

Alla scoperta di Podemos: democrazia dal basso o populismo di sinistra?

scritto da Luca Raffini

“La mia presenza nei mezzi di comunicazione di massa, le cose che dico, come le dico, sono il frutto di moltissime ore di lavoro con i compagni, pensate per muoversi in un terreno ostile in cui la sconfitta ideologica e anche fisica di noi che veniamo da sinistra è totale”. Sono parole di Pablo Iglesias, docente alla Università Complutense di Madrid e leader di Podemos, un movimento politico che alle elezioni europee ha preso 1.200.000 voti superando alla grande molti partiti tradizionali spagnoli. Ma cosa è Podemos, come nasce e come opera? Per La Città invisibile lo racconta in questo saggio Luca Raffini, sociologo, che proprio sui movimenti in Spagna ha concentrato la propria attenzione di studioso e di attivista, e che traccia anche analogie e differenze con Syriza e Movimento 5 Stelle.

Il contesto

Alle elezioni europee del 25 maggio la somma dei risultati ottenuti dai due principali partiti spagnoli, il PP e il PSOE, per la prima volta nella storia della Spagna postfranchista non raggiunge il 50% (era l'80% nel 2009). La disaffezione nei confronti dei partiti politici “mainstream” in Spagna - come del resto nelle altre democrazie occidentali - è un fenomeno pregresso, ma che non aveva mai portato a mettere seriamente in discussione la logica dell'alternanza tra i due partiti. Dal 2014 non è più così. I voti in uscita dai due partiti principali, e soprattutto dal PSOE, la cui crisi appare ben più acuta rispetto a quella del PP, non alimentano solo l'astensionismo. Si indirizzano verso i partiti regionalisti e nazionalisti, alcuni dei quali emergenti (1), verso una pluralità di nuove formazioni politiche, di centro e di destra (Vox, Udp), e, soprattutto, verso due formazioni collocabili alla sinistra del PSOE, la somma dei cui voti permette, per la prima volta, alla sinistra “radicale” di sognare il sorpasso al PSOE.

La prima è Ixquierda Plural, cartello che comprende Ixquierda Unida -

un'organizzazione nata dall'aggregazione di una pluralità partiti e movimenti, tra cui il Partito Comunista Spagnolo - e altre liste territoriali, che ottiene un risultato straordinario. Triplica i voti rispetto alle elezioni precedenti, sfiora il 10% e ottiene sei europarlamentari. Nel dibattito pubblico successivo alle elezioni, tuttavia, l'ottimo risultato di Ixquierda Plural è offuscato da un risultato ancor più sorprendente, quello ottenuto da Podemos, una formazione politica fino a poche settimane prima sconosciuta, che ottiene poco meno dell'8%, corrispondente a oltre 1.200.000 voti, e 5 rappresentanti nel Parlamento Europeo. Quarta lista a livello nazionale, Podemos è il terzo partito in comunità come le Asturie e Madrid, dove prende rispettivamente il 13,7 3 il 11,3% dei voti.

✘ Il quadro, segnato da una erosione del consenso verso i partiti principali e la crescita di formazioni alternative, a destra e, soprattutto, a sinistra, richiama, seppur in forma meno pronunciata, quello greco, in cui il Pasok è ridotto ai minimi termini, e Syriza di Alexis Tsipras supera il 26% dei voti. Sia gli eletti di Ixquierda Plural sia gli eletti di Podemos afferiscono a livello europeo a GUE e hanno sostenuto Tsipras come candidato alla Presidenza della Commissione Europea. Ciò non significa che, come vedremo, la prospettiva di una alleanza per le elezioni delle comunità autonome e politiche in Spagna sia scontata. Le due formazioni politiche, infatti, sono accomunate dall'appartenenza al campo della sinistra europea, ma divise sul piano dell'orientamento strategico. Ixquierda Unida, soprattutto a livello locale, non esclude la strada dell'alleanza di governo con il PSOE, con cui governa, per esempio, in Andalusia. Podemos, al contrario, fonda la sua proposta politica su una netta contrapposizione al PSOE, che, insieme al PP, è considerato responsabile della costruzione di una oligarchia che serve gli interessi dei poteri economici, invece che dei cittadini, di un sistema corrotto e, in sostanza, di una democrazia limitata, frutto di una transizione che, nei fatti, rivela una continuità con il regime franchista.

