato in data 04/06/2018.

Bibliografia

- A.M.Lorusso - P.Peverini, *Il racconto di Francesco: La comunicazione del Papa nell'era della connessione globale*, Luiss University Press, Edizione Kindle, 2017
- A.Tonelli, *Stato Spettacolo. Pubblico e privato dagli anni '80 a oggi*, Milano-Torino, Pearson Italia, 2010
- C.Fusaro, *Il presidente della Repubblica*, Bologna, Il Mulino, 2003
- C.Salmon, *La politica nell'era dello storytelling*, Roma, Fazi Editore, 2014
- E.H.Kantorowicz, *I due corpi del Re. L'idea di regalità nella teologia politica medievale*, Torino, Einaudi, 2012
- F.Amoretti, *La comunicazione politica. Un'introduzione*, Roma, Carocci, 1997
- F.Montanari, *Politica 2.0. Nuove tecnologie e nuove forme di comunicazione*, Roma, Carocci editore, 2010
- G.Mazzoleni, *La comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino, Terza edizione 2012
- ITANES, *Voto amaro. Disincanto e crisi economica nelle elezioni del 2013*, Bologna, Il Mulino, 2013
- M.Cavallaro, G.Diamanti, L.Pregliasco, *Una nuova Italia: Dalla comunicazione ai risultati, un'analisi delle elezioni del 4 marzo*, Castelvevchi, Edizione Kindle, 2018
- M.Gervasoni, *Le armate del Presidente. La politica del Quirinale nell'Italia repubblicana*, Venezia, Marsilio, 2015
- M.Maraffi, *Gli italiani e la politica*, Il Mulino, 2009 (pubblicazione online)
- N.Bobbio, *Il futuro della democrazia*, Milano, RCS Quotidiani, 2010
- P.Ginsborg, *Berlusconi. Ambizioni patrimoniali in una democrazia mediatica*, Torino, Einaudi, 2003
- P.Sorrentino, *Il peso di Dio. Il vangelo di Lenny Belardo*, Torino, Einaudi, 2017
- P.Watzlawick, J.H.Beavin, D.D.Jackson, *Pragmatica della comunicazione umana*, Roma, Astrolabio, 1971
- R.Grandi, C.Vaccari, *Come si vincono le elezioni. Elementi di comunicazione politica*, Roma, Carocci editore, 2013
- V.Lippolis, G.M.Salerno, *La repubblica del Presidente. Il settennato di Giorgio Napolitano*, Bologna, Il Mulino, 2013

Sitografia

- www.osservatoreromano.va/it/news/fantasia-papale, visitato in data 29/03/2018
- <http://www.treccani.it/vocabolario/tattica/>, visitato in data 03/04/2018
- <http://www.treccani.it/vocabolario/strategia/>, visitato in data 03/04/2018
- http://www.vatican.va/news_services/press/documentazione/documents/sp_ss_scv/insigne/triregno_it.html, visitato in data 03/04/2018
- <http://www.ilsole24ore.com/art/servizio/2014-01-30/come-funziona-messa-stato-accusa-presidente-delal-repubblica-115851.shtml?uuid=AB0bpIt>, visitato in data 26/04/2018
- <https://www.ilpost.it/2013/06/15/le-dimissioni-di-giovanni-leone/>, visitato in data 29/04/2018
- <https://www.ilpost.it/2010/08/17/il-discorso-di-fine-anno-piu-breve-nella-storia/>, visitato in data 03/05/2018
- http://presidenti.quirinale.it/Cossiga/video-mp4/vq_1991-12-31.htm, visitato in data 03/05/2018
- <http://www.senato.it/1024>, visitato in data 30/04/2018
- <http://www.treccani.it/vocabolario/esplorativo/>, visitato in data 30/04/2018
- <https://www.ilpost.it/2018/04/16/mandato-esplorativo/>, visitato in data 30/04/2018
- <https://www.wired.it/attualita/politica/2018/04/23/mandato-esplorativo-roberto-fico/>, visitato in data 30/04/2018
- <https://www.ilpost.it/2018/04/16/mandato-esplorativo/>, visitato in data 30/04/2018
- <https://www.democratica.com/focus/consultazioni-mattarella-incarico-governo/>, visitato in data 01/05/2018
- https://www.termometropolitico.it/1298771_sondaggi-politici-piepoli-10.html, visitato in data 02/05/2018
- <https://www.ilfattoquotidiano.it/2014/09/20/sondaggi-il-crollo-di-napolitano-dopo-il-bis-popolarita-dal-90-a-meno-del-40/1127458/>, visitato in data 02/05/2018
- <http://www.treccani.it/vocabolario/ideologia/>, visitato in data 18/05/2018
- <http://www.treccani.it/vocabolario/comunicazione/>, visitato in data 18/05/2018
- https://www.youtube.com/watch?v=36IHEzd6_bc, visitato in data 21/05/2018
- <http://www.treccani.it/vocabolario/populismo/>, visitato in data 22/05/2018
- <http://www.treccani.it/enciclopedia/contratto/>, visitato in data 24/05/2018
- http://www.repubblica.it/static/speciale/2013/elezioni/camera/riepilogo_nazionale.html, visitato in data 25/05/2018
- <http://www.demos.it/a00785.php>, visitato in data 25/05/2018
- https://www.huffingtonpost.it/2013/02/08/elezioni-2013-i-sondaggi-_n_2643003.html, visitato in data 25/05/2018

- <https://www.ilfattoquotidiano.it/2013/01/11/berlusconi-da-santoro-e-boom-di-ascolti-quasi-9-milioni-davanti-alla-tv/467099/>, visitato in data 25/05/2018
- <http://dizionari.repubblica.it/Italiano/I/immaginario.php>, visitato in data 25/05/2018
- http://www.repubblica.it/politica/2018/05/12/news/berlusconi_riabilitato_severino-196152437/, visitato in data 25/05/2018
- <http://elezionistorico.interno.gov.it/index.php?tpel=C&dtel=24/02/2013&tpa=I&tpe=A&lev0=0&levsut0=0&es0=S&ms=S>, visitato in data 25/05/2018
- <https://www.nextquotidiano.it/roberta-lombardi-contratto-m5s/>, visitato in data 30/05/2018
- http://www.repubblica.it/static/speciale/2013/elezioni/camera/riepilogo_nazionale.html, visitato in data 30/05/2018
- http://www.repubblica.it/static/speciale/2013/elezioni/senato/riepilogo_nazionale.html, visitato in data 30/05/2018
- <https://www.youtube.com/watch?v=TW-6DpC-mj8>, visitato in data 10/05/2018
- <http://www.treccani.it/enciclopedia/jean-luc-melenchon/>, visitato in data 09/05/2018
- <http://formiche.net/2017/04/socialista-jean-luc-melenchon/>, visitato in data 09/05/2018
- <http://www.lefigaro.fr/vox/politique/2018/05/03/31001-20180503ARTFIG00127-jean-luc-melenchon-revolutionnaire-en-hologramme.php>, visitato in data 09/05/2018
- <http://www.treccani.it/vocabolario/tribuno/>, visitato in data 07/05/2018
- <http://www.lefigaro.fr/vox/politique/2018/05/03/31001-20180503ARTFIG00127-jean-luc-melenchon-revolutionnaire-en-hologramme.php>, visitato in data 09/05/2018
- <http://www.linkiesta.it/it/blog-post/2017/04/11/il-fenomeno-jean-luc-melenchon/25476/>, visitato in data 10/05/2018
- <http://www.lefigaro.fr/elections/presidentielles/2017/04/07/35003-20170407ARTFIG00218-fiscal-kombat-melenchon-sort-son-jeu-video-de-campagne.php>, visitato in data 10/05/2018
- <http://fiscalkombat.fr/>, visitato in data 10/05/2018
- <http://www.lastampa.it/2017/02/05/esteri/mlenchon-scopre-lubiquit-lui-a-lione-a-parigi-diventa-un-ologramma-y5Z1tY6jWcCRUCnS8UmZeI/pagina.html>, visitato in data 10/05/2018
- <https://www.corriere.it/esteri/presidenziali-francia/notizie/melenchon-suoi-fantasm-40441f54-2478-11e7-9ccc-1412672da04e.shtml>, visitato in data 10/05/2018
- <https://www.youtube.com/channel/UCMh0KpELETtKt7rRG11WHM0Q>, visitato in data 07/05/2018
- <https://www.facebook.com/LIBERATOLIBERATOLIBERATOLIBERATO/>, visitato in data 07/05/2018
- <https://www.instagram.com/liberato1926/?hl=it>, visitato in data 07/05/2018
- <http://liberato1926.tumblr.com/>, visitato in data 07/05/2018
- <https://open.spotify.com/artist/4X89u81dkCXBSGo8i2DhMW>, visitato in data 07/05/2018.

