

Populismi, rottamazioni e social media: sviluppi recenti della comunicazione politica in Italia

a cura di
Stefano Ondelli



Lingua italiana e società

Finalità e ambito

La collana *Lingua italiana e società* offre una serie di studi puntuali che riguardano il ruolo dell'italiano in diversi momenti della vita del cittadino nella odierna società della comunicazione, per esempio la comunicazione istituzionale e le difficoltà che pone all'utente medio; la gestione dei rapporti sociali (il rispetto delle donne e delle minoranze); i problemi del mondo dell'informazione (fake news e violenza verbale); la comunicazione politica, soprattutto tramite i social network ecc. I volumi, di dimensioni contenute, adottano una lingua efficace e diretta con taglio divulgativo. Oltre all'analisi di fenomeni precisi viene offerta una panoramica degli studi più recenti tramite bibliografie ragionate. La collana si rivolge a un pubblico di lettori non esperti ma interessati ai fatti linguistici e curiosi di indagare il ruolo svolto dall'italiano nella società contemporanea, pur non escludendo qualche tuffo all'indietro nella storia della nostra lingua.

Garanzia scientifica

Fermo restando l'intento eminentemente divulgativo della collana, la solidità scientifica delle pubblicazioni sarà garantita dal Comitato editoriale, comprendente studiosi internazionali qualificati che hanno una competenza negli ambiti della linguistica italiana pertinenti all'iniziativa. Qualora contributori esterni sottoponessero proposte di pubblicazione i cui argomenti eccedano gli ambiti di competenza dei componenti del Comitato editoriale, questi si riservano di contattare esperti esterni per avere un parere motivato e affidabile sulla qualità dei contributi.

Comitato editoriale

Michele A. Cortelazzo (Università di Padova), *Stefano Ondelli* (Università di Trieste), *Fabio Romanini* (Università di Trieste), *Roman Sosnowski* (Università di Cracovia), *Matteo Viale* (Università di Bologna).

Modalità di pubblicazione

La collana, in linea con le politiche editoriali di EUT e dell'Università degli Studi di Trieste, prevede la pubblicazione online nella modalità ad accesso aperto, allo scopo di rendere liberamente disponibile la comunicazione scientifica. Accanto a questa modalità sono poi previste le più consuete pubblicazioni a stampa a tiratura limitata e/o su ordinazione degli autori.

Lingua italiana e società

Aims and Scope

The series *Lingua italiana e società* includes a range of studies focussing on the role played by the Italian language in our modern society dominated by communication and the new media, e.g. plain language in the public administration and corporate communication; linguistic challenges to the social inclusion of groups such as women and minorities; recent developments in mass media communication (fake news and hate speech); political discourse, especially in social networks etc. In terms of their size, contents and language, the volumes of the series address readers who are not specialists but wish to gain insight into the use of Italian both today and in the past: the analysis of specific linguistic aspects is complemented with a detailed bibliography to help the reader know more about the topic under discussion.

Although the series is addressed to the general public, its scientific value is guaranteed by the Editorial Board members, whose qualifications include the range of topics dealt with in the volumes. If contributors wish to submit studies that exceed the competencies of the Editorial Board, external experts may be contacted to provide their qualified opinion on the scientific quality of the contributions being submitted.

Editorial Board

Michele A. Cortelazzo (University of Padova), *Stefano Ondelli* (University of Trieste), *Fabio Romanini* (University of Trieste), *Roman Sosnowski* (University of Krakow), *Matteo Viale* (University of Bologna).

Publication procedure

In line with the publishing guidelines of EUT and the University of Trieste, the series is published online according to the Open Access policy to make scientific publications freely available. In addition to a certain number of paper copies distributed to the authors and the most important libraries, more copies may be ordered on demand.

impaginazione
Verena Papagno



EUT Edizioni Università di Trieste 2021
via Weiss 21, 34128 Trieste
eut@units.it
<http://eut.units.it>
<https://www.facebook.com/EUTEdizioniUniversitaTrieste>

ISBN 978-88-5511-248-2 (print)
ISBN 978-88-5511-249-9 (online)

Populismi, rottamazioni e social media: sviluppi recenti della comunicazione politica in Italia

Arianna Di Foggia

Silvia Ferrari

Francesca Nasi

Anna Turcati

a cura di

Stefano Ondelli

sommario

9	Introduzione. Ma dove va “il nuovo che avanza”?	21	
	Stefano Ondelli	22	
15	1. Matteo Renzi: la rottamazione del politichese	24	
	Anna Turcati	25	
15	1.1. Aspetti metodologici: cosa e quando	27	
16	1.1.1. Aspetti metodologici: chi	29	
17	1.1.2. Aspetti metodologici: come	32	
18	1. 2. Rottamando il politichese	35	
18	1.2.1. Novità nel centro-sinistra	38	
20	1.2.2. Tu chiamale, se vuoi, emozioni	40	
		43	1.2.3. Dal “noi contro di loro” al “nuovo è bello”
			1.2.4. Forestierismi: informalità e paroloidi
			1.2.5 Autorità orizzontale e strategie argomentative
			1.3. Analisi dei contenuti
			1.3.1. Il cambiamento
			1.3.2. La politica: emozione e dignità
			1.3.3. Italia/Paese: bellezza e ottimismo
			1.3.4. I riferimenti popolari (o l’informalità)
			1.3.5. Forestierismi
			1.3.6. Storytelling in politica
			1.4. Analisi retorica
			1.5. Conclusioni

45	2. Matteo Salvini: una Lega tutta sua Arianna Di Foggia	74	3.4 Cosa e quando (il metodo di lavoro)
45	2.1. Salvini e la nuova Lega	75	3.5 Analisi dei discorsi
47	2.2. Il populismo	75	3.5.1 Il popolo
47	2.2.1. I pilastri del populismo	78	3.5.2 I nemici del popolo
48	2.2.2. La Lega e il populismo	84	3.5.3 La democrazia diretta
50	2.3. Matteo Salvini e la Nuova Lega	87	3.5.4 Il leader
51	2.3.1. Il corpo mediale del leader	89	3.6 Lo stile di Grillo
52	2.4. I materiali	90	3.6.1 Il dialetto
53	2.4.1. Linguaggio e retorica di Salvini	90	3.6.2 Il turpiloquio
57	2.4.2. I temi populistici di Salvini	94	3.6.3 L'attacco ai nemici
71	3. Beppe Grillo: politico o comico? Francesca Nasi	95	3.7 Conclusioni: il teatrino della politica
71	3.1 Chi e come	99	4. Di Maio, Renzi, Salvini: la lingua social dei leader politici Silvia Ferrari
72	3.2 Che cos'è il populismo?	99	4.1. Verso una nuova sensibilità
72	3.2.1 Il popolo	101	4.2. Dimmi che parole usi e ti dirò chi sei
72	3.2.2 I nemici del popolo	102	4.3. Le parole di Di Maio
73	3.2.3 La democrazia diretta	103	4.3.1. Un MoVimento per tutti e contro tutto
73	3.2.4 Il capo del movimento	108	4.3.2. I partiti criminali
73	3.3 Come parlano i populistici?	113	4.4. Le parole di Renzi
74	3.3.1 La semplicità del linguaggio	114	4.4.1. L'estetica di un leader
74	3.3.2 Il dialetto	120	4.4.2. Civiltà e barbarie
74	3.3.3 Il turpiloquio	124	4.5. Le p@role di #Salvini
74	3.3.4 "Loro", i nemici	128	4.5.1. Un'Italia al contrario
		136	4.6. Conclusioni
		139	Bibliografia ragionata

Introduzione.

Ma dove va “il nuovo che avanza”?

Stefano Ondelli

Nel 1994, in occasione della nascita della “Seconda Repubblica”, Michele Cortelazzo pubblicava un saggio emblematicamente intitolato *Sulle tracce del nuovo che avanza*, in cui illustrava alcune delle ricadute del coevo mutamento della realtà politica italiana sulla lingua utilizzata da esponenti politici, giornalisti e opinionisti per commentare i fatti politici. Oltre a sottolineare, come di prammatica, la difficoltà di qualsiasi previsione per il futuro, le conclusioni dello studio individuavano due fattori di innovazione principale. Il primo era l'introduzione di un nuovo sistema elettorale di tipo maggioritario, suscettibile di portare alla polarizzazione, oltre che del voto, delle modalità di comunicazione dei due principali schieramenti politici, spinti a sottolineare maggiormente le differenze reciproche. Il secondo fattore riguardava l'imporsi di singole personalità all'interno dei due schieramenti, caratterizzate da moduli comunicativi distintivi: in particolare, la concretezza quasi popolare di Umberto Bossi e l'ossessiva ripetizione di slogan ispirata alla pubblicità televisiva da parte di Silvio Berlusconi. In entrambi i casi, queste spinte innovative sembrerebbero essere provenute “dall'interno”, perché determinate da evoluzioni proprie della sfera politica, come il cambiamento delle procedure elettorali e l'emergere di nuovi protagonisti. Restavano sullo sfondo, invece,

i mutamenti riguardanti i mezzi di comunicazione utilizzati dagli esponenti politici e dalla società italiana nel suo insieme.

In effetti, è stato l'avvento della televisione commerciale nel corso degli anni Ottanta a preparare il terreno per un cambiamento radicale delle modalità di comunicazione pubblica, contribuendo in generale (come ha notato Giuseppe Antonelli a più riprese) all'abbassamento dei registri, all'adozione di toni più informali e colloquiali e, con specifico riferimento al discorso politico, al passaggio dal "paradigma della superiorità", secondo cui la credibilità del leader politico si fondava su competenze (anche linguistiche) superiori rispetto al cittadino medio, al "paradigma del rispecchiamento", in base al quale i rappresentanti politici sono tanto più degni di fiducia quanto risultano simili nei comportamenti (anche linguistici) degli elettori. È indubbio che la nascita di nuovi *format* televisivi, in cui il dialogo e l'interazione, anche con il pubblico, risultano centrali, e la pervasività di queste nuove strategie comunicative (accanto alla dismissione dei vecchi modelli paludati del tipo di *Tribuna politica* e *Tribuna elettorale*) hanno finito per invadere altre modalità di comunicazione, per così dire, più tradizionali, come i comizi elettorali o anche i dibattiti parlamentari, modificandone profondamente l'assetto linguistico e retorico.

Una seconda conseguenza della spettacolarizzazione del dibattito politico in televisione si riflette nella personalizzazione dello scambio comunicativo: la sovraesposizione mediatica ha spinto i principali leader politici, ospiti fissi di *talk show* di ogni genere, a radicalizzare le strategie espositive dei messaggi agli elettori, nel tentativo costante di guadagnare visibilità da una parte e di differenziarsi dai competitori (non solo dello schieramento avversario) dall'altra. Mi pare, inoltre, che i semi piantati nel campo televisivo degli anni Novanta abbiano in seguito trovato terreno fertile nei nuovi canali comunicativi offerti da internet, a partire dai primi *blog*, tornati in auge con Beppe Grillo, per passare ai *post* su *Facebook* e ai *tweet* su *Twitter*. Velocità di comunicazione, immediatezza (nel senso dell'assenza di intermediazione, per es. dei giornalisti) e interazione con il pubblico elettorale hanno certamente contribuito al rinnovamento della retorica politica, in Italia come nel resto del mondo.

Ovviamente, nonostante queste tendenze unitarie di fondo, risulta necessario fare i dovuti distinguo per tenere conto dei diversi tipi testuali, che richiedono strategie comunicative diverse. Peral-

tro possiamo notare che, anche se hanno adottato mezzi tecnici all'avanguardia, i leader politici considerati più innovativi dal punto di vista comunicativo si sono ben guardati dall'abbandonare la piazza. Questo è stato indubbiamente vero per i raduni sul prato di Pontida di Umberto Bossi, ma il "bagno di folla", che con terminologia post-pandemica potremmo definire "in presenza", ha svolto e continua a svolgere un ruolo di primaria importanza non solo per l'erede di Bossi, Matteo Salvini, ma anche per il MoVimento 5 Stelle di Beppe Grillo, con i suoi V-Day, per tacere dei millennial e quasi nativi digitali del Movimento delle Sardine. Insomma, coerentemente con le tendenze più recenti delle ricerche sulla lingua della politica in Italia, piuttosto che tentare di tratteggiare un'immagine d'insieme, sembra più proficuo concentrarsi sulle strategie comunicative adottate dai singoli esponenti politici o in base a specifici mezzi di comunicazione (cioè ai tipi di testo).

In particolare, la ricerca in linguistica può avvalersi di nuovi strumenti, come l'analisi quantitativa di corpora di grandi dimensioni, che non deve essere necessariamente intesa come sondaggio del tutto automatizzato, bensì come strumento utile a orientare una più efficace valutazione qualitativa di una mole di materiali linguistici superiore a quella gestibile manualmente. A prescindere dalle inegabili limitazioni, da una simile prospettiva è stato possibile, per esempio, raccogliere dati oggettivi che indicassero, almeno in parte, una certa semplificazione linguistica dei messaggi dei politici italiani nell'ultimo quarto di secolo, così confermando un assunto spesso dato per scontato ma scarsamente sostanziato nella letteratura di riferimento. Ma, al di là delle misure lessicometriche e della leggibilità, credo che l'aspetto più promettente del *text mining* applicato al discorso politico consista nella possibilità di valutare il rinnovamento del tradizionale armamentario retorico dei vari leader, rinnovamento che pare riguardare più i contenuti delle forme. In effetti, con la parziale eccezione dello *storytelling*, le analisi condotte dagli studiosi negli ultimi anni rivelano il costante sfruttamento delle figure di suono, ordine e significato che da sempre caratterizzano i discorsi incentrati sul *fidem facere et animos impellere*: la paronomasia, l'antitesi, la metafora, il tricolon, il climax ecc. Tuttavia, tramite l'analisi delle parole più frequenti nei loro contesti d'uso, risulta più agevole estrarre i contenuti veicolati da queste figure in un'ampia gamma di testi diversi, per cogliere le principali innovazioni che coinvolgono i temi affrontati dai messaggi politici.

È lungo questa direttrice metodologica che si muovono i quattro saggi presentati in questo volume. I primi tre, infatti, prendono in considerazione altrettanti leader politici (consideriamo tale anche Beppe Grillo, sebbene non si sia mai sottoposto al vaglio degli elettori) che sono stati giudicati a vario titolo particolarmente abili nelle loro campagne di comunicazione, grazie allo sfruttamento accorto di nuovi temi e nuove tecnologie. Mentre per Salvini e Grillo l'analisi ha riguardato un tipo testuale tradizionale della comunicazione politica, cioè il comizio o comunque l'orazione pubblica, nel caso di Renzi le tipologie testuali sono state più variegate, nel tentativo di cogliere meglio le peculiarità di un esponente che ha sicuramente avuto un ruolo innovativo sulla scena politica italiana ma risulta meno caratterizzato dal punto di vista dei contenuti. Infine, invece dell'oratore, lo studio conclusivo ha come filo conduttore il mezzo di comunicazione, e riguarda l'uso dei social media (*Facebook, Twitter e Blog*) da parte di Renzi, Salvini e Di Maio. Come sempre in questa collana, ogni capitolo è concepito per una lettura indipendente, e quindi può capitare che nel volume gli stessi concetti compaiano più volte. Alla fine è disponibile una bibliografia ragionata.

Come accennato sopra, è piuttosto difficile trarre delle conclusioni valide al di là del singolo oratore o dello specifico mezzo di comunicazione considerati nell'analisi. Tuttavia, a un certo livello di astrazione, mi pare sia possibile sostenere che emerga una generale tendenza alla semplificazione del messaggio politico, semplificazione che tuttavia non si traduce automaticamente in una maggiore accessibilità. Lo snellimento sintattico, il tono colloquiale, l'appello diretto agli elettori sono sicuramente caratteristiche che traggono origine dall'adeguamento della comunicazione politica al mezzo televisivo e si radicalizzano nella migrazione verso i social media. Ma si tratta di innovazioni facilmente adattabili a nuovi scopi e nuove strategie, come dimostrano chiaramente le giravolte ideologiche della Lega di Salvini, che da difensore delle produttive regioni del Nord si è trasformata in baluardo degli interessi nazionali.

Piuttosto, gli elementi pervasivi del discorso politico odierno in Italia vanno ricercati nel manicheismo insistito; nella radicale semplificazione di problemi invece assai complessi, che nega spazio a qualsiasi ulteriore dibattito e approfondimento (a ben vedere, l'esatto contrario di una visione della politica come compromes-

so e mediazione); nella forte carica di aggressività verbale (fino a sfociare nell'insulto e nel turpiloquio) nei confronti non solo degli schieramenti opposti ma anche dei possibili concorrenti all'interno della propria compagine politica. È proprio l'analisi quali-quantitativa dello strato lessicale che permette di cogliere le costanti di quel populismo che, in modi e gradi diversi, transita da Berlusconi e Bossi a Renzi e Salvini, per culminare nella comunicazione del Beppe Grillo oratore politico, in fin dei conti abbastanza simile a quella del Beppe Grillo uomo di spettacolo e comico. Insomma, come avremo modo di vedere nel resto di questo volume, se tra i *leitmotif* proposti dagli esponenti politici analizzati troviamo quelli del "ritorno" e del "recupero" (la politica deve "tornare a fare politica" e l'Italia deve "tornare a essere se stessa" per Renzi, mentre Salvini e Di Maio auspicano che i cittadini possano recuperare il controllo sulle loro vite e sulla democrazia, sottratto loro dalla globalizzazione e dalle ingerenze straniere), nella sua nuova vita politica Beppe Grillo (come già Guglielmo Giannini, il fondatore del *Fronte dell'Uomo Qualunque*) torna ad attingere al vecchio repertorio di uomo di spettacolo. Come faceva Michele Cortelazzo oltre venticinque anni fa, c'è da chiedersi dove stia andando questo "nuovo che avanza".

1. Matteo Renzi: la rottamazione del politichese

Anna Turcati

1.1. Aspetti metodologici: cosa e quando

Uno studioso della lingua può osservare il suo oggetto di indagine attraverso varie lenti: c'è chi prende in esame discorsi singoli, analizzando il testo frase per frase, e chi invece guarda a un insieme di testi, adottando la lente della linguistica dei corpora. Ma che cosa significa di preciso questo secondo approccio? In questo studio, per descrivere la lingua di Renzi è stato analizzato un corpus, ovvero un insieme di testi che hanno qualcosa in comune e che possono dunque essere rappresentativi dell'oggetto di studio.

Il corpus in questione è formato da 150.000 parole, appartenenti a testi scritti (*newsletter*, *post* su *Facebook*, *tweet* su *Twitter*, lettere aperte, articoli di giornale) o pronunciati (interviste giornalistiche e in tv, conferenze stampa, discorsi presso i congressi del PD e le istituzioni) da Matteo Renzi. Trattandosi di un'analisi svolta nel 2015, i testi esaminati risalgono al periodo che va dal gennaio 2010 al marzo 2015, ovvero cominciano con Renzi sindaco di Firenze e abbracciano le varie campagne elettorali pre-primarie, proseguono nella fase in cui, oltre a sindaco, era anche segretario del PD, e comprendono il primo anno del suo mandato da premier. Ma per chi ricorda solo vagamente le tappe della parabola politica

del leader fiorentino, per contestualizzare meglio l'analisi potrebbe essere utile una breve panoramica.

1.1.1. Aspetti metodologici: chi

Matteo Renzi, nato a Firenze nel 1975, ha ricoperto la carica di presidente del Consiglio dei Ministri dal febbraio 2014 al dicembre 2016. La sua carriera politica ha suscitato subito interesse per due peculiarità: la giovane età e la rapidità della sua ascesa. Nel 2004, infatti, è eletto presidente della Provincia di Firenze, cinque anni più tardi diventa sindaco del capoluogo toscano, nel 2012 si candida alle primarie del centro-sinistra per le elezioni politiche e nel 2013 a quelle del Partito Democratico, di cui diventa il segretario a colpi di "rottamazione". Questa è la parola chiave delle sue campagne elettorali, che si fondano sull'idea di realizzare un ricambio generazionale nella classe dirigente, popolata da esponenti che vanno "rottamati" perché presenti da troppo tempo sulla scena politica.

Per comprendere l'ascesa di Renzi vale la pena ricordare il contesto politico in cui si inserisce: il 2013 è l'anno del successo elettorale del Movimento 5 Stelle, che incrina irrimediabilmente il bipolarismo destra-sinistra della politica italiana. L'emergere di un nuovo soggetto politico come il Movimento è emblematico della sfiducia latente in molti cittadini nei confronti dei vecchi partiti e dei vecchi politici. È probabilmente anche per questo desiderio di novità da parte degli elettori che l'ala renziana ha il vento in poppa all'interno del PD: il fiorentino si presenta come elemento di discontinuità rispetto al gruppo dirigente ed è quindi capace di rispondere meglio alle nuove esigenze di consenso.

Dal punto di vista politico, le novità sono due: da un lato, Renzi è un volto nuovo – non a caso il suo slogan per la candidatura a sindaco recitava "Facce nuove a Palazzo vecchio" – dall'altro è nuovo anche l'elettore a cui si rivolge, con uno sbilanciamento del PD verso il centro dell'asse politico. Forte quindi di un consenso sempre maggiore, il sindaco di Firenze accelera il passo della sua ascesa a Palazzo Chigi: dopo aver concluso un accordo con Berlusconi su una serie di riforme cruciali, Renzi propone la formazione di un nuovo governo alla direzione del PD. L'approvazione della proposta innesca le dimissioni del premier Enrico Letta, per portare infine, il 22 febbraio 2014, al giuramento di Renzi in veste di presidente del Consiglio. Durante i due anni e nove mesi di governo, il suo

impegno politico è incentrato su una serie di riforme, fra cui quella della legge elettorale e del Senato, la riforma del lavoro e infine la riforma costituzionale. Il suo destino politico come premier è legato proprio a quest'ultima: quando la proposta di riforma costituzionale viene bocciata al referendum, Renzi ne prende atto e il 7 dicembre 2016 rassegna le dimissioni.

1.1.2. Aspetti metodologici: come

Ma come si analizza un corpus? Dato il volume elevato di parole, si ricorre alla tecnologia utilizzando dei software specifici di analisi testuale, in questo caso *TaLTaC²* (www.taltac.com). Tra le sue varie funzioni, il software permette di determinare il numero di occorrenze di una forma grafica, ovvero il numero di volte in cui una determinata parola si ripresenta. Questo consente di isolare le parole che Renzi ha utilizzato con frequenza maggiore e di analizzarle nel loro contesto specifico, per capire quale valenza viene loro attribuita a livello semantico e quali sono i temi favoriti. Le parole scelte per l'analisi sulla base dell'alta frequenza d'uso sono le seguenti:

Forma grafica	Occorrenze
Italia	601
Politica	445
Fare	433
Europa	374
Anni	331
Paese + paese	$312 + 30 = 342$
Lavoro	266
Pd e PD	$254 + 106 = 360$
Partito	201
Dare	122

Tabella 1.1. Forme grafiche più comuni nei discorsi di Matteo Renzi

Durante l'analisi delle concordanze, ovvero l'insieme delle parole che si è deciso di esaminare e il co-testo (cioè il contesto linguistico) che le accompagna, ho annotato inoltre i fenomeni linguistici che hanno attirato la mia attenzione, sia a livello retorico, come per esempio le figure di suono e di costruzione, sia a livello semantico e lessicale, per esempio l'uso di determinati riferimenti alla cultura popolare o di prestiti da lingue straniere. Ma prima di passare

all'analisi del corpus, vediamo cos'è stato detto da vari linguisti che hanno studiato la lingua di Renzi.

1.2. Rottamando il politichese

È il 22 febbraio 2014 e Matteo Renzi, smentendo l'*hashtag* “#enricostaisereno” delle settimane precedenti, viene nominato capo dell'esecutivo. L'elemento più innovativo di questo avvenimento non è tanto la giravolta politica, prassi piuttosto comune, quanto l'età anagrafica del protagonista. Renzi diventa infatti il presidente del Consiglio più giovane nella storia dell'Italia unita. E in effetti, lo svecchiamento della classe politica è sempre stato il suo cavallo di battaglia: è all'insegna della “rottamazione” che si è fatto largo nel centro-sinistra. Come naturale in un ambito della vita in cui la lingua assume un ruolo fondamentale – visto che è attraverso le parole, i discorsi, oltre che all'immagine di sé, che un politico riesce a guadagnarsi la fiducia dell'elettorato e a farsi votare – il cambiamento promesso dal giovane fiorentino non può che cominciare dalla forma, ovvero dal linguaggio politico.

1.2.1. Novità nel centro-sinistra

Secondo Renzi, uno dei maggiori problemi del suo partito è proprio il linguaggio tradizionale della sinistra. In un'intervista del 2010, afferma:

Il problema del Pd non è cambiare leader ogni tre mesi, ma cambiare linguaggio una volta per sempre, altrimenti non andiamo da nessuna parte. Siamo lontani, astratti, autoreferenziali, non parliamo alla pancia e neppure al cuore della gente.

Il Partito Democratico sembra essere ancora troppo affezionato al “politichese”: una lingua oscura, per addetti ai lavori, che risulta complicata per l'italiano medio e che quindi non fa che aggravare il distacco tra il cittadino e la classe politica. All'epoca della Prima Repubblica, un linguaggio controllato e l'uso di parole colte erano la norma nella comunicazione politica; vigeva infatti il cosiddetto “paradigma della superiorità”: i politici puntavano a posizionarsi su un piano di superiorità rispetto all'uomo comune affinché l'elettore votasse chi riteneva migliore di se stesso. L'esempio di politichese

per antonomasia risale agli anni Sessanta: l'ossimoro "convergenze parallele", ermetico e ricercato, che indicava la volontà di trovare un'intesa tra forze politiche molto distanti (in questo caso, il Partito Socialista e la Democrazia Cristiana).

A partire però dalla Seconda Repubblica, tra le fila di varie forze politiche tale atteggiamento è stato soppiantato dal "paradigma del rispecchiamento", quando il consenso ha cominciato a basarsi sull'identificazione tra elettori e rappresentanti politici. Tale paradigma si fonda sull'idea che chi può salvaguardare al meglio gli interessi dell'elettore sia chi gli assomiglia e non chi è "migliore". Per esemplificare questa svolta nel tipo di comunicazione, basta ricordare cosa affermava Silvio Berlusconi al primo congresso nazionale di Forza Italia, nel 1998:

C'era [...] una gran voglia di cambiamento, una voglia di rinnovamento del modo stesso di fare politica, una voglia di rinnovamento morale, una voglia anche del modo di esprimersi della politica in maniera diversa. Non più quel linguaggio da templari che nessuno capiva: si sentiva il bisogno di un linguaggio semplice, comprensibile e concreto.

Le assonanze con i problemi linguistici rilevati da Renzi e citati all'inizio del paragrafo sono evidenti e indicano una volontà di adeguare la comunicazione del centro-sinistra allo stile comunicativo ormai dominante. Oggi, infatti, il paradigma del rispecchiamento viene adottato in modo generalizzato dalle forze politiche, ma in modo particolare dai partiti populistici e *anti-establishment*. Questi ultimi si guadagnano il favore delle folle seguendo il principio di "rappresentare la gente comune" a tutti i livelli, compreso quello linguistico: se parlo come te, condivido i tuoi problemi e rappresento i tuoi interessi, se invece parlo una lingua che non capisci, sono il solito membro della casta, che fa solo gli interessi delle banche.

Pensiamo per esempio all'abisso che separa il modo di parlare di Mario Monti, a capo del governo tecnico tra il 2011 e il 2013, da quello di Beppe Grillo, a capo del Movimento 5 Stelle, o di Matteo Salvini, segretario della Lega Nord: da un lato, un italiano di registro sostenuto e ricco di tecnicismi economici, pronunciato in tono pacato; dall'altro, un italiano informale e dotato di una certa violenza verbale, anche attraverso lo sdoganamento delle parolacce.

...queste **facce da culo**, perché è rappresentata la faccia tipica del politico di oggi... (Beppe Grillo)

...agli altri lasciamo i **professori del cazzo** alla Mario Monti e noi abbiamo la gente vera. (Matteo Salvini)

Vaffanculo Bruxelles e tutti i burocrati! Dalla Merkel all'euro, a questa gentaglia che vuole comprarci e ci vuole schiavi! (Matteo Salvini)

In sintesi, Renzi si propone proprio l'obiettivo di abbandonare l'immagine tradizionalmente associata alla sinistra di un politichese complicato, noioso, poco *cool*. Ciò gli permette, da un lato, di allontanarsi dagli esponenti del suo partito che desidera rottamare, e dall'altro di proporsi come alternativa valida ai partiti populistici e *anti-establishment*. Lo fa tramite un linguaggio accessibile e informale, ricco di espressioni colloquiali e di riferimenti alla quotidianità, così da risultare facilmente comprensibile e persuasivo. Accanto alle strategie prettamente linguistiche, anche altri aspetti comunicativi sono importanti ai fini della comunicazione politica: il fatto che Renzi scelga di parlare a braccio, seppure sulla base di un copione, anche in contesti più formali ha l'effetto di evocare il mondo dello spettacolo e lo fa risultare più accattivante. Per non parlare di aspetti "stilistici" nel vero senso della parola: il presentarsi in maniche di camicia, con il giubbotto di pelle e la mano in tasca sono strategie atte a promuovere un'immagine fresca e informale, che lo distingue dalla massa dei vecchi politici da rottamare. La comunicazione dell'ex sindaco di Firenze avviene quindi all'insegna del giovanilismo e dell'informalità.

Ma vediamo ora, più nello specifico, quali sono le caratteristiche che vari studiosi hanno individuato come proprie del parlare renziano.

1.2.2. Tu chiamale, se vuoi, emozioni

Chi si ricorda le imitazioni di Renzi che faceva Maurizio Crozza non si stupirà nel leggere che il lessico renziano si caratterizza per parole come "stupore", "emozione", "passione", "speranza". Scherzi a parte, vari studiosi hanno fatto notare che le parole specifiche di Renzi, ossia quelle che distinguono il suo modo di parlare da quello di altri politici, non appartengono al lessico politico tradizionale, ma si spostano piuttosto verso la sfera delle emozioni e dei valori e verso vocaboli di apprezzamento estetico. Abbondano infatti nel suo parlare i vocaboli che indicano varie condizioni psicologiche

come quelle citate a inizio paragrafo, oppure parole come “bello” e “bellezza”, come si può osservare nei seguenti esempi tratti dal corpus da me analizzato.

Per noi è la grande occasione per dire alle nostre ragazze e ai nostri ragazzi che questo Paese è **meraviglioso** non solo per le bellezze architettoniche. C'è la **bellezza** della **solidarietà**, dell'**accoglienza** e dell'**inclusione**, del farsi carico degli altri.

E dunque sarà affascinante e entusiasmante continuare il lavoro che abbiamo iniziato per ridare all'Italia il **coraggio** che merita e agli italiani la **speranza** che deve contraddistinguerli.

Un'Italia che vada orgogliosa di quella **bellezza** che forse non salverà il mondo ma certo potrà creare posti di lavoro e occasioni di identità.

Che abbiamo bisogno di un gruppo dirigente con un linguaggio più capace di cogliere gli umori della nostra gente e di risvegliare le **emozioni** del nostro popolo.

Da quella crisi finanziaria si trasse una lezione e la grande lezione fu che educare al **bello**, educare all'insegnamento, educare nella scuola, nelle allora università, educare ai **valori** dell'uomo e della donna, era la chiave per tirare fuori una città – in quel caso un Paese, un'Europa adesso – dalle difficoltà.

Con questo spirito noi entreremo nel semestre, caro presidente Tajani, e la ringrazio per il minuto supplementare, perché noi pensiamo che questo semestre sia una gigantesca opportunità per recuperare il **gusto** e la **passione** e anche – lasciatemelo dire, proprio pensando al Rinascimento – per fare rinascere non soltanto la nostra economia ma i nostri **valori** che sono la cosa più **bella** che abbiamo.

L'appello alle emozioni è un'abile strategia che permette di ottenere il consenso in modo più dissimulato, suscitando una reazione emotiva, piuttosto che convincendo razionalmente con la forza dei propri argomenti.

1.2.3. Dal “noi contro di loro” al “nuovo è bello”

Una costante della comunicazione politica è l'opposizione “noi” (buoni) vs. “loro” (cattivi), che rispecchia un contrasto netto fra il

partito di chi parla e i suoi oppositori politici ed è caratteristica della contrapposizione “destra vs. sinistra”. Per esempio, in occasione del raduno leghista del 1° luglio 2018, Salvini afferma: «Solo e soltanto se le **nostre** idee arriveranno in tutta Europa l’Europa avrà una speranza di esistere. Altrimenti vincono **loro**, quelli per cui non esistono confini e regole.» In una rappresentazione di questo tipo ci sono un bianco e un nero: la ragione sta dalla parte del “noi”, il “loro” rappresenta il nemico.

Gli studiosi che hanno analizzato i pronomi personali nei discorsi di Renzi hanno osservato invece che questa opposizione tradizionale sembra perdere di importanza. Probabilmente allo scopo di creare empatia e coinvolgimento, si rafforza il ruolo del pronome “noi” e, in generale, dei verbi flessi alla prima persona plurale, cosa che può indicare anche una volontà di ridurre i contrasti.

Se viene meno il classico “noi contro di loro”, le opposizioni di base tipiche del discorso politico, che spesso creano due poli contrapposti per rappresentarli come intrinsecamente positivi o intrinsecamente negativi, vanno ricercate in altri campi semantici. Nel linguaggio politico in generale ricorrono infatti diverse dicotomie: nuovo/vecchio, futuro/passato, movimento/staticità, concreto/astratto. Il perno principale dell’argomentazione renziana è l’opposizione che più si presta al suo programma di rinnovamento, ovvero l’antitesi “nuovo” (buono) vs. “vecchio” (cattivo).

Ma no, però davanti alla **voglia di nuovo** che chiedono i cittadini non possiamo cavarcela con la cosmetica, come fa il Pdl, che si trucca e si ributta sul mercato con la stessa gente e gli stessi modi.

Allora **cambiamo** il partito per **cambiare** l’Italia e io ci sono. Rifondiamolo con un riformismo che scalda i cuori, con un’anima. Dobbiamo essere capaci di esprimere un **nuovo** racconto.

Un PD che **cambi rispetto al passato** può farlo perché stavolta è la volta buona.

1.2.4. Forestierismi: informalità e paroloidi

Si è già detto che, oltre a coinvolgere emotivamente, la comunicazione di Renzi punta all’informalità e al giovanilismo. Quale modo migliore per mostrarsi giovani e alla moda che ricorrere agli anglicismi, ancor meglio se provenienti dal mondo delle nuove tecnolo-

gie? Così facendo Renzi dimostra che non solo è più giovane degli altri, ma è anche al passo con i tempi.

E comunque dimostriamoci leader e non **follower**. Non si può essere terrorizzati da un **tweet**. Al primo cinguettio c'è qualcuno che se la fa addosso.

Quando incontro gli innovatori, i **maker**, chi fa **start-up** senza scoraggiarsi mai, i **digital champion** italiani, come oggi a Bruxelles per l'Italian Innovation Day 2014, la speranza si rafforza e so che ce la possiamo fare.

Sulle coppie di fatto, proposi già nel novembre scorso la cosiddetta **civil partnership**, ben prima dell'uscita di Bersani sulle unioni gay.

La predilezione di Renzi per gli anglicismi è piuttosto conosciuta, anche perché una delle politiche più significative del suo governo, la riforma del lavoro, è stata chiamata "Jobs act". In questo caso, accanto al desiderio di mostrarsi giovani e di emulare modelli anglofoni, si può intravedere anche un secondo fine: con un linguaggio poco chiaro all'orecchio comune, si intende confondere l'interlocutore, per potersi difendere, tramite la vaghezza, dalle critiche nel merito di quanto si propone. C'è chi ha definito l'espressione "Jobs act" un "paroloide": una parola-slogan, accattivante ma dai contorni semantici indefiniti, da essere riempiti all'occorrenza. Sembra quasi che il ricorso all'inglese risparmi al parlante ulteriori spiegazioni: è ben più facile sfuggire ai limiti semantici di una parola esprimendosi in una lingua straniera, piuttosto che usando i vocaboli di una lingua condivisa, che prevede determinati significati e accezioni condivisi dai parlanti.

Rispetto al derby tra professionisti della tartina e Italia che si spezza la schiena noi stiamo con questa seconda parte del Paese che è la parte che si sveglia la mattina presto, che va a lavorare e che esige da noi, essendo la **constituency** del nostro mandato, soltanto due cose: la prima è che noi per primi non ci rassegniamo alla rassegnazione.

Ma che cosa significa *constituency* in questo discorso? Attraverso un anglicismo che lascia poco spazio alle critiche, Renzi conferisce una certa autorità ai suoi enunciati.

1.2.5 Autorità orizzontale e strategie argomentative

Abbiamo visto come gli anglicismi possano rappresentare un mezzo per utilizzare un linguaggio “alla moda” e al contempo autorevole. Un'altra freccia che Renzi ha nel suo arco per ottenere lo stesso effetto è basare la forza persuasiva dei suoi enunciati sulla propria identità e autorevolezza. L'autorità di Renzi è stata infatti definita di tipo “orizzontale”: poiché intende staccarsi dai suoi predecessori, sono rari i riferimenti e le citazioni ad autorità passate. Dunque, la forza persuasiva di quanto afferma deriva dall'immagine di sé che propone e dalle strategie linguistiche che adotta.

A livello di immagine, una tecnica ricorrente è quella di presentarsi, a seconda dell'occorrenza, come capo del governo, segretario di partito, ex sindaco ed ex presidente di provincia. Se le prime due cariche possono dargli una legittimazione maggiore in termini di autorità, le ultime due sono funzionali a sottolineare il contatto con i cittadini, che gli permette di conoscerne i reali problemi ed esigenze.

Lasciatevelo dire da un **sindaco**, lasciatevelo dire da una persona che, quando vede un confronto con le famiglie, vede sempre partire le preoccupazioni dei genitori dalla questione che riguarda i loro figli.

Non vivo con 1000 euro al mese, ma facendo il **sindaco** conosco il loro disagio, e quello dei precari o dei cinquantenni a cui si dice che sono troppo vecchi per lavorare e troppo giovani per la pensione.

A livello linguistico, invece, si può osservare la strategia che è stata chiamata “cabaret degli obiettanti”, e consiste nel presentare una possibile critica o accusa sotto forma caricaturale, seguita immediatamente dalla relativa risposta.