Se, in definitiva, IU è una forza politica di sinistra, che, seppur da posizioni critiche, persegue la strada del dialogo con il PSOE, per la costruzione di un progetto di alternativa alla destra del PP, Podemos fonda la sua forza sulla sua connotazione "anticasta", più che sul orientamento a sinistra, e per questo cerca di ottenere il consenso tra tutti i cittadini che non si riconoscono nei partiti "di regime", nell'ampio bacino dell'astensionismo, tra i giovani che hanno animato i movimenti degli Indignados e degli Acampados, uniti dagli slogan "non siamo marionette nelle mani di politici e banchieri" e "no, non ci rappresentano".

Podemos, almeno in parte, presenta tratti che in Italia hanno trovato espressione nel Movimento 5 Stelle, con la differenza che se quest'ultimo ha progressivamente perso la "coloritura" di sinistra, che caratterizzava i suoi attivisti nella fase iniziale, fino a scegliere di legarsi al Parlamento Europeo all'Ukip, Podemos è esplicitamente un movimento di sinistra, pur non enfatizzando questa sua appartenenza. Proprio il suo essere di sinistra ma perseguire un consenso ampio e trasversale "anticasta" rende Podemos un fenomeno interessante e per certi aspetti unico. Si tratta di un elemento che spiega la sua capacità di catalizzare consenso in settori differenziati della società, che genera alcune potenziali ambiguità e ambivalenze al tempo stesso rappresentandone la vera forza.

Le radici di Podemos

Comprendere come Podemos sia nato, come si è organizzato, come sia riuscito a costruire consenso, analizzandone elementi di forza, ma anche ambiguità ed elementi critici, è di straordinaria importanza per ogni forza politica di sinistra che si interroghi su come rendere efficace la propria azione sociale e politica, uscendo da una posizione minoritaria (2).

Partiamo dalle radici. Queste affondano indubbiamente nel movimento 15M e nelle esperienze di mobilitazione sorte in continuità con il movimento degli Indignados, come le maree "Mareas": mobilitazioni di tipo settoriale (dei lavoratori, degli inquilini con ipoteca, sulla sanità), che nelle manifestazioni si riconoscono per il colore degli indumenti indossati, creando, appunto, l'effetto visivo di maree colorate, saldando le loro rivendicazioni in un conflitto contro le politiche neoliberiste e i tagli alla spesa sociale. Podemos condivide con il movimento 15M parole d'ordine e proposte, cercando di trasformare l'indignazione in un progetto di mutamento radicale della società. Del Movimento 15M mantiene anche il modello decisionale, e quindi il principio per cui l'elaborazione delle proposte debba avvenire in forma partecipativa ed orizzontale. Tanto che i circoli territoriali di Podemos (oltre 400 al momento delle elezioni europee) assumono il modello delle assemblee territoriali del movimento, di cui in molti casi sono emanazione diretta. Programma e candidati per le elezioni europee sono stati rigorosamente scelti in questo modo.

Al tempo stesso vi è in Podemos qualcosa di profondamente diverso, e che spiega, in buona misura, il suo successo. Si tratta della leadership. Se il movimento 15M è acefalo, orizzontale, rifiuta ogni forma di leadership, Podemos, al contrario, fonda

la sua affermazione proprio sulla presenza di un leader riconosciuto, dotato di spiccate capacità comunicative, capace di impersonificare il movimento. Ciò al punto che, prima delle elezioni, la popolarità del leader risulta assai superiore a quella di Podemos (lo conosce il 50% degli spagnoli, mentre Podemos è conosciuto da meno del 10%), e i rappresentanti della lista decidono, nell'ultimo giorno utile, di modificarne il simbolo ponendovi il ritratto del leader. Lui è Pablo Iglesias, un docente a tempo parziale di scienze politiche presso la Complutense di Madrid. Pablo nasce nel 1978. I suoi genitori, entrambi militanti di sinistra, si sono conosciuti davanti alla tomba di Pablo Iglesias, fondatore, nel 1879, del Partito Socialista Operaio e, nel 1888, della Unione Generale dei lavoratori (UGT). Pablo, il cui nome è un omaggio al celebre politico, a differenza di molti dei giovani che animano il movimento 15M, cresce in un ambiente molto politicizzato. Membro della Gioventù comunista spagnola, a soli 15 anni si reca a Cuba. In seguito parteciperà all'esperienza dei contro-vertici, come Davos e il G8 a Genova, ai social forum. In seguito svolgerà attività di consulenza per il governo venezuelano di Hugo Chavez.