- <http://www.miamifestival.it/2018/>, visitato in data 07/05/2018
- <https://sentireascoltare.com/news/liberato-mi-ami-calcutta-izi-priestess-dj-shablo/>, visitato in data 07/05/2018
- http://napoli.repubblica.it/cronaca/2017/09/26/foto/san_gennaro_day_gran_festa_al_duomo_con_3976201tutti_i_premiati-176526117/1/#1, visitato in data 07/05/2018
- <https://www.rollingstone.it/musica/news-musica/liberato-dietro-il-mistero-ce-molto-di-piu/2017-11-06/#part1>, visitato in data 07/05/2018
- <https://www.deejay.it/news/liberato-live-a-napoli-arriva-dal-mare-ad-attenderlo-sono-in-ventimila/561590/>, visitato in data 10/05/2018
- <https://www.instagram.com/liberato1926/?hl=it>, visitato in data 10/05/2018
- <https://www.facebook.com/LIBERATOLIBERATOLIBERATOLIBERATO/>, visitato in data 10/05/2018
- <https://open.spotify.com/artist/4X89u81dkCXBSGo8i2DhMW>, visitato in data 10/05/2018
- <http://www.francescolettieri.com/bio/>, visitato in data 07/05/2018
- <https://tg24.sky.it/politica/2018/05/27/governo-conte-mattarella-diretta.html>, visitato in data 04/06/2018
- https://www.agi.it/breakingnews/insulti_a_mattarella_9_indagati-/news/2018-05-31/, visitato in data 04/06/2018
- [https://www.pensieriparole.it/frasi-film/v-per-vendetta-\(2006\)/pag6](https://www.pensieriparole.it/frasi-film/v-per-vendetta-(2006)/pag6), visitato in data 04/06/2018

Appendice iconografica

- Figura 1: foto estratta dal sito <http://www.ilsussidiario.net/News/Cinema-Televisione-e-Media/2016/11/11/THE-YOUNG-POPE-Anticipazioni-dell-11-novembre-2016-il-declino-di-Lenny-il-senso-di-colpa-di-Dussolier/732644/>, visitato in data 26/04/2018
- Figura 2: foto estratta dal sito <http://www.punica.it/2017/11/29/pio-xiii-un-papa-un-perche/>, visitato in data 26/04/2018
- Figura 3: foto estratta dal sito <https://tg24.sky.it/spettacolo/serie-tv/the-young-pope/2016/11/04/the-young-pope-recensione-ep5-e-ep6.html>, visitato in data 26/04/2018
- Figura 4: foto estratta dal sito <https://www.wired.it/attualita/politica/2018/04/06/consultazioni-governo-salvini-berlusconi/>, visitato in data 01/05/2018
- Figura 5: foto estratta dal video “*Charles Meets Barack*”, disponibile al link <https://www.youtube.com/watch?v=TW-6DpC-mj8>, visitato in data 03/06/2018
- Figura 6: foto estratta dal sito https://www.wedemain.fr/L-hologramme-de-Melenchon-n-avait-rien-de-revolutionnaire-la-preuve-avec-ces-trois-start-up_a2513.html, visitato in data 03/06/2018
- Figura 7: foto estratta dal sito <https://www.rollingstone.it/musica/news-musica/liberato-il-nuovo-video-jette-voglio-bene-assaje/2018-05-03/#Part1>, visitato in data 03/06/2018

ABSTRACT

Il famoso semiologo e pensatore Umberto Eco pose qualche anno fa, durante un convegno sulla comunicazione politica, una domanda alla platea: in che modo è possibile tornare al silenzio?

Il quesito di Eco partiva dalla considerazione che ai nostri tempi il “rumore”, ovvero l’eccesso informativo e l’invasione mediale di tutte le dimensioni della nostra quotidianità, ha annullato il silenzio ed inibito il “mormorio”, il “*word of mouth*”, il chiacchiericcio.

La dimensione del silenzio è un filo rosso che lega insieme differenti ambiti consentendo una riflessione ampia e capace di toccare soggetti apparentemente non collegati tra loro.

L’obiettivo di questo elaborato è indagare quale ruolo gioca l’assenza di comunicazione e l’assenza nella comunicazione, in un ambito politico e non solo.

Il lavoro svolto in questo scritto è stato realizzato ricorrendo a fonti bibliografiche storiche, sociologiche ed attinenti al campo degli studi sulla comunicazione. Le fonti bibliografiche sono state poi integrate con il ricorso ad un’ampia sitografia.

L’idea di trattare questo argomento scaturisce dalla domanda di Umberto Eco ma anche da un prodotto derivante dallo stesso “rumoroso” mondo accennato dal noto semiologo.

Tale ispirazione è “*The Young Pope*” una serie televisiva creata dal regista Premio Oscar Paolo Sorrentino ed andata in onda per la prima volta su *Sky* tra ottobre e novembre 2016. Il protagonista di questo *serial* è un giovane cardinale statunitense di nome Lenny Belardo che a quarantasette anni diventa papa assumendo la carica con il nome di Pio XIII.

Lenny, interpretato dall’attore britannico Jude Law, è un uomo di fede ed il suo vissuto personale è legato a doppio filo alla dimensione dell’assenza, la quale è posta al centro dell’impianto narrativo della serie. Nella produzione di Sorrentino infatti si ha una declinazione di tale argomento in tre differenti forme, ovvero l’assenza di Dio, l’assenza dei genitori e l’assenza del papa.

Pio XIII è infatti un orfano abbandonato dal padre e dalla madre in tenera età e che attraversa una profonda crisi di fede proprio nel momento in cui viene chiamato ad essere la guida spirituale della Chiesa cattolica.

In tal senso si ha una duplice assenza interna percepita dal protagonista, quella dei genitori e quella di Dio, alle quali però si contrappone un’assenza esterna. Lenny Belardo decide infatti di adottare una precisa strategia mediatica e spirituale nel corso della serie, scegliendo di negarsi al mondo, non mostrandosi in pubblico e non comunicando con l’esterno.

Questa assenza del papa dalla scena risponde infatti ad un progetto dotato di un duplice obiettivo: attirare l’attenzione morbosa del mondo e ricollocare il mistero al centro della Chiesa riportando così i fedeli verso di essa. La serie di Sorrentino si caratterizza quindi per la presenza di un personaggio carismatico e non

convenzionale, arcaico e tradizionale nel pensiero quanto moderno nella conoscenza delle logiche mediali e comunicative.

L'analisi della produzione sorrentiniana permette di distinguere l'assenza di comunicazione in due differenti piani, ovvero quello tattico e quello strategico.

Per assenza tattica si intende la costruzione della *suspense*, ovvero un insieme di comportamenti e di azioni che mira a costruire attesa e curiosità. Tale dimensione prende in considerazione un lasso di tempo breve, distinguendosi in questo dall'assenza strategica, la quale ha una visione generale e di lungo periodo.

L'assenza strategica infatti non mira alla sola costruzione del senso di attesa ma è funzionale ad obiettivi di ampio respiro.

Nel corso della serie Papa Pio XIII adotterà entrambi i piani dell'assenza, ricorrendo alla strategia di negarsi in pubblico per raggiungere i suoi obiettivi; allo stesso tempo il protagonista ricorre all'assenza tattica, costruendo l'attesa nei cardinali che lo hanno proclamato papa. Il rituale secolare della Chiesa infatti vuole che dopo l'elezione il nuovo pontefice tenga un discorso al conclave che lo ha eletto; in tal senso Papa Pio XIII posticipa questo appuntamento per mesi, imponendo a tutti i cardinali di restare in Vaticano, costruendo in tal modo il senso di attesa ed imponendo il proprio volere ai sottoposti. In questo modo di agire l'uso dell'assenza tattica determina quindi anche un rafforzamento della propria autorità religiosa oltre che la realizzazione di un sentimento di *suspense*.

Allo stesso tempo anche l'assenza strategica produce effetti concreti e consente di ottenere risultati, poiché Papa Pio XIII durante un confronto con il presidente del Consiglio italiano (interpretato nella serie dall'attore Stefano Accorsi), utilizza la sua assenza dalla scena pubblica come un'arma politica e diplomatica.