...dice: «ma devi parlare anche degli operai...» Ora ci arrivo, non vi preoccupate...

In questo modo, Renzi può prevenire un attacco direttogli dagli altri e da cui è più difficile difendersi, perché reale e non in versione semplificata. Ecco un altro esempio, tratto dal discorso conclusivo del congresso della Leopolda del 2013:

«tu non sei di sinistra perché non parli di lavoro!» No, sei tu che non sei di sinistra perché non aiuti a creare lavoro.

Finora, abbiamo visto cosa è stato detto su Renzi da vari studiosi, che hanno analizzato la lingua perlopiù con la lente d'ingrandimento fissa su un singolo discorso. Vediamo ora in che modo l'analisi di un ampio corpus di testi ha potuto confermare, confutare o approfondire le osservazioni presentate nei paragrafi precedenti.

1.3. Analisi dei contenuti

Sebbene la mia analisi si concentri principalmente sulle forme linguistiche delle comunicazioni di Renzi, è importante analizzarne anche i contenuti. Il principio alla base di questo tipo di analisi è che alcuni contenuti sono delle vere e proprie strategie comunicative. Prescindono infatti dall'ideologia politica e rappresentano le fondamenta su cui erigere poi i singoli messaggi: per esempio, le dicotomie cui si è accennato (noi/loro, movimento/staticità, passato/futuro ecc.) fanno parte di questi macrotemi. Vediamo ora in che modo l'analisi della frequenza di determinate parole e del contesto in cui queste "parole preferite" vengono pronunciate (le cosiddette "concordanze") può contribuire a tratteggiare il modo di comunicare di Matteo Renzi.

1.3.1. Il cambiamento

Dall'analisi delle concordanze di "Italia", "Paese", "politica", "partito" e "PD" è emerso che il tema preponderante all'interno del corpus è quello del cambiamento, interpretabile nell'ottica dell'opposizione nuovo/vecchio. In un momento di crisi politica ed economica del Paese, infatti, è soltanto promettendo qualcosa di nuovo e diverso che Renzi può sperare di ottenere consenso. E dal momento che il "nuovo" è valutato positivamente in termini assoluti, il cambiamento sponsorizzato è un cambiamento a 360°: riguarda il PD, l'Italia, la politica.

Sogno un Partito Democratico che **cambia** per **cambiare** l'Italia.

La mia ambizione è **cambiare** l'Italia e **cambiare** un partito che riflette sul suo ombelico.

Stiamo facendo le riforme perché la politica e i politici devono **cambiare**.

Dire in faccia le cose è l'unico modo per **cambiare** stile rispetto alla **vecchia** politica.

Il cambiamento che Renzi vuole portare avanti prevede delle novità rispetto a un lasso di tempo specifico, ossia l'intera fase della politica italiana che viene definita "Seconda Repubblica" e che comincia nel 1994, con il declino dei partiti al potere in seguito allo scandalo di Tangentopoli e la prima vittoria elettorale di Silvio Berlusconi. L'analisi dei contesti in cui compare la parola "anni" ha fatto emergere come Renzi prenda le distanze in modo molto marcato da tutto ciò che è successo negli ultimi vent'anni, indipendentemente dalle fasi in cui al governo c'era la destra, la sinistra o un governo tecnico. Non importa più il colore, ma l'elemento di novità.

So che non sopporto quelli che hanno osannato **per vent'anni** Berlusconi...

Se invece gli va bene il centro-sinistra che c'è stato **in questi vent'anni** Bersani è l'ideale.

E, potendo, anche a Di Pietro, un altro che **da vent'anni** pontifica su tutto, e abbiamo visto i risultati.

Da **vent'anni** l'Italia non cresce.

Perché **negli ultimi vent'anni** abbiamo ceduto il passo oggettivamente, abbiamo lasciato che il dibattito sull'Europa diventasse soltanto questione di virgole e di percentuali.

Una volta individuato che cos'è il "vecchio", è interessante cercare di capire qual è effettivamente il "nuovo" che Renzi propone. Dall'analisi dei contesti con le concordanze di "fare" e "Italia" è emerso che un tema ricorrente è la riscoperta di una sorta di identità perduta, quasi che il "nuovo" auspicato da Renzi sia il ritorno a un'età dell'oro. Si tratta forse di un passato mitico, perché non ci sono indizi per localizzarlo nel tempo... di certo non negli ultimi vent'anni! L'identità perduta è un *leitmotiv* che interessa tanto l'Italia, quanto l'Europa e, più raramente, la politica, attraverso espressioni fumose come "tornare ad essere se stessi" o "tornare a fare il proprio mestiere".

Io sono qui per dirvi questo, io sono qui per dirvi che alla fine dei mille giorni **l'Italia** tornerà ad avere un ruolo nella situazione politica internazionale, **tornerà a fare l'Italia**.

Questo è un passaggio molto importante, ma il passaggio sulla competitività dell'Europa dobbiamo farlo avendo chiaro che la cornice in-

ternazionale nella quale ci muoviamo è una cornice che ha bisogno di **un'Europa che torni a fare l'Europa**, che torni a fare il suo mestiere di guida, almeno dal punto di vista ideale, valoriale.

Ecco perché io credo che questo sia il tempo in cui tocca alla politica **tornare a fare il proprio mestiere**.

Se l'Italia fa l'Italia, credo che il processo di unificazione europea possa decisamente cambiare e in modo molto rapido.

La sfida di oggi è **far tornare l'Europa a fare il proprio mestiere**.

Fraasi come queste, risalenti ad alcuni anni fa, suonano familiari nella politica di oggi. È difficile infatti non pensare all'onnipresente motto "Make America great again" di Donald Trump, ma ancor più interessante è vedere che tale slogan è ripreso in veste italiana anche da Matteo Salvini, che l'8 agosto 2019 pubblica sul suo profilo *Facebook*:

Una delle cose che più mi riempie di orgoglio è la quantità di giovani che si avvicinano alla Lega, la loro passione, la loro freschezza, la voglia di riprendere in mano il proprio futuro e **far tornare grande l'Italia**.

Anche in questo caso, si può osservare come la scelta di un determinato strumento di costruzione del significato non sia legata indissolubilmente a uno schieramento politico, quanto piuttosto all'efficacia a livello espressivo e persuasivo.

1.3.2. La politica: emozione e dignità

L'analisi delle concordanze di "politica" ha permesso di delineare anche l'immagine di attività politica proposta da Renzi. Un primo tratto distintivo è l'associazione alle emozioni positive: se la maggior parte delle persone sente ormai una certa disaffezione verso le istituzioni, è ora di coinvolgere in prima persona i cittadini, cercando di stimolarne l'entusiasmo.

[parlando di Obama, considerato un esempio da seguire] Laggiù c'è una politica **che fa sperare, che emoziona, che infiamma**; qui siamo raggomitolati nelle nostre paure, chiusi nelle nostre frustrazioni.

C'è grande attesa per la quarta edizione della Stazione Leopolda, l'apuntamento ormai annuale di chi crede che si possa **far politica con entusiasmo**.

Perché se **fai politica con il cuore** sai che non ti potrai accontentare, mai.

L'astensionismo e il successo di Grillo dimostrano che la gente è arrabbiata con noi. Perché **la politica non riesce più a emozionare**.

La politica è **rischio e coraggio**.

Inoltre, con Renzi si ha una vera e propria rivalutazione della gestione della *res publica*. Mentre altri partiti (primi fra tutti la Lega e il M5S) cercano il consenso screditando la politica e concentrandosi sulla *pars destruens* dello stato di cose, Renzi vuole riformare il sistema dall'interno puntando a una *pars construens*. Dopo anni di politica fatta da antipolitici, da un imprenditore prestato alla politica come Berlusconi e da tecnici ed economisti come Monti, Renzi si presenta come il politico di mestiere, che crede nella politica e ne esalta il valore intrinseco.

La politica **non è sporca**: qualche politico lo è, ma la politica è un'attività **nobile** e di grande **dignità**.

Ma perché questo accada, abbiamo una priorità, che è una priorità reale: quella di dire che la **politica ha ancora un valore**.

Perché, tutto sommato, noi, quale che sia la tradizione politica e l'esperienza culturale dalla quale proveniamo, siamo abituati a pensare che la politica sia davvero la **forma più straordinaria di servizio alla nostra comunità**.

Non vi sorprenderà il fatto che in questo Governo sono rappresentati i segretari dei maggiori partiti, perché questo è un governo politico e noi pensiamo che la parola "**politica**" non sia **una parolaccia**.

Altri temi ricorrenti, fatti emergere per colmare il divario tra uomo comune e rappresentante istituzionale, sono la vicinanza ai cittadini e la concretezza. Si tratta di ricorrere a una delle dicotomie classiche citate in precedenza: il paradigma "concreto vs. astratto", che contrappone promesse astratte a misure pratiche e verificabili.

Quest'anno chiederemo ai partecipanti di scegliere un nome per il futuro, per il futuro dell'Italia e di una **politica** che ha bisogno di **stare in mezzo alle persone**, non chiusa nelle sale della rappresentanza.

La politica che abbiamo in testa è **reale, vera e precisa**.

La politica ha il dovere di dare risposte **nette, concrete, verificabili**.

1.3.3. Italia/Paese: bellezza e ottimismo

Vediamo ora quali sono i tratti dell'Italia dipinta da Renzi. In un periodo di crisi economica e di sfiducia verso le possibilità di crescita, i discorsi dell'ex sindaco fiorentino fanno leva sul potenziale del Paese e sui suoi punti di forza. Il futuro è delineato con grande ottimismo, tanto che c'è chi ha individuato nel suo discorso politico dei tratti da *coach* motivazionale.

C'è un **Paese** che **può correre**, non lo lasceremo nelle sabbie mobili.

Punto di partenza: **l'Italia ha tutto per farcela**. È un Paese che ha una **forza straordinaria** ma è stato gestito in questi anni da una classe dirigente mediocre che ha fatto leva sulla paura per non affrontare la realtà.

È impressionante come questo **Paese** sia **ricco**. Ricco sì, ma non solo di soldi, anche se non dobbiamo dimenticare che siamo il Paese con il risparmio privato più alto d'Europa. Ma soprattutto **di idee, di passione, di sogni, di progetti**. Il Paese **col più grande potenziale** al mondo, secondo me.

Noi possiamo e vogliamo restituire un orizzonte all'Italia. Che ha tanti problemi, è vero. Ma è un Paese fantastico, pieno di talenti e opportunità.

Uno dei concetti principali che Renzi associa all'Italia è la bellezza, presentata come quintessenza del Paese. Forse anche qui è ipotizzabile un ritorno all'età dell'oro: Renzi cita la capacità italiana di produrre bellezza, probabilmente riferendosi a opere d'arte e d'architettura. Tuttavia, l'insistenza sul giudizio estetico sembra privare di contenuto la caratterizzazione del Paese, fermandosi a un aspetto superficiale.

Chi oggi dice che dovremmo ridurre il salario dei lavoratori [...] perché costituirebbe un investimento sulla crescita, non soltanto ignora la re-

altà italiana, ma definisce una scommessa italiana [...] che punta sulla negazione alle italiane e agli italiani del diritto di **fare quello che hanno sempre fatto: le cose belle, perché questa è l'Italia**, l'Italia che è stata capace di **produrre cose belle** nel mondo...

Liberare l'Italia che già c'è, e che è decisamente più **bella** di come ce la raccontiamo: questa la prima missione.

Un mondo piatto, sempre più numeroso e sempre più ricco, che ha fame di **bello, quindi di Italia**.

Un'Italia che vada orgogliosa di quella **bellezza** che forse non salverà il mondo ma certo potrà creare posti di lavoro e occasioni di identità.

Per noi è la grande occasione per dire alle nostre ragazze e ai nostri ragazzi che questo Paese è meraviglioso non solo per le **bellezze architettoniche**. C'è la **bellezza** della solidarietà, dell'accoglienza e dell'inclusione, del farsi carico degli altri.

A volte la ripetizione quasi automatica delle parole chiave avviene a danno della logica, come si può osservare nell'esempio seguente:

Abbiamo la grande occasione di cambiare **il Paese più bello del mondo**.

Il cliché del cambiamento sommato a quello della bellezza sembra produrre un controsenso: cambiare il Paese più bello del mondo... al fine di renderlo brutto?

Sempre nell'ottica dell'esaltazione dei punti di forza e del ricordo di un passato mitico, Renzi ripropone i campi classici di eccellenza del Paese: storia e cultura.

Ma non potremo farlo senza una discussione pacata, seria e civile sul vero valore aggiunto del nostro Paese: **la cultura**. Che in Italia vuol dire musei, certo. Musica, arte, ricerca, turismo, innovazione.

...è anche un Paese che **ha fatto la storia di questo continente** e che non accetta di svolgere un ruolo più basso di quello che le sue ambizioni pongono.

Un altro stereotipo classico, la creatività, è presente in forma adattata, al passo con i tempi: non si parla più di creatività, bensì di innovazione. In tal modo è possibile coniugare i due orizzonti del

parlare renziano: da un lato, si guarda al passato come emblema dell'Italia da recuperare, dall'altro si guarda al futuro, per "svecchiare" e "rinnovare" il Paese.

Eppure siamo sempre stati un **Paese di innovatori** e dobbiamo tornare ad esserlo.

Ma c'è un Paese potenzialmente più attrattivo del nostro? C'è un Paese che può coniugare la qualità del vivere bene con la capacità di tenere in piedi la **genialità, l'intuizione, l'innovazione** da parte delle lavoratrici e dei lavoratori?

Questo è l'elemento di base della nostra riforma della pubblica amministrazione che è attualmente all'esame del Senato: l'Agenda digitale [...], il messaggio per il quale questo Paese può essere, nel giro dei mille giorni, il Paese leader **nell'innovazione digitale** della pubblica amministrazione.

Sembra che, in potenza, l'Italia disponga di tutto l'occorrente per rimettersi in moto e, anzi, ritrovare l'eccellenza perduta. Ciò che manca al Bel Paese è piuttosto la speranza e la voglia di credere in se stesso. Ed ecco che il cerchio si chiude: spetta proprio alla politica e ai politici il compito di restituire al Paese la speranza, nonché il coraggio e la fiducia.

Questo Paese va cambiato perché è la nostra responsabilità, **restituire all'Italia la speranza**, il futuro.

E dunque sarà affascinante e entusiasmante continuare il lavoro che abbiamo iniziato per **ridare all'Italia il coraggio** che merita e **agli italiani la speranza** che deve contraddistinguerli.

Per me l'ottimismo non è uno sforzo del carattere, ma la forza vitale che rivendica per sé il futuro. E dunque occorre **ridare fiducia** all'Italia e agli italiani.

La sfida di cambiare il Paese non è la sfida di Matteo o dei ministri, ciascuno di noi ha la possibilità di **restituire all'Italia** l'unica cosa che all'Italia manca: **la fiducia in sé stessa**.

Andiamo avanti con le riforme, torniamo a **dare fiducia** al nostro Paese.

C'è un Paese, fuori dalle nostre stanze, che aspetta parole di proposta, parole di **speranza**.

1.3.4. I riferimenti popolari (o l'informalità)

Abbiamo visto come uno degli obiettivi linguistici di Renzi sia quello di esprimersi in modo tale da coinvolgere l'interlocutore e da risultare facilmente comprensibile. Un accorgimento che gli permette di realizzare questo obiettivo e al contempo di dare un carattere informale e giovanile ai suoi discorsi è il ricorso a metafore attinte dalla quotidianità e dalla cultura popolare. Vediamo ora alcune delle metafore individuate nel corpus che denotano aggiornamenti rispetto alla tecnologia digitale e, dunque, giovanilismo: avere dimestichezza con smartphone e applicazioni varie, social media e mode del momento è un presupposto per apparire giovane.

Non ci sarà nessun tipo di spazio per l'Europa se noi accetteremo di restare soltanto un puntino su **Google Maps**.

Le riforme di cui stiamo parlando **sono il PIN** per accendere l'Italia del futuro.

Nel 2014 aggrapparsi ad una norma del 1970 che la sinistra di allora non votò è come prendere un **I-phone** e dire dove metto il gettone del telefono? O una macchina digitale e metterci il rullino. È finita l'Italia del rullino.

Lasciatemelo dire con una battuta: se oggi l'Europa facesse un **selfie** che immagine verrebbe fuori? Posso dirlo con estrema preoccupazione? Emergerebbe il volto della stanchezza, in alcuni casi della rassegnazione; se dovessi dirla in modo sintetico direi che l'Europa oggi mostrerebbe nel **selfie** il volto della noia.

I riferimenti ad aspetti della vita quotidiana si spiegano inoltre come un modo per facilitare la comprensione e, ancora una volta, ottenere concretezza. Nel far riferimento a momenti della vita dell'uomo comune, Renzi si posiziona allo stesso livello della sua base elettorale: ancora una volta, il paradigma del rispecchiamento.

Come la Germania di allora però, noi vogliamo smettere di vivere l'elenco delle raccomandazioni come una **lista della spesa** che tutte le volte ci capita fra capo e collo e che mi sembra essere una sorta di elenco

di cose da fare, quasi che questo trasformi l'Europa in una **vecchia zia noiosa** che ci spiega i compiti da fare e che noi possiamo semplicemente cercare di elencare ed enucleare facendo poi di volta in volta il meglio che possiamo fare.

Cercando di non essere noi, con la nostra politica, **l'assicurazione sulla vita** per Berlusconi.

Certo, la supplenza del professor Monti è stata una bella occasione per **rifarsi il trucco**.

In questi dieci anni la spesa è cresciuta nonostante la stretta sugli enti locali. È come se ci fosse un **rubinetto centrale rotto** che perde.

Lo dico con grande rispetto per il presidente Napolitano: dare la colpa a lui per l'impasse è come **dare la colpa al vigile se in città c'è traffico**.

Ha detto tutto e il contrario di tutto e le sue idee sembrano scadere dopo pochi giorni **come uno yogurt**.

Ma io non sono causa dell'ansia di cambiamento: sono un effetto, anche se mi prendo il coraggio di essere salito sul **surf**. Ma, come sanno i surfisti, è difficile che arrivi di nuovo l'onda perfetta.

Magari qualcuno di voi potrà **chiamare il telefono azzurro**, sapendo che io appartengo a una piccola storia personale in cui, fin da bambino, mi interessavo di politica.

...e noi che facciamo? Il totoleader. Il **superenalotto** dei nomi, invece di impegnarci in un ragionamento su una chiara linea politica e di governo per il dopo Berlusconi.

Infine, innumerevoli sono i riferimenti alla cultura popolare, con metafore e similitudini prese dal mondo televisivo, dalla musica, dal cinema e dai giochi. All'interno del corpus viene citato, ad esempio, un classico della musica italiana degli anni '60, il cui titolo è diventato proverbiale.

Non vorrei iniziare con una citazione colta e straordinaria della pur bravissima Gigliola Cinquetti, ma è così: **non ho l'età**.

Non mancano poi i riferimenti a giochi di società, come il *Monopoli* o l'*Allegro chirurgo*.

E non riesco a restare in silenzio di fronte allo spettacolo di una politica che continua a pescare la carta “**tornate al vicolo corto**”.

Ma commetteremmo un errore se continuassimo a guardare alla situazione politica dal buco della serratura, giocando **all'allegro chirurgo** delle coalizioni.

Le opere di intrattenimento da cui trarre ispirazione sono varie: dai fumetti (i *Peanuts*) ai film (*The Truman Show*), passando per le serie tv (*La famiglia Addams*).

Ma oggi la politica non può usare **coperte di Linus**, simboli del passato, per non parlare del presente.

I nostri iscritti, i simpatizzanti, i tanti delusi che aspetterebbero solo una parola chiara per tornare a impegnarsi, assistono sgomenti ad un imbarazzante **Truman show**.

Perché questo accada, sicuramente vi è tra noi chi immagina che quest'Aula debba rappresentare il luogo nel quale tentare di intonare un condiviso schiocco delle dita, ponendosi nel circuito culturale, dalla **famiglia Addams** in poi, che li vede particolarmente protagonisti e che li vede probabilmente eredi di una gloriosa cultura sociale.

La televisione, il mezzo di comunicazione di massa per eccellenza, è ovviamente un terreno fecondo per creare metafore colloquiali: Renzi riprende programmi come il *Festivalbar*, la *Prova del cuoco*, *Amici*, il *Grande fratello*... Si tratta di trasmissioni note, almeno per sentito dire, alla maggior parte delle famiglie italiane. D'altronde, il debutto tv di Renzi risale a ben prima della Leopolda, quando un Matteo imberbe rispondeva alle domande di Mike Bongiorno. E già a quei tempi comincia la competizione con Salvini: uno alla *Ruota della fortuna*, l'altro a *Doppio slalom*.

Ma se devo andare ai caminetti di partito sulle indiscrezioni della stampa o a partecipare al **Festivalbar** delle candidature, beh, scusate, ma da queste parti abbiamo da lavorare.

Mi pare che anche Monti l'abbia capito: gli manca solo di partecipare alla **Prova del cuoco** e poi è stato ovunque.

La trasparenza non è lo *streaming*, non è il **Grande fratello**, non è la morbosità ma è rendicontare le spese.

Infine, è interessante notare come il *Grande Fratello* a cui fa riferimento Renzi non sia il personaggio del romanzo di Orwell, ma il *reality show* prodotto dalla Endemol; tale scelta è emblematica della cultura di massa dalla quale vengono tratte le metafore. Nell'esempio seguente, Renzi rivendica esplicitamente il suo target comunicativo: intende rivolgersi al fruitore medio della cultura di massa, a chi in tv segue i *talent show*, checché ne dicano i *radical chic* di sinistra, che sono invece fruitori di una cultura più elitaria e "intellettuale".

Rivendico il diritto e il dovere di parlare ai ragazzi che seguono **Amici**, che non sono meno italiani dei *radical chic* che mi criticano.

Fraasi di questo genere sono quanto di più lontano c'è dal "politichese" a cui Renzi ha deciso di voltare le spalle. Rinunciando ai riferimenti colti, alla cultura alta, si fa infatti portavoce dell'uomo comune.

1.3.5. *Forestierismi*

Vista l'importanza che gli anglicismi rivestono per Renzi, ho voluto soffermarmi sull'effettiva situazione dei forestierismi, ovvero le parole prese in prestito da altre lingue, all'interno del mio corpus. Passando in rassegna le parole che il software di analisi del corpus non ha riconosciuto come appartenenti al vocabolario italiano, mi è stato possibile isolare i forestierismi. Come si può vedere nella Tabella 1.2., che ne riporta l'elenco complessivo, si può dire che la stragrande maggioranza dei prestiti proviene dall'inglese, come ci si potrebbe aspettare.

Ho poi verificato se i forestierismi incontrati fossero presenti in alcuni dizionari, per capire se il loro uso fosse più o meno inusuale per la lingua italiana. Il risultato è che circa un quinto dei forestierismi riscontrati non è attestato in nessun dizionario. Vediamo ora alcuni esempi di prestito non attestato:

civil partnership, green act, social housing, top clients, World Bank, climate change, constituency, Italian sounding, maker, photo opportunity, digital champion, digital bank.

In tutti questi casi, l'uso di un anglicismo al posto di un vocabolo italiano può indicare il desiderio di fare effetto sull'ascoltatore e di emulare i modelli anglofoni di comunicazione politica.

Fra i forestierismi attestati, invece, troviamo da un lato i prestiti entrati a far parte del lessico comune (*hostess*, *low cost*, *slot machine* ecc.) e quelli necessari in quanto termini specialistici dell'economia o delle nuove tecnologie e piattaforme sociali (*quantitative easing*, *spread*, *hashtag*, *tweet* ecc.). Dall'altro, ci sono anche forestierismi preferiti all'equivalente italiano, utilizzati agli scopi già illustrati in precedenza di aumentare la propria autorevolezza e di rendere più nebuloso il messaggio: *spending review* (revisione della spesa pubblica), *CEO* (amministratore delegato), *austerity* (austerità), *accountability* (responsabilità).

Politica		
<i>ad personam</i>	5	sì
<i>cahier de doléances</i>	1	sì
<i>civil partnership</i>	6	no
<i>election day</i>	1	sì
<i>governance</i>	1	sì
<i>green act</i>	2	no
<i>impeachment</i>	1	sì
<i>ius soli</i>	3	sì
<i>leader</i>	52	sì
<i>leadership</i>	8	sì
<i>moral suasion</i>	1	sì
<i>opinion maker</i>	1	sì
<i>politique politicienne</i>	1	no
<i>social housing</i>	1	no
<i>speech</i>	1	sì
<i>spin doctor</i>	1	sì
<i>summit</i>	3	sì
<i>welfare</i>	14	sì

Economia		
<i>accountability</i>	1	sì
<i>antitrust</i>	1	sì
<i>asset</i>	2	sì
<i>austerity</i>	4	sì
<i>business</i>	1	sì
<i>business plan</i>	1	sì
<i>CEO</i>	1	sì
<i>credit crunch</i>	1	sì
<i>export</i>	11	sì
<i>flexsecurity</i>	1	no
<i>green economy</i>	4	sì
<i>made in Italy</i>	4	sì
<i>no profit</i>	1	sì
<i>Jobs act</i>	10	no
<i>Jobsact</i>	11	no
<i>quantitative easing</i>	2	no
<i>spending review</i>	4	sì
<i>spending</i>	1	no
<i>spread</i>	13	sì
<i>start up</i>	5	sì
<i>top clients</i>	1	no
<i>World Bank</i>	1	no

Altro		
<i>ad hoc</i>	4	sì
<i>adelante con juicio</i>	1	no
<i>apartheid</i>	2	sì
<i>background</i>	1	sì
<i>benchmark</i>	1	sì
<i>chance</i>	1	sì
<i>chapeau</i>	1	sì
<i>claim</i>	1	sì
<i>climate change</i>	2	no
<i>constituency</i>	2	no
<i>coup de théâtre</i>	1	sì
<i>débâcle</i>	1	sì
<i>derby</i>	4	sì
<i>english-globish</i>	1	sì
<i>en passant</i>	1	sì
<i>fil rouge</i>	2	no
<i>fumus persecutionis</i>	1	sì
<i>gap</i>	2	sì
<i>hostess</i>	1	sì
<i>imprinting</i>	1	sì
<i>italian sounding</i>	1	no
<i>lifting</i>	1	sì
<i>low cost</i>	1	sì
<i>maker</i>	2	no
<i>outing</i>	1	sì
<i>photo opportunity</i>	1	no
<i>ranking</i>	1	sì
<i>report</i>	1	sì
<i>rock star</i>	1	sì
<i>rush</i>	1	sì
<i>slot machine</i>	1	sì
<i>smart</i>	1	no
<i>talk show</i>	3	sì
<i>tranchant</i>	1	sì
<i>una tantum</i>	2	sì
<i>radical chic</i>	2	sì

Tecnologia		
<i>blogger</i>	1	sì
<i>big data</i>	1	sì
<i>open data</i>	4	sì
<i>click</i>	2	sì
<i>coding</i>	1	no
<i>digital champion</i>	1	no
<i>digital bank</i>	1	no
<i>enews</i>	25	no
<i>follower</i>	1	sì
<i>Information and Communication Technology</i>	2	sì
<i>ICT</i>	4	sì
<i>hashtag</i>	1	sì
<i>mass media</i>	1	sì
<i>online</i>	12	sì
<i>selfie</i>	2	sì
<i>sms</i>	4	sì
<i>standing</i>	1	sì
<i>streaming</i>	4	sì
<i>slide</i>	5	sì
<i>tweet</i>	5	sì

Tabella 1.2. Campi semantici e frequenza dei forestierismi presenti nel corpus: sì = attestato nei dizionari; no = non attestato

1.3.6. *Storytelling in politica*

A proposito di anglicismi, un altro asso nella manica della comunicazione renziana, ma in realtà della comunicazione politica in genere, è la tecnica del cosiddetto *storytelling*, ovvero della narrazione aneddotica. Sostituendo il racconto all'argomentazione, è possibile coinvolgere maggiormente l'uditorio e rendere la comunicazione più persuasiva, andando a colpire l'emotività. Creando un personaggio, infatti, si ottengono vari effetti: il messaggio viene personalizzato, è più facile immedesimarsi e sentirsi toccati da quanto viene detto, il discorso diventa più vivido e concreto. Di conseguenza, la comprensione avviene in modo più immediato e le immagini si fissano meglio nella memoria.

Non è quindi un caso se il corpus pullula di personaggi, fittizi o reali, descritti con più o meno dettagli. Una costante della caratterizzazione dei personaggi è l'età anagrafica, a riprova di quanto questo sia un fattore imprescindibile per la retorica renziana. In certi casi, i personaggi sono rappresentativi di un'intera categoria: i giovani lavoratori precari, i lavoratori di mezza età che vengono licenziati, i genitori immortalati nella routine di portare i figli a scuola ecc.

Ho grande rispetto per i colleghi di partito esclusi, ma ritengo che un Pd che ha il coraggio di mandare **i ragazzi di trent'anni** in Parlamento e di lasciare a casa ad Enna uno come Crisafulli sia un partito che offre una immagine di speranza in più a tutta l'Italia.

Un'Italia fondata sul lavoro e non affondata sulla rendita di chi gode di mille garanzie mentre **il precario di vent'anni** o **il licenziato di cinquant'anni** sono costretti ai margini della rappresentanza.

Se il Governo dicesse garantiamo i lavoratori con un sistema welfare diverso, valorizziamo i precari, diamo uno spazio di formazione professionale **ai cinquantenni che perdono il lavoro**, poi sarebbe credibile un ragionamento sul semplificare la vita alle aziende in crisi.

Io ritengo, assumendomi la responsabilità di quello che dico, che non ci sia cosa più iniqua in Italia di un diritto del lavoro che divide in cittadini di serie A e di serie B: **tu sei una mamma di 30 anni**, sei una dipendente pubblica o privata, hai la maternità...

Io me la ricordo la reazione di un giovane ventenne, **di tanti giovani ventenni**, quando a Srebrenica l'Europa di fronte al genocidio non ebbe coraggio di aprire bocca e anzi, persino i caschi blu assistettero attoniti e squallidi di fronte alla violenza e al genocidio.

Arrivare però al 2018 ha un senso soltanto se avvertiamo l'urgenza da cui sono partito nel mio intervento, che è l'urgenza di un cambiamento radicale per cui, mentre i tempi della politica sembrano dilatati, **le persone che la mattina accompagnano i figli a scuola** non possono permettersi rinvii.

Altre volte, invece, i protagonisti della narrazione renziana sono persone vere in carne ed ossa. In questi casi, perlopiù legati ad avvenimenti di cronaca, i racconti suscitano un effetto drammatico o patetico.

Il senso di orgoglio per come le nostre strutture hanno salvato la vita a **Fabrizio il medico di Emergency** contagiato da Ebola in Africa ci ha accompagnato in queste vacanze di Natale. Fabrizio tornerà a fare il suo lavoro, salvando altre vite.

Si chiamava Reyaneh. Aveva **26 anni**. Si è difesa dal suo stupratore e per questo è stata condannata a morte e giustiziata.

Si chiama Miles Scott. Ha **cinque anni**, è malato di leucemia. Ha un sogno: vuole essere Batman. [...] E per mostrarla talvolta basta fermarsi e seguire i sogni di **un bambino di cinque anni**.

Non si può affrontare la vicenda di **una signora e di una bambina di sei anni** rimpatriate a forza, dando la colpa alle forze dell'ordine o gestendo il tutto come una gigantesca strumentalizzazione correntizia del Pd verso il congresso.

Una bambina di sei anni è stata prelevata da quaranta agenti, messa su un aereo e adesso vive con la mamma agli arresti domiciliari in un Paese non libero: questa non è l'Italia che vogliamo costruire.

Quando si verifica un incidente stradale e muore **un ragazzo di 17 anni** il sindaco non ha semplicemente un compito amministrativo.

1.4. Analisi retorica

Quando pensiamo al discorso politico dal punto di vista linguistico, spesso la nostra prima associazione non è l'analisi dei contenuti illustrata finora, quanto piuttosto un'analisi di tipo formale, basata sulle figure retoriche che hanno forgiato e impreziosito il discorso politico fin dall'antichità. E in effetti, anche per capire la comunicazione renziana è utile soffermarsi sulle figure di suono, le metafore, le ripetizioni e sui vari artifici retorici che abbelliscono un discorso.

In un'ottica di comunicazione lampo a colpi di *tweet*, il suono delle parole riveste un'importanza chiave, perché quando il messaggio si fa frammentato ogni frase può diventare uno slogan. Probabilmente è per questo che Renzi ricorre con una certa insistenza alla paronomasia, l'accostamento di parole dal suono simile.

L'Europa è innanzitutto una speranza, si declina al futuro, non soltanto al passato, ha **il calore e il colore** dell'opportunità prima ancora che della preoccupazione.

E forse dovremmo iniziare a dire con maggiore determinazione non ciò che l'Europa ci deve **dire o dare**, ma ciò che noi stiamo dando e ciò che noi chiediamo all'Europa.

L'impressione che invece abbiamo dato è quella di un'angoscia nel rapporto tra politici e cittadini, per i quali l'idea che oggi è forte nel Paese è che l'Italia [...] sia **un Paese finito, più che un Paese infinito**.

Al termine di questi mille giorni, in cui l'Europa rifletterà **sui propri confini** – e mi verrebbe voglia di dire: **sui propri fini**...

Non preoccupatevi delle **mie mosse**, datevi voi **una mossa**.

Se vogliamo finalmente **vincere e convincere**, diciamo che cosa pensiamo noi.

Io sono **affondato** sul lavoro, non **fondato** sul lavoro.

Il Partito Democratico che vorrei, chiunque ne sarà leader, è un partito aperto (**#openpd**), coraggioso, che accoglie le persone senza respingerle ai seggi, che ha il coraggio di andare **controcorrente e contro le correnti**.

Pesante o leggero è una polemica inutile. Dobbiamo fare un partito **pensante**.

Noi siamo qui, oggi, prendendo il **vento controvento**.

Questo Pd non **esiste, resiste**.

In molti di questi casi, la figura di suono della paronomasia è legata alla figura di costruzione dell'antitesi, ovvero l'accostamento di concetti contrapposti al fine di dare rilievo a quanto si dice.

...questo Paese, che **non ha “subito” l'Europa ma ha costruito l'Europa**...

La politica è una prateria, **non una riserva** indiana.

Il contrario di identità **non è integrazione**, il contrario di identità è anonimato, il contrario di integrazione è disintegrazione, è rottura, è distruzione...

...un grande Paese che quando entra nelle istituzioni europee **non è per chiedere bensì per dare**.

C'è **poca Europa, non troppa Europa**.

Con questo spirito ringrazio le istituzioni per la cooperazione e dico al presidente del Parlamento europeo che sempre l'Italia [...] continuerà a lavorare per un'Europa che sia **sempre più dei popoli e sempre meno della burocrazia**.

Molto spesso Renzi sfrutta la combinazione di entrambi gli artifici retorici, ricorrendo ad antitesi basate sulla paronomasia.

Quello di cui l'Italia ha bisogno **non è cambiare tutto, ma cambiare tutti**...

Noi che pensiamo che si possa trovare lavoro **non perché si conosce qualcuno, ma perché si conosce qualcosa**.

Il contrario di integrazione **non è identità: è disintegrazione**.

Più politica, ma meno politici.

...in questi mesi e in questi anni noi abbiamo visto che il mondo reclama **più Europa, non meno Europa**.

Fare la guerra **ai precari**, ma **non al precariato**.

Infine, un altro modo di rendere i propri discorsi più chiari e accattivanti è ricorrere alla metafora, la figura di senso utilizzata nei riferimenti colloquiali già citati in precedenza. Un settore classico da cui la comunicazione politica attinge le metafore – e Renzi non fa eccezione – è il mondo del calcio. Il ruolo che il calcio riveste nella società italiana lo ha reso un serbatoio molto sfruttato dal discorso politico fin dai tempi di Berlusconi, basti pensare alla sua celebre “discesa in campo” e alla scelta stessa di “Forza Italia” come nome del suo partito, che richiama la tifoseria da stadio.

Dopo anni di **melina**, in qualche settimana si passa dalle parole ai fatti.

Sono come quel **centravanti** che dopo una **partita** giocata tutta in difesa, si trova improvvisamente **lanciato a rete**, senza difensori davanti. Vede il **portiere**, sente la porta, annusa il **goal**. Ma c'è un problema. Il **difensore** non è andato a prendere il caffè: il difensore è salito al momento giusto. E quel centravanti che da tutta la partita aspettava la palla **goal** è drammaticamente, terribilmente, definitivamente in **fuorigioco**. Quando si alza la **bandierina** il **centravanti** è talmente concentrato che non si rende conto che stanno parlando di lui: continua a correre verso la **porta**. Ma è in **fuorigioco**, non ce n'è.

Chi dice che la **partita** è già chiusa vuole tenervi lontani dai seggi. Invece la **partita** inizia adesso.

La politica non **tocca palla**: è un fatto indubbio.

Poi purtroppo **abbiamo sbagliato un gol a porta vuota**, siamo al governo con Brunetta e la coalizione con SEL s'è sfasciata.

Noi **facciamo il tifo** e diamo una mano perché la sfrutti, per l'Italia e per gli italiani.

Noi pensiamo che debba essere cambiato **allenatore, modulo di gioco e squadra**.

Altre metafore provengono da ambiti diversi, anche in questo caso comuni al linguaggio politico in generale, come la tecnologia digitale e la vita quotidiana, già citate in precedenza, oppure la medicina.

Bisogna correre, allora. **Fermare l'emorragia** dei posti di lavoro.

E in aggiunta, dove occorrerebbe **il bisturi**, usano la sega elettrica: e dunque vai con i tagli lineari...

Stiamo cambiando – insieme – le regole del gioco, facendo risparmiare soldi ai cittadini, **mettendo a dieta la politica**, dando un segnale che finalmente annulla l'incantesimo dell'immobilismo.

Infine, molte metafore sono interpretabili all'interno della dicotomia "movimento/staticità", che, come è stato già accennato, è un campo di costruzione di significato tradizionalmente molto amato nella comunicazione politica.

Io credo che o l'Europa **cambia marcia** sull'economia, oppure noi diventiamo il fanalino di coda di un mondo che cambia molto rapidamente.

C'è un Paese che può **correre**, non lo lasceremo ancora nelle **sabbie mobili**.

C'è chi dice: ci vuole ben altro, non saranno 80 euro al mese a rimettere in moto l'economia italiana, a far rialzare un Paese che una certa vulgata descrive come **rattrappito, paralizzato**.