La sua attività di militanza si intreccia strettamente a quella di studio e di ricerca all'Università Complutense di Madrid, nella facoltà di Scienze politiche, da sempre considerata "roja". Proprio nel nucleo di studiosi e attivisti formatosi attorno alla Complutense possiamo individuare la seconda, fondamentale, radice di Podemos, senza la quale difficilmente il movimento 15M si sarebbe tradotto in una formazione politica, o almeno non con questa capacità di affermazione. L'individuazione delle radici di Podemos in questo gruppo di studiosi/attivisti, provenienti da partiti e movimenti preesistenti (in particolare, alla base di Podemos vi è un nucleo di militanti di Ixquierda Anticapitalista, da cui proviene la neodeputata europea Teresa Rodriguez), alimenta le critiche dei detrattori del movimento, che vi individuano una contraddizione, rispetto alla volontà di Podemos di porsi in continuità con l'esperienza degli Indignados, fino al punto di tradire la natura "dal basso" del progetto. Effettivamente, se ripercorriamo il percorso che ha condotto alla nascita di Podemos, ci rendiamo conto che le sue radici affondano in un lavoro di lungo periodo, non finalizzato alla creazione di un partito, ma che sicuramente ne ha costituito le basi e il presupposto. L'esacerbarsi degli effetti della crisi, l'aumento della disaffezione nei confronti dei partiti mainstream, e quindi l'esplosione del fenomeno degli Indignados, hanno quindi creato le condizioni politiche e sociali per la nascita di un soggetto politico nuovo, che è in forte continuità con questa esperienza ma sicuramente non una

filiazione diretta.

Pablo Iglesias, insieme ad altri docenti e ricercatori, che con lui saranno protagonisti della nascita di Podemos (tra questi Juan Carlos Monedero, Iñigo e Guillermo Errejón, Germán Cano, Carolina Bescansa), da anni organizzano iniziative e dibattiti, aperti agli studenti, in cui analizzano il neoliberismo e i suoi effetti. Riflettono sulle dinamiche sociali e politiche che caratterizzano la Spagna post-franchista, e formulano una critica radicale al mito della transizione, sostenendo che la società spagnola non ha fatto i conti con il passato, e che i principali attori politici che ne sono stati protagonisti, compreso il PSOE, hanno dato vita a un regime oligarchico. La critica della società, fondata su una solida analisi marxiana e il confronto sulle strategie di mobilitazione politica, si intreccia in maniera inscindibile con un'approfondita riflessione sulle strategie di costruzione del consenso e sul ruolo della comunicazione nella creazione di egemonia culturale.

Lo stesso Iglesias combina studi e ricerche di scienza politica con studi di comunicazione, tema che acquisterà progressivamente importanza nel suo percorso di ricerca, con una particolare attenzione alla comunicazione audio visuale, al cinema e alla televisione: nei suoi corsi di scienza politica, nelle interviste e negli interventi pubblici, i riferimenti a Wallerstein, Zizek, Hardt, sono spesso accompagnati da riferimenti a serie tv come *The Wire* o *A Game of Thrones*.

✘ Il 25 di maggio del 2009, esattamente cinque anni prima delle elezioni europee del 2014, al campus universitario di Somosaguas, si tiene una importante iniziativa, "99 segundos one step beyond", in cui Pablo Iglesias svolge il ruolo di presentatore e moderatore. Come si legge sul sito degli organizzatori, "99 segundos one step beyond è un tentativo della rete di professori della facoltà di Scienze Politiche e Sociologia della UCM di rinnovare gli atti accademici per avvicinarli agli ultimi sviluppi della cultura politica audio visuale, scommettendo in uno stile di dibattito giovane, agile e disinvolto, ispirato alle formule televisive di maggiore successo". Mescolando immagini, musica, interventi rapidi, con la formula del Barcamp, il dibattito, che inizia con l'attraversamento della sala di Pablo e degli altri organizzatori in look in stile "Iene", occhiali da sole compresi, indubbiamente riesce a discostarsi dalle formule tradizionali, ottenendo un vasto seguito, sia in sala, sia come pubblico a distanza, grazie alla trasmissione dell'evento da parte della piccola rete locale Tele K(3).