Il presidente italiano intende infatti portare avanti un pacchetto di riforme su temi sensibili per la Chiesa, come l'aborto, il divorzio, l'eutanasia e le unioni tra coppie omosessuali. Il Papato di Pio XIII non gode nel corso della serie di manifestazioni di consenso da parte dell'opinione pubblica italiana ed internazionale, poiché Lenny Belardo, pur rifiutandosi di apparire in pubblico, diffonde comunicati ed esternazioni di stampo oscurantista e reazionario, condannando il comportamento dei fedeli per il loro disinteresse nei confronti di Dio. La Chiesa appare quindi indebolita ed il governo italiano sembra avere l'opportunità di portare avanti riforme radicali; ma in questo quadro sfavorevole Lenny Belardo utilizza l'assenza come arma politica, minacciando il presidente del Consiglio di apparire in pubblico poche settimane prima delle elezioni per offrire rassicurazione ai fedeli e riattivare il *non expedit*, lo storico provvedimento della Chiesa sancito da Pio IX nel 1874 e che dichiarava come inaccettabile la partecipazione dei cattolici italiani agli appuntamenti elettorali.

La concretizzazione di questo scenario presentato dal giovane papa produrrebbe così degli effetti diretti sul consenso del presidente del Consiglio, il quale perderebbe un consistente numero di voti nell'elettorato cattolico italiano. Più che una reale intenzione quella del personaggio di Sorrentino consiste in un'arma diplomatica necessaria per intimorire il proprio avversario e dissuaderlo dal portare avanti il proprio pacchetto di riforme; tale obiettivo verrà raggiunto, dato il concludersi in un nulla di fatto dei propositi di riforma del presidente italiano.

“*The Young Pope*” offre così degli spunti interessanti sul ricorso alla negazione della propria immagine come dispositivo per il raggiungimento di certi obiettivi; occorre dire che quanto si era prefissato di ottenere il protagonista della serie non sarà raggiunto, poiché se da un lato la grande attenzione e la curiosità morbosa verso la Chiesa ed il suo papa verranno realizzate, occorre anche sottolineare che i toni cupi e reazionari utilizzati da Papa Pio XIII produrranno anche il fallimento dell’obiettivo di ricollocare il mistero al centro della comunità religiosa, causando così una fuga dei fedeli piuttosto che un riavvicinamento.

La costruzione narrativa realizzata da Sorrentino ed il complesso personaggio di Lenny Belardo invitano ad azzardare un confronto tra il papa reale ed il papa mediale della serie.

Per quanto possa forse apparire ardito un simile paragone, i due papi risultano interessanti da confrontare perché adottano entrambi strategie comunicative non convenzionali per il Vaticano.

Se infatti il papa immaginario di Sorrentino si nega totalmente al mondo e basa sull’assenza dell’immagine la sua strategia comunicativa e spirituale, Papa Francesco riesce con la sua figura a costruire un sentimento di fiducia nei fedeli e tra essi e i non credenti.

Lenny Belardo espone posizioni cupe, reazionarie ed oscurantiste, mentre Bergoglio offre calore umano, simpatia e comprensione a chi ascolta. Il papa immaginario di Sorrentino costruisce una Chiesa verticale con una logica *top-down* estremizzata, dove il vertice nemmeno si mostra alla base ed anzi la giudica e sanziona negativamente; Papa Francesco invece struttura una Chiesa orizzontale ed inclusiva in cui la figura del pontefice è forza aggregante ma che allo stesso tempo non fa cadere in secondo piano la comunità.

Con le sue uscite imprevedibili e con i suoi gesti normali in occasioni pubbliche, Bergoglio riesce quindi a costruire lo straordinario dall’ordinario.

Non meno importante è l’approccio dei due papi rispetto alle logiche mediali, poiché se infatti Lenny Belardo disprezza il mondo dei media, negandosi ad esso, il giovane papa dispone allo stesso tempo di capacità manipolatorie e strategiche nella gestione di questi attori, mostrandosi in tal senso più simile ad un politico moderno che a un pontefice. Bergoglio invece agisce in pubblico, davanti ai mezzi d’informazione come se essi non esistessero, disintermediando a modo suo la comunicazione ed offrendo la sensazione di sincerità ed umanità a chi osserva.

Nella letteratura scientifica alcuni studiosi sostengono la tesi delle presidenze delle repubbliche quali forme secolarizzate del papato. Tra i contributi più interessanti a questa teoria vi è quello dello storico tedesco Ernst Kantorowicz, il quale nella sua opera “*I due corpi del Re*” tratta le analogie tra Chiesa e Stato e pone la distinzione tra corpo naturale e corpo mistico.

Per corpo naturale si intende la dimensione umana della guida di un’istituzione, cioè il sovrano per lo Stato ed il papa per la Chiesa. Con corpo mistico si intende invece un ambito “immortale” ovvero la carica e l’universo simbolico e valoriale che essa determina.

Nell’evidenziare i punti comuni tra questi due monoliti della storia, l’autore ricorre alla teoria del *duplex corpus Christi*, ovvero una riflessione secondo la quale la Chiesa disporrebbe di un duplice corpo non naturale,

cioè il corpo fisico di Cristo ed il corpo mistico di Cristo, intendendo con quest'ultimo la Chiesa come istituzione collettiva.

Kantorowicz sottolinea che la teoria del *duplex corpus Christi* non è stata traslata alla dimensione statale per intero, poiché il sovrano non è immortale ma soggetto al decadimento del trascorrere del tempo; mentre la Chiesa dispone di un corpo naturale ed un corpo mistico dotati di immortalità, essendo Cristo il figlio di Dio, lo Stato non dispone di queste caratteristiche e di conseguenza necessità di rivestire il corpo naturale del sovrano del corpo mistico dello Stato, il quale assume il nome di corpo politico. Tale corpo possiede i suoi simboli, i suoi rituali e cerimoniali, esattamente come il corpo mistico della Chiesa.

Kantorowicz cita nella sua opera altri due contributi interessanti rispetto alla teoria delle presidenze delle repubbliche. Il primo è quello offerto da Giovanni di Salisbury sul *rex imago aequitatis*, intendendo con tale espressione il ruolo del re come immagine dell'equità e della giustizia e l'esistenza di due categorie distinte, ovvero la *persona publica* e la *privata voluntas*. Il secondo è il pensiero di Pierre Dubois, il quale tra Duecento e Trecento sosteneva l'idea che il principe non dovesse scendere sui campi di battaglia ma restare a palazzo a costruire le condizioni per il futuro della sua dinastia, ponendosi come invisibile e governando tramite un efficiente sistema informativo.

Questi spunti, insieme ad altri contributi, influenzarono i lavori dell'Assemblea costituente ed in particolare della Commissione dei 75 nella forma della seconda sottocommissione sull'organizzazione costituzionale dello Stato, al momento della definizione della Presidenza della Repubblica. Tale figura è stata definita in maniera diversa da molti illustri esponenti e studiosi, come Meuccio Ruini, il quale descriveva il Quirinale come un soggetto che rappresenta e impersona continuità ed unità della nazione, la permanente forza dello Stato posta sopra le variabili maggioranze, un'istituzione monocratica che è consigliere, ma anche soggetto capace di influenzare e persuadere, capo spirituale e coordinatore delle varie attività. Ma secondo Ruini era necessario che per poter compiere queste funzioni il Presidente della Repubblica avesse una posizione consolidata all'interno del sistema costituzionale, ed in tal senso occorre sottolineare che la capacità di incidere del presidente non è determinata solo dai suoi poteri formali ma da due altre variabili, ovvero la stabilità del sistema politico e la personalità dell'inquilino del Quirinale.

Il Quirinale è un potere quasi invisibile, fundamentalmente silente e ritenuto da molti neutro e sopra le parti, ma capace ad intervenire pubblicamente quando le circostanze lo richiedono. In tal senso la personalità dei vari presidenti ha inciso sull'istituzione già a partire dal primo presidente della Repubblica, il Capo Provvisorio dello Stato Enrico De Nicola, il quale si trovò a dover interpretare un ruolo totalmente nuovo, finendo così per seguire il modello del sovrano che lo aveva preceduto, mentre la Costituzione era ancora in fase di scrittura durante il biennio 1946-1948.

Il suo successore al Colle Luigi Einaudi (1948-1955) seguì la linea notarile inaugurata da De Nicola, ma utilizzando formule più creative sul piano comunicativo; il presidente era infatti solito scrivere articoli critici nei confronti del governo e dei provvedimenti parlamentari, facendoli pubblicare ricorrendo ad uno pseudonimo, in modo tale da evitare polemiche dirette ma facendo comunque arrivare il messaggio.