Il nostro è un Paese **arrugginito**, un Paese **impantanato**, incatenato da una burocrazia asfissiante, da regole, norme e codicilli che paradossalmente non eliminano l'illegalità...

1.5. Conclusioni

In conclusione, nel periodo della sua ascesa politica e nel primo anno del suo mandato, Renzi fa leva specialmente sulla retorica del cambiamento, riconducendo molti dei suoi messaggi alla dialettica "nuovo vs. vecchio" – riassumibile in «Sogno un Partito Democratico che cambia per cambiare l'Italia» – piuttosto che alla contrapposizione "noi vs. loro". Il vecchio, che corrisponde alla totalità dei fatti e dei protagonisti politici degli ultimi vent'anni, deve essere cambiato perché l'Italia possa avere un futuro e uscire da una situazione di crisi:

O le riforme le fai tutte insieme, o non esci con il passo della tartaruga da vent'anni di stagnazione e di blocco, non soltanto dell'economia, ma della credibilità della politica.

Se, nella ricerca del nuovo, un occhio è orientato costantemente al futuro, l'altro non manca di rivolgere uno sguardo al passato: il nuovo è infatti caratterizzato dal recupero di un'identità perduta e dal ripristino di una sorta di età dell'oro in cui le cose funzionavano, in virtù del fatto che l'Italia e la politica "erano se stesse" e "facevano il proprio mestiere". Il cambiamento mira quindi a creare un'Italia nuova, rifacendo però l'Italia che c'era prima.

Puntando sul nuovo, Renzi adotta un linguaggio diverso rispetto agli altri esponenti del suo partito: più giovanile, più accattivante, più informale. Si spiegano quindi in quest'ottica le scelte lessicali colloquiali, i forestierismi, la spettacolarizzazione che deriva dal parlare a braccio. Per semplificare e rendere concreti i propri discorsi, ricorre invece ai riferimenti alla vita quotidiana e alla cultura popolare. Queste ultime due strategie, insieme alla tecnica dello *storytelling*, che all'argomentazione sostituisce le narrazioni, rappresentano il mezzo per colmare la distanza tra politico e cittadino. Si tratta di una strategia utile anche a fare leva sul lato emotivo della comunicazione, cosa che Renzi non trascura mai, anche prediligendo i vocaboli appartenenti alla sfera delle emozioni.

Un altro punto cardine della comunicazione renziana è il pensiero positivo: l'Italia deve ripristinare il suo carattere originario poiché è "eccezionale per definizione", è "meravigliosa", ha "una forza straordinaria". Il Paese viene definito in termini estremamente positivi per quanto riguarda il potenziale di sviluppo e in termini negativi soltanto per la mancanza di attributi astratti come la speranza e la fiducia. Ma questi attributi possono essere recuperati tramite l'agire politico: non per nulla, con Renzi si ha una rivalutazione della politica, esaltata come attività degna e onesta.

Renzi è un politico di professione e pertanto mira a esaltare ciò che fa; si presenta inoltre come un politico speciale perché, in forza del suo incarico di amministratore locale, è dotato di ciò che manca ai membri degli organi superiori dello stato: pragmatismo e vicinanza ai cittadini. Il biglietto da visita di Renzi, ampiamente sfruttato per conferire autorità alle sue affermazioni, è infatti quello di sindaco di Firenze.

Dal punto di vista prettamente retorico, le figure di suono e i giochi di parole spesso insistenti rendono il messaggio accattivante, pronto ad essere utilizzato come slogan o tormentone. Per mezzo di tutte queste strategie, Renzi si distacca nettamente dai suoi predecessori dell'ala sinistra, rottamando, insieme agli esponenti politici, anche il loro modo di parlare.

2. Matteo Salvini: una Lega tutta sua

Arianna Di Foggia

2.1. Salvini e la nuova Lega

Si allea con il nuovo proletariato delle partite IVA, con gli spettatori dei talk show, con le forze dell'ordine, con il popolo dei social network, con chi... «è tutto talmente uno schifo... a sto giro lo voto, sembra essere il meno peggio». Si allea con Vladimir Putin, con Marine Le Pen con i fascisti di CasaPound Italia e farebbe la stessa identica cosa con qualsiasi persona e/o organizzazione in grado di portare acqua al suo mulino.

Matteo Salvini, l'uomo che era (non) considerato l'ultima risorsa di una Lega Nord che stava implodendo, è riuscito a ridare nuova linfa e corpo a un movimento ormai dato per spacciato. E questa "nuova Lega" di Salvini sembra davvero moderna: non porta maiiali sui terreni dove verranno edificate delle moschee e non offende la religione islamica ma afferma di voler contrastare l'islamismo estremo in difesa dei diritti dell'occidente, delle donne e della tradizione cristiana; di voler fermare i clandestini in difesa dei diritti dei lavoratori, basando la sua politica anti-immigrazione su ragioni economiche e sociali, piuttosto che identitarie. Nel giro di meno di due anni Salvini ha trasformato l'ultimo partito della Prima Repubblica in un movimento sovranista, sociale e identitario a vocazione

nazionale che, per questo, è riuscito a intercettare nuovo consenso e interlocutori inediti: una nuova Lega pigliatutto che anima la rivolta contro l'establishment politico e nel contempo cerca di soddisfare la domanda di protezione che arriva dalla provincia impaurita dai fenomeni globali che ci stanno colpendo, anche a causa (così sostiene) di un'Europa che non ci difende.

Salvini ha surfato sull'onda del deficit di rappresentanza che si è aperto nel panorama politico italiano, ha individuato un'esigenza politica e ci si è fiondato dando nuove sfumature al populismo che, come sostengono gli studiosi, ha sempre calzato al leghismo come una seconda pelle. Come vedremo, Salvini ha modificato il vecchio "noi" della Lega, effettuando un cambio di categoria: il Sud, prima assistenzialista e visto come nemico, passa al "noi" inclusivo e diventa un amico, una risorsa da utilizzare per il bene comune. Il segretario leghista ora combatte per i diritti dei "piccoli", e della gente perbene e per difendere le diversità, abbandonando, almeno momentaneamente, la dimensione padana. Tutto questo deve essere difeso dai continui attacchi dei nemici: il ruolo dei parassiti, non potendo più essere affibbiato ai meridionali, passa ai clandestini che ci stanno invadendo, vivono alle spalle degli italiani e cercano di imporci il loro stile di vita, incompatibile con quello occidentale. I rappresentanti dello Stato e i politici italiani restano i nemici della vera democrazia ma sono fatti rientrare in una forza maggiore: l'Unione Europea, paragonata a un marionettista che tira i fili dell'economia e della politica secondo i propri interessi, a discapito dei lavoratori e dei cittadini italiani e, più in generale, della maggior parte dei paesi d'Europa.

Dal ritratto che vedremo, Salvini incarna perfettamente tutte le caratteristiche del leader populista, che però assume nuove sfaccettature. Si tratta quindi di nuove sfumature, non di nuovo populismo: Salvini non ha inventato assolutamente nulla di inedito, ha solo cercato di raggiungere il massimo del consenso possibile. Per ottenere questo risultato si avvale di un populismo protestatario, in cui è presente la critica e la denuncia all'establishment, mischiato a un populismo identitario, questa volta nazional-populista a differenza della "vecchia Lega", che si presentava come etno-regionalista.

2.2. Il populismo

Rispetto a quando fu coniato, il termine populismo è una di quelle parole che nel corso degli anni hanno visto il loro significato cambiare e mutare verso un'accezione negativa. In origine, infatti, indicava un movimento politico e intellettuale sorto in Russia durante la seconda metà del 1800, caratterizzato da idee che miravano a un miglioramento delle condizioni di vita delle classi contadine attraverso un socialismo rurale che andava a opporsi alla società industriale. Nell'uso corrente, invece, il termine viene per lo più usato in un'accezione denigratoria in riferimento ai nuovi partiti politici che cavalcavano l'onda della crisi per ottenere facili consensi.

Tuttavia, nella ricerca scientifica, la letteratura di riferimento evidenzia immediatamente la discordanza di opinioni tra gli studiosi sul significato del termine. Una possibile definizione è quella proposta da Marco Tarchi, che individua il populismo non come ideologia ma come mentalità, la *forma mentis* connessa a una visione dell'ordine sociale alla cui base sta la credenza nelle virtù innate del popolo, il cui primato come fonte di legittimazione dell'azione politica e di governo viene apertamente rivendicato. Il popolo, quindi, è sempre il fulcro dei discorsi dei leader populistici, intorno al quale vengono sviluppate argomentazioni *ad hoc* per soddisfarne pulsioni ed esigenze. L'appello a quest'ultimo è considerato il nocciolo del populismo, caratterizzato da un'argomentazione fallace: l'*argumentum ad populum*, ovvero un appello di tipo emozionale, che sfrutta i sentimenti o l'entusiasmo del pubblico, piuttosto che le facoltà intellettuali, per ottenere consensi e approvazione su argomentazioni/idee che non sono basate su prove oggettive.

2.2.1. I pilastri del populismo

Se, come appena visto, per gli esperti non è chiara la definizione corrente del termine "populismo", sono invece chiari i pilastri su cui esso poggia: il popolo, l'élite e gli altri, la democrazia sottratta al popolo e un senso di crisi che aleggia costantemente.

Il popolo, quindi, è uno dei chiodi fissi dei leader populistici. Ma che caratteristiche deve avere questo popolo per essere tale? Nella logica populista, si tratta di un insieme di persone coese e virtuose con il comun denominatore di essere unite contro chi, del popolo, non fa parte. Al popolo viene attribuito un ruolo di vittima:

un gruppo di persone normali, oggetto di una vera e propria apologia dell'eroismo quotidiano, che deve tornare a far valere i propri diritti e riprendere in mano le redini della società.

Il nemico del popolo, invece è un insieme di persone non coese né virtuose che rappresentano una minaccia. L'appello al popolo può essere in senso verticale, quindi orientato alla critica dell'élite al potere, che non capisce le esigenze reali dei cittadini; oppure orizzontale, volto a preservare l'identità del popolo, scatenando la polemica contro gli altri, coloro che introducono elementi di diversità e che, nel caso dei partiti populistici di destra, spesso sono gli stranieri, le comunità Rom e gli omosessuali.

La missione dei partiti populistici è quella di ripristinare l'ordine e restituire la democrazia al popolo (quello giusto), sottraendo il potere a quell'élite politica attaccata alle poltrone, che pensa solo ai propri interessi. Gli appelli al popolo si basano, quindi, sulla messa in discussione dell'ordine politico, sul gettare nuovamente le fondamenta della vera democrazia (distrutta dalla partitocrazia), creando così uno scompiglio tale da sovvertire lo *status quo* e far ritornare le cose al loro posto.

Infine, tutti questi argomenti vengono sempre affrontati in una continua atmosfera di crisi che crea un senso di emergenza e permette ai leader di fomentare l'ansia collettiva e quindi attirare consenso.

Altro punto fondamentale dei partiti populistici è l'importanza del leader, aspetto che vale ovviamente anche per la Lega: la fiducia incondizionata dell'elettorato nei confronti del capo è essenziale per la sopravvivenza del movimento. Il leader incarna il movimento e viceversa: infatti, la Lega nel 2018 ha modificato il proprio logo togliendo la parola "NORD" per rimpiazzarla con il cognome dell'attuale segretario federale. Le caratteristiche del leader populista sono esplicite ma allo stesso tempo difficili da equilibrare: da una parte ha bisogno di far percepire qualità e doti speciali che gli permetteranno di cambiare le sorti del paese, dall'altra deve mostrarsi come una persona comune, uno come tutti gli altri, che semplicemente ha deciso di agire e di votarsi alla causa del popolo.

2.2.2. La Lega e il populismo

Si tratta di «uno dei partiti regionalisti di maggior successo in Europa nell'ultimo ventennio», «il partito più vecchio presente nel Parlamento Italiano» e «il più grande elemento di innovazione nella

realità politica italiana del dopoguerra»: queste alcune definizioni dei maggiori studiosi del populismo, come Roberto Biorcio e Duncan McDonnell.

Difficile dire se il *deus ex machina* del movimento, Umberto Bossi, si aspettasse un successo così ampio quando, nel 1991, divenne il Segretario federale di una Lega Nord ancora in fasce. Senza ripercorrere l'intera storia del partito, la Lega Nord nasce durante uno dei più grandi punti di svolta nella comunicazione politica italiana, con il passaggio dalla Prima alla Seconda Repubblica. All'inizio degli anni '90, il vecchio sistema dei partiti scompare a causa del terremoto giudiziario delle inchieste di Tangentopoli e Mani Pulite. Molti partiti scompaiono per dare spazio, alle elezioni politiche del 1994, a forze che si presentano all'elettorato come antipartitiche, guidate da nuovi leader che non provengono più dal "palazzo" e che portano nuovi stili comunicativi e linguaggi che ne esprimono subito la natura antipolitica. Grazie un simile cambio di rotta, quello che un tempo era definito "politichese", una lingua artificiosa, fumosa e piena di tecnicismi e di termini difficili da capire per la maggior parte della popolazione, lascia spazio al "gentese", una lingua più semplice e più vicina all'uomo della strada. In questo contesto la Lega Nord continua a crescere, fra alti e bassi, fino a che, nel 2013, un giovane Matteo Salvini viene scelto, con una schiacciante vittoria alle primarie, come nuovo leader del Carroccio, chiamato a dare al partito una nuova voce.

Secondo numerosi studiosi, la Lega Nord si è sempre classificata come un movimento populista e regionalista che ha sfruttato lo spazio politico che si era aperto in Italia verso la fine degli anni '80. I cardini che caratterizzano sia i discorsi di Umberto Bossi sia quelli di Matteo Salvini sono gli stessi; a cambiare sono i contenuti. Prima di tutto, Bossi è stato abile nella costruzione di un "noi": il Presidente a vita della Lega ha plasmato un popolo al quale rivolgersi (prima definito "del Nord" e poi "padano"), costituito perlopiù da piccoli e medi imprenditori, artigiani, panettieri, calzolai... un gruppo sociale di *self-made men*, gente "che si è fatta da sé" rimboccandosi le maniche e lavorando duramente ogni giorno.

Ha rafforzato sempre di più questo "noi" attraverso la creazione di miti, simboli e rituali allo scopo di cementare l'identità di gruppo (i raduni di Pontida, la cerimonia dello svuotamento dell'ampolla contenente l'acqua del Po, la proclamazione del *Va' pensiero* come inno della Padania ecc.), fornendo ai leghisti un ideale, qualcosa

per cui combattere: la minore dipendenza dallo Stato e la difesa del territorio come marchio della propria identità, per cui “sono lombardo, voto lombardo” .

Successivamente ha donato al “noi” qualcosa e qualcuno contro cui combattere, un nemico: il Sud parassita, assistenzialista e i “terroni”, che mangiano e vivono alle spese degli onesti lavoratori del Nord; lo Stato invadente, la “Roma ladrona” che opprime gli onesti lavoratori con manovre fiscali e tasse per fare gli interessi del Palazzo.

Tali concetti sono espressi attraverso un linguaggio convincente e diretto in cui il popolo si ritrova: è un linguaggio forte, che viene usato come mezzo di identificazione e di rispecchiamento e che si contraddistingue per la forte presa emotiva, l'uso del turpiloquio, di espressioni gergali e dialettali, di connotazioni sessuali (un esempio fra tutti, il tormentone de “La Lega ce l'ha duro”)... è la lingua che fa presa sul “senso comune” che mette tutti, leader e uditorio, su un piano di eguaglianza, come se si trattasse di una conversazione tra amici al bar o sul tram.

Pare dunque che la Lega presenti tutte le caratteristiche dei movimenti populistici ma, forse, il tratto distintivo che più la inserisce nel contesto populista è la “capacità camaleontica” di adattarsi velocemente e prontamente ai cambiamenti e alle crisi della società.

2.3. Matteo Salvini e la Nuova Lega

Non è un caso che l'uomo che è riuscito a resuscitare una Lega Nord in piena crisi e ad avviare un processo di rottamazione interna, riuscendo a renderla appetibile a una platea nazionale, sia stato definito “camaleontico”. Matteo Salvini, infatti, è riuscito a sfruttare il disorientamento sociale degli ultimi anni (come a suo tempo fece Bossi) per imporre una rinnovata retorica patriottica: prima era “Roma Ladrona”, oggi tocca a Bruxelles; prima era il Sud che affondava il Nord, ora bisogna essere tutti uniti davanti all'invasione organizzata che viene dall'Africa e dall'Asia. Insomma, gli argomenti si somigliano ma cambiano i capri espiatori, e sono i riflessi pronti di Salvini la qualità che è valsa a garantirgli consenso su temi quali l'opposizione all'Unione Europea, la sovranità, il lavoro e l'immigrazione. Pare infatti che si sia dimostrato più rapido e concreto di altri: secondo molti, il leader leghista si sarebbe inserito nelle polemiche giuste al momento giusto, sfruttando lo

spazio enorme lasciato dal centrodestra: ha percepito un vuoto e lo ha occupato.

Come sottolineato all'inizio, il movimento populista si identifica nel leader e, in tal senso, Salvini ha costruito una proposta politica interamente ancorata al suo personaggio, alla sua immagine e a poche parole d'ordine, ripetute costantemente a ogni occasione. Il grande consenso che Salvini ha registrato discende dalla capacità di intercettare il malcontento comune e di manifestarlo proponendo pacchetti di soluzioni facili e pronte all'uso, comunicando come se fosse un cittadino qualunque che si impegna a riportare l'ordine nel Paese.

2.3.1. Il corpo mediale del leader

In questi anni di *leadership*, Salvini ha sempre puntato (e giocato) molto sulla sua immagine mediatica. Al contrario dei leader che adottano un abbigliamento *business casual*, Salvini (in situazioni dove il ruolo da Ministro non impone giacca e cravatta) sceglie uno stile "situazionista", cambiando abbigliamento a seconda del contesto in cui si trova: barba che appare e scompare in base alle occasioni, le "felpe tormentone" con i nomi dei luoghi in cui si trovava, le divise militari e della Polizia indossate in diverse occasioni. Questi sono gli elementi distintivi dell'immagine pubblica di Salvini, che dà l'impressione di un personaggio alla mano e che ispira simpatia.

Salvini presta molta attenzione anche alla sua immagine sui nuovi media, puntando sui grandi social network: *Facebook* e *Twitter* e, più recentemente, *Instagram*, con *post* e *stories* accattivanti. A differenza però della maggior parte dei politici, che usano *Twitter* come mezzo di comunicazione personale e lasciano a *Facebook* il compito di amplificare, Salvini fa esattamente il contrario. Su *Twitter* si rivolge a lettori mediamente più istruiti e a un pubblico elitario, dato che il bacino di utenti è fatto perlopiù di giornalisti e celebrità. Su *Facebook*, invece, Salvini ha la sua comunità di seguaci pronta a unirsi e condividere momenti di protesta e indignazione; ed è quindi in questa arena politica virtuale che ha la vera possibilità di comunicare con l'elettorato e i cittadini. In un simile dialogo, i post di Salvini non hanno sempre attinenza con la politica: spesso sono scritti con un tono nazional-popolare e contengono una domanda, che suona come una "chiamata all'azione" per spingere i seguaci (o *follower*) all'interazione. *Facebook*, infatti, facilita dina-

miche di stampo populista in quanto consente a chi scrive di mettersi al riparo dalle critiche: è molto probabile che la maggior parte degli utenti che leggono la pensino come il leader leghista, e quei pochi che provano a dissentire vengono immediatamente insultati o espulsi dal resto della comunità virtuale, che agisce come degli anticorpi su un virus, funzionando sia come strumento di difesa sia come cassa di risonanza.

Dopo aver visto i pilastri del populismo, come questi siano stati adattati alla realtà leghista e aver brevemente analizzato la figura del suo leader, vediamo ora come ciò si riflette nella comunicazione di Salvini tramite l'analisi dei suoi discorsi.

2.4. I materiali

Come anticipato, l'analisi che verrà fatta nelle prossime pagine prende in considerazione un corpus, cioè un insieme di testi scelti secondo determinate caratteristiche; in questo caso si è deciso di analizzare i discorsi tenuti da Salvini durante comizi, ritrovi e congressi della Lega Nord. Il comizio è ancora il grimaldello della comunicazione leghista: le manifestazioni in piazza, gli eventi e i raduni fanno parte della ritualità e del simbolismo della Lega e coinvolgono migliaia di aderenti che si sentono parte di una comunità. I comizi sono quindi pensati per una situazione comunicativa in cui c'è un forte coinvolgimento fra emittente e riceventi: si potrebbe presumere che i discorsi pronunciati siano "di pancia" e puntino fortemente sull'emozione e sull'immedesimazione del ricevente, che è animato dalla stessa ideologia del politico. Il rapporto comunicativo che troviamo è quindi unidirezionale in quanto il destinatario del messaggio è presente, ma non interviene. Inoltre, questi discorsi vengono definiti "in situazione favorevole", perché sono pronunciati davanti a un gruppo di persone molto unito a livello ideologico e in una situazione di empatia tra leader politico e militante.

Il corpus analizzato è composto da 24 testi (circa 108 mila parole), risultato delle trascrizioni di discorsi registrati e resi disponibili in rete dal canale *YouTube*. I discorsi selezionati sono stati tenuti nel periodo di attività di Matteo Salvini in qualità di Segretario federale della Lega Nord, dal 2013 al 2015.

Durante la trascrizione del corpus ho eliminato tutti i tratti caratteristici del parlato (esitazioni, false partenze, ripetizioni) per toglier-

re quelli elementi che potevano essere di disturbo all'analisi. Grazie ai software *Treetagger* (www.cis.uni-muenchen.de/~schmid/tools/TreeTagger/) e *TaLTaC²* (www.taltac.com) mi è stato possibile identificare tutte le parole presenti nel corpus e metterle in ordine di frequenza. È bene precisare che in linguistica le parole sono le varie forme grafiche che un lemma (ovvero la forma base che si trova nei dizionari) può assumere: per es., le parole *posso*, *potrei*, *potremmo* sono diverse forme grafiche del lemma base *potere*. Per chiarezza, nella mia analisi verranno riportate tra parentesi unciniate tutti i lemmi, le parole, i sintagmi e le espressioni che ho analizzato e, a fianco, tra parentesi quadre, il relativo numero di occorrenze nel testo.

Una volta individuati i lemmi più ricorrenti, ho preso quelli che mi sembravano più significativi e interessanti (in base a quanto detto nella prima parte di questo capitolo) e li ho analizzati nei vari contesti d'uso. L'analisi è stata divisa in sezioni e affrontata in diversi momenti: in una prima parte è stato analizzato il linguaggio di Salvini in generale, le tecniche retoriche di cui si avvale maggiormente e il modo di rappresentare sé stesso e la "sua gente". Successivamente l'analisi del corpus è stata divisa in sei insiemi concettuali, che rappresentano gli argomenti che Salvini tratta maggiormente e i pilastri su cui si regge la sua Lega.

2.4.1. Linguaggio e retorica di Salvini

2.4.1.1 Figure retoriche

I politici ricorrono a un grande numero di figure retoriche e Matteo Salvini non fa eccezione. Dall'analisi dei corpora è emerso che le figure che utilizza di più sono quelle che mirano a tenere viva l'attenzione del destinatario e trasmettere passione, per es. l'anafora: la ripetizione consecutiva di una parola o di più parole all'inizio di un periodo o una frase («abbiamo perso diritti, abbiamo perso stipendio, abbiamo perso aziende») e il tricolon, l'uso di tre termini usati come sinonimi, uno dopo l'altro (per es. "è proposizione assurda, falsa ed eretica"). Oltre a queste figure, Salvini ricorre molto spesso all'*argumentum ad personam* che mira ad attaccare la figura dell'avversario, più che a screditare ciò che dice; e all'*argumentum ad verecundiam* basato sull'*ipse dixit*, ovvero fondando l'argomentazione su una fonte autorevole, a cui è quasi impossi-

bile controbattere. Oltre a queste strategie Salvini fa abbondante uso di metafore calcistiche e di parole provenienti dal calcio: per es.: «Chi è rimasto al derby passato comunisti-fascisti è fermo a 70 anni fa». Grazie a questo espediente, il leader della Lega riesce sia ad avvicinarsi alla popolazione italiana tramite ciò che in Italia è più di un gioco, sia a trasmetterne la forte passione, che è la stessa che lo spinge a lavorare nella politica.

2.4.1.2 La rappresentazione di sé e del noi

Per parlare di se stesso Salvini usa uno specifico linguaggio che esprime scetticismo: il leader leghista non ha l'atteggiamento pedagogico tipico della sinistra, ma si presenta come un uomo pieno di <limiti> [7] <difetti> [18] e <dubbi> [13], che non ha certezze ma solo proposte e <idee> [106]. Un uomo comune che sbaglia e commette errori (come tutti), ma che è pronto a imparare da questi, a lavorare e a impegnarsi ancora di più.

Io sono una persona piena di limiti, di difetti e di dubbi. Mi piace ascoltare gli altri. Il politico secondo me non è onnisciente. I politici che dicono: so tutto io, vi pigliano per il culo. (...) Uno deve avere l'umiltà e l'intelligenza di capire fino a dove ci arriva lui e dove non ci arriva più lui, di scegliere delle persone che ci capiscano più di lui e che gli spieghino come gira il mondo.

Salvini parla di se stesso, generalmente, utilizzando il pronome personale <io> [725], e questa personalizzazione del discorso non sorprende, considerata l'importanza del ruolo del leader in tutti i partiti populistici. Il leader incarna il partito, è quello che ci mette la faccia e il pronome di prima persona singolare prende diverse sfumature a seconda dell'uso: l'io-padre, l'io-uomo, l'io-europarlamentare, l'io-leader o l'io-militante.

Generalmente Salvini parla di sé come padre e come uomo quando tocca temi scottanti e più vicini alle persone, come la famiglia, diventando un leader nel quale la gente si rispecchia e si identifica.

Gli errori che farò e che faremo li faremo in buona fede, per la nostra gente. (...) Se io combattessi per cambiare moneta per peggiorare la situazione, sarei un cretino. Ho un figlio di 11 anni, cioè io faccio una

battaglia contro l'euro per raccattare 5 voti e poi lasciare in mutande mio figlio? No, sarei un demente.

A questa rappresentazione, Salvini abbina verbi che trasmettono un senso di sicurezza: <fare> [1460], e <potere> [344]; ma nello stesso tempo cerca di creare un rapporto di immedesimazione, fiducia e simpatia, soprattutto in relazione alla sfera personale, e di usare espressioni che lo collocano lontano dal politico “che non deve chiedere mai”.

Diciamo che quando parlano di Salvini leader io mi giro e lo cerco il leader, perché ancora non ci sono abituato e non sono calato nella parte. (...) Che ci sia gente che al governo farebbe cose molto migliori rispetto alle marionette che ci sono al governo oggi, e chissà mai che un domani non possa diventare realtà. Non è Salvini. Salvini è un uomo con tantissimi difetti, con pochi pregi, con il vantaggio di credere in quello che dice, a differenza di tanti altri. Cerco di circondarmi di persone competenti e migliori di me per esprimere come meglio credo quelle che penso siano idee fondate.

Se da una parte Salvini parla di sé in questi toni, dall'altra usa spesso il <noi> [492] sia per rafforzare l'identità della Lega e dei leghisti, sia per creare una nuova collettività di persone del Nord e del Sud, che ora deve essere unita di fronte a un nuovo nemico comune. Quindi il senso di appartenenza ora non deve essere più percepito in base al luogo d'Italia dal quale si proviene, ma in base agli obiettivi comuni.

Ci siam resi conto che la Lega non è un partito. Noi non siamo un partito, noi siamo una comunità. Siamo una famiglia, siamo un gruppo di matti, di sognatori, che a volte sbagliano, a volte fanno bene. Però se toccano uno di noi, toccano tutti noi.

È curioso notare come, durante i suoi discorsi, Salvini si riferisca spesso alla “sua gente” e al suo movimento usando aggettivi come <matto> [29], <folle> [15] e <visionario> [2]. Questo volersi identificare come “matti” ha lo scopo di creare un gruppo esclusivo che non ammette tutti gli altri, quelli che non ne condividono la follia. È chiaro che Salvini non intende la “pazzia” in quanto malattia mentale: sarebbe controproducente. Nel nostro caso il leader leghista usa questi aggettivi per indicare quel genio, quel guizzo

in più che molti personaggi di spicco della storia (all'epoca ritenuti pazzi) avevano, mentre tutti gli altri non erano abbastanza "avanti" per capirli.

A questo "elogio della Follia", Salvini contrappone un forte uso dell'aggettivo <normale> [120], modificandone quindi l'accezione, positiva o negativa a seconda del destinatario, come se distinguesse tra lucida follia (la sua) e follia patologica (dell'Unione Europea).

Ha già del folle, però la storia la cambiano i folli, non la cambiano quelli che ragionano in maniera lineare. Quindi il primo applauso è per voi e per quelli che ci stanno sentendo da casa perché non siete normali, però non ci piace essere normali. (...) Galilei nel 1632 pubblicò un libro in cui sosteneva una tesi matta, che il Sole fosse fermo e la Terra girasse intorno al Sole. Così reagirono: "Che la Terra non sia al centro del mondo e che addirittura si muova - senti un po' che roba da matti, la Terra si muove - è preposizione assurda e falsa." Da stasera siete Galileo Galilei.

Noi come Lega al momento rappresentiamo la gente normale, mentre in Europa è tutto fuorché normale. Sono matti (...) noi della Lega abbiamo bisogno di gente normale. Quelle idee normali per tornare a lavorare, a sorridere, a tornare a casa sereni la sera, senza rabbia.

2.4.1.3. *Parolacce e uso del dialetto*

"La Lega ce l'ha duro". Questo slogan è forse una delle prime cose che ci vengono in mente quando pensiamo alla Lega. Oltre all'uso di abbondanti figure retoriche, il linguaggio del partito leghista e dei suoi leader è sempre stato caratterizzato anche dal frequente uso del turpiloquio e di espressioni forti e intimidatorie. Anche se il registro e i toni erano già stati ammorbiditi da Bossi in situazioni di ufficialità, durante i comizi e i raduni il vecchio leader leghista ha sempre animato la folla con frasi a effetto, attacchi personali ad altri esponenti politici, l'uso di un linguaggio sessista, caratterizzato dal turpiloquio, e soprattutto l'impiego di gesti volgari.

Salvini ha ridotto il gap che esisteva tra il linguaggio di piazza e quello della "prassi politica"; ha abbandonato il celodurismo, l'uso di "gestacci" e del linguaggio sessista, ma ha conservato il turpiloquio, anche se in modo meno creativo rispetto a Bossi. La parolaccia che Salvini dice di più è <palle> [61], come "attributo" per i leghisti, i militanti e le persone che sostengono la Lega (o delle

quali il leader leghista vorrebbe il sostegno: <gente con le palle> [10]), anche se il più delle volte utilizza questa parola nell'espressione <rompere le palle> [20], con la variante <rompere i coglioni> [6] e <avere le palle piene> [4], in riferimento allo Stato, all'Europa o ai contestatori, che "rompono le palle" alla gente onesta (che ne ha "le palle piene"), e non ai veri colpevoli.

Che la Guardia di Finanza vada a controllare le cooperative false e non rompa le palle ai nostri artigiani, ai nostri imprenditori e ai nostri commercianti!

Le altre parolacce utilizzate da Salvini nei suoi discorsi sono <culo> [14], <cazzo> [15], <sfigato> [13], soprattutto rivolto ai manifestanti che disturbano gli interventi del leader, e <vaffanculo> [8] nei confronti dei "potenti di Palazzo" che fanno i loro interessi e cercano di fregare la gente, senza però fare i conti con il leader del Carroccio. Già, perché, come dice Salvini: un conto è essere buoni, un conto è <essere coglioni> [2] o, nella versione di suo nonno, <un cunt l'è vess bun, un cunt l'è vess cujun> [2]; e la Lega, per cogliona sembra proprio non volerci passare. L'uso del dialetto è tuttavia limitato a espressioni brevi e poche altre parole, che Salvini usa indistintamente a Roma, come a Milano e come a Padova. Sebbene già Bossi avesse deciso di abbandonare il *lumbard* nei discorsi tenuti durante la sua carriera politica, Salvini semina pillole di dialetto qua e là nei discorsi con molta cautela e parsimonia, sia per dare un'immagine di una Lega più nazionale, ma che tiene conto delle diversità, sia per allontanarsi dall'immagine negativa che la Lega ha ancora in quel Sud che cerca di conquistare.

Vi manderò delle foto per vedere a che punto siamo sulla Salerno Reggio Calabria e poi risalgo: faccio Napoli, faccio Salerno dove incontro diversi candidati sindaci, evidentemente non della Lega, ma di gente con le palle. Perché di gente con le palle al Sud ce n'è. Che ne ha le palle piene della camorra, dell'assistenzialismo, dei politici ladri e quindi ha voglia di Lega anche Salerno.

2.4.2. I temi populisti di Salvini

Come anticipato, dopo aver estratto il lessico più frequente e averlo analizzato nei diversi contesti d'uso, ho diviso l'analisi in sei nuclei semantici che corrispondono ai pilastri fondamentali su cui si basa

il populismo leghista: il popolo, i vari nemici, le élite e la sovranità, temi affrontati sempre in un'atmosfera di crisi che serve a creare un senso di urgenza e di cieca fiducia nei confronti del leader.

2.4.2.1 Il nuovo popolo leghista: benvenuti al Sud!

Come si evince dal ruolo istituzionale ricoperto finché la Lega ha fatto parte del primo governo Conte (2018-2019), Salvini ha deciso di abbattere i confini della <Padania> [31] e di spingersi a Sud. Adesso la parola d'ordine è “prima l'Italia”, anzi, le Italie. Salvini, infatti, sottolinea la questione nazionale usando parole e frasi che mirano a creare un'identità nazionale (per es. <Paese> [108]), mentre la parola <Nord> [92], fuori dal sintagma <Lega Nord> [34], viene usata 58 volte e, in più della metà dei casi, la si trova in compresenza con il <Sud> [42], in espressioni come da “Nord a Sud” / “del Nord e del Sud” / “al Nord e (anche) al Sud” / “né a Nord, né a Sud” / “per il Nord e per il Sud”.

Alla “nuova Lega”, per il momento, non interessa “fare la guerra al meridione”, interessa stare con le <persone perbene> [19] e con la <gente perbene> [15]. È interessante notare come <meridione> e <meridionali> non compaiano neanche una volta nei testi analizzati: Salvini, infatti, si rivolge al pubblico parlando sempre di <italiani> [193], <gente> [249], e <persone> [139]:

L'impegno della Lega è chiaro da nord a Sud ed è un patto d'onore con le persone perbene. Guardate in faccia chi avete di fianco in questa domenica.

I detrattori sostengono che Salvini sia stato più furbo e lungimirante dei suoi predecessori e che abbia attuato una semplice strategia politica, ovvero cercare di entrare in sinergia con i consistenti umori antipolitici presenti nelle zone del Sud Italia, un bacino potenziale di consensi che con ogni probabilità è molto più ampio di quello del Nord, su temi come il rifiuto dell'immigrazione, la protesta contro l'inefficienza dei servizi pubblici e la conservazione delle tradizioni. E se poi è vero che il primo che arriva a liberare il Sud dalle clientele e dall'assistenzialismo e dai suoi stessi ladri avrà successo, allora a Salvini potrebbero essere (già stati?) perdonati molti peccati del passato.

2.4.2.2. *Quelli che non fanno parte del popolo: dal “terrorismo” al terrorismo*

Possiamo dire, quindi, che la Lega ha accantonato lo slogan “Padroni a casa nostra”? Assolutamente no, gli slogan rimangono: è la <casa> [284] a cambiare. Se una volta l'obiettivo era aiutare il Sud, non con l'assistenzialismo, ma favorendo lo sviluppo di industrie nel Meridione così da fare restare i meridionali <a casa loro> [8], perché «per carità, anche fra di loro ci sono bravissime persone, ma come dire, al Nord nessuno li ha mai invitati», adesso l'obiettivo è aiutare i migranti nelle loro nazioni, per <fermare l'invasione> [13]. Invasione, sì, perché secondo Salvini l'obiettivo dei popoli islamici è quello di <invadere> [4] le nostre terre: c'è un complotto in atto che mira alla sostituzione dei popoli e che viene sponsorizzato dai potenti per questioni economiche. E noi, in Italia, ci stiamo cascando in pieno e stiamo accelerando questo processo.

Nessuno mi toglie il dubbio che l'immigrazione clandestina sia programmata per sostituire un popolo con un altro popolo. Ti tolgo il lavoro, ti tolgo la casa, ti tolgo i figli e i figli li porto, già belli e che cresciuti, dall'altra parte del mondo.

L'<immigrazione> [80] sarebbe anche un valore, il problema è l'<immigrazione clandestina> [33] che non ci permette di controllare chi ospitiamo in <casa nostra> [27].

Se uno è arrivato qua con la famiglia, coi documenti a posto, si è spaccato la schiena, ha lavorato, ha comprato casa, paga le tasse, manda i figli a scuola, è rispettoso, per quanto mi riguarda, vale me e vale lui. Se qualcuno viene qua per fare altro, invece, no.

Nell'esempio qui sopra, Salvini usa figure retoriche di ripetizione per rafforzare il confronto tra gente perbene e approfittatori, tra produttori e parassiti. Già, perché Salvini nei suoi discorsi non dice di voler fermare l'immigrazione *tout court*: secondo il segretario è giusto accogliere subito e concedere asilo politico a chi scappa dalla <guerra> [29]. Il problema è che l'invasione sta avvenendo da parte di migranti di Nazioni non in guerra, che verrebbero in Italia esclusivamente per farsi mantenere dallo Stato. Tutta questa ondata di <clandestini> [83] sta creando problemi di integrazione,

tanto che Salvini parla di <razzismo al contrario> [3]. Tra i temi più sviluppati dal Segretario, accanto alla “i” di “immigrazione” possiamo aggiungere quella di <Islam> [4], e più in generale di <islamico> [28], perché la religione dei paesi islamici non permetterebbe agli immigrati di integrarsi con il resto dell'Italia. O meglio: Salvini è sempre disponibile al dialogo, è aperto verso le religioni e le abitudini di tutti, ma sostiene che il credo islamico sia difficilmente compatibile con la nostra realtà e che l'integrazione debba partire dalla disponibilità degli immigrati a conformarsi alla popolazione autoctona.

