

**Il web come nuova religione, Massimo Introvigne, 13 aprile 2016**

Forse è solo una delle tante leggende che circondavano il personaggio, ma si dice che Gianroberto Casaleggio avesse previsto che il mondo così come lo conosciamo sarebbe finito poco dopo la sua morte. Fosse così, più che scrivere articoli dovremmo chiederci «*a che ora è la fine del mondo*» come nella vecchia canzone di Ligabue: ma è anche vero che, secondo le stesse storie – forse inventate, forse con qualche fondo di verità –, Casaleggio prevedeva di morire soltanto nel 2040.

Leader politico tra i più misteriosi e inaccessibili che la storia italiana abbia conosciuto, Casaleggio è difficile da classificare e da capire se non si tiene conto dei suoi interessi per l'esoterismo, soprattutto per quello del maestro di origine armena George Ivanovitch Gurdjieff, morto nel 1949 e che ha ispirato tanti intellettuali e artisti, dalla creatrice di Mary Poppins, Pamela Travers, fino al cantautore Franco Battiato in Italia. La posterità di Gurdjieff è fatta di scuole che si guardano in cagnesco fra loro, ma tutte riprendono un tema centrale del suo pensiero: la distinzione fra un'élite d'iniziati e una massa «*dormiente*», capace solo di essere guidata e che, a rigore, non ha neppure un'anima capace di sopravvivere alla morte del corpo. Questa idea è una chiave anche per comprendere le idee di Casaleggio, che mettono insieme l'esoterismo di Gurdjieff e le utopie sul ruolo salvifico di Internet.

Casaleggio non è stato solo un curioso diffusore d'idee esoteriche ma anche uno degli esperti italiani – e non solo – di marketing via Web più noti e di successo, come amministratore prima della Webegg, un'azienda nata nel mondo Olivetti e passata poi sotto il controllo di Telecom, poi della Casaleggio & Associati, fondata nel 2004.

In un certo senso, Casaleggio ha trasformato Internet in una religione. Il suo pensiero si riassume in una profezia apocalittica: siamo alla vigilia di crisi ecologiche e di «*guerre ideologiche, razziali e religiose*» in cui moriranno i sei settimi degli attuali abitanti della Terra. Il miliardo di sopravvissuti abolirà «i partiti, la politica, le ideologie e le religioni», sostituite da «Gaia» – un nome che in molte teorie esoteriche indica la Terra come organismo vivente e unica divinità – la quale sarà insieme religione e politica e gestirà il mondo tramite un «nuovo governo mondiale» selezionato e organizzato tramite Internet.

Cioè, precisava Casaleggio, tramite gli «influencer», quella piccola percentuale di persone che padroneggia perfettamente la Rete e crea il novanta per cento dei suoi contenuti. Persone come lo stesso Casaleggio, che però hanno bisogno di «portavoce» dotati di quelle capacità di comunicare con il pubblico, compreso quello che non ha come suo primo punto di riferimento Internet, che agli «influencer» spesso mancano.

Di qui l'incontro fatale – dopo un tentativo finito male con Antonio Di Pietro, personaggio troppo rusticano per rientrare negli schemi esoterici di Casaleggio – con Beppe Grillo, un comico che aveva già mostrato un forte interesse per la politica.

Nello schema esoterico di Casaleggio, il suo ruolo è quello dell'«influencer» che rimane dietro le quinte, mentre in pubblico appare Grillo come «portavoce». Prima dell'incontro con Casaleggio del 2005, Grillo diffida di Internet e nei suoi spettacoli pubblici ogni tanto sfascia persino un computer, accusato di «lavare il cervello» alla gente semplice.

Ma il comico diventa un leader politico globale quando Casaleggio gli mostra la luce di Internet e la accende, creando per Grillo quello che diventa uno dei dieci blog più visitati nel mondo. Senza Casaleggio non ci sarebbe Grillo come leader politico del MoVimento 5 stelle (la V va sempre scritta maiuscola in omaggio allo slogan principale, rozzo ma efficacissimo, del comico, «Vaffanculo»). Ma senza Grillo il guru Casaleggio sarebbe rimasto solo un imprenditore che si era messo a capo di un oscuro movimento esoterico.

Perché la strategia «via Internet» inventata da Casaleggio per Grillo e il MoVimento 5 stelle ha funzionato? Molti parlano di un superamento della televisione, che Casaleggio e Grillo avrebbero trovato il modo di rendere irrilevante. In realtà non è proprio così. I primi a notarlo sono stati gli studiosi di comunicazione Francesca Burichetti e David Mazzerelli in un articolo del 2013, dove facevano notare tre cose.