Giovanni Gronchi (1955-1962) da parte sua fu meno diplomatico entrando spesso nelle questioni politiche riguardanti il governo ed attuando un vero e proprio progetto politico, tentando di far spostare la Dc verso il Psi, svolgendo il ruolo di facilitatore di nuove alleanze e formule politiche. Allo stesso tempo Gronchi conduceva una politica estera parallela che creò non pochi imbarazzi ai vari governi in carica sotto il suo settennato. In quella fase Giuseppe Maranini, giurista e pubblicitista, definì i poteri del Presidente della Repubblica come “dormienti”, intendendo dire che il Quirinale può provare a portare avanti dei progetti innovativi ma non è detto che abbia la forza necessaria per riuscire a realizzarli.

Procedendo sul percorso politico del Centro-Sinistra, il Presidente Antonio Segni (1962-1964) si impegnò per evitare uno scivolamento verso il Pci, dotandosi inoltre di un proprio gruppo ristretto di collaboratori al Quirinale, imponendo le sue nomine al governo e legandosi personalmente con settori dell'esercito e del Sifar. Ma la personalità del Presidente Segni si dimostrò influenzabile, come testimoniato dalla vicenda del Piano Solo organizzato dal generale Giovanni De Lorenzo, una strategia che prevedeva l'occupazione dei centri nevralgici dello Stato e l'arresto di una lista di individui ritenuti pericolosi. Questo progetto rientrava nella generale crisi del primo Governo Moro (1963-1964), ma con la soluzione politica dello stallo il piano non vide mai la luce. L'esperienza al Quirinale di Segni terminò anticipatamente quando, in seguito ad una feroce discussione con Moro e Saragat nell'agosto del 1964 il presidente fu vittima di una trombosi cerebrale che causò la fine della sua vita politica attiva e le dimissioni qualche mese dopo.

Il suo successore Giuseppe Saragat (1964-1971) era espressione massima della partitocrazia ed in tal senso egli seppe guidare gli equilibri coalizionali dal Colle, favorendo la fusione tra Psi e Psdi per far nascere il Psu (Partito socialista unitario), concependo il suo ruolo in continuità con quello che esercitava come capo partito. Saragat fu uno dei presidenti che più esternava dichiarazioni dal Colle, un comportamento oggetto di numerose critiche sia da parte dei partiti che dalla stampa.

Dopo l'interventismo politico di Gronchi, la negativa capacità di farsi condizionare di Segni e l'interferenza coalizionale di Saragat, la Dc stabilì un nuovo criterio per la scelta del presidente: l'alternanza tra un laico ed un cattolico. Dopo il laico Saragat era giunto il turno di un cattolico, un democristiano che venne individuato nella figura di Giovanni Leone (1971-1978). Leone doveva essere secondo la partitocrazia un notaio che non interferisse troppo con le decisioni della politica, ed in tal senso il presidente rispose alle richieste dei partiti sciogliendo le Camere nel 1972, anticipando per la prima volta la fine di una legislatura.

I partiti si erano ormai impadroniti dello Stato e nonostante Leone cercasse di porsi come garante dell'unità nazionale, egli non disponeva né di leadership né delle capacità comunicative necessarie per contrastarli.

Nel rapporto con l'opinione pubblica Leone ricorreva ad un modo di porsi da vecchio notabile, utilizzando il silenzio davanti alle accuse e alle critiche mosse dal mondo della stampa e della politica. Il presidente non riuscì neppure a svolgere una funzione di garante dell'unità nazionale durante il Caso Moro, sostenendo la linea della trattativa ed attirandosi così numerose critiche. Il settennato di Leone finì prima del tempo a causa delle accuse legate allo scandalo *Lockheed*, per il quale non venne attivata nemmeno la messa in stato d'accusa, poiché bastarono le pressioni dei partiti per fargli lasciare il Colle.

Tra la fine degli anni '70 e durante gli anni '80 si assiste all'indebolimento del ruolo degli Stati e all'aumento della dimensione europea, parallelamente alla crescita della globalizzazione. La perdita di forza dello Stato produce il venir meno degli attori che lo avevano occupato, cioè i partiti politici. Il sistema dei partiti si trovò in poco tempo a perdere il controllo di quelle leve del consenso che gli avevano garantito stabilità elettorale nei decenni precedenti, ma nonostante questo quadro essi tentarono di eleggere al Quirinale un presidente notaio. Sandro Pertini (1978-1985) venne eletto in sedicesimo scrutinio con la più ampia maggioranza di sempre, 832 schede su 995; questo ampio consenso gli permise di godere di una legittimazione che nessun presidente aveva mai avuto prima, ed in tal senso Pertini colse subito la possibilità di ritagliarsi uno spazio che nessun presidente prima di lui era riuscito ad avere. Il presidente partigiano tentò quindi la costruzione di una Presidenza della Repubblica che fosse la Presidenza degli italiani e non solo quella dell'unità nazionale, stabilendo un rapporto diretto e fisico con i cittadini, disintermediando la funzione dei partiti politici.

Il carattere di Pertini gli permise di riuscire dove Gronchi, Saragat e Segni avevano fallito, stabilendo un rapporto con gli italiani che era certamente di stampo populista, ma che era percepito come autentico ed umano ed in estrema contrapposizione con una politica dei partiti vista come non sincera. Il presidente non svolse il ruolo di notaio silenzioso ma anzi si caratterizzò per un forte protagonismo intervenendo ogni volta che la situazione lo richiedeva. La Presidenza di Pertini fu quindi estremamente mediatica e piena di "grandi eventi" carichi di una forte dimensione simbolica, come la sua presenza ai Mondiali di calcio di Spagna '82 sugli spalti del Santiago Bernabéu di Madrid nelle vesti di presidente tifoso, oppure nei momenti tragici come la vicenda della morte di Alfredo Rampi, il bambino precipitato in un pozzo a Vermicino nel giugno del 1981, un evento seguito da una diretta televisiva di oltre 18 ore.

La fine del mandato presidenziale di Pertini pose il problema della sua eredità, portando molti a pensare che non fosse più possibile tornare ad un Quirinale silenzioso e che lasciasse spazio ai partiti politici.

Le forze politiche provarono comunque a rendere Pertini solo una parentesi nella storia della Presidenza della Repubblica nominando Francesco Cossiga (1985-1992) il quale, dopo una prima parte di mandato in cui lasciò ampio spazio ai partiti, con la caduta del muro di Berlino del 1989 e la fine della Guerra fredda cambiò approccio, impostando una comunicazione fatta di dichiarazioni forti e corrosive nei confronti della partitocrazia. Il presidente si guadagnò così l'appellativo di "picconatore" e con le sue esternazioni tentò di avviare una nuova fase per il Paese, lavorando allo stesso tempo in Parlamento per costituire un suo schieramento presidenziale per portare avanti le riforme. Il suo progetto tuttavia fallì e le "picconate" produssero soltanto un'accelerazione del declino dei partiti, senza produrre un cambiamento in positivo.

L'avvio della Seconda Repubblica, con le stragi di Via D'Amelio e di Capaci, la campagna referendaria di Segni, la fine dell'URSS e la conseguente trasformazione del Pci in PDS, l'avvio di Mani Pulite ed il generale tracollo della partitocrazia, portarono il Quirinale a rivestire un ruolo di assoluta centralità.

In questa fase complessa divenne presidente Oscar Luigi Scalfaro (1992-1999), il quale si trovò a guidare la sola istituzione rimasta autorevole e meritevole di fiducia, ma il problema era che essa non aveva i poteri formali per compensare allo sgretolamento del sistema politico.

Scalfaro fu così il primo presidente ad avere la forza di “coabitare” l’esecutivo e capace di ampliare verso nuovi confini la dimensione mediatica del Quirinale tenendo contatti costanti con il mondo dell’informazione; non è infatti un caso se le esternazioni pubbliche della Presidenza Scalfaro siano state estremamente più numerose di quelle dei suoi predecessori: Pertini aveva “esternato” 341 volte e Cossiga 736, Scalfaro arrivò a 967 mostrando un forte attivismo comunicativo.

In quel periodo infatti il Quirinale uscì totalmente dal silenzio e dalla sua dimensione terza e assunse a sé una funzione di coabitazione del governo, mantenendo tuttavia la propria irresponsabilità politica e formale.

Lo scontro tra Colle e politica divenne forte quando nel 1994 Silvio Berlusconi vinse le elezioni contrapponendo la sua leadership carismatico-plebiscitaria alla visione dello Stato di Scalfaro.

Con la fine del settennato di Scalfaro caratterizzato da un ruolo estremamente attivo ed impegnato del presidente, necessario per supplire al venir meno della politica in una fase di profondo cambiamento e di passaggio dalla Prima alla Seconda Repubblica, quello che appariva necessario era un consolidamento del sistema dei partiti nel nuovo schema maggioritario ed un ritorno del Quirinale ad una funzione notarile.