Se vieni a Lecco e inizi a dire: “Il crocifisso non mi piace, toglietelo!”, te ne torni a casa tua. Perché se non ti piace il crocifisso te ne torni a casa tua. Fai quello che vuoi, preghi il Dio che vuoi però lì ci sono le campane. Ieri dei clandestini (...) si sono rifiutati di scendere perché l'albergo ospitava anche delle donne sposate e questi non potevano fare colazione insieme a delle donne. Non vuoi fare colazione insieme alle donne? Prendi il barcone, torna da dove sei arrivato e fai colazione con chi vuoi. Noi siamo per la libertà di colazioni. Ognuno è libero di colazione dove vuole e con chi vuole però almeno se vieni qua di grazie. Almeno il grazie costa poco.

“Se non vuoi fare colazione come noi, prendi e te ne vai, perché qui tutti devono essere liberi di fare colazione come gli pare”. Insomma, un vero controsenso, che però passa in secondo piano in virtù del fatto che è più importante la libertà di quelli che sono sempre stati qui e che qui ci sono nati: per parafrasare George Orwell: tutte le libertà sono uguali, ma alcune sono più uguali di altre.

In fondo, la questione è molto semplice e non ci sarebbe nessun problema se gli immigrati abbandonassero religione, cultura e tradizioni per adottare quelle italiane. Magari non proprio abbandonare, ma se proprio devi, fallo a casa tua. La soluzione è adattarsi, un po' come diceva Bossi: «Questa è gente, che se vuole continuare a vivere in Lombardia, deve imparare a comportarsi con la massima correttezza. In Terronia possono fare quello che vogliono, in Lombardia no!». Sostituite “Lombardia” con “Italia” e al posto della “Terronia” metteteci un paese islamico a piacere, *et voilà*: dal “terrorismo” al terrorismo.

2.4.2.3. I nemici della famiglia

Se si analizza il corpus, salta subito all'occhio quanto il tema della <famiglia> [55] sia caro a Salvini e alla Lega, che cercano di difenderla dagli attacchi esterni che subisce costantemente: *in primis* dallo Stato, che non fornisce nessun aiuto economico ai <papà> [100] e alle <mamme> [102] che devono pensare a lavorare e a far crescere i propri bambini. Oltre al supporto alle famiglie e ai genitori divorziati, per aiutarli nella crescita del proprio <figlio> [155], <bambino> [32], <bimbo> [83], la Lega si sta preoccupando di difendere la famiglia tradizionale, minacciata da leggi europee che liberalizzano il matrimonio omosessuale e che vogliono stravolgere il suo impianto, con le teorie sul *gender*.

Dietro la moneta unica c'è il pensiero unico, tutti uguali. Basta coi concetti vecchi della mamma e del papà, che palle! C'è il genitore 1, il genitore 2, il genitore 3, il genitore 4, il nonno 7 e lo zio 12. (...) Faremo 2 mila magliettine rosa per le signore con scritto: sono una mamma e non un genitore 1 o 2. Noi vogliamo le mamme e i papà non gli esseri asessuati.

Anche solo dall'ironia, possiamo capire le posizioni di Salvini sull'argomento. Nonostante si dimostri convinto delle sue posizioni a difesa della famiglia e del matrimonio tra uomo e donna, non attacca mai direttamente le coppie omosessuali: siamo molto lontani dalle posizioni dei "duri" della Lega, quando Bossi diceva che l'omosessualità «è un comportamento patologico», anche se alcuni dei suoi continuano a suscitare scandali con dichiarazioni omofobe, tra le quali, una di qualche anno fa di Buonanno: «Voglio fare il registro per i matrimoni omosessuali. Ma siccome con la questione dei gay si mette in mezzo tutto e il contrario di tutto, faccio anche il registro per i cani, per i gatti, per tutti».

Salvini nei comizi ribadisce sempre la sua apertura nei confronti dei diritti per le coppie di fatto, gay e eterosessuali, e notiamo ancora una volta l'utilizzo di un linguaggio scettico che prevale su un atteggiamento che, a prima vista, può sembrare di disponibilità al dialogo:

Io sono assolutamente disponibile a ragionare di alcuni diritti per le persone che ritengono di vivere la loro affettività, al di là del matrimonio,

della coppia normale, perché poi il concetto di normalità è tutto da discutere. Però le radici dell'albero sono quelle. Però il matrimonio si ha fra l'uomo e la donna e i bimbi vanno dove c'è il papà e dove c'è la mamma, non dove c'è il genitore 1, il genitore 2 e il genitore 3. (...) Ognuno nella vita può essere più o meno fortunato però non si può andare controcorrente.

Quindi si al dialogo su alcuni diritti, ma le fondamenta della società non si toccano. Salvini porta avanti anche su questo fronte la battaglia contro l'omologazione che viene imposta. Insomma, ancora una volta Salvini dice "no" a qualcosa di diverso, in questo caso il matrimonio omosessuale, per difendere la diversità.

2.4.2.4. Bruxelles ladrona e i nuovi alleati

Ma, quindi, chi è questa entità superiore che cerca di controllarci? Questo nemico invisibile che ci impone leggi e comportamenti e che si approfitta dei nostri problemi per fare i suoi interessi? Se una volta il marionettista che tirava tutti i fili dai leghisti era indetificato in Roma, adesso il ruolo del cattivo di turno è destinato all'<Europa> [197] e ai potenti di <Bruxelles> [84]. Prima di continuare, però, è opportuno chiarire che Salvini, stando ai suoi discorsi, non ce l'ha con il concetto di Europa in sé:

Un'altra Europa. Noi non siamo contro l'Europa: Treviso è in Europa, Milano è in Europa non è che siamo in Canada o in Nord Africa o altrove, ma noi vogliamo un'altra Europa fondata sul lavoro, sul rispetto, sui diritti, sull'aiuto dell'agricoltura che viene massacrata.

Salvini è contro l'Europa che vuole fare gli interessi dei potenti, che vuole distruggere tutto ciò che è <piccolo> [67] a favore del <grande> [103], avvantaggiare la quantità a discapito della qualità. E che per farlo si intromette in questioni locali, nel nostro caso che si riferiscono alla dimensione italiana, rovinando <la nostra agricoltura> [7], <la nostra pesca> [2], <il nostro artigianato> [3] e <il nostro turismo> [4], senza avere nessun diritto e nessuna competenza per farlo.

Ma vi pare che debbano spiegare come si pesca il tonno in Puglia? E non si può pescare il tonno in Puglia ma in Albania sì. E quindi noi ci ciucciamo il tonno che pescano 10 km più in là di noi e mettiamo in cri-

si un intero settore. E le arance della Sicilia non sono più buone. Sono meglio quelle del Marocco perché così hanno deciso. E quindi bisogna aiutare il Nord Africa. Fanculo l'agricoltura siciliana, meglio l'agricoltura marocchina. E il formaggio della malga non si può più fare perché non è sano, è fuori norma. Non è a norma europea il formaggio di malga.

Salvini è per un'Europa dei popoli, che rispetti le <diversità> [25] di ognuno, non per questa Unione Europea che vuole fare <marmellata> [14] di tutti i popoli che la abitano e che vuole omologare tutti i suoi cittadini: una sorta di Grande Fratello dei popoli che vuole imporre il <pensiero unico> [21] al fine di controllare le persone.

Io sono entrato in Lega perché adoro le diversità, mi terrorizza quello che è unico e grande: la moneta unica, il pensiero unico, il cibo unico, il libro unico. Quello che secondo me è più pericoloso dell'Europa è questo: grande è bello, tutti a fare la stessa cosa. (...) Vogliono fare la marmellata; io preferisco la macedonia, dove il melone è il melone e la pesca è pesca. La marmellata perde gusto, niente sa di niente. Per assurdo è la Lega Nord, per l'indipendenza della Padania, che proverà a salvare tutte le diversità che ci sono in Italia. Dobbiamo difendere con le unghie e con i denti le diversità, senza essere superiori a nessuno, dalla Valcamonica al Salento. Vogliono omogeneizzarci con lo stesso gusto: insapore, incolore e inodore. A me piacciono i sapori, i colori e gli odori. Vogliono marmellatizzarci.

Insomma, è evidente che ormai i giochi di potere su temi come immigrazione, moneta e bilancio siano tutti a Bruxelles e a Strasburgo, e, per battere una burocrazia forte, occorre (politicamente) diventare più forti. Così, Salvini, in questa Europa che ha definito "gabbia di matti", ha cercato degli alleati con i quali spalleggiarsi al Parlamento Europeo, leader che hanno a cuore i diritti dei loro cittadini sopra qualsiasi altra cosa, riuniti sotto lo slogan: <prima la nostra gente> [4].

Chi vota Lega vota un gruppo. Vota Le Pen. Vota gli austriaci. Vota gli olandesi. Vota i fiamminghi. Vota gli svedesi. La grande differenza rispetto al passato dove io ero parlamentare è che noi rompipalle dell'altra Europa fondata sul lavoro, sulle patrie, sull'agricoltura e sulla speranza, eravamo in 30 su 750. E tu capisci che combattere da soli è bello, però alla lunga si fa fatica. 30 su 750... 'sto giro non andiamo lì in 30, 'sto giro andiamo lì in 200 e quindi devono passare sui nostri corpi prima di continuare a massacrare l'agricoltura.

Salvini, non a caso, in questi esempi cita tutti paesi nordici, per gli italiani simbolo di avanguardia, sicurezza economica e rettitudine. Ma il grande scalpore è stato suscitato dall'intesa che si è creata fra Salvini e Marine Le Pen, ex-presidentessa e fondatrice del partito di estrema destra francese *Front National*.

O i francesi sono diventati tutti dei pericolosi nazisti oppure il fatto che in Francia ci sia un partito che dice: prima i francesi. Stop all'immigrazione incontrollata. Via dall'euro. No al fanatismo islamico. Vengono prima i nostri disoccupati rispetto ai disoccupati di tutto il mondo. O è razzismo o è buonsenso. Secondo me è buonsenso ma se per qualcuno è razzismo io mi autodenuncio: sono profondamente razzista!

Il camaleonte sta prendendo sfumature nere e ciò ha creato non poco scalpore, inaspettatamente, più fuori dalla Lega Nord che dentro. Dopo le battaglie di Bossi contro i fascisti a forza di slogan («Mai! Mai! Con i fascisti mai»), ci si aspettava una reazione più forte dal Senatùr, che in realtà si è limitato a dire che Salvini non sta facendo della Lega un partito fascista, ma sta collaborando con partiti con i quali condivide dei punti: una semplice unione per far fronte a problemi comuni.

Se da una parte Salvini si allea con le destre nazionali, dall'altra mantiene forti le sue posizioni filorusse. Già, perché nonostante Salvini definisca l'Unione Europea una nuova <Unione Sovietica> [6], un vero e proprio <regime> [22] che mira al controllo totale, cerca l'appoggio e la complicità di Vladimir Putin, prendendo la <Russia> [14] a modello e definendo Putin "democratico":

In Italia e a Bruxelles ci sono due dittature. Mi han detto che sono andato a trovar il dittatore Putin. Io farei cambio fra Renzi e Putin domani mattina. È sicuramente molto più democratico quello che sta a Mosca, rispetto a quello che viene da Firenze. Non c'è il minimo dubbio. L'emergenza vera è a Bruxelles, dove fan finta che ci sia la democrazia.

Il leader leghista è stato uno dei primi (e dei pochi) politici italiani a schierarsi con Mosca, e non con USA e Unione Europea, nella crisi ucraina. Ovviamente c'è una questione economica che ispira la Lega: le <sanzioni> [6] dell'Occidente che danneggiano enormemente l'economia italiana, favorendo quella asiatica, che non hanno senso e che Salvini definisce "un suicidio" e "una cazzata".

A noi piacciono i prodotti di casa nostra, come le mele della Valtellina che per colpa delle sanzioni economiche, che i pirla di Bruxelles hanno preso e i pirla di Roma hanno sottoscritto, stanno andando al macero.

Vediamo come a Salvini sembri importare solo di risanare l'economia italiana: ormai per lui il derby fascisti vs. comunisti è passato di moda, non esistono più la <destra> [61] e la <sinistra> [126]. Per lui esiste l'*hic et nunc*, soluzioni concrete a domande concrete, e se per farlo serve anche l'aiuto della Russia, allora la soluzione è abbracciare Putin.

2.4.2.5. *Restituire al popolo la sovranità (economica): basta Euro!*

Altro prodotto del pensiero unico che l'Europa ci vorrebbe imporre è la <moneta> [99], che Salvini associa più frequentemente ad aggettivi negativi, come: <moneta unica> [22], <moneta sbagliata> [22], «del cazzo / della disoccupazione / della fame / morta». Inutile sottolineare che la moneta a cui si riferisce il leader leghista è l'<euro> [429], il sostantivo che compare il maggior numero di volte nel corpus analizzato.

Ingrassa le tasche di qualcuno e porta disoccupazione e fame e povertà. Questo è l'euro! L'euro è la moneta della fame. L'euro è la moneta della disoccupazione. Torniamo padroni di casa nostra ma della nostra moneta!

Ancora una volta si nota l'uso di figure retoriche di ripetizione usate per ribadire che Salvini ha a cuore la sovranità nazionale sulla questione monetaria, tanto da avere organizzato una serie di comizi e incontri per parlare dell'argomento, un vero e proprio *Basta Euro Tour*, che è passato per le città di tutta Italia. Il leader leghista ha intuito che il primo passo per restituire tale sovranità agli italiani sia considerare cancellabile il processo che ha determinato la creazione della moneta unica, e per farlo si avvale dell'aiuto di economisti come Alberto Bagnai e Claudio Borghi che si occupano, durante questi incontri, di illustrare che una via d'uscita c'è.

Che l'euro sia una moneta sbagliata l'ha intuito il professor Borghi, però l'hanno intuito i lattai, i fruttivendoli, gli artigiani, le partite IVA, gli agricoltori. Non occorrono i Nobel. L'euro è contro l'euro [sic]. L'euro è una moneta sbagliata, è finito.

La storia ritorna quindi e, secondo Salvini, basta una moneta <piccola e brutta> [2] ma (più) <giusta> [49] per far ripartire l'economia italiana. Secondo Salvini uscire dall'euro, non è solo possibile, ma è assolutamente necessario. Durante il suo tour, il leader ha proposto un programma economico di dieci punti che accompagna la battaglia *No Euro* e prevede misure come la *flat tax* (l'aliquota fiscale unica al 15%).

Vogliamo un paese normale, uno Stato normale che tassa in maniera giusta. Noi su questo abbiamo l'unica proposta seria per far ripartire il paese: aliquota fiscale unica al 15%, uguale per tutti. Al 31 dicembre mi dai il 15% di quello che hai incassato. E allora sì che se continui a evadere anche il 15% ti metto in galera e butto via la chiave, ma solo con una tassazione giusta.

Come possiamo notare, Salvini porta avanti tutte queste battaglie invitando i cittadini a prendere parte attiva al cambiamento e mostrando loro che le cose si possono fare: basta impegnarsi e, soprattutto, volerlo.

2.4.2.6. *L'altro Matteo*

C'era una volta <Roma ladrona> [2] e lo slogan leghista "Più lontani da Roma, più vicini a te". Ora la storia sembra cambiare e la capitale, Salvini, ormai l'ha conquistata, in tutti i sensi:

Noi non abbiamo mai attaccato i cittadini del Sud, evidentemente abbiamo sempre contestato la cattiva politica. "Roma ladrona" è quella che sta emergendo in questi giorni. Non è la Roma dei tassisti, degli edicolanti, dei pensionati, dei commercianti e della gente che produce.

La Lega, stando a queste dichiarazioni, non ce l'avrebbe mai avuta con i romani, o con la gente del Sud, ma con la politica con la quale hanno sempre avuto a che fare e che li rappresenta. Forse Bossi avrebbe fatto meglio ad aggiungere una P - Sono Porci Questi Politici Romani: sarebbe stato tutto più chiaro dall'inizio. Malinteso risolto: Salvini per il suo <progetto nazionale> [13] è ormai riuscito a raggiungere il <governo> [62] e potrebbe avere finalmente il potere di riuscire a <cambiare> [120] le cose, perché <cambiare si può> [3].

Cambiare su può. Cambiare si può. Cambiare si può. Se lo facciamo tutti insieme Renzi va a lavorare! Magari in quell'azienda di famiglia, per cui qualcuno gli ha pagato i contributi. La Boschi va a lavorare, magari in quella banca dove il papà era vicepresidente e qualcuno ha provato ad aiutare.

Già dalle dichiarazioni di alcuni anni fa, si evince come il <lavoro> [233] e il verbo <lavorare> [149] siano sempre stati un caposaldo del movimento leghista, orgoglioso di essere composto da lavoratori, da gente che fa fatica e che è sempre pronta a rimboccarsi le maniche. Anche su questo gioca Salvini quando dice che i politici sarebbero tutti raccomandati e nullafacenti.

Proviamo noi piccoli. Grillo ha detto ma la Lega è un movimentino. Gli facciamo un culo così. Il movimentino riuscirà a fare quello che i movimentoni, che parlano tanto e combinano poco, non riescono a fare. Con meno soldi, con meno agganci, con meno giudici amici, non con meno banchieri amici ma con nessun banchiere amico, purtroppo. Dico purtroppo perché fa comodo a tutti, però, votano tutti a sinistra... ci sarà un motivo per cui i banchieri votano tutti a sinistra, evidentemente. Io mi tengo il movimentino, io mi tengo il movimentino un po' meno ricco di soldi ma sicuramente più ricco di idee, di ideali, e di voglia di far battaglia.

Possiamo notare, da questi esempi, che Salvini usa spesso gli aggettivi <brutto> [56], <cattivo> [32] e <piccolo> [67] in riferimento ai leghisti e al movimento, ma anche alla moneta e al commercio locale. Questa tendenza a definire la Lega, e ciò che la riguarda, in modo negativo, è chiamato "effetto *underdog*" (o "*anti-winner*"), che indica la propensione a provare simpatia per il perdente e che spinge a parteggiare per il personaggio meno favorito: quel meccanismo che ci porta intimamente a "tifare" perché il gatto Tom, un giorno, acciuffi il topolino Jerry.

Insomma, via tutta la politica marcia e i complici dello Stato <ladro> [12], se serve, anche con la <ruspa> [16], lemma sul quale Salvini gioca e che, durante i suoi discorsi, dice di voler usare contro il Governo, non contro i campi Rom.

Abbiamo al governo dei pericolosi incapaci. La ruspa non la uso per i campi Rom, la uso per il governo che è più pericoloso. La ruspa non è per i Rom, è per Renzi. Prima mandiamo a casa Renzi e poi sgomberiamo i campi Rom.

Matteo Renzi, in quanto capo del Governo nel periodo considerato nella mia analisi, sembra essere il principale nemico del suo omonimo, "l'altro Matteo". Proprio nel 2014, nella principale <piazza> [114] di Roma (Piazza del Popolo) Salvini ha tenuto il comizio *Renzi a casa!*, perché per la Lega è ora che anche Renzi se ne torni a casa sua. Il «Mostro di Firenze» (come lo definisce Salvini durante uno dei comizi del mio *corpus*), è accusato di essere «incapace / arrogante / una pedina / uno strumento/ il nemico dell'Italia». E se Salvini ammette di non nutrire particolare simpatia per la cancelliera Merkel o altri politici europei, sostiene che almeno loro sono in grado di difendere gli interessi del proprio popolo.

Io non ce l'ho con la Merkel e non ce l'ho coi tedeschi, anzi io invidio la Merkel, perché la Merkel fa l'interesse dei tedeschi. Sono i politici italiani che non fanno gli interessi degli italiani, quindi averne di Merkel in Italia. È mica lei, la scema.

In parole povere, Salvini accusa il (ormai ex) "Matteo d'Italia" di non essere il «Matteo degli italiani», e lo critica su argomenti vicini ai cittadini: le <pensioni> [60], le <leggi> [107], i <sindacati> [24] e le <prefetture> [17]. Il Segretario leghista critica il Primo Ministro di peccare di mancanza di umiltà, di parlare di *spread*, massimi sistemi, tabelle e numeri, quando la gente vuole risposte su questioni concrete.

Abbiamo l'inflazione bassa, che bello! Ma se non vendo manco un paio di scarpe, chi se ne fotte. Abbiamo la stabilità finanziaria, che bello! Ma se non vendo manco un paio di scarpe a me della stabilità finanziaria e dello *spread*... qualcuno di voi sta godendo dello *spread* basso?

La Lega fa quello che la sinistra italiana non fa, dice di stare dalla parte dei piccoli, dei giusti, dei poliziotti, delle guardie e di chi questa Italia la vuole difendere. Il concetto di <guardie> [10] e <ladri> [16], infatti, è più volte ribadito durante i discorsi di Salvini, che denuncia lo Stato italiano perché difende i malintenzionati, invece delle persone perbene. Con questa battaglia si è rafforzato il tormentone delle felpe di Salvini, sulle quali sono apparse le scritte "Io sto con Stacchio", "Io sto con il gioielliere" o "Marò liberi subito".

Un conto sono i soccorritori, un conto sono i tutori dell'ordine e noi, fra le guardie e i ladri, stiamo con le guardie e non voteremo mai un indulto,

uno svuota carceri o uno sconto di pena. Che il mio saluto arrivi a Nanto di Vicenza, a Stacchio, il gioielliere, ma non solo a loro, arrivi anche nel carcere di Bergamo, ad Antonio Monella, imprenditore bergamasco che ha ucciso un delinquente e che è lasciato in galera dallo Stato italiano. Fuori Antonio Monella e in galera un delinquente, al suo posto!

Insomma, ormai Salvini a Roma è di casa ed è riuscito ad affondare le radici della Lega anche nella capitale. “Roma ladrona, la Lega non perdona”: invece, alla Lega, sembra essere stato perdonato tutto.

3. Beppe Grillo: politico o comico?

Francesca Nasi

3.1. Chi e come

A metà degli anni Settanta Giuseppe Piero Grillo, in arte Beppe, muove i primi passi nel mondo della televisione italiana grazie all'aiuto di Pippo Baudo. Forse alcuni ricordano le sue prime comparse in programmi come *Secondo Voi*, *Luna Park*, *Fantastico* e *Il Festival di Sanremo* (1978). Verso la fine degli anni Ottanta Grillo viene cacciato dal mondo della televisione per una battuta poco conveniente sul Partito Socialista (il cui segretario, Bettino Craxi, era allora il presidente del Consiglio dei Ministri) e si avvicina, così, prima al mondo cinema e poi al mondo del teatro.

A metà degli anni Novanta Grillo è impegnato nel teatro di denuncia e porta in giro per l'Italia spettacoli importanti come il *Beppe Grillo Show*, *Energia e Informazione*, *Cervello* e *Apocalisse Morbida*. Questa forma di spettacolo impegnato continua negli anni Duemila, quando Grillo denuncia un altro scandalo di un'azienda italiana, la Parmalat, nello spettacolo *Va tutto bene*.

Con l'arrivo del nuovo millennio Grillo si avvicina sempre di più anche al mondo della tecnologia e dell'informazione e nel 2005 apre il suo blog, www.beppegrillo.it, insieme a Gianroberto Casaleggio. Il blog riscuote un così grande successo a livello nazionale

e internazionale che Grillo viene nominato personaggio europeo dell'anno 2005 dalla rivista *TIME*.

Talmente tante persone seguono e prendono parte alle discussioni sul blog che lo stesso anno Grillo decide di organizzare un *MeetUp*, cioè un evento per fare incontrare di persona tutti i partecipanti alle discussioni virtuali. Da lì seguono iniziative come il *Vaffanculo Day* (o *V-Day*) di Bologna nel 2007, in cui Grillo organizza una raccolta firme per una legge popolare su nuovi criteri di eleggibilità per i parlamentari italiani; l'anno seguente, nel *V2-Day* di Torino, Grillo si batte a favore dell'informazione libera. Da qui all'entrata in politica il passo è davvero breve e, nell'ottobre del 2009, Grillo fonda il *MoVimento 5 Stelle*, un movimento di stampo populista.

3.2. Che cos'è il populismo?

Ci sono definizioni diverse di “populismo”, ma noi le semplificheremo e riassumeremo in quattro punti principali: il popolo, i nemici del popolo, la vera democrazia e il capo. Vediamoli ora nel dettaglio.

3.2.1. Il popolo

Il popolo è formato da persone oneste e di buon senso che lavorano duramente per raggiungere i loro obiettivi. In seno al popolo c'è un forte senso di fiducia reciproco ed è chiaro, fin da subito, chi fa parte di questa comunità e chi invece ne è escluso.

L'obiettivo principale del populismo è dare voce al popolo e assicurarsi che i bisogni dei cittadini trascurati siano ascoltati e assecondati. I capi dei regimi populistici mettono in risalto la visione dell'eterno conflitto tra masse sfruttate e classi dirigenti sfruttatrici. Come suggerisce la parola stessa, il popolo è il fulcro dei movimenti populistici e tutto ciò che minaccia in qualche modo il bene del popolo è considerato un nemico.

3.2.2. I nemici del popolo

I nemici sono, sostanzialmente, tutti quelli che complottano contro il popolo per godere di vantaggi che si sono conquistati senza merito. Stiamo parlando dell'*establishment*, cioè politici, intellettuali, mass media, amministrazione pubblica, potere giudiziario, finanza ecc.

Il popolo è quindi una vittima innocente delle élite e di “loro”, i nemici del popolo. Non è colpa del popolo se il paese si trova nella situazione in cui si trova. L'unico modo per cambiare questa dinamica è eleggere un leader populista per assicurarsi che questa situazione cambi davvero una volta per tutte.

3.2.3. *La democrazia diretta*

La democrazia dovrebbe essere il modo attraverso il quale il popolo può esprimere la propria volontà e rendere note le proprie esigenze. Ma la democrazia così com'è ora è messa a rischio dalla classe dirigente. L'unica soluzione per far fronte a questo problema è ritrovare la vera democrazia grazie alla guida del leader e del movimento populista. Ciò a cui ambisce il popolo è proprio la democrazia diretta, che si può raggiungere in modi che vanno dai referendum alle iniziative popolari.

3.2.4. *Il capo del movimento*

Il leader del movimento non è altro che una persona con grande senso del dovere. Non fa in nessun modo parte di élite esclusive, è una persona normale che viene proprio dal popolo, un *primus inter pares*. Il leader non è quindi un politico, ma qualcuno determinato a dire e a fare quello che gli altri non osano fare.

Il leader del movimento cerca un rapporto diretto con il popolo evitando mediazioni inutili. Il leader di cui parlano tutti gli studiosi del populismo è una persona carismatica, determinata, autoritaria, capace di andare contro la politica tradizionale e di guadagnarsi la fiducia dei suoi seguaci.

3.3. **Come parlano i populist?**

La lingua dei populist è sicuramente particolare perché mira a distinguersi il più possibile dal linguaggio tradizionale dei politici, loro “nemici”. Sono stati fatti diversi studi sulle caratteristiche linguistiche del populismo e, così come abbiamo fatto per la definizione di populismo, semplificheremo in alcuni punti chiave: la semplicità del linguaggio, l'uso del dialetto, le parolacce e le minacce nei confronti del nemico.

3.3.1. *La semplicità del linguaggio*

L'obiettivo dei movimenti populistici è quello di avvicinare il popolo alla politica, ma viene dato spazio a un nuovo tipo di trasparenza comunicativa basata su una lingua informale, parlata tra amici al bar o al lavoro, che si distingue nettamente dalla formalità della lingua dei politici. Il lessico, quindi, non è né molto vario né molto sofisticato, ma è in grado di raggiungere tutti.

3.3.2. *Il dialetto*

Un'altra tecnica che i leader populistici italiani usano per sottolineare il fatto di essere persone normali, perbene e, soprattutto, appartenenti al popolo è proprio l'uso del dialetto. Anche in questo caso i capi dei movimenti populistici mirano a distinguersi il più possibile dai politici e a usare un tipo di linguaggio comune e informale.

3.3.3. *Il turpiloquio*

La frequente presenza di turpiloquio (o parolacce) è probabilmente ciò che distingue in modo più assoluto il linguaggio populista da quello dei politici. Parolacce à gogo che, a volte, fanno quasi rizzare i capelli. Forse non è una scelta proprio condivisibile da tutti, ma essenziale per distinguersi e distaccarsi il più possibile dal nemico. È un'innovazione che non ha come unico obiettivo quello di sottolineare il grande distacco dalla lingua tradizionale della politica, ma anche di attirare l'attenzione del pubblico, degli elettori e dei mass media.

3.3.4. *“Loro”, i nemici*

La contrapposizione “noi/loro” non è di certo nuova nel linguaggio della politica, ma i movimenti populistici hanno una caratteristica esclusiva, ovvero enfatizzare ancor più questo contrasto ripetendolo all'infinito e identificando “loro” non solo come avversari politici, ma come veri e propri nemici.

3.4. Cosa e quando (il metodo di lavoro)

Per capire meglio se e come i discorsi di Grillo esibiscano le caratteristiche appena descritte, ho trascritto e raccolto circa 100.000

parole di suoi discorsi politici, comizi e conferenze stampa dal 2008 al 2015. In linguistica questa raccolta viene chiamata “corpus”.

Per capire meglio quali parole (dette anche “forme grafiche”) o serie di parole (dette anche “segmenti”) sono usate più spesso da Grillo, ho trattato il corpus con *TaLTaC*², un software per l’analisi testuale automatica (www.taltac.com). In base ai risultati ottenuti, ho deciso di raggruppare le parole più frequenti su base tematica. Con riferimento agli argomenti principali e alla retorica dei movimenti populistici, nelle prossime pagine intendo dimostrare che Grillo corrisponde appieno all’immagine linguistica del leader populistici.

3.5. Analisi dei discorsi

Riprendiamo ora i quattro punti principali in cui abbiamo schematizzato la definizione di populismo (il popolo, i nemici del popolo, la democrazia diretta e il leader) e vediamo più da vicino come questi aspetti sono trattati da Grillo nei suoi discorsi politici.

3.5.1. Il popolo

Come abbiamo visto al punto 3.2.1, i movimenti populistici mettono il popolo al centro delle loro politiche. Nella tabella sottostante ho raccolto tutte le parole che Grillo ha usato per parlare del popolo italiano, con la loro frequenza (cioè quante volte compaiono nel corpus). Tramite qualche esempio, cercherò di illustrare come Grillo tratti questo tema nei suoi discorsi politici.

Forma	Occorrenze
Gente	201
Persone	201
Cittadini	113
Cittadino	32
Popolo	18

Tabella 3.1. Parole che si riferiscono al popolo di Grillo

Al primo posto, a pari merito, troviamo “gente” e “persone” con lo stesso numero di occorrenze (201). Se si controllano i contesti in cui compare la parola “persone”, si nota che Grillo la accompagna spesso ad aggettivi o concetti per lo più positivi. Ritroviamo frequen-

temente riferimenti alle “persone perbene”, alle “persone oneste” e alle “persone normali”. Grillo usa queste forme grafiche per parlare principalmente dei sostenitori del MoVimento 5 Stelle o di chi dovrebbe farne parte. Qui emerge un’opposizione tipica dei movimenti populistici (cfr. 3.2.1 e 3.2.2), ovvero l’opposizione tra il “popolo onesto e perbene” e la classe dirigente disonesta, formata da delinquenti.

Grazie agli esempi che seguono è possibile identificare le caratteristiche delle persone iscritte al MoVimento: devono essere brave, devono saper lavorare duramente e devono essere aperte e disponibili. Ma non è necessario essere persone fuori del comune per fare parte del MoVimento, in realtà basterebbe essere persone “normali”:

Succederà qualcosa e allora è giusto che noi ci prendiamo questo paese e lo portiamo **con le persone perbene** – perché in fondo la nostra rivoluzione è molto semplice: **mettere delle persone perbene** dove non ne hanno mai messe, tutto lì.

Una cosa. Questo MoVimento nasce in rete con i progetti, le Stelle sono progetti, sono idee di **persone come voi** che si associano. È un MoVimento aperto a tutti su delle idee, sull’acqua pubblica.

Però qua dietro sono **persone come voi, normali**, professionisti, gente preparata, molto preparate. È gente come voi, che viene qua e non c’è nessun campione olimpionico di canoa e non c’è figli di magistrati, non ci sono capitani d’industria, sono **persone normali**, sconosciute.

Se la parola “persone” è usata con un’accezione positiva, “gente”, invece, è spesso usata in modo negativo. Infatti nel corpus abbiamo ritrovato spesso il segmento “questa gente” o “questa gente qua”, usato da Grillo per fare riferimento a persone generalmente poco raccomandabili. E anche qui ritorna il contrasto tra i cattivi, “questa gente qua” cioè i politici e la classe dirigente, e i buoni, cioè “noi”, il popolo e il MoVimento. Ecco alcuni esempi del contrasto “noi” vs “loro”:

Cosa pensano, che non andiamo da qualche parte, lì davanti a chiedere spiegazioni a **questa gente qua**? Pensano che con un colpo di burocrazia così, perché l’articolo bis del 5 del paragrafo 7 determina che il simbolo, il primo che arriva è così?

Ecologia e libertà, cinque inceneritori della Marcegaglia, 140 milioni di soldi pubblici dati a Don Verzè. **Questa gente** parla in modo e poi

ne fa un altro, non fatevi più abbindolare. Non abbiamo più bisogno di **questa gente, dobbiamo creare una comunità insieme**, ognuno di voi deve dare una mano a questi, perché sono una parte di voi messa lì.

Uno dei fulcri attorno a cui ruota la politica del MoVimento sono i “cittadini” e una delle priorità per Grillo è che i cittadini siano informati ma anche ascoltati, siano in grado di prendere le proprie decisioni e, soprattutto, che siano liberi. L’informazione (come vedremo più avanti, un altro pilastro portante del MoVimento) è infatti essenziale per fare progredire il paese, per prendere decisioni adeguate e uscire dall’ignoranza che la classe politica impone al popolo italiano da ormai troppo tempo (anche qui ritroviamo, ancora una volta, la contrapposizione tra “noi”, i buoni, e “loro”, i cattivi):

E allora ecco di che cosa hanno paura. Hanno paura che noi ci tramutiamo in **cittadini liberi**. Loro vogliono dei consumatori contenti, **noi vogliamo essere dei cittadini liberi e liberi significa essere informati**.

Ma **prima di far scegliere ai cittadini abbiamo bisogno che i cittadini si vadano a informare, andatevi a informare**. Magari non votate il movimento a 5 Stelle, ma informatevi, siate curiosi. Siate curiosi, non fidatevi di questi cialtroni delle televisioni, per favore, siate curiosi, che in fondo in fondo quello che via appare non è mai così.

In fondo la politica, lo Stato e le istituzioni appartengono proprio ai cittadini...

Un cittadino comincia a fare politica e a riprendersi le istituzioni **perché lo stato sono i cittadini, non i partiti**. Possiamo farlo, ma pensa.

...e per troppo tempo i “cittadini” sono stati esclusi e ignorati:

I cittadini sono tolti da qualsiasi diritto costituzionale, dai referendum, dalle leggi popolari, dalle petizioni, li mandano via dai Comuni. I cittadini devono riappropriarsi della democrazia.

Quindi è ora che i cittadini siano finalmente messi al primo posto:

Signori, ma non si può più, dobbiamo andare lì a fare il fiato sul collo per riparare i danni, riparare i danni. Dobbiamo stare lì perché i danni siano nella minor quota possibile. Dobbiamo sempre arrivare dopo. Io non voglio più arrivare dopo. **I cittadini devono arrivare prima, non dopo**.

Insomma, il popolo di cui Grillo parla è un popolo buono, caratterizzato da persone perbene e oneste che, in quanto cittadini, meritano di essere al centro delle preoccupazioni della politica. Si tratta di un popolo che si contrappone nettamente alla classe politica dirigente, che non fa altro che approfittare continuamente della buona volontà degli italiani a proprio vantaggio.

3.5.2. I nemici del popolo

Come abbiamo già visto al punto 3.2.2., il nemico non è solo uno, anzi. Per farla breve, i nemici sono, sostanzialmente, tutti quelli che complottano contro il popolo. Nella tabella qui sotto abbiamo raccolto alcuni concetti di cui Grillo parla più spesso in termini critici e, con l'aiuto di qualche esempio estratto dal nostro corpus, vedremo in che modo questi nemici si oppongano al benessere del popolo.

Forma	Occorrenze
Loro	269
Soldi	227
Politica	159
Giornalista/i	34
Antipolitica	12

Tabella 3.2. Parole che indicano i nemici del popolo

Ai primi posti della tabella troviamo il pronome “loro” (269 occorrenze), che è usato da Grillo meno spesso rispetto a “noi” (648 occorrenze). Come dimostrano gli esempi che riporto qui sotto, Grillo usa “loro” per fare riferimento a diverse categorie di nemici e far emergere la contrapposizione tra questi ultimi e il suo popolo, indicato con “noi”.

In alcuni casi “loro” sono i partiti politici italiani, insieme a ciò che fanno e non fanno. Questo è il nemico che si schiera contro le azioni del M5S, cioè contro di “noi”. Nei suoi discorsi, Grillo tiene a sottolineare quanto lo spirito d’innovazione del M5S sia in netta contrapposizione con i partiti nazionali che sono, invece, vecchi e polverosi.

La differenza tra **noi** e **loro** è questa: non è che **noi** andiamo lì a sostituire un partito con un altro, **noi** siamo veramente un'altra cosa. Se lo

devono mettere in testa. Un'altra idea di mondo, un'altra idea di economia, un'altra idea di politica. È un processo culturale questo, è un mondo, dio mio.

Quando sei dentro non te ne accorgi più, sei dentro un sistema. Vai in Parlamento, si reputano galantuomini, quelli che non rubano. Ce ne sono dentro il Parlamento, che si reputano galantuomini perché **loro** non rubano. Ma sono dentro un sistema che accettano ed è peggio quel galantuomo lì che quello che ruba, perché non si infiamma. Abbiamo fatto come ha detto Di Maio. Ma guardate, noi stiamo preparando questa classe politica che sono questi ragazzi qua. Li avete visti, li avete sentiti, non sono io. [...] Ma **noi** stiamo preparando qualcosa che non è mai successo, che non riusciamo neanche a capire. **Noi** non siamo un'istituzione, noi ci siamo illusi, vedi, coi parlamentari, di diventare l'istituzione dell'opposizione. Non siamo così, non siamo un'istituzione. **Noi** siamo entrati dentro un meccanismo che lo sapevamo già che non era congeniale al nostro. **Noi** siamo un movimento dal basso, quelli son partiti politici verticistici, infatti ci trattano così.