Il successo dell'iniziativa prelude alla decisione di avviare un progetto con la stessa Tele K, di una trasmissione, La Tuerka, il cui obiettivo è discutere di politica, economia e società, con una formula radicalmente diversa dai dibattiti tradizionali, per riuscire a coinvolgere un pubblico più ampio, soprattutto di tipo giovanile (4). Ne La Tuerka, utilizzando modalità comunicative ispirate alla televisione di massa, per affrontare questioni e temi complessi. Pablo Iglesias e gli altri partecipanti riescono a parlare di autori come Marx e Gramsci, di temi come la guerra civile e la transizione, in maniera innovativa. Le trasmissioni de La Tuerka iniziano alcuni mesi prima del movimento 15M, ma durante la mobilitazione la trasmissione di fatto diventa uno strumento di riflessione interno al movimento, cui gli autori partecipano attivamente. Lavorando alla trasmissione, Pablo Iglesias assume una crescente visibilità, seppur in una cerchia ancora ristretta. Ciò che è più importante, l'esperienza de La Tuerka consente di sperimentare le forme comunicative innovative che pochi anni dopo contribuiranno in maniera determinante al successo di Podemos. La Tuerka, che è tutt'ora trasmessa, raggiunge un pubblico più ampio grazie alla trasmissione in streaming su Publico.es, il quotidiano online. Nel 2013 inizia a essere trasmessa Fort Apache, nel canale televisivo in spagnolo di proprietà del governo iraniano: elemento che non manca di attirare polemiche da parte dei detrattori di Podemos e del suo leader, che lo accusano di prendere soldi da regimi dittatoriali (inserendovi anche i finanziamenti avuti dal governo venezuelano per le attività di consulenza svolte da Iglesias). La crescente popolarità assunta da Iglesias, che mostra di sapere molto bene padroneggiare la comunicazione in televisione, inizia a concretizzarsi in apparizioni in canali televisivi più importanti, come La Cuarta e la Sexta, nei cui talk show politici il futuro leader di Podemos contribuisce a generare audience, data la sua posizione di sfida ai politici della "casta" e ai giornalisti "di regime". È in programmi come La Sexta Noche, Mañana Cuatro e Intereconomia che Iglesias acquista la popolarità che in larga parte contribuirà al successo di Podemos alle elezioni europee del 25 maggio. La capacità di Pablo Iglesias di diventare in pochi mesi un vero e proprio fenomeno televisivo nasce da anni di intenso studio sulle strategie comunicative, seguiti da un altrettanto intenso periodo di sperimentazione, esplicitamente finalizzati all'accesso alla televisione di massa. A La Tuerka e Fort Apache, e in seguito nelle trasmissioni cui partecipa, Iglesias mette a punto il contenuto e la forma del messaggio, con l'obiettivo di perseguire la massima efficacia. Come dichiara lo stesso Iglesias in un video, "la mia presenza nei mezzi di comunicazione di massa, le cose che dico, come le dico, sono il frutto di moltissime ore di lavoro con i compagni, pensate

per muoversi in un terreno ostile in cui la sconfitta ideologica e anche fisica di noi che veniamo da sinistra è totale". "Lavoriamo nella sperimentazione di comunicazione politica nel principale spazio di socializzazione politica, che è la televisione (...) tutto ciò che abbiamo appreso a La Tuerka lo applichiamo alle televisioni più grandi", aggiunge in una intervista a El Pais.

La comunicazione e la conquista dell'egemonia

La sinistra non sa comunicare, non è in grado di porsi in connessione con le persone. I politici di sinistra rischiano sempre di essere guardati come impegnati in discussioni astratte e incomprensibili: l'incapacità di comunicare è la causa principale della loro minorità. Sono visti come una élite autoreferenziale. Questa è la diagnosi su cui si fonda la volontà dei fondatori di Podemos di costruire nuove modalità di comunicazione, nella forma e nei contenuti. La costruzione del consenso è possibile se la sinistra riesce a rendere comprensibili e "di buon senso" i propri messaggi, e per fare ciò è necessario studiare e padroneggiare le dinamiche comunicative, laddove questo è tradizionalmente il lato più debole della sinistra. Elaborare una visione di società e trasmetterla, utilizzando i propri concetti e le proprie forme di comunicazione, non basta per creare una connessione sentimentale con i cittadini. È necessario, prima di tutto, essere presenti nei luoghi in cui si costruisce l'immaginario collettivo, e questo è ancora in larga parte la televisione. È necessario essere riconosciuti e compresi, e per questo è necessario adottare uno stile comunicativo che favorisca l'identificazione e veicoli contenuti comprensibili e che sappiano legarsi al vissuto individuale delle persone.