Carlo Azeglio Ciampi (1999-2006) è stato il primo presidente non proveniente da una delle grandi famiglie politiche italiane ed il primo privo di una storia personale propriamente politica. La sua presidenza si caratterizzò per un forte senso della patria legato a doppio filo con una funzione “educativa” degli italiani.

Ciampi durante il suo settennato si trovò comunque ad essere chiamato in causa da entrambi gli schieramenti, poiché da un lato l’opposizione chiedeva spesso al Quirinale di intervenire sulla stesura delle leggi con un’opera di persuasione o di rinviare i provvedimenti alle Camere, dall’altro si ripresentò il confronto con la leadership berlusconiana, un punto su cui Ciampi evitò lo scontro diretto pur definendo i margini d’azione del Colle. Il successore di Ciampi al Quirinale fu Giorgio Napolitano, il quale venne eletto con una delle maggioranze più basse della storia dell’elezione del Presidente della Repubblica.

Il settennato di Napolitano può essere diviso in due distinte fasi in cui il presidente è passato dal ruolo del silente notaio a quello del capo di una “repubblica monarchica”. Se infatti durante il periodo 2006-2010 Napolitano si è limitato ad incaricare i Governi Prodi e Berlusconi, in quanto chiari vincitori delle tornate elettorali 2006 e 2008, limitandosi poi ad accompagnare con esternazioni i provvedimenti dei governi senza grosse pressioni o ingerenze sulle scelte degli esecutivi, dal 2011 il quadro è cambiato profondamente.

La crisi del Governo Berlusconi caduto sotto i colpi della crisi economica, delle pressioni internazionali sulle difficoltà del debito pubblico italiano, insieme agli scandali personali del Cavaliere, hanno imposto a Napolitano un forte interventismo sulla scena politica italiana, dando vita al governo di Mario Monti per guidare l’Italia fuori dalla crisi. Quando poi nel 2013 in seguito alla scadenza del suo mandato presidenziale, lo stallo politico sulla scelta del suo successore portò alla proposta di un bis al Quirinale, Napolitano decise di accettare, determinando così un precedente storico.

Quanto accaduto durante l’esperienza di Giorgio Napolitano sottolinea come la Presidenza della Repubblica sia un’istituzione profondamente influenzata dalla personalità dell’inquilino del Quirinale e di come tra le due

variabili dei poteri formali del presidente e della stabilità del sistema politico, il ruolo presidenziale possa assumere forme variabili.

Esempio di questo sono le consultazioni, il vero rito laico della Repubblica italiana durante il quale il Quirinale diviene centro nevralgico e luogo in cui si forma il nuovo governo.

Nel corso dei decenni della storia repubblicana differenti strumenti sono stati introdotti durante la pratica delle consultazioni, tra questi è possibile citare il “mandato esplorativo” adottato per la prima volta dal Presidente Saragat nel 1966 e che consiste in un incarico che viene conferito ad una figura, spesso istituzionale come il presidente della Camera o del Senato, per verificare l’esistenza di una maggioranza necessaria per formare un governo. Tale strumento è stato utilizzato frequentemente nel corso della Prima Repubblica e in misura limitata durante la Seconda, ma esso è ricomparso recentemente durante le consultazioni per la nascita del Governo Conte nel 2018. Rispetto alla dimensione dell’assenza occorre dire che le consultazioni sono la massima espressione di costruzione dell’attesa che il Quirinale riesca a produrre, un vero e proprio esempio di uso tattico, poiché con tale pratica tutta l’attenzione mediatica e dei cittadini è concentrata sul Colle il quale torna ad essere il riferimento assoluto, lo snodo fondamentale della Repubblica italiana.

Sul tema delle consultazioni è possibile citare quanto sostenuto da Norberto Bobbio nella sua opera *“Il futuro della democrazia”*, nella quale si afferma che uno dei presupposti del modello democratico è che esso consiste nel *“governo del potere pubblico in pubblico”*. L’esercizio del governo in una dimensione segreta ha infatti a che fare con uno Stato assoluto e non con un regime democratico, ed in tal senso il Presidente della Repubblica è un capo di Stato e ricopre nel nostro ordinamento un ruolo che in altri paesi europei è ricoperto da sovrani.

Le consultazioni sarebbero quindi una prassi che ha connotati monarchici e più affini a quelli di un sovrano che a quelli di un presidente, ma rispetto al tema della rappresentanza e della dimensione pubblica della discussione, Carl Schmitt sosteneva che non può esservi la prima senza la presenza della seconda, ed in tal senso le consultazioni al Quirinale sembrano essere una contraddizione parziale della tesi di Schmitt, in quanto esse hanno una parte iniziale e dirimente in una dimensione privata e segreta e solo secondariamente una dimensione di pubblicità.

Le consultazioni al Quirinale si collocano all’interno di una visione della Presidenza della Repubblica come snodo fondamentale di tutte le controversie politiche ed istituzionali italiane. Lo sviluppo dell’istituzione nel corso della storia della Repubblica si è caratterizzato per il progressivo consolidamento della popolarità e della fiducia da parte degli italiani in questa istituzione, la quale incarna i valori dell’unità, della Repubblica, della democrazia e della nazione. In una ricerca di Paolo Segatti e Cristiano Vezzoni riguardante il senso di efficacia politica dei cittadini è infatti emerso che il Quirinale è un’istituzione che gode di un elevato tasso di fiducia rispetto ad altri soggetti che svolgono una funzione politica. I due autori sottolineano l’importanza del grado di conflittualità come elemento determinante nello stabilire di quanta fiducia gode un’istituzione e sottolineano come il Quirinale, pur essendo un’istituzione politica, possiede una ridotta conflittualità, grazie alla sua posizione di terzietà e di arbitro sopra le parti.

Venendo a soggetti più propriamente conflittuali, la politica italiana nel corso della storia della Repubblica ha visto grandi cambiamenti nello stile comunicativo e nei contenuti espressi.

Tali cambiamenti possono essere analizzati tenendo in considerazione due dimensioni ovvero la comunicazione e l'ideologia, ed in particolare osservando come si sia sviluppata la comunicazione politica nel corso del tempo.

A tal proposito risulta importante il contributo offerto da Jay Blumler e Dennis Kavanagh, i quali nel 1999 pubblicarono un articolo dal nome "*The third age of political communication*" distinguendo in tre fasi storiche: una prima fase collocabile negli anni Quaranta e Cinquanta del Novecento e che si è caratterizzata per un forte ricorso all'ideologia e per una comunicazione politica di tipo locale ed interpersonale; una seconda fase negli anni Sessanta e Settanta, che ha visto l'esplosione del mezzo televisivo capace di modificare il rapporto tra cittadini ed elettori ed una terza fase, che prende avvio negli anni Novanta e che si fonda sulla rivoluzione di Internet. Nel 2009 Blumler, Coleman e Gurevitch, evidenziarono l'avvio di una quarta fase caratterizzata dalla sempre maggiore pervasività delle ICT e dalla possibilità data dal Web 2.0 di offrire un uso ampio a tutti i cittadini e non solo a gruppi imprenditoriali organizzati. Oltre a questo aspetto gli autori pongono attenzione anche sul calo del ruolo del servizio pubblico nell'informazione e sulla ridefinizione del rapporto tra pubblico e privato, il quale configura una nuova visione della cittadinanza e uno straripamento del concetto di "politico", il quale non è più confinato al campo delle istituzioni ma invade ogni argomento.

Simile alla periodizzazione di Blumler e Kavanagh è quella proposta da Pippa Norris, la quale ponendo attenzione sullo sviluppo storico delle campagne elettorali, distingue tre fasi della comunicazione elettorale: la prima fase è quella premoderna che prende avvio a metà Ottocento e dura fino a metà del Novecento.

Le caratteristiche della fase premoderna sono del tutto simili a quelle individuate da Blumler e Kavanagh, ma per quanto riguarda l'Italia esse si manifestano solo negli anni Quaranta e Cinquanta del Novecento, ovvero dopo la fine della Seconda Guerra Mondiale e la caduta del regime fascista. La seconda fase individuata da Norris è quella moderna ed essa coincide con l'esplosione del mezzo televisivo, collocandosi nel periodo anni Sessanta – Ottanta. In Italia questa fase inizia a manifestarsi compiutamente negli anni Ottanta, ma troverà la sua piena affermazione con la discesa in campo di Silvio Berlusconi nel 1994.