Ma i politici italiani non sono gli unici nemici del popolo: ci sono anche i politici dei paesi stranieri (come, per esempio, quelli di Germania e Stati Uniti). Secondo Grillo questi politici hanno tentato, a più riprese, di imporre la loro volontà politica su "noi" italiani.

E mentre **loro** santificano il muro di Berlino, la riunificazione della Germania l'abbiamo pagata **noi**, insieme a quelli della DDR.

Vuol dire che se gli americani vogliono importare un pollo al cloro – perché **loro** ci fanno il bagno di cloro, da **noi** è proibito – allora devi togliere la legge da **noi**, importare il pollo col cloro perché se non lo fai ti citano in giudizio i tribunali off-shore che costano milioni di dollari. **Loro** hanno gli avvocati **noi** no.

Abbiamo notato che in realtà Grillo non critica solo i nemici in sé, ma anche le loro azioni e il modo in cui gestiscono alcuni temi importanti nella nostra quotidianità quali i soldi, l'informazione, la scuola e l'istruzione ecc. Tra questi temi, i soldi sono sicuramente uno dei più ricorrenti nei discorsi di tutti i politici. Grillo sostiene che l'Italia, in realtà, non sia povera anzi, i soldi ci sono! Il problema principale è che chi è alla guida del nostro paese non vuole investire in progetti che vanno a vantaggio del popolo. Ed ecco qui un cavallo di battaglia dei movimenti populistici: le élite tengono per sé

il denaro pubblico e non sono disposte a dividerlo con il popolo.

Non riescono a capire, ci chiedono a noi consigli. **Noi ce li abbiamo i soldi!** 15 miliardi per comprare 30 cacciabombardieri per andare in Afghanistan, **ci sono i soldi!** Puoi dare i soldi alla ricerca! Questo paese è strozzato, è strozzato dal debito.

Non ci sono i soldi, Gargamella: “**non ci sono i soldi, non ci sono i soldi**, demagogo, miliardario”. **Non ci sono i soldi?** Allora cominciamo ad andarli a prendere **dove sono i soldi. Ci sono i soldi**, cominciamo a prendere un miliardino di euro di rimborsi elettorali con effetto retroattivo subito. [...] Noi non li abbiamo presi. E se ti dicono che per la politica **ci vogliono i soldi**, noi, in tre anni – ecco perché ci sono tutte le televisioni del mondo, non riescono a capire – **in tre anni senza soldi**, coi media contro, i giornali, le televisioni. Bene, in tre anni **senza chiedere un euro**, facendo i banchetti con la neve, le bufere, la pioggia, chiedendo magliette due euro alla volta. Senza soldi in tre anni siamo diventati la ter... la secon... la prima forza politica del paese!! È fantastico.

Anche se nei discorsi che ho analizzato non compaiono con la stessa frequenza dei soldi, scuola e istruzione fanno parte del programma politico del M5S. Secondo Grillo il sistema educativo è arretrato e obsoleto nel nostro paese semplicemente perché le nostre élite politiche, “loro”, si rifiutano di investire nell’istruzione e nella ricerca. In realtà lo fanno per assicurarsi che il popolo (“noi”) rimanga nell’ignoranza e non sia in grado di ribellarsi al potere:

Io sono andato a vedere delle **scuole statunitensi**, sono già con tutti i bambini con l’e-book, studiano giocando, con **lavagne elettroniche**. Addirittura in uno stato degli Stati Uniti ci sono **le scuole con le pareti, i muri e il pavimento che sono pixel**, sono pixel. Vuol dire che mentre fai una lezione di biologia si illumina la parete dell’aula della scuola e sei dentro la cellula. **Sono già a quei livelli lì, noi abbiamo coi libri, gli zaini, 30 chili**. Sempre gli stessi libri che cambiano il titolo, fatti dagli stessi professori di 10 anni prima.

Però la scuola è un problema stratosferico. Voglio dire se noi abbiamo un **insegnante** che guadagna poco, frustrato, ha a una didattica mediocre. Ecco uno dei più grossi danni che può fare la società, alle generazioni future. Quindi deve essere pagato bene. Deve essere pagato bene. **Devi avere una didattica moderna** perché hai una classe magari di trenta persone. Sì ma voglio dire se fai il tempo pieno le classi a venti

persone poi assumere le persone. Allora i soldi dove si prendono? Si trovano. **500 milioni alla scuola privata io li depisterei sulla scuola pubblica.**

Noi siamo il contraddittorio naturale. **Loro** sono per privatizzare la **scuola**, **noi** la vogliamo pubblica. **Loro** sono per la sanità privata, **noi** la vogliamo pubblica. **Loro** sono per il cemento e fare opere stratosferiche come il ponte sullo Stretto, **noi** siamo zero cemento. **Loro** vogliono fare gli inceneritori, **noi** vogliamo fare la raccolta differenziata. Siamo il contro altare **loro**.

Ma i nemici non sono finiti qui: anche i giornalisti e la mancanza di informazioni fanno parte di questa categoria. A detta di Grillo, l'Italia è l'unico paese al mondo ad avere un ordine dei giornalisti, creato addirittura da Mussolini, e questa è un'ulteriore prova del fatto che la nostra classe politica, "loro", non vuole fare altro che imbrogliare il popolo onesto formato da persone perbene, "noi".

Unici al mondo siamo ad avere l'ordine dei giornalisti fondato nel 1925 da Mussolini per tenerli in braghe di tela, i giornalisti. Eccoli. Bene, Einaudi diceva che non esiste e non può esistere l'ordine dei giornalisti. C'è l'articolo 21 della Costituzione. L'informazione dev'essere libera. Con la rete, chiunque è giornalista, chiunque può scrivere, chiunque può leggere. La rete li farà fuori tutti lo stesso. Ci dev'essere qualcuno che pagando ti dice che sei giornalista, ma che cazzo vogliono dire?

Dai comuni alle regioni e poi dalle regioni, eventualmente, in parlamento. Rovesciare la piramide, è questa la nostra cosa. **Però i cittadini devono avere un'informazione corretta, che la potete trovare solo sulla rete ormai, perché i giornali sono ormai una questione del passato. Non c'è più assolutamente nulla da trovare nei giornali, la verità non c'è più.**

Ma allora, come dovrebbe essere la vera politica che mette il popolo al centro? Secondo Grillo, la politica è qualcosa di semplice che deve partire da una vera e propria passione. La politica è fatta di persone che si scambiano opinioni e che partecipano alle decisioni da prendere sul proprio paese. La politica è qualcosa che dovrebbe rimanere lontano dai soldi. Tutti questi concetti si oppongono, ovviamente, all'attuale politica italiana che è in mano a "loro", i nemici:

Allora **questo movimento è nato in rete**, è nato spontaneamente, io non sono il leader, ho solo cercato di unire dei progetti. È nato su delle idee, idee di una politica diversa [...]. Ci siamo autofinanziati e guardate cosa siamo riusciti a fare. E allora succede questo. E allora capisci dalle facce delle persone che basta che **capisci cos'è la politica. La politica sono i soldi e i soldi sono diventati la politica. E quando i soldi entrano nella politica, la politica diventa merda.** Diventa merda.

La politica è semplicità, non è difficoltà.

Allora **che cos'è la politica?** La politica è quello che dice Vendola che è la gestione della complessità? Vendola è veramente uno che mente sapendo di mentire perché **non è la complessità la politica, la politica è la semplicità** che è la cosa più vicina all'intelligenza.

Grillo parla spesso di “(questa) classe politica”, confrontandola con l'innovazione del Movimento 5 Stelle e come dovrebbe essere la vera politica. Qui ritroviamo un altro contrasto interessante, cioè quello tra “vecchio/nuovo”, che, insieme alla contrapposizione tra “loro” e “noi”, è tipico di tutto il politichese e non solo dei movimenti populistici.

Quindi è un paese che non ha più nessuna prospettiva, abbiamo solo da **azzerare questa classe politica** e ricominciare a pensare il paese sotto il profilo economico, sotto il profilo anche produttivo, cosa andiamo a produrre.

Noi siamo forse la causa, gli effetti li vedranno i nostri nipoti. **Stiamo cambiando una classe politica di giovani.** Noi in fondo abbiamo fatto le poche cose, ci dite, può darsi. Ma non abbiamo mai tradito quello che abbiamo detto.

Eppure, nonostante il suo spirito d'innovazione e la volontà di trasformare l'Italia in un paese migliore, il Movimento 5 Stelle non è visto proprio da tutti di buon occhio e, per questo, è stato definito un esempio di antipolitica. L'M5S non è un partito politico come tutti gli altri, ma è un movimento che è nato dalle proposte e dalle idee del popolo. È un movimento innovativo che non è né di destra né di sinistra e tutti possono farne parte, a patto che siano persone oneste e perbene. E proprio così che dovrebbe essere fatta la politica, secondo Grillo.

Le parole, state molto attenti. **Antipolitica non significa niente.** Hanno detto a me che **facevo antipolitica** che parlavo di pregiudicati in parlamento e adesso cosa dovrei dire io, che questi qua stanno parlando di pregiudicati in parlamento? **Che fanno l'antipolitica? Noi siamo antipolitici, non anti politica.** Noi vogliamo mandarli a casa, mandare a casa i partiti. I partiti non hanno più idee, è lo stesso programma. È lo stesso identico programma, mi sento preso per il culo. Illegali, sì, perché vanno con una legge elettorale che hanno cambiato senza il consenso dei cittadini.

Signori le cose che dicevamo noi, **ci dicevano l'antipolitica, vi ricordate quando eravamo l'antipolitica?** Ci hanno anche chiamato – adesso il nuovo termine per definire una platea così è – populisti, siamo i populisti.

E allora questo MoVimento è nato su delle idee. **Le 5 Stelle non sono le idee.** E io divento pazzo quando mi dicono “proposte e non proteste”. Ci si fa l'alibi, si fanno l'alibi su di noi. **Noi siamo un MoVimento di proposte, nato soltanto con le proposte,** con le 5 Stelle, con l'acqua pubblica, con le rinnovabili, con la raccolta differenziata, con fare le casse passive, col Wi-Fi libero e gratuito. **Siamo solo idee che viaggiano alti.** Dio mio, **noi non siamo né di destra né di sinistra, né centro-destra, né centro-sinistra. Noi siamo sopra, sopra, sopra.**

Questa politica in cui Grillo crede è quindi una vera e propria bocciata d'aria fresca in contrasto con l'atteggiamento polveroso e scarsamente dinamico dell'Italia. In questi contesti ritornano spesso le contrapposizioni tra “vecchio/nuovo”, “passato/futuro” e “staticità/dinamismo”.

Abbiamo creato un movimento meraviglioso, un MoVimento 5 Stelle meraviglioso. Le 5 Stelle, l'acqua pubblica. Faremo un V-Day, un V-Day sull'acqua pubblica l'8 di maggio del 2010. **Vogliamo l'acqua pubblica, vogliamo le energie rinnovabili, vogliamo la raccolta differenziata, la mobilità, biciclette, piste ciclabili, natura. Vogliamo gratificarci la vita!** Abbiamo dato questa prospettiva ai giovani, questo MoVimento 5 Stelle, che ci siamo già dentro ai Comuni.

Bene, oggi vi presento una cosa che c'è voluto un po'di sforzo tra me e i miei collaboratori così. È nato in rete e oggi vi voglio presentare la famosa piattaforma del MoVimento nazionale perché c'è e secondo me **siamo alla rivoluzione della politica. La politica dal basso, dove uno vale uno.** Allora lì ti puoi iscrivere, ripeto, gratuitamente. Nomi e

cognomi. Guardate che noi siamo quasi 100.000 già iscritti, 100.000 persone che condividono un'idea e si buttano tutte e 100.000 su un'idea. Noi possiamo veramente cambiarlo questo paese qua.

Ci saremo! È un movimento che sta cambiando e sta cambiando il mondo. È il vero virus del mondo! **Spazzerà tutti i tetti questo movimento!** Sì! Spazzerà tutto.

Per riassumere, tutti coloro che minacciano il benessere del popolo sono nemici. Questi nemici per decenni hanno fatto di tutto per ostacolare il popolo italiano e per assicurarsi che rimanesse all'oscuro di tutto. Ora la dinamica deve cambiare e solo Grillo, il MoVimento e la sua idea innovativa di politica saranno in grado di garantire all'Italia un futuro molto migliore.

3.5.3. La democrazia diretta

La democrazia dovrebbe essere un modo in cui il popolo può esprimere la propria volontà e le proprie esigenze. Ma la democrazia che c'è ora in Italia non è nulla di tutto ciò, anzi, è messa a rischio dalla classe dirigente. L'unico modo per staccarsi veramente dalla tossicità della politica moderna è un cambiamento che viene dal popolo e dal suo leader. Nella tabella 3.3. e negli esempi sottostanti abbiamo raccolto le parole chiave su cui Grillo fa leva per parlare di un cambiamento che oggi ritiene più necessario che mai.

Forma	Occorrenze
Legge/i	198
Referendum	92
Democrazia	76

Tabella 3.3. Parole collegate alla democrazia diretta

Una delle critiche maggiori che Grillo rivolge alle leggi italiane è che queste non sono per niente chiare, sono poco trasparenti e, soprattutto, vecchie. Insiste perché alcune di queste leggi vengano abolite o, perlomeno, modificate perché c'è bisogno di misure più innovative, moderne e, soprattutto, chiare e comprensibili a tutti. Infatti, le leggi incomprensibili che ci ritroviamo hanno come unico obiettivo quello di ingannare il popolo usando frasi complesse e parole difficili.

La legge finanziaria 2013 si chiama legge di stabilità. Comma 11, per esempio, al fine di finanziare interventi di natura assistenziale in favore delle categorie di lavoratori, di cui articoli 24 comma 14 e 15 del decreto legge 6.12.2011 numero 201 convertito con modificazioni dalla legge del 22.12.2011 numero 214 e 6 comma 2 Ter-roni? No- del decreto legge 29.12.2011 numero 216 convertito con modificazioni della legge del 24.2.2012 numero 14 e 22 del decreto legge 6.7.2012 numero 135 convertito con modificazioni dalla legge 7.8.2012 numero 135, **lo capite? Lo capite?**

E noi faremo questo grande cambiamento: renderemo **le leggi plausibili e capibili dai cittadini** con un click, come facciamo con le nostre leggi. Per la prima volta nel mondo, i parlamentari, prima di proporre una legge la mettono online, viene discussa, criticata da 300.000 iscritti che vanno lì a dire le loro cose. Come abbiamo fatto con la **legge elettorale**, che noi abbiamo già pronta, discussa in 10 settimane. Se la vogliamo proporzionale, maggioritaria, con che soglia di sbarramento, come sono le schede.

La legge Gasparri è un affronto alla democrazia e alla libertà. La legge Gasparri fa sì che un nano coi capelli d'asfalto, un ologramma, un ologramma che non esiste. Una salma riesumata dal partito democratico perché era morta. Era morta. La legge Gasparri permette che un nano, un ologramma, un iPod nano, possa avere in un paese civile tre televisioni e venti giornali ed essere presidente del consiglio.

Ciò a cui deve ambire il popolo quindi è la democrazia diretta, che può essere raggiunta tramite leggi e iniziative popolari...

Il primo V-Day che siamo apparsi con una **legge popolare, di iniziativa popolare**: via i parlamentari condannati, due legislature se no ti fai le combriccole, voto di preferenza per la legge elettorale. Ma anni fa, sembrano anni luce, dio mio. E adesso di nuovo **con una legge popolare noi siamo quelli per la democrazia dal basso condivisa.**

Io sarò là perché vorrò chiedere – e dovrò chiedere a nome di 350.000 cittadini che hanno firmato una **legge popolare** per mandar via ancora i venti condannati in via definitiva, i settanta in primo grado prescritti, il voto di preferenza – voglio chiedere perché 350.000 cittadini hanno firmato davanti a un pubblico ufficiale e la legge ancora non viene discussa in parlamento.

Abbiamo firmato una **legge popolare** per dire che noi vogliamo un voto di preferenza. Se no non ci sono elezioni valide costituzionali e demo-

cratiche se tu non puoi intervenire. È questo il nostro governo, non lo abbiamo eletto noi.

...ma anche con i referendum. I referendum sono un argomento su cui Grillo insiste in modo particolare: sono infatti di fondamentale importanza per l'Italia e per il benessere dei suoi cittadini. I referendum sono l'unico modo in cui il popolo può esprimere la propria opinione e far sentire la propria voce.

Nel '46 abbiamo fatto un **referendum** se scegliere la democrazia o la monarchia e abbiamo scelto. Adesso dovremmo fare la stessa: fare un **referendum** e scegliere o la democrazia o la partitocrazia. O diventiamo cittadini o diventiamo sudditi e moriamo così.

Dall'altra parte dell'Adriatico cosa è successo, una piccola nazione di 2 milioni di individui, il Kosovo, è diventata una nazione indipendente. Due milioni. Hanno fatto il loro **referendum** e sono diventati indipendenti. Bene, forse oggi è il momento di giudicare come lo stato italiano vi ha trattato fino adesso, di fare un **referendum** e staccarvi da Roma.

In realtà, i referendum in sé non sono la soluzione ideale. Infatti, nel nostro paese, ci sono stati casi in cui i cittadini hanno deciso di prendere una determinata strada proprio grazie a un referendum ma, alla fine, non sono stati ascoltati. Per evitare che in futuro siano fatti referendum senza esiti, la proposta innovativa di Grillo è quella di fare "referendum propositivi senza quorum":

L'Enel ha comprato due centrali nucleari in Slovacchia degli anni '70, con i miei soldi, **contro un referendum che abbiamo fatto 20 anni fa** contro il nucleare. Contro la volontà del popolo, l'azienda di stato compra due centrali nucleari senza dirmi niente! Siete voi i responsabili perché bastava un telegiornale che lo dicesse, il giorno dopo le azioni dell'Enel andavano giù se lo sapevamo.

Noi abbiamo bisogno di un ricambio, di un ricambio di pensiero, di mettere dentro redditi di cittadinanza, di mettere dentro strumenti per gli italiani, i cittadini, che possono far valere i propri diritti, come i **referendum propositivi senza quorum**.

Se la costituzione prevede solo una serie di cose: **i referendum devono essere solo abrogativi**, cioè possiamo solo abrogare le cazzate che fanno queste facce da culo; le leggi popolari, ne abbiamo fatte

tre – parlamento pulito, due legislature e il voto di preferenza – buttate nel cesso. **La costituzione non prevede che le leggi popolari devono essere discusse in parlamento obbligatoriamente, non lo prevede, quindi la buttano nel cesso una legge popolare.** Non abbiamo neanche il voto di preferenza. **I referendum devono essere propositivi senza quorum in modo che i cittadini si organizzano in rete, nelle piazze, determinano la priorità nelle spese dei loro soldi, dove devono andare a finire.** Ma dio mio! è semplice! è semplice.

L'attuale democrazia italiana non è considerata tale da Grillo. Quindi è assolutamente necessario ritornare a una democrazia vera e diretta che permetta a tutti di esprimere la propria opinione. Il MoVimento 5 Stelle è pronto a cambiare il futuro dell'Italia e a dare la possibilità ai cittadini di decidere da soli e per sé stessi, perché solo grazie ai “pazzi della democrazia” (cioè gli appartenenti al M5S) questo sarà possibile.

Signori, la **democrazia se n'è andata sotto i nostri occhi**, i cittadini sono tagliati fuori. Cinque persone hanno eletto questi che vediamo, questo social network di pregiudicati, ruffiani, amici degli amici, avvocati che fanno leggi per gli amici degli amici.

I cittadini devono **riappropriarsi della democrazia.**

Si formano gruppi senza leader, gruppi di cittadini così, che con la **democrazia diretta** – è la prima volta in Europa che si mette quella parola lì, **democrazia diretta** – vuol dire che le persone si autogestiscono.

La democrazia, la democrazia è quella che abbiamo dimostrato con i referendum. 28 milioni contro l'acqua privatizzata e contro il nucleare, **l'unica vera democrazia è quella lì.** Il resto sono palle.

E allora questo MoVimento è nato in un giorno, se vi ricordate, è nato il 4 di ottobre del 2009. Nel 2009 il 4 di ottobre l'abbiamo fatto nascere. Sapete perché? Perché è il giorno di San Francesco, è il giorno di San Francesco. San Francesco lo chiamavano “il pazzo di Dio”. Ecco perché siamo nati in quel giorno lì, **perché noi siamo i pazzi della democrazia.**

3.5.4. Il leader

Nei suoi discorsi, Grillo ripete spesso di far parte del popolo e di essere una persona normale, con una famiglia normale, che vive una

vita normale e che fa cose normali. Ci tiene a sottolineare di non essere in nessun modo parte di un'élite politica; anzi, è un comico che ha semplicemente deciso di utilizzare le proprie forze e la propria esperienza di vita per cambiare qualcosa nel suo paese. Vediamo nella tabella 3.4. le parole, con le rispettive occorrenze, che rientrano in questo tema, seguite da qualche esempio tratto dal corpus.

Forma	Occorrenze
Figlio/i	86
Famiglia/e	41
Leader	30

Tabella 3.4. Il leader come uomo normale

Grillo racconta spesso episodi tratti dalla sua vita familiare e fa spesso riferimento ai suoi figli o alla sua famiglia in generale. Sottolinea che i problemi della sua quotidianità sono in realtà gli stessi che hanno anche le altre famiglie.

Potevo starmene a casa, sì, e vedere i miei **figli** – 6 ne ho – due andare in Australia, un altro in Nuova Zelanda. Potevo starmene lì, avevo i soldi per farmi una vecchiaia, c'ho 65 anni. Non me la sono sentita di stare lì e vedere i miei **figli**, i vostri **figli**, la gente migliore che deve lasciare questo paese standomene a casa con le pantofole. Sono uscito e ho detto “vi do in cambio qualche cosa”, mi sento in dovere di darvi qualcosa in cambio.

Io c'ho sei **figli** che fanno qualsiasi cosa pur di sopravvivere e prendere uno stipendio. Anche i vostri **figli** fanno così, li facciamo studiare e poi vanno a fare i camerieri o vanno nei villaggi a fare gli intrattenitori. Dio mio, io voglio un'altra cosa, voglio, eh?

Grillo in realtà non si definisce “leader politico” ma “garante” del MoVimento. È un *primus inter pares* dotato di grande carisma, che si presta per senso del dovere a rappresentare il popolo.

Son venute persone che nelle Commissioni sono veramente più preparate. Parlate con gli uscieri qua, parlate per vedere chi sono queste persone. **Io sono quella meno preparato di tutti, sono qua per fare un po' da specchietto per farvi venire.** La mia funzione è questa, ma questo movimento andrà avanti e il reddito di cittadinanza lo portiamo a casa.

Il MoVimento 5 Stelle credo che sia l'unica alternativa. **Ora non vi parlo da leader, io non sono un leader, perché il MoVimento 5 Stelle non prevede leader.** Sono i cittadini che si riappropriano delle istituzioni, un movimento di milioni di cittadini senza leader con un programma.

I movimenti sono altre cose, questo movimento non l'ho mica creato io. È nato spontaneamente dalla base con migliaia di giovani, migliaia di persone. **Io non sono il leader del movimento, io sono il garante del movimento. Io garantisco che quelli che entrano siano incensurati,** o che non sono iscritti a partiti. Sono pieno a casa,avrò 50 mila, non so quanti, fedine penali. Ecco, io controllo questo, ma è spontaneo il movimento.

Grillo è un leader aperto all'idea che tutti facciano parte del suo Movimento purché siano persone oneste e perbene e abbiano voglia di trasformare l'Italia. Con la frase "nessuno deve rimanere indietro" il leader esprime il suo concetto politica: una politica in cui tutti possono e devono partecipare, in cui nessuno si deve sentire inferiore o escluso.

Non riesco a calmarmi perché veramente stiamo uscendo da un periodo talmente buio. Abbiamo bisogno di nuovi pensieri, di nuove parole. Nuove parole come solidarietà, **nessuno deve rimanere indietro.**

Nessuno deve rimanere indietro, nessuno deve pignorare la casa, **nessuno** deve morire perché non riesce a pagare i dipendenti, per la vergogna.

Dobbiamo diventare una comunità, **nessuno deve rimanere indietro** – spero che non mi copino anche questa – **nessuno deve rimanere indietro.**

3.6. *Lo stile di Grillo*

Come abbiamo fatto per l'analisi condotta nel capitolo precedente, per l'analisi retorica riprendiamo i quattro punti che abbiamo elencato al capitolo 3.3. Mentre finora abbiamo identificato gli elementi populisti basandoci su temi (cioè "cosa dice" Grillo e le parole che usa più frequentemente), in questo capitolo ci concentreremo, invece, sul modo in cui Grillo parla, quindi sul "come lo dice".

Parleremo di alcuni aspetti che sono tipici di Grillo, e lo differenziano dalla maggior parte degli oratori politici Italiani tranne, probabilmente, Matteo Salvini (cfr. cap. 2). Ci soffermiamo, in particolare, sull'uso del dialetto, del turpiloquio e sullo storpiamento dei nomi degli avversari allo scopo di dileggiarli e attaccarli verbalmente.

3.6.1. Il dialetto

Tra le armi retoriche spicca l'impiego di parole ed espressioni che appartengono al dialetto, anzi ai dialetti, perché Grillo non attinge a una sola parlata locale, tantomeno a una di quelle della Liguria, la sua terra d'origine. Spesso nei suoi comizi politici aggiunge elementi dialettali della città in cui si trova e, in questo modo, non solo tenta di instaurare un rapporto ancor più diretto con il pubblico, ma dimostra di essere una persona normale che appartiene al popolo e non un politico che parla dall'alto. In questo Grillo è molto simile al fondatore del *Fronte dell'uomo qualunque*, Guglielmo Giannini, il quale, da *showman* consumato, usava il dialetto per ottenere un vero e proprio colpo di scena. Ecco, di seguito, qualche esempio:

Sono pieno, nel camper, di suppliche individuali che ho raccolto per tutta Italia, suppliche "Grillo, ho perso il lavoro, mia madre non ha le medicine, fai qualcosa" e qua a Roma "**daje, vaje e rompeje er cu...**"

Ho parlato con i locali di Ciriè e ho detto: "voi nativi, come state qui a Ciriè?", mi ha detto: "**mannai a cà**, manco i cani, finimmo tutti a **cuca**". Erano tutti calabresi. Mi ha detto: "ma io adesso me ne torno a Reggio Calabria perché **cà** c'è la '**Ndrangheta**".

Invece di andare in Parlamento è andato da Napolitano e Napolitano ha detto: "**c'aggio a fa io?**", insomma si sono fatti le regole così.

Io vorrei adesso fare un esperimento con voi, **belin**. Al banchetto una di Domodossola mi ha dato un pezzo di formaggio che mi ha intasato, **belin**.

3.6.2. Il turpiloquio

Il turpiloquio, cioè le parolacce, è sicuramente uno degli aspetti che risaltano di più nei discorsi di Grillo. Come abbiamo visto al punto 3.3.3, i leader dei movimenti populistici tendono a usare il turpiloquio per segnalare un distacco netto dalla lingua tradizionale della politica. Ecco, alla Tabella 3.5., qualche esempio delle parolacce e delle espressioni preferite da Grillo e che sono particolarmente frequenti nel corpus analizzato:

Forma	Occorrenze
Cazzo	148
Culo	87
Coglioni	29
Merda	19
Puttana	17
Vaffanculo	14

Tabella 3.5. Le parolacce

È significativo che al primo posto ci sia “cazzo”, una parola *passerpartout* ormai entrata anche nel Vocabolario di Base degli Italiani, cioè le circa settemila parole usate più di frequente. L’analisi la colloca infatti al primo posto nella Tabella 3.5. con 148 occorrenze. In tutti i casi, tuttavia, “cazzo” non mantiene il significato proprio della parola, ma viene usato in modo desemantizzato e con diverse funzioni grammaticali all’interno della frase. A volte è utilizzato come rafforzativo nelle interrogative...

Io per lo meno rappresento 9 milioni di persone e tu che **cazzo** rappresenti?

...o come rafforzativo nelle negative:

Non fai un **cazzo** dalla mattina alla sera. È lui che lavora.

A volte lo troviamo con i dimostrativi...

Fammi vedere la tabella di **questo cazzo di Euro** e di **questa cazzo di Europa**.

...o nelle esclamazioni...

Fanno cause da centinaia di milioni di euro e oggi le multinazionali hanno paura delle class action, **cazzo se hanno paura!**

...o anche con intento denigratorio

E sui giornali quei **grandi testa di cazzo** dei giornalisti dicono [...].

Al secondo posto nella Tabella 3.5. troviamo un altro dei lemmi preferiti di Grillo: “culo”. Al contrario di “cazzo”, però, “culo” non è sempre usato in modo desemantizzato:

Le donne, metteremo in Parlamento il 55% di donne, sono più donne che uomini che entreranno dentro, ma non sono donne con le labbra di silicone e il **culo di polistirolo**, sono donne che lavorano, che tirano su i figli e la famiglia.

Ma “culo” lo troviamo molto spesso anche in espressioni figurate come “prendere per il culo” (nel senso di “prendere in giro”), spesso riferite ai nemici che si fanno beffe del popolo...

Ci hanno **preso per il culo**, continuano a **prenderci per il culo** e questo è un governo abusivo, primo, abusivo, anticostituzionale e illegale.

Meno frequenti sono i casi di “metterlo nel culo/prender(lo) nel culo” (“ingannare” o “essere ingannati”) e anche queste espressioni sono spesso riferite ai nemici che ingannano il popolo.

Mi piacerebbe recuperare quei sentimenti dei nostri padri dopo il Dopoguerra che si aiutavano l'uno con l'altro, che **non se lo mettevano nel culo l'uno con l'altro**.

Invece, l'espressione “far(si) un culo (così)” (nel senso di “lavorare sodo”), è usata per parlare di chi lavora duramente, cioè il popolo e/o le persone per bene che fanno parte del M5S.

Sono donne che lavorano, che tirano su la famiglia, sono donne che **si fanno un culo così** dalla mattina alla sera.

Non può poi mancare un altro grande classico di Grillo, ovvero, il “mandare a fare in culo” anche se, a volte, preferisce usare anche un semplice “vaffanculo” per rendere meglio il concetto. Il “vaffanculo” di Grillo è diventato talmente emblematico che ha addirittura chiamato *Vaffanculo-day*, o *V-Day*, una delle sue prime iniziative politiche.

E noi stiamo qui a parlare di raddoppiare il carbone, il carbone che prendiamo in Turchia dove 250 muoiono come topi per cavare 'sto cazzo di carbone con cui fare l'acciaio, ma **vaffanculo!**

A seguire, nella tabella 3.5., troviamo i “coglioni”, spesso in espressioni come “togliersi dai coglioni” (nel senso di “togliere di mezzo o eliminare”), quasi sempre riferito ai nemici:

Abolizione del Lodo Alfano: se non leviamo questo qui, **non ce li togliamo dai coglioni più!**

Troviamo anche espressioni come “averne pieni i coglioni” (“non poterne più”) e “rompersi i coglioni” (“infastidire”), con cui Grillo tendenzialmente sottolinea il fatto che la situazione attuale è diventata insopportabile e lui e il suo popolo non ne possono veramente più:

Ne abbiamo pieni i coglioni. Scusate, ho detto una parolaccia. Poi mi dicono che io dico le parolacce.

È D'Alena che dice questo, un topo che esce dopo 20 anni a 20.000 euro al mese, uno che ha dato le tre televisioni a Berlusconi per l'1% del fatturato **mi viene a rompere i coglioni a me.**

Analogo discorso per tutto ciò che, a Grillo, “sta sui coglioni” (“non sopporta proprio”):

Guarda che il nano **mi sta sui coglioni** perché lo sai chi è perlomeno, è un mentitore, è un ologramma, è come parlare con Mastro Lindo.

E una parte dei pensionati, questi anziani – dato che lo sono anch'io, quindi sono coetanei – **mi stanno anche** un po' sui **coglioni** perché quelli che galleggiano, quelli che non vogliono sapere, che hanno la seconda casa, la pensione arriva, finché arriva la pensione.

Quindi, riassumendo, mentre la parola “cazzo” è usata in modo desementizzato, “culo” è usato in diversi modi in base ai contesti; “coglioni”, invece, è rivolto principalmente ai nemici.

3.6.3. *L'attacco ai nemici*

Come abbiamo visto ai paragrafi 3.2.2. e 3.5.2., la distinzione “noi”, i buoni, e “loro”, i nemici, è uno dei fulcri sia dei movimenti populistici che dei discorsi di Grillo. Nel nostro corpus abbiamo notato che in molti casi Grillo va ben oltre alla mera contrapposizione “noi/loro”. Si spinge fino a insultare “i nemici” per mezzo di attacchi diretti, storpiandone i nomi o attribuendo soprannomi dispregiativi. Questa strategia, in realtà, non è affatto nuova nel mondo della politica, perché anche in questo caso Grillo si rifà a Guglielmo Giannini. Vediamo alcuni dei bersagli preferiti di Grillo e i loro soprannomi ricorrenti:

Berlusconi (e Brunetta)

Non abbiamo scelto il candidato, non abbiamo scelto i partiti perché si sono fusi tra loro, non abbiamo scelto il programma perché il programma di **testa d'asfalto**, Berlusconi, **testa d'asfalto**. Si fa asfaltare adesso, lo sai? Ve lo giuro. L'ho visto, gli danno anche quello drenante. L'ho visto che pioveva e l'unico asciutto era lui.

E allora **Truffolo** è riuscito a farsi dare tre frequenze da uno che poi è scappato che era Craxi.

Non ne bastava uno di **psiconano**, Berlusconi, abbiamo anche l'altro nano, Brunetta, **iPod nano**.

Bersani

Che cosa mi ha detto **Gargamella**, **Gargamella** mi ha detto – dopo il Monte dei Paschi di Siena che sono tutti dentro nella marmellata – ha avuto il coraggio di dire: “Se ci toccano li sbraniamo”.

Formigoni

E allora come mai il governatore della Lombardia **Forminchione** è al quarto mandato e la sinistra non dice niente?

Merkel

Quindi noi andremo lì e non andiamo lì a trattare il *fiscal compact*, come ha fatto l'ebetino che è andato lì a dare due linguette a quel **cu-lone tedesco**.

Monti

Voglio rivolgermi a questo **Rigor Montis. Rigor Monti, Rigor Monti** è un uomo, si vede che è un galantuomo – lo ha anche dichiarato che è un galantuomo – ma le azioni che sta facendo comportano un modo di pensare che è sempre lo stesso.

Napolitano

E noi abbiamo un presidente della repubblica, **Morfeo Napolitano**, che dorme. Lui dorme, dorme, dorme, si fa i pisolini, poi esce e monita.

Renzi

E Renzi – lo chiamo **Lenzi** – è il leader di un partito senza base, noi invece siamo una base senza leader.

Può darsi che l'**ebetino** si toglierà di mezzo, magari con le Olimpiadi allenandosi ai cento metri a ostacoli innanzi quando sarà ha rincorso dalla popolazione[...].

Veltroni

Lo psiconano vuole l'inceneritore, **Topo Gigio**, Veltroni, vuole un inceneritore. Il programma di testa d'asfalto e di **Topo Gigio**, Veltroni, è identico.

3.7. Conclusioni: il teatrino della politica

In parallelo al corpus politico ho anche trascritto e analizzato, sempre con la stessa metodologia, circa 100,000 parole di spettacoli teatrali di Grillo (dal 1977 al 2014) e le ho raccolte in un altro corpus, che ho chiamato “corpus comico”. Nonostante gli argomenti nel corpus comico siano più variati rispetto a quelli del “corpus politico”, ho trovato comunque molte somiglianze. Tra i temi più frequenti, soprattutto negli spettacoli che vanno dal 2010 al 2014, emergono sicuramente le numerose contrapposizioni tra “passato/futuro”, “vecchio/nuovo” e “noi/loro”...

Abbiamo fatto **la rete**, ci aggrega su progetti. Ma esistiamo nel **cyber-spazio**, siamo veramente noi? Siamo dei nik? Chi siamo? Allora ab-

biamo fatto questi V-day per conoscerci nelle piazze. 200 piazze, 1.5 milioni di persone in piazza.

Parliamo della scuola. Io c'ho sei figli. E Ciri, di otto anni, quando va a scuola tutte le mattine mi fa una pena perché sembra uno sherpa. Uno sherpa, **c'ha uno zaino di 15kg**. Esce così e mi guarda: "Papà, sono gobbo, sono gobbo". **15 chili di libri**. Questa truffa dei libri, sono sempre gli stessi, cambiano solo qualche paragrafo. C'è una speculazione, una pedofilia mediatica sui bambini. Dio mio, vado in California e vedo le persone che girano con questo. Ma è possibile? Girano con questo qui, non hanno zaini di 15kg. **Si chiama kindle, lo fa la Amazon. Costa 235€, pesa 210 gr. Non è un computer, è un e-book.**

Inoltre emergono frequentemente digressioni legate a tecnologia e informazione, le energie rinnovabili, il popolo, l'istruzione, la famiglia, la politica e l'economia, cioè i cavalli di battaglia del Movimento 5 Stelle.

Quella caccolettina di cacca lì è l'**Europa**. Dovrebbe essere il primo mondo, l'Europa, il sogno europeo. **Il grande sogno europeo** di entrare in quella caccolettina lì. Una meraviglia, signora, Maastricht, dio mio. Che bella la **libera circolazione delle persone**. Un disoccupato di Teramo potrà andare a Bow e fare il disoccupato a Bow. Uno che non ha una lira qui contemporaneamente può non avere un marco tedesco e un franco francese.

Abbiamo bisogno di queste persone, non devi mettere dei geni. **Abbiamo bisogno di persone perbene, oneste**. Ecco perché vanno sotto shock. Non le hanno mai viste queste cose qua. **Non hanno mai visto persone che fanno cose per passione e non per denaro. È questa la nostra forza.**

Anche le somiglianze tra le strategie stilistiche utilizzate da Grillo come uomo di teatro e come uomo politico non mancano. Nel corpus comico ritornano sia le espressioni in vari dialetti italiani...

E se siete convinti che la 'Ndrangheta sia ancora quello che dice: "**Ca, ca manco le cane ca, ca finemo tutt'a crocco**", no.

...che le espressioni in dialetto genovese (il "suo" dialetto). È interessante notare che la presenza del genovese è maggiore nei primi

spettacoli, mentre in quelli più recenti e nei comizi politici Grillo si limita solo all'occasionale "belin".

Uno che non ha una lira qui contemporaneamente può non avere un marco tedesco e un franco francese. Essere **miscio** (scil. "povero") in quattro valute è la fine del mondo.