La **prima** è che la forza della strategia ideata da Casaleggio non consisteva tanto nel mezzo scelto – Internet – quanto nel presentare quelle che sembrano «storie personali» di persone comuni ma che in realtà sono studiate a tavolino e rispondono a una sapiente strategia. «Casaleggio sa bene che una comunicazione politica efficace per muovere l'elettorato deve prima muovere emozioni e le emozioni si muovono a partire dai racconti. Meglio se da racconti personali».

Secondo: la strategia di Casaleggio prevede tre fasi.

- 1° step: usare i new media per ideare e creare l'evento.
- 2° step: creare l'evento per creare una notizia impossibile da non coprire mediaticamente.
- 3° step: creare la notizia per richiamare i media tradizionali: TV, radio e stampa in primis.

Terzo: una volta che si è seguita questa strategia, il miglior modo di far parlare di sé la televisione è non andare in televisione. Grillo è stato negli ultimi dieci anni il leader politico di cui le televisioni hanno parlato di più dopo Berlusconi. Eppure Grillo non va mai in televisione. Ma è la televisione ad andare da lui. Lo aveva ribadito a suo tempo, parlando di Grillo e Casaleggio, Umberto Eco: «*La chiave del successo è non apparire mai in televisione*». «*Grillo ha capito questo punto fondamentale: la comunicazione non è più diretta ma va come una palla di biliardo, ovvero si parla a nuora perché suocera intenda (e viceversa)*» si parla sul blog o su Twitter per essere ripresi dalla televisione.

E i contenuti emotivi e brevissimi di Grillo – che comunica a misura di Twitter, e anche sul blog propone spesso post di poche righe – oggi battono i ragionamenti, in un'epoca in cui – per dirla con Stefano Bartezzaghi in un dialogo con Eco sul punto – «*il pathos ormai predomina sul logos*» e l'intrattenimento politico con pochi contenuti, il politainment, prevale sulla politica ragionata.

Dire poco, e lasciar credere di avere molto da dire che però si tace, è una dinamica fondamentale dell'esoterismo caro a Casaleggio. Lo stesso Eco lo aveva mostrato anni fa, paragonando il successo di un certo esoterismo alla seduzione femminile: entrambi hanno capito che, in un'epoca in cui tutti – e tutte – rivelano e si mettono a nudo, velare può avere più successo che svelare.

Questa strategia di Casaleggio aveva con la democrazia un rapporto problematico. Quando ci dicono che «*uno vale uno*», affermava ancora Eco, Casaleggio e i suoi discepoli si ricollegano almeno implicitamente a Jean-Jacques Rousseau, che voleva sostituire la democrazia rappresentativa con un'assemblea permanente, un'agorà dove tutti i cittadini decidono senza mediazioni. Ma l'agorà di Casaleggio era falsa, sosteneva Eco, perché non tutti gli italiani sono utenti del Web, e meno ancora sono gli utenti che capiscono completamente come funziona, per cui «*le decisioni non sono prese dal popolo sovrano ma da un'aristocrazia di bloggisti*».

E questa era anche l'obiezione rivolta a Casaleggio dal sociologo e politologo bielorusso Evgeny Morozov, che è diventato famoso denunciando Google, Facebook, Twitter e Wikipedia come sistemi falsamente democratici in realtà controllati da poche persone le quali, come Casaleggio, ne «*conoscono il linguaggio e i trucchi retorici*». Né, insiste Morozov, si tratta solo di retorica: ci sono aziende americane, da cui la Casaleggio Associati ha appreso la lezione fino a diventare un loro concorrente a livello internazionale, che sanno utilizzare algoritmi e tecniche molto sofisticate per amplificare certi messaggi su Internet e sui social network e metterne a tacere certi altri.

Rete o non Rete, in un Paese ancora a grande maggioranza cattolico, il MoVimento di Casaleggio dovrebbe entrare fatalmente in conflitto con la Chiesa. Le premesse ci sarebbero tutte. Nel suo video Gaia Casaleggio ci fa sapere che nella Nuova Era spariranno tutte le religioni, e dovendo mostrare le immagini di luoghi religiosi distrutti ne sceglie tre cattolici: San Pietro, Notre Dame e la Sagrada Familia di Barcellona.

Né Casaleggio è stato estraneo alle molte provocazioni anticattoliche di Grillo. Ma le cose sono più complicate. Casaleggio è stato un uomo capace di manipolare i sondaggi, ma anche di leggerli. Ha sempre pilotato il MoVimento in modo da seguire le opinioni della maggioranza degli italiani, da ultimo consigliando cautela in materia di adozioni omosessuali. E, in un preoccupante deserto di offerte politiche credibili, anche un buon numero di cattolici si sono fatti sedurre dagli slogan anti-politici e dai sogni tecno-esoterici di Casaleggio.