Se guardiamo i video delle (sempre più intense) apparizioni televisive di Pablo Iglesias, osserviamo un progressivo affinamento delle tecniche di comunicazione. Iglesias è un abilissimo comunicatore, trasmette sicurezza e soprattutto "buon senso". I suoi interventi non sono ideologici, ma aspirano a esprimere quello che tutti i cittadini ragionevoli possono condividere, se spinti a riflettere svelando, piuttosto, le aporie, le contraddizioni, le distorsioni delle proposte politiche degli avversari politici. Spesso gli interventi di Iglesias iniziano con la formula retorica "come la maggior parte degli spagnoli sa...", finalizzata a trasmettere l'idea che lui rappresenta i cittadini, non è un membro della casta, che segue argomentazioni autoreferenziali, slegate dalla vita quotidiana e dai problemi che vivono i cittadini. D'altra parte, alla base della strategia di costruzione di un personaggio riconoscibile, si pone la convinzione che non basti dire cose giuste.

L'esistenza di un leader riconoscibile serve per avere visibilità, ma anche per favorire una connessione emotiva, un processo di identificazione tra la "gente" e un leader che si fa interprete dei bisogni e del volere dei cittadini. Si tratta di un elemento tipico del populismo, fermamente rifiutato dai movimenti di sinistra in Europa, ma che è costitutivo delle esperienze del socialismo del ventunesimo secolo sperimentate in Sudamerica. Proprio alle esperienze sudamericane, e in particolare al bolivarianismo di Hugo Chavez, i promotori di Podemos si ispirano esplicitamente, ritenendo che, nella società della comunicazione di massa, non sia possibile produrre egemonia culturale se non si affianca la costruzione di un modello di società alla costruzione di una figura capace di connettersi, anche sul piano psicologico ed emotivo, alla massa.

Abbiamo visto come all'interno del nucleo fondativo di Podemos il dibattito politico sia tutt'altro che semplificato. L'elaborazione politica di Podemos rivela una chiara impronta marxiana con ampi riferimenti alla filosofia gramsciana. Nei libri e dei dibattiti pubblici che vedono protagonisti Iglesias e gli altri fondatori di Podemos troviamo analisi articolate della crisi del sistema capitalista, delle conseguenze sociali, economiche e politiche del neoliberismo, a partire dagli effetti della finanziarizzazione dell'economia. Tuttavia, vi è la consapevolezza che la costruzione dell'egemonia, e quindi la costruzione del consenso, necessario per operare una reale trasformazione della società, non può avvenire pretendendo di portare l'elaborazione politica "interna" alla sinistra a livello di massa. La strategia di Podemos è quella di porsi in sintonia con la gente, ponendosi in connessione con il "senso comune", in senso gramsciano, come passaggio imprescindibile per poi svolgere una funzione di trasformazione del discorso, potremmo dire di educazione. Secondo la lettura di Gramsci fatta da Laclau, afferma Iglesias, "la disputa del terreno del senso comune si dà a partire da uno spazio di discussione e di egemonia, che è quello che si definisce 'nazional-popolare' (...). La Tuerka è stato lo spazio in cui abbiamo iniziato ad atterrare, in cui abbiamo convertito le nostre diagnosi e le nostre ipotesi in argomenti e armi per il confronto nei talk-show". "Atterrare" dal linguaggio delle ideologie, delle grandi narrazioni e delle analisi strutturali della società al livello del senso comune significa non fare riferimenti alla dicotomia destra-sinistra, perché la dicotomia principale oggi non è quella destra-sinistra ma quella casta-gente, o oligarchia-democrazia (come afferma Iglesias, la vittoria di Syriza in Grecia non è in prima battuta leggibile come una vittoria della sinistra, ma come vittoria di quella che è apparsa ai cittadini come un'alternativa concreta). Significa proporre

delle alternative, sul piano del lavoro, della produzione energetica, dei diritti sociali, che appaiano di senso comune. Significa non utilizzare, nei dibattiti pubblici, concetti come antimperialismo o come neoliberalismo, che non sono compresi da un pubblico di massa e risultano legati a vecchi linguaggi. “Credo che dobbiamo mettere in discussione il linguaggio affinché certe idee si normalizzino. E io credo che in una certa misura ci sto riuscendo in televisione. All’inizio mi guardavano come un extraterrestre e ora, perfino da destra, riconoscono che quello che dico suona ragionevole e l’unica maniera che hanno per attaccarmi è identificarmi con Stalin”, dichiara a tal proposito Iglesias.