Anche a teatro le parolacce sono parecchie: anzi, secondo la mia analisi, Grillo ne usa ancora di più che in politica!

Forma	Occorrenze nel corpus politico	Occorrenze nel corpus comico
Cazzo	148	328
Culo	87	70
Coglioni	29	37
Merda	19	36
Puttana	17	54
Vaffanculo	14	30

Tabella 3.6. Le parolacce negli spettacoli teatrali di Grillo

Un altro aspetto che emerge negli show teatrali, che poi Grillo "riciclerà" in politica, è l'uso di nomignoli e soprannomi. Già nel mondo dello spettacolo Grillo (s)parlava di personaggi del momento e politici, storpiandone i nomi in base all'aspetto fisico o ad altre caratteristiche. È interessante notare che la maggior parte dei personaggi mantiene gli stessi soprannomi in entrambi i corpora. Ecco qualche esempio dal corpus comico che possiamo confrontare con quelli riportati al paragrafo 3.6.3.: Berlusconi ("psiconano" o "Trufole"), Bersani ("Gargamella"), Formigoni ("Forminchione"), Merkel ("culona" o "crauta") e Renzi ("ebetino di Firenze").

Nel corpus politico ovviamente troviamo soprattutto riferimenti a personaggi politici, mentre nel corpus comico troviamo più riferimenti al mondo della televisione, come per esempio:

Bruno Vespa

Organismo geneticamente modificato, mentre sua moglie viene chiamata **l'Ape Maia**.

Pippo Baudo

Infatti la bambina, se vi ricordate, sogna di essere rincorsa attraverso una boscaglia da **una specie di bestia, una specie di gorilla, una specie di orango peloso, un Baudo.**

Emilio Fede

Emilio Fede, non riesco a staccarmi, non riesco a staccarmi, **quando lo vedo che parla, che fa questi telegiornali completamente finti.** Il papa con l'AIDS, ma si può? Ma neanche Costanzo arriverebbe ad una cosa così. Costanzo ha spento, non l'ha mandato in onda. Controlla lui la notizia, le notizie le monta, è un uomo incredibile.

I parallelismi sono assai numerosi ma, per ovvi motivi di spazio, non possiamo passarli in rassegna tutti. Tuttavia, alla luce di questo brevissimo confronto tra il Beppe Grillo comico e il Beppe Grillo politico, possiamo dire che il fondatore del M5S usa più o meno le stesse tecniche retoriche e ripete più o meno gli stessi argomenti da 40 anni. Ad ogni modo, sia come uomo di spettacolo che come uomo politico, Beppe Grillo sembra sempre soddisfare tutti i requisiti necessari dare voce a sentimenti populistici.

4. Di Maio, Renzi, Salvini: la lingua social dei leader politici

Silvia Ferrari

4.1. Verso una nuova sensibilità

Quando sentiamo l'espressione "discorso politico", subito immaginiamo un oratore che parla davanti a una folla durante un comizio; le sue parole, ricercate e preziose, affasciano il pubblico più per la loro altisonanza che per il messaggio che trasmettono, che viene percepito come vago e incomprensibile e più simile a un'impressione di significato. La seconda caratteristica che ci viene naturale associare alla lingua politica è, senza dubbio, l'enfasi e la risolutezza, tipiche delle comunicazioni istituzionali, in cui la formalità carica il messaggio di autorevolezza e prestigio.

Sulla base di quest'immagine, per anni si è consolidato l'ideale di un uomo politico che, agli occhi dei suoi elettori, si presenta come un modello d'integrità morale, che si riveste di una retorica cucita su misura per quel ruolo. Ciononostante, con l'avvento della cosiddetta "Seconda Repubblica" e il cambiamento negli equilibri parlamentari dopo il 1992, si assiste a una vera svolta comunicativa nella lingua politica, che si può sintetizzare in quello che il Giuseppe Antonelli definisce passaggio dalla "superiorità" al "rispecchiamento": la crescente sfiducia che gli elettori nutrono in una classe dirigente ormai corrotta e al collasso sfocia nel bisogno di una nuova politica che sia

vicina ai cittadini e alle loro esigenze, che parta dal basso e sia capace di rappresentare una società che è stanca di essere dilaniata dai conflitti sociali ed è alla ricerca di un'unica sensibilità confortante, che si basa sull'idea di popolo e comunità.

Un primo tentativo di riavvicinare i cittadini alla politica è testimoniato dall'uso dei media più vicini all'elettorato come strumento della comunicazione politica: le caratteristiche proprie della trasmissione televisiva non solo favoriscono la sensazione di un'interazione diretta tra mittente e destinatario, che simula la comunicazione faccia a faccia, ma sono anche capaci di abbattere le differenze sociali e raggiungere un pubblico più variegato. I *talk show* diventano il simbolo di un'evoluzione della lingua politica che abbandona il tradizionale "politichese" e adotta un modo di esprimersi semplice, colloquiale e vicino al parlato, in linea con l'immagine di un politico che vuole essere identificato come un uomo comune, con i suoi sentimenti, (pre)giudizi e opinioni.

A lungo andare, tuttavia, le possibilità offerte dalla piattaforma televisiva si dimostrano poco redditizie: di fronte a una società che sta scoprendo la comunicazione immediata e potenzialmente infinita delle reti sociali, la televisione appare ormai come un mezzo capace di veicolare solo messaggi a senso unico, in cui il destinatario più importante, ovvero il telespettatore, è assente. La comunicazione è, infatti, dominata, come afferma Stefania Spina, da un politico Narciso, che è incapace di dialogare e si parla addosso; sebbene la presenza della figura del giornalista, che si pone come mediatore tra politico e pubblico, dia l'impressione di una sorta di dialogo, i telespettatori rimangono privi di ogni possibilità d'interazione.

Per colmare le lacune della televisione, dal 2008 alcuni leader politici iniziano ad adottare le reti sociali come strumento di comunicazione diretta con i propri elettori, in un periodo in cui queste si erano già affermate come terreno fertile per l'aggregazione politica e il dibattito pubblico. Non bisogna dimenticare, infatti, che la lingua politica in sé non nasce solo dall'esigenza di persuadere i cittadini ma anche, per usare le parole di Raffaella Petrilli, dal bisogno dei cittadini di esprimersi su temi d'interesse generale. Sono proprio questi ultimi a essere motivo di aggregazione online degli utenti, che formano comunità (*community*) sulla base d'interessi comuni, per scambiarsi idee. All'interno delle comunità le informazioni si diffondono in modo capillare e il giudizio personale degli utenti rispetto ai temi d'attualità largamente dibattuti (*trending topics*) alimenta

un tipo d'interazione continua, in cui il riconoscimento reciproco personale è alla base del successo del messaggio.

In questo capitolo tratteremo proprio di come le reti sociali hanno influenzato la comunicazione dei nuovi leader politici e, per fare ciò, esamineremo un campione di messaggi tratti dai profili ufficiali su *Twitter* e *Facebook* e articoli di *blog* scritti da Luigi Di Maio, Matteo Renzi e Matteo Salvini durante la campagna elettorale del 2018.

4.2. Dimmi che parole usi e ti dirò chi sei

Ci sono vari modi in cui una linguista può approcciarsi a un testo, e vari aspetti della lingua su cui può soffermarsi; tuttavia, prima di intraprendere un'analisi, deve chiedersi quale sia la funzione per cui quello specifico testo è stato concepito. Se si fa questa domanda in merito al discorso politico, ci si rende conto che persuadere il destinatario è solo la punta dell'iceberg: sebbene un politico cerchi di legittimare le sue azioni e ottenere consensi tramite le parole, queste ultime hanno, in primo luogo, lo scopo di creare una determinata rappresentazione della realtà fatta di metafore e immagini; sarà poi decisione del destinatario di aderire o meno a quella realtà a determinare il successo o meno della persuasione. L'analisi che ho svolto è partita proprio dal presupposto che le singole parole, le espressioni e associazioni più frequenti siano decisive per comprendere quale realtà intende costruire un messaggio politico.

Un metodo rapido per individuare in modo mirato le parole più frequenti in un testo è offerto da una branca della linguistica chiamata linguistica dei corpora: grazie a programmi informatici come *TaLTaC*² (www.taltac.com), un testo può essere suddiviso automaticamente in parole e si possono ottenere una serie di dati: ad esempio quante volte una determinata parola compare nel testo (le "occorrenze"). Inoltre, è possibile confrontare tra loro due o più testi per individuare le parole che compaiono solo in un testo e sono assenti negli altri (le parole "esclusive") e capire quanto la presenza di una certa parola sia statisticamente rilevante nel confronto tra un testo e un altro dello stesso tipo.

Seguendo questo metodo, ho analizzato congiuntamente i messaggi di Luigi Di Maio, Matteo Renzi e Matteo Salvini e ho riflettuto sui dati relativi alle occorrenze e alle parole esclusive; dopodiché ho analizzato in quali contesti venivano usate le parole più frequenti (le "concordanze") e quali erano i concetti e le immagini

che ognuno dei tre voleva trasmettere. I messaggi presi in esame risalgono al periodo dal 1 gennaio al 25 febbraio 2018 (giorno che ha preceduto la settimana di silenzio elettorale) e constano di 74.514 parole totali, così suddivise: 30.407 parole per Di Maio (di cui 7.923 provenienti da *Facebook*, 1.570 da *Twitter* e 20.914 dal *Blog delle Stelle*), 24.451 parole per Renzi (di cui 13.520 da *Facebook*, 3.182 da *Twitter* e 7.749 dal *blog* personale di Renzi) e, infine, 19.656 parole per Salvini (di cui 6.186 da *Facebook* e 13.470 da *Twitter*).

Lo scopo finale è stato quello di confrontare le rappresentazioni della realtà proposte da ciascun politico e delineare un profilo comune della comunicazione politica sulle reti sociali.

4.3. Le parole di Di Maio

Da una semplice occhiata ai numeri, emerge che i sostantivi che Di Maio usa più frequentemente sono “MoVimento” (117 occorrenze), “Paese” (87), “cittadini” (86) e “partiti” (80) e, se incrociamo questi risultati con quelli delle sue parole esclusive, constatiamo che la maggior parte dei vocaboli che Di Maio usa frequentemente proviene dalla lingua politica, sebbene si tratti di parole d'uso comune nella lingua italiana. Fanno eccezione alcune parole esclusive che suppongono una conoscenza specializzata di come funzionino le elezioni; ad esempio, le espressioni “collegi uninominali” e “plurinominali”, che talvolta si limitano ai soli aggettivi sostantivati.

Riguardo alle parole di ambito politico, emergono anche casi di sostantivi che cambiano significato in chiave metaforica, oppure di parole che provengono da altri ambiti e il cui significato viene ricontestualizzato per trasmettere determinate immagini: la campagna elettorale diventa un *rally* che culmina in una “volata finale”, e il testa a testa tra il MoVimento 5 Stelle e gli altri partiti alle elezioni viene impropriamente definito un “ballottaggio”. Se osserviamo questi espedienti linguistici non come fenomeni isolati, bensì come elementi che istituiscono una relazione tra loro, possiamo intuire che Di Maio cerchi di creare una sorta di vocabolario formato da parole esclusive che si riferiscono al MoVimento 5 Stelle, ai suoi membri e ai processi di democrazia interna, un po' sulla falsa riga del meccanismo che porta alla formazione di un gergo, seppure in scala minore. All'interno di questo vocabolario “di nicchia” spicca la parola “convergenza”, che passa dal significare semplicemente

“tendere a un medesimo fine” al connotare un’intera azione politica basata sul compromesso con gli altri partiti, se si dovesse presentare l’ipotesi di un governo sostenuto in parlamento dal Movimento 5 Stelle e altre forze politiche.

Se da un lato l’ambito politico si conferma significativo in Di Maio nel confronto con i testi di Renzi e Salvini, dall’altro notiamo un altro nutrito gruppo di parole che appartengono alla lingua giuridica, anche se ormai sono entrate nell’uso comune grazie al linguaggio giornalistico; tra queste possiamo citare “illecito, inchiesta, imputato, condanna”. Affini a quest’ambito sono anche alcune parole esclusive che fanno riferimento alla criminalità, come “camorristi, boss, mafia, mazzette, omertà”. Solo in misura minore, Di Maio si serve di veri e propri tecnicismi che sono poco comprensibili a un pubblico generico; un esempio sono termini dell’economia come “lobby, microcredito, associazioni di categoria”.

4.3.1. Un Movimento per tutti e contro tutto

L’analisi delle parole associate al Movimento 5 Stelle conferma un’impressione che era già emersa nella scelta da parte di Di Maio di creare un vocabolario di parole esclusive attorno alla sua compagine e alla sua azione politica: Di Maio intende dipingere i 5 Stelle come una forza che si contraddistingue per la sua unicità ed esclusività. Quest’ultima trova espressione nella ripetizione dell’aggettivo “unico”, che serve a restituire l’immagine di una forza politica unitaria, stabile e compatta, e quindi rassicurante per gli elettori.

[...] finora gli **unici** che hanno presentato un **unico programma** e un **unico candidato premier** siamo noi del Movimento 5 Stelle.

Da una parte c’è il Movimento 5 Stelle che ha un **unico candidato premier** su cui il popolo può scegliere.

Noi abbiamo **un** candidato premier, **una** squadra, **un** programma.

“Unico” assume anche il significato di “eccezionale” e “straordinariamente positivo”, secondo i valori riconosciuti dalla società. Il candidato ideale per il Movimento è quindi “forte, onesto, competente” e “nuovo”, oltre che vicino agli elettori, in virtù della sua intenzione di impegnarsi a partire dal basso, dalla politica locale:

a tal proposito, Di Maio enfatizza la decisione, da parte del MoVimento, di presentare candidati che appartengano al “territorio” in cui si presentano. L’elogio del MoVimento tramite i suoi volti nuovi raggiunge il suo apice nell’accostamento metaforico tra candidati e “patrimonio”; in questo caso il concetto di “territorio” si sovrappone a quello più ampio di “Paese”.

Votate chi avete visto sul **territorio!**

Poteva ricandidarsi per un seggio sicuro, invece ha scelto di **mettersi in gioco per la sua Regione**, senza paracadute. Questa è la più grande dimostrazione di amore **per il suo territorio**.

Sono cittadini che hanno una storia, che hanno portato avanti delle battaglie **per il loro territorio**.

L’unica loro sicurezza sono il **territorio** e i cittadini che li sostengono.

Noi abbiamo schierato centinaia di super competenze che hanno una caratteristica fondamentale in comune: **sono del territorio** in cui si candidano.

Sono entusiasta [...] delle persone che stanno dando la loro disponibilità: sono un **patrimonio di tutta l’Italia!**

La squadra di governo del MoVimento 5 Stelle sarà composta da personalità **patrimonio dell’Italia**.

Una squadra di governo come quella che vi presenterò non è un **patrimonio** del MoVimento ma è un vero **patrimonio del Paese**.

Sebbene finora abbiamo visto come i rappresentanti dei 5 Stelle vengano ricondotti a un unico modello virtuoso, Di Maio non manca di sottolineare la provenienza composita dei candidati dalle varie categorie professionali e dai diversi strati sociali; da questo s’intuisce che Di Maio si prefigge di promuovere una forza politica che ambisce a rappresentare i cittadini nella loro totalità, a prescindere dalle differenze sociali. Se da un lato, però, la diversità viene considerata un’importante risorsa per il MoVimento, dall’altro questa perde di valore quando si riduce a sterili elenchi di categorie professionali che, per certi versi, assomigliano a quelli con cui Totò parodiava i discorsi di Mussolini.

Sono cittadini che hanno una storia, che hanno portato avanti battaglie per il loro territorio. Sono professionisti, imprenditori, professori, campioni dello sport e del sociale, medici, rappresentanti di associazioni, militari, giornalisti, ricercatori. Il meglio dell'Italia.

La squadra di governo del MoVimento 5 Stelle sarà composta da personalità [...] capaci di rappresentare il paese intero e in grado di parlare a tutte le parti della nostra società.

Nei collegi uninominali abbiamo presentato una super squadra di competenti che vengono dal mondo della ricerca, dell'Università, della medicina, dello sport, delle Forze Armate.

Una squadra incredibile. C'è un atleta che ha vinto la medaglia d'oro alle olimpiadi, ci sono presidenti di ordini professionali, c'è un ammiraglio, c'è un capitano dell'Esercito, ci sono persone che vengono dal mondo dell'Università, docenti universitari, professionisti, imprenditori, c'è il presidente del Potenza Calcio.

L'aspirazione a raggiungere un elettorato universale e ideale traspare anche dall'uso degli aggettivi "inclusivo" e "aperto" in relazione al MoVimento 5 Stelle, perché il coinvolgimento degli elettori non passa solo dal loro rispecchiamento nei singoli candidati, ma in primo luogo parte dall'idea che esista un rapporto paritario tra i membri del MoVimento e i cittadini, e che questi ultimi costituiscono una parte essenziale del progetto politico stesso.

Il MoVimento 5 Stelle è una **forza politica inclusiva**, non esclusiva, chi vuole provare a cambiare le cose partecipando ha un'unica forza politica a cui fare riferimento.

Sono le persone di buona volontà, uomini e donne, a cui abbiamo **aperto le porte** del MoVimento, e che si sono messi a disposizione del nostro Paese.

Secondo Eugenio Scalfari adesso che abbiamo **aperto** il MoVimento 5 Stelle alle migliori energie del paese siamo addirittura più pericolosi di prima.

Le persone di buona volontà che vogliono cambiare questo Paese le **accogliamo a braccia aperte!**

I modi in cui i cittadini possono contribuire al MoVimento risiedono principalmente nella partecipazione ai processi democratici interni e nel sostegno economico della campagna elettorale. Riguardo a quest'ultimo, è rilevante l'elevata frequenza del sostantivo "donazioni" e del verbo "donare", che instaurano un parallelismo implicito tra membri del MoVimento e cittadini: come i cittadini sostengono la campagna elettorale tramite donazioni, così i membri del MoVimento s'impegnano a devolvere parte del loro stipendio al fondo del microcredito.

È per questo che vi chiedo di continuare a seguirci e a sostenere il #rally con piccole **donazioni**.

Nella pagina delle **donazioni** trovate varie modalità per **donare**.

Invita i tuoi amici e aiutaci a raccogliere quante più **donazioni** possibili.

Se non l'aveste ancora fatto ricordate di supportare la campagna con una **donazione**.

Abbiamo dimostrato ai cittadini di aver **donato** 23 milioni di euro – certificati dal Ministero – alle piccole e medie imprese.

Oltre 23 milioni di euro **donati** al microcredito certificati dal MEF: inizia la settimana dell'ORGOGGIO.

Abbiamo **donato** VOLONTARIAMENTE al fondo per il microcredito oltre 20 milioni di euro.

Il parallelismo che abbiamo appena illustrato viene reso anche dall'associazione di significato tra alcune parole chiave: alle "possibilità" che il MoVimento offre ai cittadini volenterosi corrispondono la "disponibilità" di questi ultimi a "mettersi in gioco". In sostanza, l'ideale che accomuna cittadini e MoVimento è "l'impegno" reciproco.

Ognuno di noi ha la **possibilità** di partecipare e scegliere il cambiamento.

Il 4 marzo abbiamo una **possibilità**.

Il MoVimento ci ha dato una **possibilità**, e non lavoreremo più per le persone con disabilità, ma con le persone con disabilità.

Gente di cui dobbiamo essere orgogliosi e di cui siamo onorati per la **disponibilità** che ci hanno dato.

Tutte queste persone ci onorano con la loro **disponibilità** e **si giocheranno la loro partita** nel collegio uninominale.

Un grazie a Vincenzo che **si mette in gioco** con noi.

Accoglieremo le proposte di candidature di tante persone che dai territori vogliono **mettersi in gioco**.

Prendete serietà e **impegni concreti** da chi vi chiede fiducia.

La stragrande maggioranza dei nostri portavoce ha **ottemperato agli impegni** presi.

Ognuna delle persone che è qui [...] ha preso degli **impegni seri** con i nostri iscritti e con tutti i cittadini.

Chiedo a ognuno di voi di **impegnarsi** al massimo, perché i prossimi giorni decidono i prossimi 10 anni del nostro Paese.

Un altro metodo che Di Maio usa per coinvolgere i destinatari nella sua proposta politica consiste nella narrazione in diretta degli eventi salienti della campagna elettorale, che viene affidata all'indicativo presente, passato prossimo e futuro. Questo approccio narrativo si coniuga a volte con un intento didattico, come dimostra il passo che riporto qui sotto, in cui Di Maio spiega come si vota sulla scheda elettorale, calandosi nei panni di un maestro che si rapporta a un allievo immaginario con pazienza e indulgenza. Se da un lato gli imperativi negativi danno l'impressione che Di Maio impartisca semplicemente una serie d'istruzioni, dall'altro la prima persona plurale ("dobbiamo ricordarci") e quella singolare (nelle espressioni "mi raccomando" e "mi rendo conto") stemperano una possibile distanza percepita dai destinatari, che si verrebbe a creare con l'imperativo in quanto modo verbale con cui solitamente si danno ordini.

Quello che dobbiamo ricordarci è appunto di mettere soltanto una X sul simbolo del partito politico, della forza politica, del movimento politico che vi piace di più. Non scrivete nulla, anche se mi rendo conto che qualcuno ce l'ha la tentazione di scrivere qualcosa contro qualche po-

litico, però insomma è bene votare la forza politica che vuole mandare a casa determinati politici. Non scrivete parolacce anche se avete la tentazione, perché il voto sarebbe nullo. Non mettete più di una X sulla scheda elettorale perché il voto verrebbe annullato. Mi raccomando, soltanto una X sul simbolo, appunto, collegato a quel nome, così voterete sia per il collegio uninominale e sia per il collegio plurinominale.

Un uso differente dell'imperativo da parte di Di Maio si riscontra negli slogan esortativi come “partecipa”, “scegli e cambia” e “collegati e condividi”, che riassumono il nuovo concetto di politica introdotto dalle reti sociali, per cui la partecipazione politica è legata indissolubilmente all'immediatezza della diffusione di idee e informazioni su internet, perché la necessità di agire è determinata dalla convinzione che siamo in un “momento” decisivo e unico della storia, propizio per il “cambiamento”.

È il **momento** di dare il massimo!

Dobbiamo far conoscere ai cittadini questa realtà ed è il **momento** giusto per farlo. Forza!

Il **momento** è ora o mai più.

È il **momento** di pensare in grande.

Chiedo ai cittadini scegliete da che parte stare perché non è più il **momento** in cui si può stare a guardare.

Ora è il **momento** di far vedere che si fa sul serio.

È il momento di abbracciare il cambiamento perché non c'è più alcun motivo per temerlo.

4.3.2. *I partiti criminali*

Un'altra peculiarità del vocabolario di Di Maio che emerge dall'analisi riguarda la presenza diffusa di parole che appartengono all'ambito della criminalità; per capirne a fondo il motivo, dobbiamo ragionare nell'ottica del risentimento popolare nei confronti della classe politica, di cui il MoVimento 5 Stelle si è fatto principale portavoce. Nei discorsi di Di Maio la stessa parola “partito”

assume implicitamente una connotazione negativa, perché viene intesa come sinonimo della corruzione e della decadenza che uniscono partiti e criminalità organizzata in un unico “sistema”.

L'analisi dei contesti in cui appare quest'ultima parola mette in luce un fenomeno linguistico ricorrente nella lingua politica, chiamato “rinegoziazione semantica”: una parola che, presa singolarmente, ha un significato generico e astratto viene inserita in un contesto in cui il mittente può sfruttare questa vaghezza per ottenere una definizione arbitraria, con lo scopo di rimodellare la percezione che il destinatario ha di quella parola. Nel caso di Di Maio, la parola “sistema”, spesso accompagnata dal dimostrativo (“questo sistema”), diventa un'allusione negativa alla politica e ai partiti italiani.

Qui c'è un **sistema partitico** che utilizza i vostri soldi e attenta alla vostra salute per fare soldi.

I **politici** devono abbandonare le istituzioni della Repubblica e liberare questo Paese, perché ormai come vedete gestiscono un **sistema** ovunque.

Qui [...] c'è la mafia e c'è un **sistema di partiti** i vecchi partiti che sono peggio della mafia stessa.

L'inchiesta è solo all'inizio e travolgerà un pezzo molto grande di un **sistema** corrotto ma non tutto.

L'inchiesta di Fanpage ci sta mostrando come funziona **questo sistema**: fa accapponare la pelle, ma vi chiedo di guardarla.

E noi non possiamo starcene con le mani in mano, **questo è un sistema** ce ne dobbiamo liberare.

Il @Mov5Stelle è nato contro **questo sistema!**

Nel demonizzare i partiti, Di Maio dimostra appieno la sua creatività linguistica, non solo offrendo le più disparate associazioni d'immagini, ma elaborando strategie retoriche che coniugano una narrazione semplificata degli eventi a una ricerca di autorevolezza, che passa per l'uso di tecnicismi e parole ricercate. La maggior parte dei tecnicismi di Di Maio proviene infatti dalla lingua giuridica

e, da un lato, funge da eco degli scandali giudiziari che vengono riportati quotidianamente dai mezzi d'informazione; dall'altro, dà l'impressione che Di Maio porti argomentazioni autorevoli a sostegno della sua opinione. Sebbene i singoli termini non siano trasparenti a un pubblico medio, il messaggio può essere comprensibile grazie alle informazioni che il destinatario possiede già, se segue assiduamente l'attualità italiana.

Antonio Angelucci che è noto per il 99,59% delle assenze in Parlamento e per i risultati su fronte giudiziario con una **condanna in primo grado** a un anno 4 mesi per **falso e tentata truffa** per il contributi pubblici percepiti tra il 2006 e il 2007 su Libero e Il Riformista. Tra l'altro ha una **indagine** in corso in merito a **un'inchiesta sugli appalti** nella sanità.

Ugo Cappellacci che è l'ex presidente della Regione in cui siamo è capolista in Sardegna, ex governatore, per lui è richiesta la **condanna** per **abuso d'ufficio** nel processo scaturito **dall'inchiesta** sulla cosiddetta P3.

Michele Iorio che è candidato al Senato in Molise è stato **condannato** qualche giorno fa dalla Corte d'Appello a 6 mesi di **reclusione** per **abuso di ufficio** e un anno di **interdizione dai pubblici uffici**.

Franco Alfieri [...] **imputato** per **omissione in atti d'ufficio** e **sottrazione di beni** alla loro destinazione.

[De Luca junior] È **imputato** di **bancarotta fraudolenta** per il crac della società immobiliare *Ifil*.

Il candidato del Pd in Puglia, fino a qualche ora fa anche assessore all'Ambiente, è stato indagato per corruzione e **turbativa d'asta**.

Luca Lotti, **indagato** per **favoreggiamento e rivelazione di segreto istruttorio** nel caso *Consip*.

Il confine tra riportare gli scandali giudiziari a mo' di cronaca e prendere una posizione in merito viene spesso oltrepassato quando Di Maio ritaglia pezzi d'intercettazioni telefoniche riprese dalla stampa per riproporre una narrazione in cui dei personaggi interagiscono tra loro e vengono interrotti da interventi di Di Maio stesso, che assume il ruolo di narratore e commentatore.

La frase più grande di questa inchiesta è: a noi ci servono i soldi per la campagna elettorale. E quindi dacci €50000 di mazzetta sull'appalto subito, giusto per cominciare.

[...] questi signori qua, quando vengono beccati che stanno facendo la trattativa sulla tangente, dicono a quello dell'azienda [...] che deve smaltire i rifiuti: guarda dove li vai a interrare, dove li vai a smaltire, non me ne frega. L'importante è che ci dai €50000 di tangenti, giusto per iniziare, e poi ci prendiamo la percentuale. E quello dice: ma dobbiamo fare la gara d'appalto? Nessun appalto, gestiamo tutto in proroga.

Un altro ambito da cui Di Maio attinge i tecnicismi è senz'altro quello economico, ma in questo caso lo scopo è diverso: da un lato, descrivere con atteggiamento di condanna il mondo degli affari e quello della politica; dall'altro sottolineare la distanza tra la lingua comune dei destinatari – esemplificata da espressioni più familiari – e il registro ricercato e aulico dell'economia. Questo gioco di registri è riconducibile, ancora una volta, all'idea populista secondo cui le classi dirigenti vivano in un mondo elitario e completamente estraneo alla quotidianità dei cittadini comuni.

Dal resoconto dei due giornalisti, travestiti da lobbisti delle sigarette elettroniche, si capisce come parlamentari e tesoriери dei partiti siano abili a muoversi nelle pieghe del decreto del 2013 per mascherare da **erogazione liberale** quelle che in realtà sono vere e proprie **mazzette**.

Il risultato è stato spremere **gettito fiscale** dai cittadini e dalla piccola e media impresa senza colpire la grande **evasione**.

Lui che ha spifferato a De Benedetti il decreto sulle popolari che ha permesso all'editore di Repubblica un **plusvalore** di 600.000 euro alla faccia dei **risparmiatori sul lastrico**.

La convivenza tra un linguaggio medio ed espressioni ricercate raggiunge il suo massimo effetto espressivo quando Di Maio si serve di vari registri per riproporre gli stessi concetti in maniera ridondante. Di seguito è riportata una tabella che colloca i sinonimi dei verbi *rubare* e *mangiare*, associati tra loro nell'accezione di "sottrarre" e "consumare", lungo una scala dall'italiano letterario a quello medio, fino a quello popolare e trascurato.

Letterario	Medio	Popolare	Trascurato
Gettarsi in pasto	Affamare Mangiare Prendersi Ringoiare	Arraffare (Intascarsi) a sbafo Papparsi Spolpare	Fotterarsi

Tabella 4.1. – Alcune variazioni di registro nel subcorpus di Di Maio

Assieme all'immagine del "mangiare", altri concetti che Di Maio richiama in relazione ai partiti sono la sporcizia ("politica sporcata, giunta inquinata, soldi sporchi, immondezzaio di mafia capitale"), la morte ("ferire a morte, condannare a una morte lenta e dolorosa, avvelenare, ammorbare"), la distruzione ("depredare, distruggere, ridurre in macerie") e la violenza ("violentare le istituzioni repubblicane, mannaia dei tagli selvaggi").

Nonostante gli attacchi di Di Maio si rivolgano per lo più alla politica e ai partiti in generale, il leader Cinque Stelle non risparmia critiche mirate nei confronti di singole formazioni politiche o esponenti di spicco, con l'obiettivo di dipingere dei partiti tradizionali ormai spogliati della loro identità ideologica, che si aggrappano a distinzioni che, di fatto, sono ingannevoli e vanificate dalla corruzione endemica che "mette d'accordo tutti". Anche questo aspetto è tipico dei movimenti populistici, che tendono a vedere la distinzione tra destra e sinistra come un concetto superato.

Vogliono fare i soliti inciuci dopo il voto alla faccia dei cittadini che gli hanno dato fiducia pensando che fossero due cose diverse e invece **sono la stessa cosa.**

Votare centrosinistra o centrodestra è la stessa cosa. Penseranno sempre ai fatti loro e non agli interessi dei cittadini.

In questo sistema non c'è **nessuna differenza** tra Pd o Forza Italia, tra destra o sinistra. Un accordo lo trovano sempre, che vinca l'uno o l'altro, poi si mettono sempre d'accordo per farsi i fatti loro ai tuoi danni.

Molti cittadini magari votano ancora Pd credendo di votare a sinistra, il Pd che crede di poter prendere ancora i voti della sinistra ha candidato la gente di destra, la gente che stava con Berlusconi.

Ma questi **non centrano più nulla con la sinistra e la destra**, questi sono partiti che pensano solo alle **poltrone e ai giochi di potere.**

Di conseguenza, se da un lato il centrodestra viene apostrofato come una forza politica illusoria e frammentata (“specchietto per le allodole, clamorosa ammicchiata, grande allucinazione”), dall’altro la sinistra viene accusata di ripudiare i valori storici che la caratterizzavano affidandosi a un leader che esercita un potere assoluto. A Renzi vengono affibbiati gli epiteti di “uomo solo al telecomando”, che allude anche all’influenza che esercita sui media, e di “rottamatore”; a tal proposito, Di Maio si rifà al neologismo introdotto dallo stesso Renzi nel 2015 per indicare il rinnovamento della politica tramite un ricambio generazionale all’interno del suo partito (cfr. il Capitolo 1 in questo volume), ma ne rovescia il significato in senso negativo, per cui la rottamazione incarna la demolizione della sinistra stessa. Allo stesso modo, Di Maio apostrofa Berlusconi con gli epiteti di “traditore della Patria e firmatore compulsivo di contratti (mai rispettati) con gli italiani”, e quest’ultimo è un palese richiamo all’evento televisivo del *Contratto con gli italiani* del 2001.

In conclusione, dalle parole e dalle associazioni d’immagini più frequenti nel corpus di Di Maio possiamo dedurre che la sua visione politica si declina su due linee: da un lato, la promozione dell’attivismo del MoVimento finalizzato al “cambiamento” della società, dall’altro la demonizzazione della politica tradizionale, che deve essere “eliminata, abbattuta e cancellata”. In tal senso, il discorso di Di Maio s’inserisce nel solco delle idee promosse dopo il crollo della Prima Repubblica dalle forze politiche tacciate di populismo (Forza Italia e Lega Nord).

4.4. Le parole di Renzi

Se osserviamo le parole esclusive di Renzi, possiamo individuare determinati temi ricorrenti, tra cui spicca quello politico: a quest’ultimo appartengono parole che si riferiscono alla partecipazione attiva (“militanti” e “volontari”), descrivono orientamenti ideologici (“estremisti”) o alludono all’Italia in quanto nazione (“Tricolore”). Un secondo gruppo tematico è costituito dai termini specifici dell’economia, che possono essere più o meno trasparenti al pubblico generalista, come “assistenzialismo, condono, lavoro a tempo indeterminato”.

Un aspetto che, però, contraddistingue Renzi rispetto a Di Maio nel vocabolario esclusivo è l’attenzione verso l’ambito della comunicazione, dei media e delle reti sociali; ad esempio, Renzi conia il neologismo *E-news*, sulla falsariga dell’anglicismo *E-mail*, per indicare

i brevi testi informativi e d'opinione che pubblica regolarmente sul suo *blog*, e crea una serie di *hashtag* esclusivi che accompagnano i suoi messaggi su *Twitter* e *Facebook*. Per chi di voi non mastica quotidianamente le reti sociali, gli *hashtag* sono parole o frasi composte da più parole scritte unite, che sono contrassegnate da un cancelletto iniziale; la loro funzione è quella di etichette che raggruppano una serie di messaggi e li rendono rintracciabili. Le parole che vengono scelte come etichette coincidono di solito con il tema (*topic*) di cui parla il messaggio stesso, ma non sempre; ad esempio, gli *hashtag* esclusivi di Renzi hanno principalmente due funzioni: da un lato, quella di rimandare ad altri siti internet o ad altre pagine di *Facebook* e *Twitter*, come in *#videoforumrepubblica* o *#MatteoRisponde*; dall'altro, quella di evidenziare gli slogan chiave della campagna elettorale: *#avanti*, *#pensaci*, *#100passi*, *#primoposto*. Questi ultimi *hashtag* non rimangono solo semplici slogan che danno visibilità a Renzi in base a quanto vengono condivisi sulle reti sociali, bensì diventano concetti attorno ai quali gli utenti del web si riuniscono in vere e proprie comunità, perché sono idee e immagini che creano coesione sociale e contribuiscono a formare un'identità di gruppo.

Al di là dell'ambito della comunicazione, tra i vocaboli esclusivi di Renzi emergono parole legate all'ecologia ("sacchetti di plastica, colonnine elettriche") e alle emozioni ("rancore, paure"); quest'ultimo ambito risulta decisivo anche nel confronto statistico tra le parole significative di Renzi e quelle di Di Maio, insieme ai sostantivi generici e astratti, che risaltano anche nel confronto con Salvini.

4.4.1. *L'estetica di un leader*

Se analizziamo le associazioni d'immagini delle parole più frequenti ("PD" e "campagna elettorale", rispettivamente con 84 e 78 occorrenze), constatiamo che Renzi concepisce le elezioni come una competizione agonistica tra le varie forze politiche. La campagna elettorale diventa una "sfida" in cui il Partito Democratico ha l'obiettivo di vincere e primeggiare, come dimostra la frequente associazione tra la sigla "PD" e l'aggettivo "primo". Nonostante ciò, se prestiamo attenzione all'uso dei verbi modali "dovere", "potere" e "volere" e alla presenza di costrutti con valore finale, possiamo osservare come Renzi attenui gradualmente la convinzione di raggiungere la vittoria, che diventa più in un'intenzione e una possibilità che una certezza assoluta.

Il Pd dovrà essere il **primo partito**, il **primo gruppo parlamentare**.
#Avanti insieme.

Il clima sta cambiando, c'è tanta voglia di serietà in questo Paese. È proprio per questo che il PD sarà il **primo gruppo parlamentare**, il **primo partito**. Avanti.

Per noi cambia poco: saremo comunque il **primo gruppo parlamentare**, il **primo partito**.

Tra 19 giorni l'Italia vota. Il PD può essere il **primo partito**, il **primo gruppo parlamentare**.

Vogliamo essere il **primo partito**, il **primo gruppo parlamentare**. Con il vostro aiuto possiamo farcela, ci sarete?

Qualcuno di voi mi ha scritto: qual è il vero obiettivo del PD? Diciamolo con forza: noi vogliamo **arrivare primi**. Punto.

È il momento di andare avanti, a testa alta, per essere il **primo partito**, il **primo gruppo parlamentare**.

C'è tantissima gente [...] che farà di tutto perché il PD sia il **primo partito** e il **primo gruppo parlamentare**.

L'idea che il PD possa vincere la sfida delle elezioni è motivata da una serie di caratteristiche positive che vengono attribuite al partito stesso: queste ultime vengono presentate sotto forma di sostantivi dal significato generico e astratto, che indicano valori socialmente riconosciuti e che si appellano a un ideale condiviso tra Renzi e i suoi destinatari. Il PD viene dipinto, innanzitutto, come un partito moderato che si fonda su “serietà” e “responsabilità”:

Il PD è la vera **forza tranquilla** di questo Paese.

Ogni giorno di campagna elettorale che passa, dimostra che il PD è l'unica **forza solida e seria** di questo Paese.

Grazie al Presidente Stefano Bonaccini, amministratore del Partito Democratico, a capo di una squadra di governo che conosce il senso della parola **serietà**.

La partita si gioca soprattutto sui tantissimi incerti. La **serietà** paga. Avanti, insieme.