La terza ed ultima fase individuata da Norris è quella postmoderna la quale si caratterizza per un ampio armamentario comunicativo fatto di televisione, stampa, radio e ricorso alla Rete e *social network*.

La tendenza che si è manifestata nel passaggio da una fase all'altra segue la direzione di una riduzione del ruolo delle ideologie e dei partiti politici, in favore della comunicazione e dei leader.

In tal senso in Italia per circa trent'anni, ovvero dal Secondo Dopoguerra fino agli anni Ottanta, si è assistito ad un sistema politico caratterizzato dalla centralità dell'ideologia e dei partiti. Questi ultimi avevano assunto la forma di vere e proprie "Chiese laiche", con i propri linguaggi, i propri riti, i propri momenti collettivi ed immagini simboliche. Questo lungo periodo di circa trent'anni si è caratterizzato per quello che Parisi e Pasquino hanno definito "voto di appartenenza", ovvero un comportamento elettorale stabile nel tempo e caratterizzato da una forte dimensione identitaria.

In un simile quadro gli esponenti politici non avevano la necessità di invadere la scena mediatica presenziando sui mezzi di informazione, da un lato perché l'ideologia svolgeva già un ruolo di strutturazione del consenso, dall'altro perché la dimensione collettiva del partito politico era posta davanti al singolo individuo. Il sistema dei media italiano è inoltre stato per lungo tempo caratterizzato da connotati tradizionali, con un'informazione basata essenzialmente su stampa di partito o collaterale alla politica e su un servizio televisivo in mano pubblica e basato su un ristretto numero di canali.

Quando i politici si presentavano davanti ai mezzi di informazione essi adottavano un atteggiamento pedagogico nei confronti degli elettori, venendo trattati dai media come esperti della materia.

La distinzione tra la dimensione pubblica e quella privata era ben definita, sia nel mondo della politica, che nei mezzi di informazione, che nella società. I partiti politici mobilitavano milioni di sostenitori sulla pubblica piazza, in manifestazioni collettive su temi che la politica stessa definiva come prioritari.

Questo quadro di forte ideologia, mobilitazione collettiva e nettezza tra la dimensione pubblica e privata, iniziò però ad entrare in crisi già tra la fine degli anni Sessanta, con le esperienze dei movimenti studenteschi ed operai e durante gli anni Settanta, un decennio caratterizzato da crisi economica e calo del sentimento di appartenenza. Gli anni Ottanta hanno cambiato radicalmente il quadro poiché si è trattato di un periodo storico di forte crescita economica e benessere diffuso, durante il quale si è manifestato quello che è stato definito con il termine "riflusso", ovvero la tendenza da parte degli individui ad abbandonare la grande partecipazione pubblica per coltivare la propria sfera privata e dedicarsi allo svago.

Si afferma così una stagione fatta di esaltazione delle apparenze, di narcisismo ed in generale di una "soggettività di massa", intesa come la tendenza diffusa da parte dei singoli al voler ottenere l'autoaffermazione ma sempre seguendo schemi largamente condivisi nella società.

Inizia così un processo inarrestabile che porterà dall'assenza del privato sulla scena pubblica, all'assenza della dimensione stessa del privato.

Dopo la sconfitta elettorale del 1976 il Psi di Craxi coglie per primo i cambiamenti in atto nella società italiana, ed in tal senso decide di mutare la propria identità. Il Psi cambia così il proprio simbolo ed inizia a curare i propri appuntamenti pubblici con uno stile americano e spettacolare. La forza socialista diventa un vero e proprio "partito vetrina", in cui tutti esibiscono sé stessi e desiderano autoaffermarsi e scalare le posizioni nella società. Il privato entra prepotentemente in pubblico, come nel caso del ministro Gianni De Michelis, il quale non nasconde la sua passione per il ballo e le discoteche, ma anzi la esibisce per accattivarsi i segmenti di elettorato più giovani.

La dimensione ideologica perde la sua presa, il corpo politico di Kantorowicz viene meno, ed in tal senso i politici si trovano costretti a riempire il vuoto colmandolo con la propria presenza fisica sulla scena, con l'immagine ed il corpo naturale. La discussione tra pubblico e privato però riguarda anche gli altri partiti ed in tal senso il Pci di Berlinguer affronta questo tema, anche se in colpevole ritardo. La posizione dei comunisti durante gli anni Settanta era caratterizzata da una visione austera, che condannava l'apparenza ed il consumismo spinto. Tale posizione perde di presa negli anni Ottanta ed il Pci non riesce né a produrre un

cambiamento della sua visione né a cogliere veramente i mutamenti in atto nella società italiana. Così facendo il partito comunista finisce per concentrarsi solo su sé stesso, diventano un fine e non un mezzo e perdendo la sua funzione di strumento per raggiungere obiettivi collettivi ed individuali.

Ma la vera protagonista degli anni Ottanta è la televisione con la sua capacità di ridefinire completamente i canoni, i tempi ed il linguaggio della classe politica; quest'ultima accetta di comparire in contenitori televisivi nuovi per accattivarsi il consenso degli elettori. Il primo esempio del cambio di atteggiamento dei politici rispetto al mezzo televisivo è la comparsa di Giulio Andreotti nel 1976 alla trasmissione “*Bontà loro*”, il programma di intrattenimento di Maurizio Costanzo che ricostruiva gli aspetti stilistici e le dinamiche proprie di un salotto familiare.

Da quella prima esperienza molti altri programmi nasceranno e si caratterizzeranno per l'inserimento di elementi di tipo privato, come per esempio “*Portobello*” di Enzo Tortora o i primi *talk show* come “*Aboccaperta*” di Gianfranco Funari o “*Samarconda*” di Michele Santoro. In questi programmi saranno introdotte importanti novità, come la presenza del pubblico in sala e la possibilità di porre domande dirette ai politici. In tal senso la politica perde la sua sacralità, il rumore della folla entra negli studi e in alcuni casi, come nelle trasmissioni di Funari e Santoro, vengono messe in campo delle logiche che non sono solo televisive ma anche politiche. Si ha infatti l'invenzione della “piazza”, da porre in contrapposizione alla politica, esaltando le presunte qualità della prima e delegittimando la seconda. In questo modo si afferma una dinamica di stampo populista nella televisione, che vede nella società civile la vera detentrica del corpo politico di Kantorowicz.

La politica si presenta quindi in televisione, si esibisce, si autoconfessa, mettendo in piazza il proprio privato per avvicinarsi agli elettori, producendo così un effetto di abbassamento che la espone alla delegittimazione.

La Seconda Repubblica nasce in seguito all'insieme di accadimenti storici che stravolgono l'Italia ed il mondo tra la fine degli anni Ottanta ed i primi anni Novanta: la caduta del muro di Berlino, la fine dell'Urss, la campagna referendaria di Segni, l'approvazione delle nuove leggi elettorali a carattere maggioritario, gli attentati terroristici, le indagini di Mani Pulite, tutti questi elementi travolgono la politica della Prima Repubblica, imponendo alle forze politiche di cambiare per non morire. Per alcune di loro non ci fu scampo, come per il Psi di Craxi, mentre per altre come la Dc, il Pci e il Msi fu necessario cambiare profondamente la propria identità.

L'apertura di questi spazi portò all'affermarsi di soggetti politici nuovi come la Lega Nord di Umberto Bossi e Forza Italia di Silvio Berlusconi. La discesa in campo dell'imprenditore milanese ha segnato la definitiva rottura della distinzione tra la dimensione privata e quella pubblica, portando inoltre l'universo televisivo privato italiano al governo del Paese. Con Berlusconi si compie così in Italia quella che Bernard Manin definì “*la Democrazia del pubblico*”, ovvero un sistema caratterizzato da una accentuata e crescente personalizzazione della politica, dalla centralità dei media e dal ricorso costante ai sondaggi.

Berlusconi aveva costruito il suo successo imprenditoriale e televisivo seguendo tre parole d'ordine “*stupire, sedurre, rassicurare*” ed in tal senso il suo ingresso in politica seguì queste regole.

La carriera politica del Cavaliere è iniziata con la vittoria del 1994 e dura ancora oggi nel 2018, facendo di lui il leader più longevo d'Europa. In Berlusconi c'è una esposizione del corpo naturale che ha un qualcosa di antico, ma allo stesso tempo è presente del nuovo con la tendenza all'invasione di tutti gli ambiti della società, dalla politica all'editoria, dallo sport allo spettacolo. Questa enorme presenza mediatica di Berlusconi risponde ad una strategia politica che mira a produrre un patrimonio di riconoscibilità nei confronti degli italiani e ad entrare nel loro immaginario collettivo. In tal senso dopo un lungo periodo iniziato nel 1994 e durato fino al 2011 in cui Berlusconi ha seguito questa strategia di iperpresenza mediale sulla scena pubblica italiana, il Cavaliere ha iniziato ad alternare fasi di forte presenza ad altre di silenzio.