✘ Questo tipo di strategia, a ben vedere, può essere ricondotta a una concezione piuttosto “vetero” della conquista dell’egemonia culturale e del potere in cui a una avanguardia di intellettuale è affidato il compito di interpretare i bisogni reali dei cittadini, svolgendo una funzione di educazione, di sensibilizzazione, di costruzione di consapevolezza, a partire dal superamento della falsa coscienza. Per fare ciò la sinistra non può rimanere chiusa nelle proprie stanze, ma deve andare tra i cittadini e sapere comunicare con loro. Apparire in televisione è imprescindibile, ma non solo sulla presenza in televisione si fonda la strategia comunicativa di Podemos. Piuttosto, la forza di Podemos sta nella capacità di coniugare presenza in televisione, presenza nella rete (Podemos, in pochi mesi, ha ottenuto un numero di followers sui social media nettamente superiore a quello delle altre formazioni politiche), come spazio di comunicazione e di deliberazione, e, soprattutto, nei territori, in cui sono attivi i circoli di Podemos, in cui i cittadini possono deliberare e costruire progetti, iniziative e proposte. La triangolazione tra televisione, rete e territorio, ancora una volta, richiama al connubio vincente su cui si basa il Movimento 5 Stelle (5).

Alla dimensione elitista che sembra trasparire dalla strategia di Podemos, quindi, fa da contrappeso la costruzione di una prassi partecipativa di democrazia nei territori, in cui la volontà di “semplificazione” del discorso politico non trova solo spiegazione nella costruzione del consenso, ma proprio in una volontà di superare la tradizionale tendenza elitaria della sinistra, che trova espressione nell’uso di linguaggi e temi sconnessi dai reali bisogni dei cittadini. Anche in questo caso, uno stralcio di una intervista a Iglesias, riferita alle assemblee del 15M, ben esprime l’approccio di Podemos: “dobbiamo arrivare umilmente, partecipare alle assemblee e umilmente lavorare con la gente. Io ricordo di studenti della mia facoltà che dicevano ‘non lo posso credere, è che la gente è così poco formata,

dicono qualunque cosa nelle assemblee'. Già, gli rispondeva, però pensa che è la prima volta che tu puoi stare in una assemblee con gente normale. Fino a ieri eri un estremista della facoltà di politica, eri visto come una specie di animale zoologico, e oggi hai l'opportunità di dimostrare che se sei tanto bravo, tanto rivoluzionario e tanto preparato, quando prendi la parola la gente ti applaudirà e ti diranno 'quello che propone questo ragazzo mi sta bene''.

Secondo alcuni resoconti sui comportamenti di voto del 25 maggio, si tratta dell'operazione che è riuscita su vasta scala a Iglesias. Podemos è stato votato dagli attivisti dei circoli, da chi ha contribuito a scrivere il programma e a scegliere i candidati in rete (le primarie per la scelta dei candidati hanno visto la partecipazione di 33.000 persone), ma anche da giovani e anziani, uomini e donne che recatisi alle urne con le idee ancora confuse su chi votare, hanno scelto di votare "il ragazzo della tv, quello che parla tanto bene".

Un Movimento 5 Stelle di sinistra?

Parlare di Podemos, e ancora una volta viene in mente il M5S, significa parlare di almeno due dimensioni, quella del dibattito e dell'elaborazione interna, rivolta a un pubblico più ristretto, e che fonda la propria pratica politica sul modello della democrazia partecipativa e deliberativa, e quella dell'immagine esterna (e che ha ottenuto il consenso da oltre 1.200.000 cittadini), in cui il rapporto tra elettori ed eletti si riassume nel consenso attribuito al leader, mediato dalla televisione. A sorprendere non è tanto la coesistenza di elementi di partecipazione diretta e di una forte dimensione leaderistica, tipica dei movimenti che rifiutano le strutture burocratiche e gerarchiche di un partito, e in cui la seconda è ciò che in un certo modo rende possibile la prima. Piuttosto, ciò che salta più all'attenzione è la diversità della comunicazione politica rispetto ai contenuti del dibattito interno; semplificato e concentrato su pochi principi, costantemente ripetuti, nonché costruita sulla dicotomia gente vs. casta la prima, assai più complesso e articolato, nonché ancorato ad una chiara di appartenenza di sinistra, il secondo.