Il clima sta cambiando, c'è tanta voglia di **serietà** in questo Paese. È proprio per questo che il PD sarà il primo gruppo parlamentare, il primo partito.

Tutti promettono miracoli, noi saremo **seri e responsabili**.

Noi faremo la campagna elettorale **seriamente**, parlando dei problemi veri e offrendo soluzioni.

Accanto ai sostantivi generici e astratti che esprimono valori, emergono una serie di parole che, per citare Davide Colussi, esprimono stati d'animo ed emozioni o apprezzamento estetico e infondono al discorso un'euforia inesauribile, che coinvolge il pubblico a cui Renzi si rivolge. Ad esempio, tutti i sostenitori del PD sono animati da "entusiasmo, forza, passione", ma, soprattutto, qualsiasi cosa si carica di "bellezza" (cfr. il Capitolo 1 in questo volume). Proprio quest'ultima è una delle parole chiave che caratterizza il discorso renziano sin dal 2015, tanto che Edoardo Novelli conia l'espressione "la bellezza dell'*outsider*" per rivolgersi al leader del PD.

Ecco perché, anche durante una campagna elettorale fatta di furbizie e populismo, non ci stancheremo mai di parlare di **bellezza**, cultura, orgoglio.

L'evento "Vota la Squadra, scegli il PD" sarà preceduto da un lavoro con tutte le strutture del PD e dei candidati per organizzare la rete di volontari, **bellissima**, che sta nascendo per questa campagna elettorale.

Bellissima l'accoglienza di #Grosseto.

Una **bellissima notizia**. Semplicemente bellissima. #Segre

Tra l'altro domani parteciperemo a Porta a Porta con una **bella squadra** del PD.

La campagna elettorale, insomma, si annuncia **bella impegnativa**, ma anche molto *esaltante*.

Tutte cose sulle quali stiamo lavorando da mesi e che illustreremo in una **bella iniziativa** martedì a Roma.

Ho finito il #matteorisponde: è sempre **bello** rispondere a tante domande e discutere insieme a voi, grazie!

Che bello: la vita è più grande della politica!

La sensazione di essere di fronte a un discorso vago e astratto sembrerebbe, tuttavia, essere mitigata da una serie di altre parole chiave che richiamano il concetto di concretezza: “concreto, contenuti, credibile, credibilità, fattibile, realtà, risultati”. La contraddizione tra astratto e concreto è in realtà solo apparente, perché le parole appena citate sono a loro volta generiche e indefinite nel significato e servono solo a dare alle argomentazioni di Renzi una veste di autorevolezza e legittimità; in sostanza sono “paroloidi” fini a se stessi.

Ma c'è una differenza abissale di **concretezza** e **pragmatismo** nelle cose che noi proponiamo e che propongono gli altri.

Ecco i 100 punti, i 100 piccoli **passi concreti** che il PD si propone di fare per mandare avanti l'Italia: **misure puntuali, precise, fattibili, verificabili**, che vi chiedo di diffondere il più possibile.

Noi crediamo alla **realtà**. E la realtà ci dice che l'Italia sta cambiando.

Solo noi possiamo mettere sul tavolo **risultati, squadra e progetti credibili** #avanti.

Un altro concetto che Renzi associa al Partito Democratico è quello di “futuro”, che si colloca in contrapposizione al “passato”. Nonostante questa opposizione sia presente in Renzi già dai tempi della “rottamazione” del 2015, il leader del PD abbandona l'idea di una rottura radicale e istantanea con la politica tradizionale per schierarsi in favore di una visione più graduale del cambiamento: il vecchio slogan “adesso”, che esprimeva istantaneità e rottura, viene sostituito da “avanti”, che promuove l'idea di un progresso che va oltre l'immediatezza.

Abbiamo cambiato verso all'Italia e non vogliamo fermarci. **Avanti insieme** con l'entusiasmo di chi vede il traguardo a portata di mano.

Bravo Maurizio! E brave le associazioni che hanno supportato chi lavora nell'agricoltura. **Avanti insieme**.

Una domenica in bici tra il parco delle Cascine e quello dei Renai, nel cuore del collegio. In mezzo alla gente, a viso aperto. Tanto entusiasmo, bello! **Andiamo #avanti**.

Adesso **avanti con ancora più forza**: in campagna elettorale useremo spesso la parola cultura. Perché solo con la cultura, l'Italia può cambiare davvero.

Nonostante tutti gli attacchi di questi giorni [...], il PD è il vero punto di riferimento di chi vuole **andare avanti**. Di chi non vuole fermarsi.

Il passato non viene più visto, insomma, come un simbolo negativo della vecchia classe politica da “rottamare”, bensì come un punto di partenza delle aspettative per il futuro. Questo cambio di prospettiva è dovuto, con ogni probabilità, alla mutazione che il ruolo di Renzi ha assunto all'interno del suo partito nel corso degli anni: Renzi non è più un volto nuovo della politica che, da sindaco, “si è fatto da sé” fino a diventare segretario del proprio partito e il leader affermato del partito al governo del Paese.

#Eccola. Una città che cambia, che innova, che scommette sul trasporto pubblico, sulle colonnine elettriche, sulla pedonalizzazione. Una città che **deve tutto al passato** ma **vuole tutto dal futuro**. Bravo Sindaco #avanti #vivaFirenze.

Bravo Sindaco! [...] Una città meravigliosa **per il proprio passato** ma che ha voglia di **vivere da protagonista il proprio futuro**.

Siamo orgogliosi della **strada fatta** ma **abbiamo soprattutto fame di futuro**.

Ecco che quindi Renzi elenca i successi passati del PD in tema di “lavoro”, servendosi di numeri e statistiche che diano un'impressione di esattezza e autorevolezza e che giustificano l'ottimismo per il futuro.

Abbiamo raggiunto **1mln di posti di lavoro in più**, di cui la metà a tempo indeterminato. La **disoccupazione giovanile era al 44%, ora al 32%**. Possiamo scendere **sotto il 20%**. Facendo scendere il costo del lavoro a tempo indeterminato, gradualmente. #videoforumrepubblica. Sul #lavoro: con i **dati ISTAT** di oggi ci sono **1.029.000 posti di lavoro in più** dal feb 2014 (**53% tempo indet**). Il #JobsAct funziona. Ora avanti con #salariominimo e #Rei ma creando lavoro, non redditi di cittadinanza.

Con i **dati ISTAT** di oggi si realizza un risultato storico. Da febbraio 2014 a novembre 2017 l'Italia ha **recuperato più di UN MILIONE di posti di lavoro**: 1.029.000 per la precisione (di cui il 53% a tempo indeterminato). Il JobsAct ha fatto aumentare le assunzioni, non i licenziamenti.

Da quanto abbiamo potuto osservare finora, l'abbondanza di parole generiche e vaghe nel discorso renziano non solo contribuisce all'impovertimento del significato nel suo complesso, ma crea un effetto anestetico nei destinatari, che diventano assuefatti a parole apparentemente semplici e piacevoli da sentire.

Oltre a questo meccanismo, il significato vago delle parole apre le porte allo stesso fenomeno di rinegoziazione che abbiamo già osservato in Di Maio. Un esempio di rinegoziazione nel discorso renziano viene offerto dalla parola "comunità", che perde i contorni circoscritti propri della sua definizione e viene ricucita sull'Italia in quanto nazione, come se quest'ultima fosse un'entità omogenea, anziché il frutto di una società frastagliata e composita. Per come la usa Renzi, "comunità" finisce per confondersi con l'idea di popolo promossa dal populismo, ovvero, nelle parole di Marco Tarchi, un «aggregato sociale omogeneo depositario di esclusivo di valori positivi, specifici e permanenti».

Ci sono momenti in cui è *bello* sapere di far parte di una **comunità** ricca di valori e di sentimenti #avanti.

Ma ricordare Vicini significa ricordare un calcio in cui la Nazionale regalava emozioni, persino quando perdeva. E dove il Paese sapeva riconoscere nei grandi eventi un'occasione per **riscoprirsi comunità**. Dove lo sport era elemento di **unità nazionale**, senza rancore e odio.

Assegnare ai ragazzi che diventano maggiorenni un bonus di 500€ da spendere in libri, teatro, musei, musica nasceva dal desiderio di rendere i ragazzi italiani orgogliosi e consapevoli **dell'appartenenza a una comunità** basata sulla **cultura**.

La cultura, infatti, è la **nostra identità**, più forte di ogni paura.

E con la **cultura** soprattutto si nutre l'**identità di un popolo**. Orgoglio Italiano. Buona #Epifania a tutti.

Con il PD al governo l'Italia è tornata a investire sulla **cultura**, sui musei, sullo spettacolo: sulla **nostra identità**.

E non solo perché con la cultura si possono creare posti di lavoro. Ma perché ogni investimento culturale aiuta il consolidamento e la formazione dell'**identità di un popolo**.

[...] noi insisteremo sull'**identità** del nostro meraviglioso Paese e sull'orgoglio **di essere italiani**.

E quando un'opera d'arte ti fa scorrere un brivido lungo la schiena, allora capisci perché è un dono immenso **essere italiano**. **Viva la cultura, viva l'Italia**. E buona Epifania a tutti.

L'idea di una comunità con un'identità comune non si limita, però, al concetto di nazione: Renzi sottolinea spesso l'importanza del ruolo dell'Italia nell'Unione Europea, sia attraverso brevi aneddoti che coinvolgono alcuni personaggi in prima persona, sia tramite semplici annunci vuoti, che non hanno vere e proprie spiegazioni. Quest'ultima è una strategia ricorrente nella lingua politica odierna, in cui la validità delle affermazioni non si basa più sulla citazione di fonti autorevoli o sulle argomentazioni, bensì si fonda sull'autorità del politico stesso, sulla sua identità e sul suo carisma. È anche vero che, tuttavia, questo fenomeno può essere ricondotto a una caratteristica della comunicazione istantanea e immediata delle reti sociali, in cui i messaggi tendono solo ad annunciare un tema, il cui approfondimento viene affidato, in un momento successivo, a link ipertestuali o altre fonti. In questo modo, la decisione di cercare le informazioni necessarie per comprendere appieno il senso del messaggio è nelle mani del destinatario, che, però, nell'immediato tenderà a accontentarsi d'interpretare le notizie secondo le sue conoscenze pregresse.

4.4.2. *Civiltà e barbarie*

Nello scenario di una sfida agonistica tra il PD e i suoi avversari politici, Renzi dipinge questi ultimi in modo dispregiativo, ricalcando una delle costanti del discorso politico novecentesco: il "noi" contro "loro". I valori proposti dal leader del PD si pongono in antitesi ai valori negativi attribuiti agli avversari. Innanzitutto, alla serietà e responsabilità del PD si contrappone un'inclinazione alla guerra e alla violenza, che culmina in uno scontro esasperato tra civiltà e barbarie.

Cari grillini, lasciate la **guerra nel fango**. E parlate di Europa, parlate di vaccini, parlate di crisi industriali e lavoro, parlate di infrastrutture. Parlate di politica. E vediamo chi ha i candidati credibili e chi no.

Davanti alla **violenza** nelle scuole la sfida è togliere le armi facili in America, non armare anche gli insegnanti. Le uniche armi degli insegnanti sono i libri, la cultura, la conoscenza.

Berlusconi va dalla Merkel a garantirle pieno sostegno ma in realtà la destra è guidata dalla Lega e da chi vuole **sfasciare tutto** in Europa.

Si vince con la **bellezza**, non con lo **sfascismo**. [...] Io ci credo. Voi?

Oggi Salvini ha detto che il suo obiettivo è **attaccare** il PD e il sottoscritto.

E naturalmente i Cinque Stelle **attaccano** il PD. Più li prendi con le mani nella marmellata, più **attaccano** il PD.

Smettiamola di inseguire questa cultura **barbara**, abbassiamo i toni e restiamo umani.

La Lega parla di **invasione** e razza bianca. Noi con @giorgio_gori parliamo di innovazione e capitale umano.

Per enfatizzare l'idea che i suoi avversari politici siano barbari e incivili, Renzi attinge di nuovo a vocaboli emotivi che, nell'immaginario comune, vengono associati alla parte più istintiva, primordiale e negativa dell'essere umano, come "odio, paura, rancore, vergogna".

C'è chi fa la #campagna elettorale sulle **paure**, sul **rancore** e sull'**odio**. Noi la facciamo sulle città Smart, i parchi, le ciclabili. Andiamo avanti, avanti insieme.

Non fidatevi di chi **alimenta il rancore** o torneremmo il Paese dello spread alto.

Noi siamo per [...] tutti quelli che credono che non si possa lasciare questo Paese al **rancore** e alla **rabbia**. Avanti, insieme.

Nel mare dell'**odio** e delle fake news la nostra forza sono le persone che ci danno una mano. [...] Che non **si rassegnano al rancore**.

Da parte nostra nessuna polemica, nessuna **campagna di odio**, solo il rispetto per la magistratura e per la verità.

Ma quello che trovo inaccettabile è l'atteggiamento di chi **gioca sulla paura** dei vaccini, come ha fatto ieri Matteo Salvini.

Sono qui per dirvi che il futuro sarà di chi ha coraggio, non di chi ha **paura**.

Ma quando la politica **coltiva le paure, scommette sulle paure, agita le paure**, sembra quasi naturale arrivare alla proposta di dare una pistola ai professori.

La primitività degli avversari non si manifesta, tuttavia, solo nel modo in cui rappresentano la realtà o esprimono le emozioni, ma anche nel linguaggio che impiegano per cercare il consenso degli elettori. All'attitudine riflessiva, collaborativa e concreta che caratterizza il PD, Renzi contrappone le "polemiche" e i "proclami" degli avversari, che si affidano a toni accesi e solenni per promuovere le loro idee.

Siamo quelli che vogliono andare avanti e non **ritornare alle solite polemiche** e ai **soliti insulti di sempre**. Siamo noi, il PD.

Mettiamo da parte per un momento le **polemiche** o i sondaggi e mettiamo in fila i fatti di Macerata di questi giorni.

Sui vaccini e sui bambini non si scherza: le **polemiche** fatele su altro, grazie. E buona domenica a tutti.

E allora **fatele finita con queste polemiche** e ripulite la Capitale. Noi vi diamo una mano, se la volete.

Non ci interessano i **proclami** e le **polemiche di giornata**: per noi parlano i fatti. Avanti, insieme.

Perché si vince con i fatti, non con i **proclami**.

Perché per vincere servono fatti e risultati, non **proclami**.

Queste polemiche affondano le loro radici, secondo Renzi, in una serie di notizie false che, molto spesso, lo coinvolgono in prima persona. Con ironia e sarcasmo, il leader del PD non solo vuole mettere in ridicolo le accuse che gli vengono rivolte, ma ricerca anche l'empatia dei destinatari, tramite piccoli aneddoti della sua vita personale.

Vedete, io sono iscritto al Partito Democratico dal 2012, e dà [sic.] quando ho preso la tessera e l'ho detto pubblicamente come iscritto -

semplice iscritto - mi sono beccato di tutto. Del ladro, del truffatore, del camorrista, del disonesto. Il tutto come semplice iscritto.

Ancora oggi, da presidente, vado in giro per i circoli, a parlare di temi e contenuti, di Rei, di diritti civili e delle cose fatte, sempre mettendo benzina di tasca mia, comprando tranci di pizza prendendo gli spiccioli dalle tasche. E ancora oggi mi subisco gente che continua a chiamarmi ladro, disonesto e mafioso.

Gli stessi scrivono che la famiglia Renzi parcheggi gratis a Firenze. Per stare a Firenze noi abbiamo affittato (come molti che stanno in centro) un posto auto in un garage. Pagando come tutti.

Il concetto della falsità entra in relazione con quello dell'irrealtà, a cui Renzi dedica molta creatività linguistica, in un modo simile a quello che abbiamo osservato in Di Maio. Nella tabella 4.2. sono raccolte varie espressioni renziane che spaziano dall'italiano letterario o burocratico a quello popolare, passando per quello medio.

Letterario e burocratico	Medio	Popolare
astrazione fantasiosa e irraggiungibile	fantascienza	apprendisti stregoni
clima artefatto	invenzioni	bere idiozie
farneticanti [dichiarazioni]	miracoli	non stare né in cielo né in terra
mirabolante	magico mondo	Paese dei balocchi
mistificazione	promesse	promettere la luna
[senza] rendicontare	proposte	promesse a vanvera
	strampalate	sparata [demagogica]
		specchietti per le allodole

Tabella 4.2. Alcune variazioni di registro nel subcorpus di Renzi

Se, da un lato, Renzi si dilunga nella caratterizzazione dei suo avversari, dall'altro non è sempre chiara l'identità di questi ultimi, che vengono indicati con pronomi indefiniti ("chi, qualcuno, altri") o con espressioni metaforiche che sottintendono già una valutazione negativa ("soliti noti, questi lestofanti"), anche se la tendenza più comune è quella di ricondurli a delle categorie ("gli estremisti, i populistici"); in quest'ultimo aspetto, possiamo scorgere un rimando, spesso in chiave ironica, al vocabolario di Di Maio, ad esempio nelle parole "impresentabili, scroccoli, truffatori, massoni".

4.5. Le p@role di #Salvini

Se osserviamo il vocabolario esclusivo di Salvini, salta subito all'occhio una lista di parole precedute da chiocciole e cancelletti, che indicano nomi propri di giornalisti, quotidiani, trasmissioni televisive o emittenti radiofoniche. Questo non è solo un segnale dell'attivismo di Salvini sui principali mezzi di comunicazione, ma anche dell'attenzione che il leader dimostra verso le convenzioni comunicative che caratterizzano l'interazione sulle reti sociali: gli *hashtag*, di cui abbiamo già avuto modo di parlare in riferimento a Renzi, e le "menzioni". Come suggerisce il nome stesso, le "menzioni" non sono altro che citazioni dirette di un interlocutore, con l'auspicio che partecipi a una conversazione o che, in qualche modo, si senta perlomeno chiamato in causa; in alternativa, le menzioni possono essere usate per citare un altro luogo mediatico, diverso da *Twitter*, in cui è avvenuta una comunicazione inerente a quello di cui si sta parlando. In quel caso, le menzioni sono più una premessa di contorno che introduce un contesto in cui collocare il messaggio, permettendo a chi legge di avere chiari alcuni riferimenti che vengono dati per assodati nel discorso.

Quando analizziamo nel dettaglio i contesti in cui Salvini si serve degli *hashtag* e delle menzioni, notiamo, però, come il leader leghista faccia un uso più libero e personale di queste convenzioni e, per capire meglio cosa intendo dire, farò degli esempi:

#Salvini: Un Paese che non controlla i CONFINI, BANCHE e MONETA, non è un Paese del tutto LIBERO. #DiMartedì

#Salvini: A smenarci sulla tassa dei ricchi? Ancora gli operai. Se all'imprenditore bravo abbasso le tasse, questo usa il risparmio per ASSUMERE. #M #Santoro

In questi messaggi, "#Santoro" e "#DiMartedì", che si riferiscono rispettivamente al giornalista e alla trasmissione televisiva, hanno a una prima lettura un ruolo marginale rispetto al contenuto del messaggio, come dimostra la scelta di isolarli visivamente alla fine; la loro funzione sembra essere solo quella di menzionare nel discorso la persona in sé, nel caso di "#Santoro", e d'indicare il luogo figurato (la trasmissione televisiva) in cui si sono svolti un dibattito o un'intervista. Per questi motivi ci aspetteremmo che

queste parole siano scritte come menzioni precedute dalla chiacchiera, eppure Salvini le contrassegna come *hashtag*, perché intende aggiungere un livello di significato: “#Santoro” indica anche, per esteso, le dichiarazioni che il giornalista ha pronunciato in un altro contesto a cui si allude (un’intervista, un programma tv, la sua pagina social ecc.) e “#DiMartedì” sta a significare “tutto quello di cui si è parlato recentemente durante quella trasmissione”. Questi rimandi creano complicità tra Salvini e il suo pubblico, perché si appellano all’interesse per le vicende mediatiche della politica italiana e lo stuzzicano, nel caso in cui un destinatario non sia al corrente del contesto di cui si parla e voglia saperne di più.

L’uso così personalizzato, da parte di Salvini, delle convenzioni comunicative proprie delle reti sociali trova la sua massima espressione nell’*hashtag* che il leader leghista conia a partire dal suo cognome. “#Salvini” diventa l’etichetta che introduce serialmente tutti i suoi messaggi, ma, al contrario di qualsiasi altro *hashtag*, non dà alcuna informazione sui temi di cui si parla, né tantomeno è un’aggiunta che nasce dall’esigenza di specificare chi stia parlando, visto che i profili delle reti sociali hanno già un paratesto che segnala quale sia l’autore di un messaggio. L’interpretazione più plausibile per questo fenomeno è che “#Salvini” sia piuttosto un’etichetta generica e unificante che si adatta a ogni messaggio e che vuole riassumere implicitamente una precisa visione del mondo, quella proposta da Salvini, in cui tutti i suoi sostenitori sul web possano identificarsi.

Il ruolo di “#Salvini” conferma inoltre una delle tendenze della lingua politica odierna, che è già emersa nella nostra riflessione sulla lingua di Renzi: i nuovi leader si servono del loro nome come marchio di garanzia ed autorevolezza per giustificare la validità delle loro affermazioni, e usano il loro carisma, parlano in prima persona singolare e cercano consenso riportando tutto a una dimensione personale, dove un “io” esprime desideri, prova emozioni e soprattutto agisce.

#Salvini: **Voglio** un Paese unito nel nome dell’identità e del lavoro.
#PRIMAGLIITALIANI

#Salvini: **sono stanco** che per colpa di scelte europee sbagliate, noi che abbiamo i prodotti migliori al mondo dobbiamo essere invasi da olio tunisino, riso birmano e arance marocchine. #domenicalive

#Salvini: **Sono stufo** che gli italiani continuino a PAGARE per gente che non fa una mazza dalla MATTINA alla SERA. #Kronos

#Salvini: **Sono orgoglioso**, abbiamo candidato tantissimi sindaci e amministratori locali.

#Salvini: **Penso** agli uomini e alle donne della polizia carcerarai (sic.) che lavorano in condizioni da far pensare che siano loro in galera! #PRIMAGLIITALIANI

#Salvini: Prima di farlo istituzionalmente, oggi, col cuore, davanti a voi, **mi impegno e giuro** di essere fedele al mio popolo, ai 60 milioni di italiani, di servirvi con onestà e coraggio, applicando la Costituzione e seguendo gli insegnamenti del Vangelo #PRIMAGLIITALIANI

#Salvini: **Chiedo** in questa settimana a voi 50mila in questa piazza di andare negli uffici, fabbriche, cantieri e ospedali a dire a chi ancora dorme che o si cambia adesso o non si cambia più.

#Salvini: **Ringrazio** anche gli Amici dell'UGL: ci hanno dato i loro uomini migliori.

#Salvini: **Condanno** la violenza di ogni colore, ma l'ERRORE l'ha fatto chi ha sottovalutato per anni i problemi che avrebbe comportato l'accoglienza di centinaia di migliaia di CLANDESTINI. [...]

Oltre alla personalizzazione, che senza dubbio avvicina il mittente ai destinatari, Salvini adotta una costruzione delle frasi che rende la lettura del messaggio più digeribile per chi legge testi su internet: una prima parte introduce brevemente il tema di cui si sta parlando, mentre una seconda costituisce il commento di Salvini riguardo a quello specifico tema. Nelle parti introduttive, Salvini ricalca spesso strategie retoriche che erano già comuni nel giornalismo, come le frasi nominali e le domande retoriche, che creano una sorta di suspense e simulano un dialogo con un interlocutore fittizio. Al contempo, le parti di commento sono spesso brevi e caratterizzate da una sintassi semplice, mentre il filo del discorso viene affidato non tanto ai connettori, quanto alla coerenza di significati; questo perché la lettura su internet è molto diversa da quella su carta: mentre la seconda è lineare e approfondita, la prima è mirata alla ricerca di parole specifiche che aiutano a decidere in breve tempo quanto un testo sia interessante in base a un'impres-

sione generale di quello che viene scritto. Di conseguenza, l'articolazione logica e lineare del messaggio passa in secondo piano e diventa essenziale sfruttare la disposizione delle singole parole e la loro visibilità per poter orientare il destinatario a una determinata percezione del messaggio.

A tal proposito, Salvini sfrutta ampiamente il carattere maiuscolo per evidenziare determinate parole, prime tra tutte quelle astratte che definiscono il suo messaggio politico ("buonsenso, dovere, diritto, regole, sicurezza"), accanto a quelle che indicano emozioni negative ("follia, vergogna, violenza"), gruppi sociali ("donne, clandestini, disabili, famiglie"), i sostantivi "Italia" e "Italiani", aggettivi che esprimono valutazioni negative ("pazzesco, vergognoso, incredibile") e infine parole che descrivono le sue proposte politiche ("tassa unica, pace fiscale, legittima difesa"). Riguardo a quest'ultima espressione, è opportuno precisare che Salvini si appropria di un termine dell'ambito giuridico, ma ne stravolge il significato in base alle accezioni che nella lingua comune hanno la parola astratta "difesa" e l'aggettivo "legittimo": in questo modo alla difesa, intesa come diritto universale, viene attribuito un carattere di legalità incondizionata.

Se, da un lato, la decisione di sottolineare strategicamente alcune parole del discorso in maiuscolo può essere efficace, dall'altro l'abuso di questo stratagemma si rivela controproducente quando viene esteso a frasi intere. È il caso di alcuni messaggi di Salvini, in cui al maiuscolo viene affidata la funzione di introdurre il tema del messaggio e le parole si caricano di un'enfasi simile a quella dei titoli della stampa sensazionalista, poi ripresi ed adottati dalle *fake news* su internet.

++ LO CAPIREBBE ANCHE UN BAMBINO! AUMENTANDO TROPPO LE TASSE, LO STATO INCASSA MENO! ++

++ MIGRAZIONI SENZA RISPETTO DIVENTANO INVASIONI! L'ITALIA È IN EMERGENZA CATASTROFICA ++

++ TASSA: UNICA AL 15% E INVERSIONE DELL'ONERE DELLA PROVA: COSÌ GUARISCE L'ITALIA ++

++ NIENTE SCONTI DI PENA SE STUPRI O UCCIDI ++

++ UN MODO EFFICACE PER DISTRUGGERE L'EUROPA: SOSTENERE L'EUROPA SBAGLIATA! ++

++ CHI SI DIFENDE NON COMMITTE UN REATO, MA ESERCITA UN DIRITTO! ++

++ L'UNIONE EUROPEA STA DISTRUGGENDO IL PATRIMONIO CULINARIO ITALIANO! ++

++ TI DIFENDI IN CASA TUA? OGGI VIENI SUBITO INDAGATO! DAL 4 MARZO IL GOVERNO SALVINI RIBALTERÀ QUESTA INGIUSTIZA! ++

4.5.1. *Un'Italia al contrario*

Tra le parole più significative nel discorso di Salvini nel confronto con Di Maio e Renzi, spiccano senz'altro "Italia" e "Italiani", a cui vengono affiancati sostantivi che designano vari gruppi sociali ("cittadini, genitori, famiglie, ventenni, ragazzi, giovani, pensionati, anziani") o che si riferiscono a diverse categorie professionali ("lavoratori, allevatori, operai") e, più in generale, al lavoro e all'economia ("lavoro, imprese, aziende, contribuenti, pesca, agricoltura"). È chiaro che l'intento di Salvini è rivolgersi a un pubblico il più ampio possibile, che comprende diverse fasce d'età, professioni, classi sociali e nuclei familiari all'interno della popolazione e che trova nell'appartenenza nazionale e nell'etica del lavoro i suoi valori unificanti. Oltre a richiamare uno dei capisaldi della Lega Nord degli esordi, l'elogio del lavoro è un tratto distintivo comune ai movimenti populistici che sono sorti dagli anni '90 in poi e si contrappone alla nullafacenza e all'indolenza delle classi dirigenti, che per di più abusano del potere che il popolo lavoratore e sovrano ha concesso tramite il voto, per promuovere i loro interessi personali.

Anche Salvini fa propria la tematica del popolo-vittima della storia, tanto che nel suo discorso accosta spesso l'Italia e gli Italiani a parole che richiamano l'inferiorità, la sottomissione, l'indigenza e lo svantaggio sociale.

#Salvini: L'Italia non deve più essere **SERVA** DI NESSUNO.

Per il signor FAZIO la Lega non esiste, e milioni di italiani che la sostengono sono **cittadini di Serie B**. W la Democrazia...

#Salvini: Con noi gli ultimi saranno i primi, senza miracoli. Ora ci sono troppi italiani **di "serie B"**. #NoneIArena

A che cosa hanno portato quindici anni di **lacrime e sangue** e di **sacrifici** imposti dall'Europa agli italiani? IL DISASTRO!

#Salvini: Se le regole di Bruxelles aiutano gli italiani, bene. Se queste regole portano **FAME** in Italia: o le regole cambiano o noi smettiamo di PAGARE.

#Salvini: Con cinque milioni di italiani in **povertà**, con 3 milioni di DI-SOCCUPATI, io apro le porte di casa mia.

Penso ai milioni di italiani senza casa e senza lavoro, al milione di bambini che in Italia vivono in **povertà**, e prego per loro. Amen.

Ciononostante, la condizione degli Italiani non è sempre stata così critica: per usare un'espressione di Salvini, si tratta di "un'Italia al contrario" rispetto a com'era un tempo. Per questo motivo, il leader leghista si propone di ribaltare la situazione attuale nella prospettiva del ritorno a un passato idealizzato, come emerge nell'uso dei verbi "tornare" e "restituire". Questo passato, che non si colloca con precisione nel tempo, è però diverso dal passato che viene associato strettamente al Partito Democratico, precedentemente al governo: in questo caso, il passato assume una connotazione negativa in contrapposizione al valore del futuro, che non solo viene esaltato da sostantivi generici e astratti connotati positivamente, ma viene vincolato all'idea del successo sicuro del "governo Salvini" alle imminenti elezioni.

#Salvini: Questa è una PIAZZA di Pace, di Dialogo, di Futuro, la violenza non ci appartiene.

DOMANI, ore 15, piazza Duomo! Vi aspetto armati di sorriso e di **voglia di futuro!**

Sarà invece una giornata di gioia e PACE sabato 24 Febbraio a Milano in Piazza Duomo, dove insieme a famiglie, giovani, anziani, italiani e stranieri da tutta Italia parleremo di progetti e **SOGNI per il futuro** del nostro Paese. #4marzovotoLega

Con il centrodestra si può governare, e un voto in più alla Lega è un voto per CORAGGIO, IDEE CHIARE e **FUTURO**.

I bambini ci riservano sempre emozioni impagabili e noi abbiamo il dovere di garantire un **futuro sereno** per loro, non dimentichiamocelo mai.

Sempre restando in tema di valori generici e astratti, le parole chiave che contraddistinguono il discorso di Salvini possono essere suddivise in due gruppi: da un lato, abbiamo quelle che appartengono alla tradizione conservatrice come “ordine”, “sicurezza” e “regole”; dall’altro, quelle che sono riconducibili alla mentalità populista, secondo cui un leader agisce come rappresentante delle “persone perbene” e giustifica le sue proposte politiche appellandosi al “buonsenso”, ovvero la caratteristica che accomuna le “persone normali”. Nel suo discorso, Salvini gioca più volte sulla contrapposizione tra normalità e follia (o meglio, la “roba da matti!”), quando commenta in modo polemico e indignato fatti di cronaca o dichiarazioni di altri esponenti politici riportate fuori contesto, come si può comprendere da questi esempi:

ROBA DA MATTI! Novantenne, appena operata, trasferita in fretta e furia, per “incompatibilità religiosa”. Questo **NON è normale**. Questa NON è integrazione. Questa NON è tolleranza. E trovo vergognoso accettare queste imposizioni. #primagliitaliani

ROBA DA MATTI!!! Fece scendere dal treno un clandestino nigeriano senza biglietto (nel frattempo espulso), capotreno condannato per violenza privata e sotto accusa per abuso d’ufficio. **Ma vi sembra normale?!?** #4marzovotoLega

PICCHIATO dal genitore di un alunno, viene sottoposto a provvedimento disciplinare!!! **ROBA DA MATTI!** Io sto con questo prof, facciamo girare almeno in rete la sua testimonianza. La “buona scuola” di Renzi e del Pd sarà presto solo un brutto ricordo.

Secondo il solito compagno (con portafoglio a destra) Oliviero Toscani l’immigrazione clandestina è “INARRESTABILE” ed è la nostra “GRANDE RICCHEZZA”...! **ROBA DA MATTI!**

Grazie all’ironia e alla spontaneità con cui esprime le sue opinioni rispetto a una realtà che viene rappresentata in modo semplificato come ingiusta e piena di conflitti, Salvini riesce ad avvicinarsi ai sentimenti del suo pubblico, tanto da potersi collocare dalla parte delle vittime e puntare il dito contro quelli che, secondo lui, sono i carnefici responsabili dell’emergenza italiana. Primo tra tutti, c’è il Partito Democratico che è colpevole di aver abusato del potere che gli è stato conferito dagli elettori; a questo proposito, è significati-

vo l'accostamento tra il PD e la parola "liberazione", che richiama immediatamente alla mente gli avvenimenti della transizione dalla dittatura fascista alla democrazia.

Noi lo diciamo da anni. Il 4 marzo **cacciamo il PD**, riprendiamoci il nostro Paese. #STOPINVASIONE

Mancano solo 14 giorni al voto di **LIBERAZIONE** dell'Italia dal PD. Io sono pronto, tantissima gente voterà Lega per la prima volta, voi ci siete?

Un saluto e un abbraccio da Reggio Calabria, Amici. Anche qui a tutto pieno con la Lega! Dai, dai, dai! Ancora due settimane e **ci liberiamo della sinistra!** Siete pronti?? #primagliitaliani

BUON 2018 A TUTTI NOI! Buttiamo l'anno vecchio, **buttiamo la sinistra** e riprendiamoci il nostro splendido Paese! #4marzoVotoLega #andiamoagovernare

L'associazione tra PD e parole che richiamano la repressione che caratterizza i regimi dittatoriali viene espressa anche tramite altri spostamenti di significato: da un lato, Salvini sfrutta la bivalenza del sostantivo "azzeramento", un tecnicismo che nella lingua dell'economia significa "riduzione al minimo di qualcosa" e che, però, nella lingua comune è sinonimo di "eliminazione", per cui a un "azzeramento della riforma" corrisponde "l'eliminazione di maestre e lavoratori"; dall'altro Salvini si serve di metafore dal sapore popolare e rime dal tono canzonatorio per dipingere il partito avversario come deplorabile, assetato di denaro, distante dalla realtà quotidiana e politicamente inconsistente.

Cosa ci faceva ancora in Italia questo VERME? Non scappava dalla guerra, la guerra ce l'ha portata in Italia. La sinistra ha le **mani sporche di sangue**. Espulsioni, espulsioni, controlli e ancora espulsioni! #stopimmigrazione

Lorenzin a Modena e Casini a Bologna? Hanno usato luoghi dove la sinistra è forte come **discarica per paracadutati**. #Corrierelive #Italia18 @corriere

Al PD manca solo di **tassare l'aria...** #4marzovotoLega

Per il ministro Martina, il PD ha creato POSTI DI LAVORO! Questi **vivono su Marte...** [...]

Pupazzo di neve fatto dai Salvini in Valcamonica. E prima che si sciolgano i ghiacciai, si **scioglierà la sinistra!**

Nessuna solidarietà dalla sinistra, anzi, il capogruppo del PD ha detto che **chi semina odio raccoglie tempesta**. È una vergogna!

Il 4 marzo è vicino, PD **clandestino!**... #4marzovotoLega

D'altro canto, Salvini lascia anche che siano i destinatari stessi a trarre le loro conclusioni e formulare un giudizio negativo nei confronti di quanto detto: grazie alle domande retoriche, ai puntini di sospensione e alle esortazioni dirette («lascio che siate voi a rispondere»), Salvini simula di sottrarsi alle polemiche, mentre ha già suggerito ai destinatari una chiave di lettura. L'atteggiamento di finto disinteresse nei confronti delle polemiche politiche permette a Salvini di mettersi in una posizione di superiorità morale, che annulla l'avversario e lo relega a «qualcuno con cui non vale la pena misurarsi». Al contempo, però, Salvini esaspera le accuse dei suoi avversari, fino a costruire la rappresentazione di un'intera classe dirigente che addossa la colpa di tutto a un unico individuo, ovvero Salvini stesso; in questo modo, il leader della Lega istituisce un parallelismo implicito tra la sua condizione e quella degli Italiani, che sono vittime degli stessi carnefici, e incentiva così il rispecchiamento dei destinatari nel suo discorso politico.

Ma la Boldrini e Renzi che passano le loro giornate, anche quella di oggi, a spiegare che in Italia il pericolo sono Salvini e "il fascismo" ci sono o ci fanno???

#Salvini: Boldrini paragonata a bambola gonfiabile? Mi pento e mi dolgo. Mi cospargo il capo di cenere visto che stiamo in #Quaresima. #ottoemezzo @OttoemezzoTW

"Salvini SEMINA ODIO e non si occupa degli italiani" dice la Boldrini... Ci vediamo tra pochissimo su LA7, #ottoemezzo. @OttoemezzoTW

"Come si fa a mandare via chi non ha documenti?" si chiede l'onorevole Boldrini... **Lascio rispondere a voi**, io glielo dirò di persona questa sera dalla Gruber, ore 20.30, La7! #stopinvasione #4marzovotolega

“Salvini pensa agli immigrati e non agli italiani” dice la compagna Boldrini. Siamo su “Scherzi a parte”... #4marzovotoLega #Boldriniacasa

L'oggetto del disprezzo di Salvini non è, tuttavia, solo il PD, ma anche l'Unione Europea, soprattutto in relazione al fenomeno migratorio. Nel discorso del leader leghista, la parola “immigrazione” subisce una vera e propria rivoluzione di significato, grazie a una rete di associazioni. Innanzitutto, l'immigrazione viene vincolata all'idea di “caos e disordine”, che si contrappone al valore astratto di ordine sociale a cui Salvini aspira, come dimostrano le espressioni “immigrazione fuori controllo” e “immigrazione incontrollata”. Inoltre, Salvini attribuisce all'immigrazione una caratteristica d'illegalità a prescindere dalle circostanze, come possiamo dedurre dalla frequente compresenza dell'aggettivo “clandestino” accanto a “immigrazione”. Un aspetto che, però, potrebbe sorprenderci non sta tanto nella ripetuta associazione tra l'immigrazione e parole dell'economia intese in senso dispregiativo (“business, guadagnare, fatturare, costare”), che sottolineano una visione distorta secondo cui le classi dirigenti traggono profitto dall'immigrazione alle spalle della fiscalità generale che se ne fa carico; nonostante questa visione radicale, infatti, Salvini ritiene opportuno distinguere la categoria dei “clandestini” dai cosiddetti “immigrati regolari perbene”, sempre nella prospettiva di un ritorno all'ordine e al controllo che deve applicarsi anche al fenomeno migratorio.