Dopo la caduta del suo governo nel 2011 e la nascita dell'esecutivo di Mario Monti, Berlusconi è stato infatti silenzioso e poco presente sulla scena fino alle elezioni politiche del 2013. In quella occasione il Cavaliere ha lanciato una vera e propria offensiva mediatica, riuscendo in poco più di due mesi di campagna elettorale (dal dicembre 2012 al febbraio 2013) a recuperare il 3,4% dei consensi, passando da una stima di voto al 18,2% al dato elettorale per il PdL del 21,6%. Tale risultato è stato possibile sfruttando tutte le arene televisive disponibili e ponendosi sempre con un atteggiamento aggressivo e battagliero.

Berlusconi ha poi imposto temi a lui favorevoli all'interno del dibattito elettorale, ovvero l'abbassamento delle tasse e l'abolizione dell'Imu.

Un simile comportamento comunicativo è stato messo in atto anche per le elezioni politiche del 2018, con Berlusconi impegnato in una campagna elettorale in cui ha cercato di riprendersi la scena dopo un periodo di silenzio e scarsa presenza mediatica; ma il mutato quadro politico, con l'affermarsi della Lega di Matteo Salvini e l'ascesa del Movimento Cinque Stelle guidato da Luigi Di Maio, hanno portato Berlusconi a non essere più l'ago della bilancia come in passato, quando lo spettro politico italiano era diviso tra "berlusconiani" ed "antiberlusconiani". Al dato politico occorre poi aggiungere quello anagrafico, che ha imposto a Berlusconi di annullare molti appuntamenti elettorali, ed anche il declino della televisione come mezzo principale della comunicazione politica, vista la nuova centralità dei *social network* come arena di discussione.

Il risultato alle elezioni politiche del 2018 per Forza Italia è infatti del 14% alla Camera e del 14,43% al Senato, con una perdita rispetto al 2013 del 7,6% per la Camera e del 7,87% al Senato.

La competizione elettorale del 2018 si è caratterizzata quindi per la centralità dai *social network*, i quali devono essere considerati come degli ambienti e non come dei mezzi; un elemento questo che non ha favorito Berlusconi, il quale proviene da un mondo televisivo geneticamente diverso da quello online.

Nel comportamento comunicativo adottato da Berlusconi si può quindi individuare un uso dell'assenza in chiave tattica, con lunghe fasi di silenzio e non presenza sulla pubblica scena, alternato poi da tentativi di mobilitare il proprio elettorato facendo leva sul proprio patrimonio di riconoscibilità e su proposte politiche concrete legate spesso a temi fiscali.

Diverso è invece il discorso per il Movimento Cinque Stelle, un vero e proprio esempio di assenza comunicativa di tipo strategico. Il movimento di Beppe Grillo infatti durante la campagna elettorale per le

politiche del 2013 ha adottato una precisa strategia, negandosi completamente ai media tradizionali, sia televisione che carta stampata.

Tale scelta strategica appare perfettamente coerente con la storia e l'identità del Movimento Cinque Stelle, poiché tale forza politica basa la sua azione su due dimensioni fondamentali, una positiva legata alla volontà di stabilire una nuova relazione tra istituzioni e cittadini, introducendo inoltre meccanismi di democrazia diretta, ed una negativa basata sulla lotta alla "casta", intendendo con essa sia gli altri partiti politici che il mondo dell'informazione. I Cinque Stelle contrappongono così il loro essere un "non partito" alla vecchia classe politica e la dimensione della Rete ai media *mainstream*, basando questa critica su elementi realmente presenti nel sistema italiano. Se infatti si ricorre alla famosa classificazione di Hallin e Mancini si può comprendere come l'Italia rientri nel modello "*mediterraneo o pluralista-polarizzato*", caratterizzato da un forte parallelismo tra media e politica, un dibattito pubblico fortemente connotato ideologicamente, una stampa sostenuta dal finanziamento pubblico ed una televisione pubblica storicamente lottizzata dalle forze politiche. Questi elementi hanno consentito al Movimento Cinque Stelle di costruire la sua identità sulla negazione e la delegittimazione della "casta", comprendendo così in una sola categoria i partiti, la stampa e la televisione. La scelta di negarsi quindi ai salotti dei *talk show*, alle interviste con la stampa e ai telegiornali, ha prodotto un rafforzamento dell'identità del Movimento Cinque Stelle, il quale ha marcato così la sua differenza rispetto agli altri. Il movimento di Grillo ha quindi basato la campagna elettorale del 2013 sul ricorso alla Rete come mezzo di organizzazione e coordinamento degli attivisti e come strumento per rendere noti gli eventi sul territorio, saldando così elementi della comunicazione politica dell'epoca premoderna con altri postmoderni. Occorre tuttavia sottolineare che la scelta di essere assenti in televisione è stata vincente anche rispetto alle logiche mediali, poiché se è vero che i pentastellati non erano presenti nei programmi televisivi, la loro assenza era oggetto di discussione e polemica, ponendoli così sempre al centro della discussione. Allo stesso tempo il negarsi ha attivato meccanismi di curiosità morbosa da parte del mondo dell'informazione, il quale ha dato notizia degli eventi sul territorio del Movimento specialmente nelle settimane conclusive della campagna elettorale. Tale scelta ha pagato elettoralmente portando il Movimento Cinque Stelle a diventare il primo partito alla Camera con il 25,5% alle elezioni politiche del 2013.

L'assenza può quindi presentarsi sia in una forma tattica che strategica, ma queste due dimensioni hanno in comune il fatto di essere dei concetti astratti che per poter essere realizzati necessitano di tecniche.

In tal senso sono stati individuati tre esempi di assenza tecnicamente realizzata e che hanno consentito il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Il primo esempio in questo senso è un video realizzato durante la campagna elettorale di Barack Obama per le Presidenziali USA del 2008, la quale si è caratterizzata per un ricorso ampio ed efficace ai nuovi media, utilizzati per creare mobilitazione politica piuttosto che manipolazione orientata al consenso.

Secondo Cristian Vaccari la forza della campagna di Obama nel 2008 è stata quella di riuscire a coinvolgere un elevato numero di persone e farle sentire parte di un "noi" collettivo e totalizzante. A tal proposito il

semiologo Eric Landowski distingue tra *logica dell'acquisto* e *logica del contratto*, intendendo con la prima un rapporto di tipo verticale e non simmetrico tra le due parti del discorso, in cui un soggetto politico si rivolge ai cittadini elettori; con la seconda si intende invece una dinamica orizzontale in cui il politico si rivolge ai cittadini ma su un piano paritario. In entrambi i casi non vi è simmetria tra le parti poiché è sempre il politico che è soggetto attivo che si rivolge ai cittadini passivi. Occorre poi sottolineare che mentre nella logica dell'acquisto le due parti non si identificano l'una nell'altra, nella logica del contratto questa dinamica è presente, producendo così un cedimento sul piano dell'autonomia di giudizio dei cittadini.

Nella comunicazione politica di oggi appare prevalente la logica del contratto, ma nel caso di Obama quello che Vaccari sottolinea è che le due parti del discorso si fondono tra loro, andando oltre il semplice meccanismo identificativo ed arrivando a formare un "noi" collettivo, il quale non viene realizzato sul momento ma viene assunto come già esistente. Una dimensione collettiva che viene sottolineata nello stesso slogan della campagna, ovvero il celebre "*Yes, We Can*", il quale offre già a primo impatto l'idea di uno scardinamento della comunicazione personalizzata basata solo sul candidato.