A livello di massa, Podemos è un partito "anticasta", premiato perché rappresenta i cittadini contro i partiti del regime, responsabili della crisi, e quindi del peggioramento delle condizioni di vita delle persone, e fortemente identificato con un leader carismatico, che in televisione è capace di contrapporsi ai politici di professione, parlando a nome della "gente" contro i privilegi e l'autoreferenzialità dalla "casta", facendo affermazioni di senso comune, che sempre meno i cittadini

attribuiscono ai politici di professione, che parlano un linguaggio incomprensibile e distante dai veri problemi della gente. Sul piano della comunicazione pubblica, Podemos, nonostante la evidente differenza, sul piano della prospettiva politica di fondo, assume molti tratti in comune con il MoVimento 5 Stelle. Con questo condivide il superamento della dicotomia destra-sinistra, l'idea di restituire una democrazia "sequestrata" dai partiti del regime alla gente, la volontà di superare il principio della delega a favore di processi decisionali allargati, secondo il principio "una testa un voto", l'affermazione di una nuova etica pubblica, a partire dalla riduzione dei costi della politica.

D'altra parte, lo stesso nome scelto, Podemos, traduzione dello Yes. We can di Obama e del meno fortunato Si può fare di Veltroni, è ben diverso da quello, assai più connotato, di "Ixquierda anticapitalista", o di un più tradizionale "Ixquierda Plural". Perché, molto semplicemente, non agli elettori di sinistra ci si rivolge, ma ai cittadini che vogliono cambiare.

Il programma di Podemos, al pari di quello del MoVimento 5 Stelle, è minimale, e contiene principi di fondo e orientamenti, più che proposte concrete, in omaggio al principio per cui, su un piano di dettaglio, il programma sarà scritto dai cittadini, attraverso i circoli di Podemos sul territorio e la rete (6). Si tratta di un altro elemento ampiamente utilizzato dagli avversari per denunciare la presunta natura populista e demagogica della proposta di politica di Podemos, che si sostiene, contiene proposte irrealizzabili, come il salario minimo garantito, la riduzione dell'orario di lavoro a 35 ore, misure drastiche di redistribuzione, il controllo pubblico dei settori strategici dell'economia, il rafforzamento delle politiche sociali. In una parola, Podemos è accusata, anche da movimenti e partiti di sinistra (leggesi IU, con cui Podemos ha un rapporto controverso), di cavalcare l'indignazione e l'antipolitica, senza accompagnare gli slogan a proposte concrete (7).

Conclusioni

Un movimento populista e antipolitico "di sinistra"? Un esperimento di nuova politica che si propone di cambiare il sistema politico portandovi le proposte e i modi di fare politica dei movimenti come il 15M e le marea? Una piattaforma di democrazia partecipata che per affermarsi ha bisogno di leader carismatici e capaci di conquistare consenso nei media, o un movimento elitario, in cui un gruppo di studiosi applica le proprie conoscenze per praticare un esperimento, utilizzando strumentalmente la retorica della democrazia partecipata? O,

semplicemente, un movimento di sinistra che, finalmente, ha imparato a comunicare? Agli occhi di un osservatore esterno il fenomeno Podemos evidenzia alcuni elementi di ambiguità, la cui valutazione non si potrà che completare osservando lo sviluppo che il movimento avrà nei prossimi mesi.