Da un lato Salvini ironizza sui clandestini, ricorrendo di nuovo a un'iperbole che si basa sul rovesciamento dei rapporti sociali, dove è la maggioranza d'Italiani a subire discriminazioni per colpa degli immigrati privilegiati:

Insofferenti per il cibo, **protestano**. Vogliono appartamenti. Pieno di donne e bambini, vero? UN INSULTO ai milioni di italiani in difficoltà! Non vedo l'ora di rispedire A CASA chi soggiorna gratis nel nostro Paese senza averne diritto e **pretende, pretende, pretende**. #4marzovotoLega

Motel a 4Stelle a Novi Ligure (Alessandria). Da una parte gli operai dell'Ilva che combattono per difendere il posto di lavoro, dall'altra più di 100 immigrati che **fanno il pisolino** a spese degli italiani.

ENNESIMA protesta in provincia di Padova: non sono soddisfatti dell'accoglienza in **hotel!** Roba da matti! TUTTI A CASA!!! #4marzovotoLega

FOLLIA. L'Italia del PD in cui i clandestini vengono ospitati in **hotel a 4 stelle** sarà presto un brutto ricordo. #4marzovotoLega

Per gli immigrati clandestini **tanti diritti**. Per gli italiani tanti doveri. Questo è razzismo, fra un mese la musica cambia. #stopimmigrazione #4marzovotoLega

Dall'altro lato è dovere di un buon leader riconoscere i cosiddetti immigrati "regolari", che hanno gli stessi diritti degli Italiani: non a caso ricompare l'aggettivo "perbene", che nel discorso di Salvini di norma è associato alla parola "Italiani".

#Salvini: La battaglia della Lega non è contro l'immigrazione, ma è per **mettere REGOLE** e contrastare la clandestinità. [...]

#Salvini: l'**immigrazione controllata**, il taglio degli sprechi, il rispetto delle regole, SERVONO A TUTTI. Da Nord a Sud. #Matrix @MatrixCanale5

#Salvini: il colore della pelle non c'entra nulla, e #primagliitaliani è un principio che vale anche per gli **immigrati regolari, integrati e perbene**.

Dico #primagliitaliani, e gli **immigrati regolari** sono miei fratelli, ne incontro tantissimi che mi sostengono. #stopclandestini #ottoemezzo

#Salvini: se un assassino è italiano, lo metto in galera e lo faccio lavorare. Se non è italiano, me la prendo con chi l'ha fatto entrare. E lo dico a tutela dei milioni di **immigrati regolari**, ne incontro tantissimi che mi sostengono. #Mezzorainpiù

Non solo gli italiani ma anche gli **immigrati regolari** ci chiedono regole, ordine e sicurezza! #4marzovotoLega

La continua confusione delle accezioni delle parole porta a una distorsione del significato di "clandestino", che diventa impropriamente sinonimo di "un profugo che si finge tale". Con toni esasperati da denuncia sociale, Salvini gioca proprio sul significato della parola "profugo" e mette sullo stesso piano i conflitti bellici che spingono gli immigrati a fuggire dai loro Paesi d'origine e la situazione di disordine sociale, violenza e criminalità in Italia, che viene associata metaforicamente alla guerra.

#Salvini: Ci stanno riempiendo di clandestini che dicono che scappano dalla GUERRA, ma **la guerra ce la portano in casa**.

Cosa ci faceva ancora in Italia questo VERME? Non scappava dalla guerra, **la guerra ce l'ha portata in Italia.**

Per le donne e i bambini che scappano dalla guerra, il Governo Salvini spalancherà le porte. Ma per i finti profughi che **portano la guerra in Italia**, biglietto di sola andata verso il loro Paese! #4MarzovotoLega

Il parallelismo tra immigrazione e guerra viene portato all'estremo fino alla sovrapposizione totale di significato tra il fenomeno migratorio e il concetto di invasione. Questo stratagemma permette a Salvini di legittimare la sua reazione ferrea e risoluta a tutti i problemi del Paese, che prevede l'espulsione indiscriminata dei clandestini sul territorio nazionale: è proprio su tale questione che Salvini riversa l'enfasi e la forza del suo discorso, come testimonia l'uso abbondante di imperativi, costruzioni nominali isolate ("espulsione immediata"), strutture impersonali con il verbo "servire" e la ripetizione di slogan costruiti a mo' di massime ("difendere confini, espellere clandestini").

#Salvini: Reati commessi da stranieri sono 700 al GIORNO. **Serve espellere** clandestini per ridurre questo numero.

DIFENDERE i confini, ESPELLERE i clandestini!!! #STOPINVASIONE #4marzovotolega

ESPULSIONE dei troppi CLANDESTINI, CHIUSURA dei CAMPI ROM e PROTEZIONE dei CONFINI! Questi sono alcuni dei primi provvedimenti che attueremo una volta al governo. Mi date una mano a diffondere? #4marzovotoLega

La sinistra ha le mani sporche di sangue. **Espulsioni, espulsioni, controlli e ancora espulsioni!** #stopimmigrazione

#Salvini: Serve **BLINDARE I CONFINI.** 15 mila clandestini espulsi all'anno NON BASTANO. **Serve RIPULIRE,** rimettere REGOLE e garantire SICUREZZA. #fattiemisfatti @MediasetTgcom24

Basta buonismo, TOLLERANZA ZERO, se delinqui **espulsione IMMEDIATA!** #4marzovotoLega
Nell'Italia che ho in mente, **ESPULSIONE IMMEDIATA** di tutti questi DELINQUENTI, senza se e senza ma! #4marzovotoLega

4.6. Conclusioni

Al termine di questa analisi, possiamo concludere che oggi il discorso politico sta affrontando grandi cambiamenti. In una società globalizzata, attraversata da profondi conflitti sociali, si sta affacciando una nuova figura di politico, che non si presenta più ai potenziali elettori come un modello autorevole da seguire, bensì come un uomo comune, che si propone di pacificare gli interessi delle diverse classi sociali e di promuoverne l'aggregazione attorno a valori condivisi, per affrontare una realtà che viene rappresentata come conflittuale, avversa e, per certi versi, perfino pericolosa per i cittadini.

Per raggiungere gli obiettivi che il nuovo leader politico si prefigge, le reti sociali sono il mezzo perfetto, perché permettono di diffondere rapidamente le idee tra un pubblico molto ampio e creano un sentimento di aggregazione tra utenti che nella comunicazione non hanno più un ruolo solamente passivo, bensì si sentono invogliati ad alimentare costantemente il dibattito su internet e altri media.

Di Maio tenta di creare aggregazione sulla base dell'idea stessa di MoVimento 5 Stelle come forza unitaria e inclusiva, che ha come punto forte la partecipazione attiva degli iscritti ai processi democratici interni. Tuttavia, buona parte della ricerca di consenso rimane basata sullo screditare i partiti tradizionali, che sono accusati di corruzione con parole dispregiative e vengono attaccati con termini giuridici che si riferiscono a reati, tratti da articoli di cronaca e decontestualizzati.

Al contrario, Renzi cerca di coniugare una sua visione personale degli eventi, in cui il carisma e la ricerca estetica sono i protagonisti della comunicazione, con un'idealizzazione del Partito Democratico, che viene dipinto come una forza moderata e civile, che si contrappone ai partiti avversari, primitivi e fasulli. La spinta all'aggregazione sociale non si concentra, tuttavia, solo nell'identificazione dei destinatari con i valori del PD, poiché Renzi cerca di unire la comunità degli utenti anche in base all'appartenenza a un'unica comunità italiana ed europea.

Nonostante già Renzi dimostri una certa padronanza delle convenzioni linguistiche delle reti sociali, Salvini porta l'uso di menzioni ed *hashtag* a un livello superiore, così come la personalizzazione del discorso politico: il leader leghista si propone come l'uomo comune che prova emozioni ed esprime opinioni che ven-

gono presentate come insindacabili, in quanto rispettano lo spirito del buonsenso e delle persone perbene, che appartengono a un'unica nazione e si riconoscono nel valore del lavoro. Grazie al suo carisma, all'ironia e all'irriverenza, Salvini descrive una realtà italiana rovesciata e catastrofica, in cui le classi dirigenti (identificate principalmente con il Partito Democratico e l'Unione Europea) si sono appropriate del potere decisionale che spetta (e in passato spettava) di diritto al popolo.

In conclusione, dei tre leader, Salvini è quello che sa meglio sfruttare gli effetti comunicativi delle reti sociali, come la possibilità di rimandare ad altri media, la citazione di frammenti di discorso fuori contesto e la scelta di dare visibilità e peso a determinate informazioni per orientare la lettura e, quindi, la comprensione del messaggio.

Bibliografia ragionata

Introduzione

Il saggio di Michele A. Cortelazzo da cui prende le mosse l'introduzione a questo volume s'intitola "Sulle tracce del «nuovo che avanza». Anmerkungen zur aktuellen politischen Sprache Italiens", pubblicato per la prima volta su *Zibaldone*, 18, nov. 1994, pp. 65-78, ora disponibile anche nella raccolta *I sentieri della lingua. Saggi sugli usi dell'italiano tra passato e presente*, a cura di Chiara Di Benedetto, Stefano Ondelli, Andrea Pezzin, Stefania Tonello, Veronica Ujcich e Matteo Viale (Padova, Esedra, 2012).

Il processo di oralizzazione e abbassamento dei registri nella lingua italiana e il passaggio dal paradigma della superiorità al paradigma del rispecchiamento nella comunicazione politica sono illustrati nel volume di Giuseppe Antonelli dal titolo *L'italiano nella società della comunicazione* (Bologna, Il Mulino, 2007). Una panoramica dell'evoluzione della comunicazione politica in Italia negli ultimi trent'anni, con particolare riferimento al ruolo dei mass media (compresi i *social*) e alla conseguente spettacolarizzazione e personalizzazione del dibattito politico, è offerta da Stefano Ondelli nell'articolo "Political Discourse. A Perspective from Italian

Linguistics”, sulla rivista *Comunicazione politica*, Fascicolo 1, aprile 2020, pp. 87-97.

Altri studi d'insieme sulle novità linguistiche introdotte dall'avvento della Seconda Repubblica sono stati condotti da Maria Vittoria Dell'Anna, e Pierpaolo Lala in *Mi consenta un girotondo. Lingua e lessico nella Seconda Repubblica* (Galatina, Congedo, 2004). Sugli sviluppi più recenti, cfr. ancora Maria Vittoria Dell'Anna, *Lingua italiana e politica* (Roma, Carocci, 2010) e Raffaella Petrilli, *La lingua politica. Lessico e strutture argomentative* (Roma, Carocci, 2015). Per quanto riguarda, invece, la descrizione degli stili oratori dei singoli leader politici, sono disponibili studi su Silvio Berlusconi (Sergio Bolasco, Nora Galli de' Paratesi e Luca Giuliano, *Parole in libertà. Un'analisi statistica e linguistica dei discorsi di Berlusconi*, Roma, Manifestolibri, 2006); Umberto Bossi (Paola Desideri, “L'italiano della Lega 1” e “L'italiano della Lega 2”, sempre pubblicati su *Italiano e oltre*, n. 8 e 9; ai temi e alle caratteristiche della retorica di Umberto Bossi, ma anche di Guglielmo Giannini, il leader del Fronte dell'Uomo Qualunque nella seconda metà degli anni Quaranta, è invece dedicato il libro di Andrea Sarubbi dal titolo *La Lega qualunque. Dal populismo di Giannini a quello di Bossi*, Roma Armando editore, 1995); Matteo Renzi (Davide Colussi, *Renzi, la retorica del dialogo fittizio*, all'indirizzo: www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/leader/Colussi.html); Cristinana De Santis *Autorità e linguaggio: il “carisma orizzontale” di Renzi*, all'indirizzo: www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/leader/De_Santis.html); Beppe Grillo (Stefano Ondelli, *Populismo e parolacce nella comunicazione politica: Beppe Grillo*, all'indirizzo: www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/leader/Ondelli.html e Raffaella Petrilli, (2017). *Grillo: senza possibilità di discussione*, all'indirizzo: www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/politici/Petrilli.html); Matteo Salvini (ancora Stefano Ondelli: *Salvini contro tutti: «Preferisco i populisti ai fessi»*, all'indirizzo: www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/politici/Ondelli.html e *L'identificazione del nemico: un'analisi dei tweet di Matteo Salvini dal 2011 al 2018*, all'indirizzo: www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/razzismo/Ondelli.html).

Per quanto concerne l'influenza del tipo di testo e del mezzo di comunicazione sull'assetto linguistico del discorso politico, Luisa Amenta analizza i siti web dei partiti politici in “Il linguaggio della politica nella rete”, in *Storia della lingua italiana e storia dell'Ita-*

lia unita: l'italiano e lo stato nazionale, atti del IX convegno ASLI (Firenze, 2-4 dicembre 2010), a cura di Annalisa Nesi, Silvia Morgana e Nicoletta Maraschio (Firenze, Cesati, 2011, pp. 87-101), mentre, sempre nello stesso volume, Stefania Spina si occupa di *Twitter* in “La politica dei 140 caratteri: l'equivoco della brevità e l'illusione di essere social” (pp. , 645-660) e Mirko Tavosanis di *Facebook* in “Il linguaggio della comunicazione politica su Facebook” (pp. 677-685).

Un volume interamente dedicato alle metodologie di analisi dei testi che utilizzano strumenti informatici e procedure automatizzate è *L'analisi automatica dei testi. Fare ricerca con il text mining*, a firma di Sergio Bolasco (Roma, Carocci, 2013). Per avere informazioni sulle caratteristiche generali del discorso populista, in Italia e all'estero, si può consultare la ricerca di Duncan McDonnell e Stefano Ondelli illustrata nell'articolo “The Language of Right-Wing Populist Leaders: Not So Simple”, in *Perspectives on Politics*, disponibile all'indirizzo www.cambridge.org/core/journals/perspectives-on-politics/article/language-of-rightwing-populist-leaders-not-so-simple/D4FA130AABEE20E11A953D226187F3E4. Un ulteriore approfondimento sulla semplificazione della comunicazione politica in Italia dalla fine del XX secolo a oggi è condotto da Stefano Ondelli nel saggio “Semplicità, semplificazione e semplicismo. Su alcuni fraintendimenti nell'analisi della lingua dei politici”, in *Quaderns d'Italia*, 25/2020, pp. 171-188, disponibile all'indirizzo <https://revistes.uab.cat/quadernsitalia/article/view/v25-ondelli>.

Capitolo 1.

Vita e carriera politica di Renzi

Oltre che dalla pagina *Wikipedia* a lui dedicata, le informazioni sulla vita e la carriera politica di Renzi sono tratte dal suo sito ufficiale (www.matteorenzi.it) e dalla biografia pubblicata sul sito del Governo italiano (www.governo.it/AmministrazioneTrasparente/Organizzazione/OrganilIndirizzoPolitico/GovernoRenzi/Renzi/renzi_cv.pdf). Per le considerazioni di analisi politica si rimanda invece alla voce intitolata “L'ascesa di Renzi” dell'*Atlante geopolitico* 2015 dell'Enciclopedia Treccani, scritta da Damiano Palano ([www.treccani.it/enciclopedia/l-ascesa-di-matteo-renzi_\(Atlante-Geopolitico\)](http://www.treccani.it/enciclopedia/l-ascesa-di-matteo-renzi_(Atlante-Geopolitico))).

Uno dei linguisti più importanti che si è occupato di italiano della politica e, tra le altre cose, del passaggio dal paradigma della superiorità a quello del rispecchiamento è Giuseppe Antonelli. A chi vuole un assaggio sul tema, si consiglia il suo articolo “Lingua” in *Modernità italiana* (a cura di A. Afrifo ed E. Zinato, Roma, Carocci, 2011: pp. 15-52), che illustra sinteticamente le tendenze generali dell'italiano contemporaneo, descrivendone le evoluzioni dagli anni sessanta a oggi. Sempre in questo contesto va sottolineato che l'ossimoro “convergenze parallele” citato nel mio articolo è comunemente attribuito a Moro, ma probabilmente è apocrifo e si deve a un'invenzione del giornalista Eugenio Scalfari. Lo stesso Antonelli ne parla nella puntata del 26 febbraio 2017 della trasmissione radiofonica *La Lingua Batte*, che si può riascoltare qui: www.rai.it/dl/portaleRadio/media/ContentItem-4600d1e1-971f-443d-abaa-a7f57d6625a4.html.

A chi invece è alla ricerca di una pubblicazione più specifica sul linguaggio della politica, si consigliano il volume *Mi consenta un girotondo: lingua e lessico nella Seconda Repubblica* dei linguisti Maria Vittoria Dell'Anna e Pierpaolo Lala (Galatina, Congedo, 2004) e il volume *Lingua italiana e politica* della stessa Dell'Anna (Roma, Carocci, 2010). Le due opere riguardano in particolare la Seconda Repubblica: vi è ad esempio la spiegazione delle varie dicotomie tradizionali della politica, l'elenco delle figure retoriche più utilizzate, le metafore tipiche e molti esempi tratti da discorsi di vari esponenti politici. Per quanto riguarda, invece, il linguaggio politico degli ultimi anni, si consiglia la lettura del saggio *Volgare eloquenza* (Roma-Bari, Laterza, 2017) del già citato Antonelli: qui vengono analizzate nel dettaglio la semplificazione e la volgarizzazione del linguaggio politico portate avanti dai populistici, da Berlusconi a Salvini, passando per Grillo e Trump.

Per avere una panoramica sull'italiano che caratterizza lo scenario politico recente e attuale, il sito internet dell'Enciclopedia Treccani è una risorsa preziosa: prima nel 2014/2015 e poi nel 2017 ha raccolto in due speciali intitolati rispettivamente *Parola di leader. Strategie del linguaggio politico in Italia* (www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/leader/mainSpeciale.html) e *Turpiloquio, menzogna, manipolazione. La parola dei politici di oggi* (www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/politici/

mainSpeciale.html) dei contributi sotto forma di articolo di vari studiosi. Ed è da queste serie di articoli che è tratta la maggior parte delle informazioni del paragrafo 1.2. In uno di questi (www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/politici/Cortelazzo.html), ad esempio, Michele Cortelazzo delinea una tappa nuova: superati i paradigmi di superiorità e rispecchiamento si passa all'iperrispecchiamento, basato sull'uso di parolacce, menzogne e tentativi manipolatori. Dagli speciali Treccani sono attinte anche le citazioni di Beppe Grillo e Matteo Salvini portate come esempio di turpiloquio; sono tratte da tre articoli sul populismo nella comunicazione politica scritti da Stefano Ondelli, intitolati *Populismo e parolacce nella comunicazione politica: Beppe Grillo* (www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/leader/Ondelli.html) *Salvini contro tutti: «Preferisco i populistici ai fessi»* (www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/politici/Ondelli.html) e *L'identificazione del nemico: un'analisi dei tweet di Matteo Salvini dal 2011 al 2018* (www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/razzismo/Ondelli.html).

Rottamando il politichese

I paragrafi dedicati più nello specifico al parlare renziano si basano su informazioni reperibili nei due speciali dell'Enciclopedia Treccani già citati. In particolare, si consiglia la lettura dei contributi a firma dei linguisti Michele Cortelazzo, Davide Colussi, Cristiana De Santis e Jessy Simonini, che descrivono i tratti generali della lingua di Renzi, come il tema della rottamazione, il giovanilismo e l'informalità, l'appello alle emozioni, i cambi di punto di vista argomentativo, il ricorso agli anglicismi ecc. Più nel dettaglio, il parallelismo con il discorso di Berlusconi è tratto da Colussi, così come il concetto del "cabaret degli obiettanti", mentre le considerazioni sull'"autorità orizzontale" provengono dall'articolo di De Santis.

Sul sito internet dell'Enciclopedia Treccani sono stati consultati anche altri contributi interessanti, appartenenti ad altre rubriche. Ad esempio, Edoardo Novelli (www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/elezioni_sinistre/Novelli.html) ha parlato della lingua di Renzi nell'ambito di uno speciale del 2012 sulla comunicazione della sinistra italiana, in cui osserva la perdita di rilevanza del "noi contro loro" e l'insistenza sul campo semantico del nuovo. Per approfondimenti sull'origine e il significato di due note

espressioni in inglese comparse nel mio articolo, “Jobs Act” (definito “paroloide”) e “radical chic”, si rimanda invece alle spiegazioni di Silverio Novelli (www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/articoli/parole/Jobs_act.html) e di Michele Cortelazzo (www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/articoli/parole/Neopolitica13.html).

Tutti i siti citati sono stati consultati nel marzo 2021.

Capitolo 2.

Matteo Salvini e la Lega

Molte informazioni riguardanti la vita politica e personale di Matteo Salvini si possono trovare sulla sua pagina di *Wikipedia*, sulla pagina web ufficiale della Lega (leganord.org) e del Partito NoiConSalvini (noiconsalvini.org). Oltre a questi tre siti, una fonte importante di informazioni è stata l'e-biografia di Matteo Salvini, scritta dai giornalisti Alessandro Franzi e Alessandro Madron, *#ilMilitante* (2015, Firenze, goWare). Oltre ai paragrafi di approfondimento sull'uso dei social media e sull'immagine di Salvini, molte pagine contengono gli aneddoti e le informazioni citate nel mio articolo sulla storia del partito e del suo fondatore, Umberto Bossi. Per un approfondimento più completo è possibile consultare “The Lega Nord back in Government” (2010, in *West European Politics*, Vol. 33, n.6, pp. 1318-1340.) di Daniele Albertazzi e Duncan McDonnel, “La Lega come attore politico: dal federalismo al populismo regionalista” (2015, in *La Lega Lombarda*, a cura di R. Mannheimer, Milano, Feltrinelli, pp. 34-82) e *La Padania promessa* (1997, Milano, Il Saggiatore) di Roberto Biorcio. Un ulteriore lavoro di ricerca è stato fatto da Antonio Rapisarda, nel libro *All'armi siam leghisti. Come e perché Matteo Salvini ha conquistato la destra* (2015, Correggio, Wingsbert House).

Il populismo: il linguaggio e i suoi pilastri

Numerosi sono gli studiosi e i lavori dedicati al populismo e al linguaggio che lo caratterizza. Le opere utilizzate per la stesura di questo lavoro sono tutte di grandi studiosi ed esperti in materia, e forniscono una letteratura piuttosto completa sul tema, la definizione che si dà al populismo, nozioni sulla nascita di questo movimento

e i tratti che lo caratterizzano. Tre opere importanti sull'argomento sono *L'Italia populista – Dal qualunquismo ai girotondi* (2003, Bologna, Il Mulino) del politologo e docente Marco Tarchi; *L'illusione populista* (2001, Milano, Mondadori) del filosofo francese Pierre-André Taguieff, in cui troviamo un'analisi delle argomentazioni e della retorica populista citate nel mio testo; e *Il populismo* (2004, Troina, Città aperta) di Paul Taggart (dove viene spiegato il curioso parallelismo tra leader populista e camaleonte). Per una lettura più completa consiglio *Populist in Power* di Daniele Albertazzi e Duncan McDonnel (2015, London, Routledge) e *La Lega qualunque: dal populismo di Giannini a quello di Bossi* (1995, Roma, Armando) di Andrea Sarubbi, opera da cui sono state prese le informazioni e le citazioni sulle parolacce e l'uso del dialetto nel partito della Lega.

Infine, per identificare i pilastri del populismo e applicarli al nostro caso si è rivelato molto utile l'articolo di Stefano Ondelli: "Esempi recenti della retorica populista in Italia: da Forza Italia al MoVimento 5 Stelle" (2016, in *L'italiano della politica e la politica per l'italiano*, a cura di R. Librandi e R. Piro, Firenze, Franco Cesati Editore, pp. 323-337).

Il linguaggio della politica

Il contesto in cui è inserito il linguaggio populista è fondamentale per capire quest'ultimo e comprenderne i tratti. Diversi linguisti si sono occupati dell'italiano della politica e Maria Vittoria dell'Anna è sicuramente una delle autrici più attive. Tra le sue opere sull'argomento si consigliano *Lingua italiana e politica* (2010, Roma, Carocci) e *Mi consenta un girotondo: Lingua e lessico nella Seconda Repubblica* (2004, Galatina, Congedo Editore) scritto a quattro mani con Pierpaolo Lala. Il focus di entrambe le opere è l'italiano della Seconda Repubblica e qui si trovano gli esempi e le citazioni nel mio lavoro, riguardanti le forme retoriche e le metafore più utilizzate nel linguaggio politico. Altra voce di spicco sull'italiano della politica è quella di Giuseppe Antonelli, che ha scritto "Sull'italiano dei politici nella Seconda Repubblica" (2000, in *L'italiano oltre frontiera*, atti del V Convegno Internazionale, a cura di S. Vanvolsem, D. Vermandere, F. Musarra e B. Van den Bossche, Lovanio/Firenze, Leuven University Press-Cesati, pp. 211-234). Un altro saggio di Antonelli che analizza il linguaggio politico più recente è *Volgare eloquenza* (2017, Roma-Bari, Laterza).

Capitolo 3.

Biografia di Beppe Grillo

Per raccontare la vita di Grillo nel primo capitolo ho consultato principalmente il saggio di Giuliano Santoro, *Un Grillo qualunque. Il MoVimento 5 Stelle e il populismo digitale nella crisi dei partiti italiani* (Roma, Castelvecchi editore, 2012). Alcuni fatti biografici provengono direttamente dal blog di Grillo, (www.beppegrillo.it/biografia.php) e da altri articoli, sempre presenti sul Blog (www.beppegrillo.it/2009/07/beppe_grillo_candidato_alla_segreteria_del_pd.htm e www.beppegrillo.it/2009/07/grillo168_il_pd.html, data di ultima consultazione febbraio 2016).

Il populismo

Sono molti gli studiosi, italiani e stranieri, che hanno approfondito il tema del populismo e che illustrano, in maniera più o meno differente, molti argomenti toccati nel capitolo 3: dalle caratteristiche di fondo dei movimenti populistici, alle modalità di comunicazione, all'importanza del leader ecc.). In ordine alfabetico, i saggi dei seguenti autori hanno contribuito a precisare gli aspetti teorici: Daniele Albertazzi e Duncan McDonnell, *Populists in Power*, New York, Routledge, 2015; Zygmunt Bauman *Community. Seeking safety in an insecure World*, Cambridge, Polity Press, 2001; Sara Gentile, *Il populismo nelle democrazie contemporanee*, Milano, Franco Angeli, 2008; Stefano Ondelli, "Esempi recenti della retorica populista in Italia: da Forza Italia al MoVimento 5 Stelle" (in *L'Italiano della politica e la politica dell'Italiano*, a cura di R. Librandi e R. Piro, Firenze, Franco Cesati editore, 2016, pp. 333-348), mette a confronto la retorica di Grillo con quella di Bossi e Berlusconi, mentre in *Populismo e parolacce nella comunicazione politica: Beppe Grillo* (www.treccani.it/lingua_italiana/speciali/leader/Ondelli.html, data di ultima consultazione aprile 2020) si concentra soprattutto sull'uso del turpiloquio; Andrea Sarubbi, in *La lega qualunque: dal populismo di Giannini a quello di Bossi*, (Roma, Armando editore, 1995), tratta molto diffusamente della comunicazione populista, a partire dal *Fronte dell'uomo qualunque*; per concludere, il saggio di Marco Tarchi; *L'Italia populista. Dal qualunquismo a Beppe Grillo* (Bologna, il Mulino, 2015) contiene numerosi riscontri della conti-

nuità nella comunicazione populista da Giannini al MoVimento 5 Stelle.

Strumenti di analisi

Infine, le novità presentate dal *nuovo vocabolario di base della lingua italiana* del 2016 rispetto alla versione precedente sono illustrate da Tullio De Mauro nella versione online della rivista *Internazionale* (www.internazionale.it/opinione/tullio-de-mauro/2016/12/23/il-nuovo-vocabolario-di-base-della-lingua-italiana, data di ultima consultazione aprile 2020.)

Capitolo 4.

Materiale di studio

I messaggi che sono stati analizzati ai fini di questo studio provengono dai profili ufficiali di Luigi Di Maio, Matteo Renzi e Matteo Salvini su *Facebook* e *Twitter*, consultabili ai seguenti indirizzi web: www.facebook.com/LuigiDiMaio/, <https://twitter.com/luigidimaio?lang=es>, www.facebook.com/matteorenziufficiale/, <https://twitter.com/matteorenzi>, <https://it-it.facebook.com/salviniofficial/>, <https://twitter.com/matteosalvinimi>.

Un'altra parte del campione di analisi appartiene invece agli articoli firmati da Di Maio sul *Blog delle Stelle* e a post del blog personale di Matteo Renzi, rispettivamente accessibili agli indirizzi: www.ilblogdellestelle.it e www.matteorenzi.it. Ultima consultazione dei link di questa sezione: marzo 2021.

Analisi dei dati

Per la parte di analisi automatica dei testi, sono stati impiegati i *software TaLTaC²* e *AntConc*. Del primo è disponibile una descrizione esauriente in italiano sul sito ufficiale di www.taltac.com (acronimo che sta per *Trattamento Automatico Lessicale e Testuale per l'Analisi del Contenuto*). Del secondo sono solo disponibili informazioni in inglese sul sito del programmatore *Laurence Anthony's Website*: www.laurenceanthony.net/software/antconc/. Le specifiche del *software* si trovano nella guida online in inglese, disponibile sullo stesso sito:

www.laurenceanthony.net/software/antconc/releases/Ant-Conc358/help.pdf. Ultima consultazione dei link di questa sezione: marzo 2021.

Per approfondire il metodo impiegato per l'analisi e, quindi, la linguistica dei corpora come disciplina, si consigliano i manuali di Emanuela Cresti e Alessandro Panunzi, *Introduzione ai corpora dell'italiano*, Bologna, Il Mulino, 2013 e di Maria Freddi, *Linguistica dei corpora*, Roma, Carocci, 2014.

Dizionari e risorse lessicali

Per le definizioni delle parole sono stati consultati il *Vocabolario Treccani online*, disponibile sul portale Treccani (www.treccani.it) e il *Nuovo De Mauro, dizionario online della lingua italiana*, consultabile sul sito del settimanale "Internazionale" (<https://dizionario.internazionale.it>). Inoltre, è stata consultata la lista dei vocaboli di base della lingua italiana, raccolta a partire dal *Nuovo vocabolario di base della lingua italiana*, a cura di Tullio De Mauro e disponibile in formato pdf sempre sul sito web dell'"Internazionale": www.dropbox.com/s/mkcyo53m15ktbnp/nuovovocabolariodibase.pdf?dl=0. Ultima consultazione dei link di questa sezione: marzo 2021.

La lingua politica

Per approfondire la classificazione della lingua italiana adottata dalla sociolinguistica odierna, in cui si colloca anche la lingua politica, si consiglia la lettura del manuale di Lorenzo Coveri, Antonella Benucci, e Pierangela Diadori, *Le varietà dell'italiano. Manuale di sociolinguistica italiana*, Siena, Università per Stranieri di Siena, 1998. Riguardo, invece, agli studi incentrati sulla lingua politica italiana e dei suoi tratti caratteristici, pionieristico fu l'articolo di Umberto Eco, "Il linguaggio politico", in *I linguaggi settoriali in Italia*, a cura di Gian Luigi Beccaria, Milano, Bompiani, 1987. Altri studi, che sono più vicini ai giorni nostri, sono quelli di Gianluca Giansante nel suo libro *Le parole sono importanti. I politici italiani alla prova nella comunicazione*, Roma, Carocci, 2011 e di Raffaella Petrilli, *La lingua politica: lessico e strutture argomentative*, Roma, Carocci, 2015.

Nell'ambito degli studi che hanno esplorato i cambiamenti della lingua politica nel passaggio dalla Prima alla Seconda Repubblica,

si distinguono vari autori. Per approfondire il passaggio dalla superiorità al rispecchiamento dei cittadini nei confronti dei leader politici, si rimanda al contributo di Giuseppe Antonelli, "Sull'italiano dei politici nella Seconda Repubblica", in *L'italiano oltre frontiera, atti del V Convegno Internazionale [Lovanio, 22-25 aprile 1998]*, a cura di Serge Vanvolsem et alii, Lovanio-Firenze, Leuven University Press – Cesati, 2000, pp. 211-234. Per uno studio più dedicato alla definizione del nuovo discorso politico e dei suoi tratti linguistici (figure retoriche, tratti dell'uso medio della lingua, semantica e morfologia), si consiglia la lettura di Maria Vittoria Dell'Anna e Pierpaolo Lala, *Mi consenta un girotondo: lingua e lessico nella Seconda Repubblica*, Galatina, Congedo, 2004. L'analisi di questi linguisti prende spunto dal precedente di Paola Desideri, *Teoria e prassi del discorso politico. Strategie persuasive e percorsi comunicativi*, Roma, Bulzoni, 1984. Per quanto concerne il rapporto tra il carisma del leader politico e la ricerca di autorità nella Seconda Repubblica, si rimanda all'articolo di Cristiana De Santis, "Pensiamo, pensavamo e penseremo: strategie di costruzione dell'autorità nel discorso dei nuovi leader", in *L'italiano della politica e la politica per l'italiano: atti del 11. Convegno ASLI, Associazione per la Storia della Lingua Italiana (Napoli, 20-22 novembre 2014)*, a cura di Rita Librandi e Rosa Piro, Firenze, Cesati, 2016, pp. 321-332.

Italiano del web e il politico social

Per inquadrare le caratteristiche dell'italiano su internet e per importanti riflessioni su come la lettura a schermo influenzi la lingua dei testi, si rimanda al lavoro di Mirko Tivosanis, *L'italiano del web*, Roma, Carocci, 2011. Un altro importante contributo nello stesso ambito deriva da Massimo Prada, *L'italiano in rete. Usi e generi della comunicazione mediata tecnicamente*, Milano, FrancoAngeli, 2015. Per quanto concerne invece lo studio della lingua politica applicata alle reti sociali, molto innovativo è il lavoro di Stefania Spina, *Openpolitica. Il discorso dei politici italiani nell'era di Twitter*, Milano, FrancoAngeli, 2012.

Studi su Renzi

Al contrario di Luigi Di Maio, per il quale mancano analisi dettagliate, la lingua di Renzi è stata a più riprese oggetto di studio da

parte di vari autori, tra cui Davide Colussi, la già citata Cristiana De Santis ed Edoardo Novelli. Il primo analizza il discorso di Renzi alla Leopolda del 2013 e trae conclusioni sullo stile comunicativo del leader del PD: l'articolo di *La retorica del dialogo fittizio*, risale al 2015 ed è disponibile sul Portale Treccani al seguente indirizzo: www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/leader/Colussi.html. Cristiana De Santis riprende le osservazioni su carisma dei leader e autorità e li applica al discorso renziano in un articolo intitolato *Autorità e linguaggio: "il carisma orizzontale" di Renzi*, che risale sempre al 2015 ed è consultabile sul Portale Treccani all'indirizzo: www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/leader/De_Santis.html. Infine, Edoardo Novelli si sofferma sui concetti di "rottamazione" e di bellezza nella retorica di Renzi nel suo articolo del 2015 intitolato *Renzi: per adesso, basta la parola*. L'articolo è disponibile sul Portale Treccani al seguente indirizzo: www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/elezioni_sinistre/Novelli.html. Ultima consultazione dei link in questa sezione: marzo 2021.

Il populismo e Salvini

Per una panoramica approfondita sulla definizione di populismo e sulle sue dinamiche e ondate in Europa e in Italia, si consiglia la lettura di Marco Tarchi, *L'Italia populista: dal qualunquismo ai girotondi*, Bologna, Il Mulino, 2003. Un altro importante contributo allo studio della retorica populista in Italia proviene da Stefano Ondelli, autore di due articoli; il primo s'intitola: "Esempi recenti della retorica populista in Italia: da Forza Italia al Movimento 5 Stelle", in *L'italiano della politica e la politica per l'italiano: atti del 11. Convegno ASLI, Associazione per la Storia della Lingua Italiana (Napoli, 20-22 novembre 2014)*, a cura di Rita Librandi e Rosa Piro, Firenze, Cesati, 2016, pp. 333-347; il secondo è del 2017 e s'intitola: *Salvini contro tutti: «preferisco i populistici ai fessi»* ed è consultabile sul Portale Treccani all'indirizzo: www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/politici/Ondelli.html. (Ultima consultazione: marzo 2021.

Altri studi

150

La parodia dei discorsi di Mussolini messa in scena da Totò nel film *Totò a colori* è analizzata da Fabio Rossi in *Il linguaggio cine-*

matografico, Roma, Aracne, 2006. Michele A. Cortelazzo, nel saggio “Sulle tracce del ‘nuovo che avanza’. Note sulla lingua politica italiana a cavallo degli anni Novanta”, ora compreso nel volume *I sentieri della lingua. Saggi sugli usi dell’italiano tra passato e presente*, a cura di Chiara Di Benedetto, Stefano Ondelli, Alessandro Pezzin, Stefania Tonello, Veronica Ujchich e Matteo Viale, Padova, Esedra editrice, 2012, pp. 183-190, si sofferma sulle denominazioni delle formazioni politiche nel passaggio alla Seconda Repubblica. Sulla nozione di “paroloide”, si veda il contributo di Silverio Novelli sul *magazine Treccani online* (www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/articoli/parole/Jobs_act.html; ultima consultazione: marzo 2021). Per un’analisi delle strutture retoriche dei titoli dei giornali italiani già negli anni ’90, cfr. Stefano Ondelli, “La ‘messa in scena’ delle notizie nei titoli dei quotidiani. Una prospettiva linguistica”, in *Problemi dell’informazione*, vol. XXI 2, 1996, pp. 223-237. Insieme ad Alice Lokar, Fabio Romanini e Silvestro Elia, lo stesso autore ha contribuito al volume collettaneo *Credibile ma falso. Come riconoscere le fake news (quasi senza leggerle)*, EUT, Trieste, 2018, comparso nella stessa collana di questo libro, che illustra le caratteristiche linguistiche degli articoli ingannevoli pubblicati online.