A tal proposito il video in questione si intitola "*Charles Meets Barack*", è stato pubblicato il 28 ottobre 2008 ed ha una durata di due minuti e 48 secondi. Il filmato è stato girato in un presidio dei democratici di Boulder una città del Colorado, ed il protagonista del video è Charles, un uomo afroamericano di 86 anni che all'interno del video ricorda i tempi della sua giovinezza vissuta durante la Grande Depressione e di come il Presidente Roosevelt fosse intervenuto per superare quella grave fase di crisi per il Paese. Charles si dichiara elettore democratico da sempre e all'interno del video gli attivisti di Boulder lodano l'impegno dell'anziano uomo per la campagna portandolo come esempio da seguire. Charles racconta di come ha avuto modo di conoscere di persona Obama vincendo un concorso interno del Partito democratico e di essere orgoglioso di avere avuto la possibilità di incontrarlo. In chiusura Charles si emoziona parlando dei giovani attivisti con cui lavora ogni giorno, affermando di considerarli suoi nipoti ed il futuro degli Stati Uniti. Il video termina con il logo della campagna Obama-Biden e con lo slogan "*For the Change We Need*" seguito dal sito www.barackobama.com. Questo filmato potrebbe sembrare un video amatoriale realizzato da un attivista del presidio di Boulder, ma in realtà è un prodotto mediale studiato e progettato dallo staff di Obama. L'effetto di autenticità prodotto nel video è molto forte ma su un punto occorre porre grande attenzione, poiché se è vero che questo filmato è un prodotto mediale funzionale alla campagna elettorale di Obama, l'assente è proprio il candidato democratico. In tutto il video infatti Obama non compare quasi mai, tranne in due brevi frammenti in cui lo si vede parlare con Charles e durante un comizio in pubblico davanti ad una folla di persone.

Obama è quindi praticamente assente nel video con una totale mancanza di parola da parte sua, ma la sua presenza è assolutamente garantita. L'assenza-presenza di Obama in questo filmato è del tutto coerente con l'impostazione della sua campagna in cui il candidato non è il protagonista della storia, ma l'aiutante, una figura di sostegno al "noi" e che si offre come guida verso gli obiettivi che il soggetto collettivo si è posto di raggiungere. L'esempio di Obama 2008 dimostra che ponendo al centro del discorso i valori e le storie

personali dei sostenitori di una causa politica, si può evitare di basare l'intera comunicazione di una campagna elettorale sul solo candidato, andando contro alla crescente tendenza alla personalizzazione della politica.

Il secondo esempio è il ricorso alla tecnica dell'ologramma da parte del candidato dell'estrema Sinistra francese Jean-Luc Mélenchon alle Presidenziali del 2017. Come affermato da Arnaud Benedetti, Mélenchon ha avuto la capacità di unificare due mondi, tenendo insieme dei contenuti politici novecenteschi, legati ad una visione statalista e nazionalista dell'economia francese e alla redistribuzione della ricchezza, con l'uso di tecniche comunicative estremamente innovative, come l'ologramma ed il ricorso a videogiochi online riguardanti la lotta all'evasione fiscale. Rispetto infatti al tema dell'assenza nella comunicazione politica Mélenchon ha introdotto per la prima volta il 5 febbraio 2017 la tecnica dell'ologramma intervenendo ad un evento ad Aubervilliers, nella periferia di Parigi, presenziando fisicamente ad un altro appuntamento pubblico a Lione. Mélenchon ha così potuto tenere un discorso in due differenti località della Francia, sdoppiandosi, divenendo ubiquo e producendo un effetto di assenza-presenza. Vista l'ottima reazione suscitata dal ricorso a questa tecnica essa viene riproposta il 18 aprile 2017 con la presenza fisica di Mélenchon a Digione davanti a 6.500 persone e collegandosi tramite ologramma in altri sei luoghi, a Nantes, Montpellier, Nancy, Clermont-Ferrand, Grenoble e nel dipartimento d'oltremare de La Réunion, con un pubblico complessivo di 35.000 persone. La tecnica dell'ologramma ed il gioco che si viene a costruire tra la reale presenza fisica in un luogo e l'assenza-presenza nelle realtà in cui l'ologramma si materializza rappresentano una vera novità, ma la vera forza di questa tecnica adottata dal leader francese risiede nella dimensione strategica della campagna elettorale. L'ologramma come i videogiochi e l'ottimo uso dei *social*, servono per svecchiare l'immagine di un leader con un dato anagrafico avanzato e per poter così parlare ad un pubblico più giovane.

Gli effetti speciali di Mélenchon funzionano riuscendo a portare un'ondata di freschezza e novità nel campo della Sinistra ed ammiccando allo stesso tempo al mondo di "*Star Wars*", cioè un immaginario cinematografico che nasce negli anni '70 ed arriva fino ad oggi, unendo così generazioni differenti dentro un comune universo valoriale: esattamente quello che tenta di fare Mélenchon proponendo concetti apparentemente superati in una forma nuova.

L'ultimo esempio di assenza efficace riguarda un campo che come "*The Young Pope*" non attiene propriamente alla politica. Si tratta dell'artista napoletano "*Liberato*" un autentico mistero della scena musicale italiana che dal febbraio 2017 ad oggi ha raccolto un successo crescente nel campo della *trap*/pop elettronica.

L'aspetto rilevante della produzione musicale di questo artista sono l'anonimato e il mistero che circonda la sua figura, poiché ad oggi è sconosciuta l'identità di questo autore. Questa condizione di mistero ha prodotto una curiosità morbosa nel pubblico il quale ha iniziato a porsi domande sull'identità dell'artista napoletano, riattivando quello che Umberto Eco chiamava "mormorio", il chiacchiericcio.

Da quando è sulla scena musicale "*Liberato*" ha ottenuto un successo crescente sia in termini di numeri *social* che di visualizzazioni dei suoi video *YouTube*, con dei filmati realizzati con estrema cura nei particolari stilistici grazie al lavoro di Francesco Lettieri, noto produttore di cortometraggi e videoclip.

In poco più di un anno di presenza sulle scene “*Liberato*” si è mostrano in pubblico solo in poche occasioni, sempre celando il suo volto e non lasciando indizi sulla sua identità.

I video e le produzioni musicali di “*Liberato*” raccontano una Napoli bella ma maltrattata, mescolando i testi basati su racconti sentimentali con un orgoglio napoletano.

La sensazione complessiva che emerge dal progetto “*Liberato*” è che vi sia un uso strategico dell’assenza, esattamente come analizzato in “*The Young Pope*”, in cui la negazione dell’immagine fisica dell’oggetto dell’attenzione, in questo caso il musicista, consente di produrre una curiosità morbosa nel pubblico per poterla poi incanalare su un piano più astratto, in questo caso la musica e l’attaccamento ad una comunità.

Si può affermare in conclusione che la dimensione dell’assenza ha due declinazioni principali ovvero quella tattica e quella strategica. La differenza tra questi due ambiti è determinata dalla visione di breve o lungo periodo che le caratterizza e dalla complessità della progettazione. Se infatti l’assenza tattica ha un orizzonte di breve periodo ed è priva di una particolare complessità, quella strategica ha una visione di lungo periodo e mira a perseguire obiettivi che sono appunto strategici, tenendo insieme più elementi.

“*The Young Pope*” ha ben evidenziato questa differenza e l’uso che si può fare dell’assenza per raggiungere certi obiettivi, tra i quali rientra certamente la strutturazione del consenso.

In questo senso la politica italiana, prendendo spunto dal caso del video di Charles durante la campagna di Obama del 2008 e dall’innovazione tecnologica offerta da Jean-Luc Mélenchon, può aggiornarsi nelle tecniche per riattivare l’interesse nella politica; ma su un piano più astratto, il dispositivo dell’assenza può essere utile per combattere la crescente sfiducia e disinteresse nei confronti della politica, riponendo al centro la dimensione valoriale, il corpo politico di Kantorowicz.

La politica italiana di oggi si caratterizza infatti in tutte le forze politiche per una sempre più forte personalizzazione e per un leaderismo crescente, il quale ha preso avvio con il “riflusso” nel privato dei cittadini negli anni Ottanta, il tracollo delle ideologie e la necessità da parte della politica di “abbassarsi” per andare incontro ai cittadini ed ottenerne il consenso. In questo quadro la dimensione valoriale passa sempre più in secondo piano e gli elettori ricercano prima di tutto un esponente politico che “piaccia”, che sia percepito come meritevole di fiducia, piuttosto che soffermarsi sulle idee e sulla visione di società portata avanti da una forza politica. Questo meccanismo produce una continua altalena di fiducia e delusione negli elettori, che passano dal riporre aspettative eccessive su un singolo leader al vederle poi tradite parzialmente o totalmente. Tale processo si compie non solo perché la politica non riesce a gestire società e variabili sempre più complesse, ma probabilmente perché si richiede ad un solo leader di risolvere problemi di sistema che non sono nelle capacità di una singola persona. Questa tendenza crescente produce la crisi del meccanismo della rappresentanza e pone in seria discussione lo stesso modello democratico.

In tal senso la dimensione dell’assenza può fungere da dispositivo utile per indebolire questi processi di personalizzazione, riattivare la curiosità verso la politica da parte dei cittadini e soprattutto porre nuovamente al centro i valori e le idee, i quali devono essere i veri attori della dimensione politica.