Da un punto di vista critico, possiamo guardare a Podemos come un'operazione al limite della spregiudicatezza, nell'uso che fa delle tecniche di comunicazione e nel rapporto costruito con i cittadini; come un movimento che, pur avanzando proposte politiche di sinistra, utilizza strategie di costruzione del consenso semplificate e populiste, al punto da individuare elementi di similitudine non solo tra il Movimento 5 Stelle e Podemos, ma anche tra il suo leader, Pablo Iglesias, e Matteo Renzi, entrambi impegnati a coltivare una propria immagine, costruita con una sapiente costruzione a tavolino. Una minore severità, che del resto, facendo un po' di autocritica, potrebbe derivare dalla tendenza atavica, a sinistra, a guardare con sospetto chi riesce a costruire consenso, ci spinge a sottolineare il valore di un'esperienza che è riuscita a superare l'elitismo della sinistra per creare una connessione con ampi strati della società, altrimenti lasciati in balia dell'antipolitica e delle risposte del populismo di destra, per coinvolgerli in un processo più ampio di rinnovamento politico. Sarà da osservare con attenzione l'esito del confronto tra Podemos e gli altri spezzoni della sinistra spagnola, a partire da Ixquierda Unida. Un banco di prova può essere rappresentato, in tal senso, dalle prossime elezioni catalane, in cui la sinistra potrebbe unirsi sotto la candidatura di Ada Colau, portavoce della PAH (Plataforma de Afectados por la Hipoteca), con Guanyem Barcelona, riunendo ICV, EUiA, CUP, Procés Constituent, Podemos, insieme ad una pluralità di movimenti. La costruzione di un'alternativa di sinistra si può avere se in Podemos prevarrà la volontà di diluirsi in un progetto più ampio, superando le diffidenze nei confronti dei partiti tradizionali, ma anche se in IU prevarrà la volontà di compiere il definitivo distacco dal PSOE, condizione sine qua non per una convergenza con Podemos.

In attesa di valutare gli sviluppi dell'esperienza in Spagna, l'affermazione elettorale di Podemos stimola molti elementi di riflessioni, anche per la sinistra italiana.

Le questioni che pone Podemos, in merito alla strategia di costruzione dell'egemonia, alla presenza nei luoghi reali di socializzazione politica per i cittadini, alla necessità che la sinistra esca dalle proprie cerchie per ricostruire una connessione con la gente, sono effettive. La strada seguita da Podemos,

ovvero di combattere i partiti della “casta”, termine che in Italia è monopolizzato da Grillo, ma che descrive, al di là della retorica, un elemento reale di chiusura del sistema politico, così come quello di dare uno sbocco propositivo alla indignazione, sono obiettivi che non possono non porsi al centro di un progetto di sinistra che voglia proporre una alternativa reale. Così come è di assoluta centralità la riflessione sulla necessità di accompagnare una proposta politica alternativa, negli orientamenti e nelle forme partecipative, alla costruzione di soggetti che la sappiano interpretare e con cui i cittadini si identifichino. L’urgenza di riaffermare il radicamento popolare della sinistra è reale. Dopo anni in cui la sinistra, in Italia come negli altri paesi europei, si pone il problema di come saldare le mobilitazioni in un progetto complessivo e unitario, aprendo un “cantiere” dopo l’altro, che rischia ogni volta di generare esercizi di autoreferenzialità che offuscano i processi di elaborazione politica, appare condivisibile quanto afferma Iglesias, che “la chiave fondamentale è comprendere il messaggio della gente, capire che la sommatoria di sigle non è la chiave del mutamento, che il potere non teme l’unità della sinistra. Il potere teme l’unità popolare e della gente. Deve essere chiaro che la sinistra non può essere una religione, la sinistra deve essere qualcosa di utile”.

Note

(1) È interessante rilevare che anche nel voto ai partiti nazionalisti/regionalisti si osserva un travasamento dei voti dai partiti tradizionali (a partire dal PNV) a nuove formazioni politiche.

(2) Una breve nota biografica può aiutare a spiegare da cosa nasce l’interesse. Il primo di giugno, nei giorni immediatamente successivi alle elezioni europee, mi reco in Spagna, per un soggiorno di ricerca di due mesi presso l’Università di Alicante. Fino alla settimana precedente avevo partecipato attivamente alla campagna per la Lista Tsipras, oltre che per la coalizione “Firenze riparte a sinistra”. Nel treno che mi porta da Valencia ad Alicante sfoglio un giornale locale e vi trovo un primo commento sullo scenario politico scritto da un collega alicantino. Mi ritrovo così “catapultato” da un pre-elezioni vissuto in Italia a un post-elezioni spagnolo, per molti aspetti assai più eccitante rispetto a quello italiano. Da una parte si celebra il trionfo del nuovo astro nascente del socialismo europeo, Matteo Renzi, che pochi mesi dopo si ergerà a modello di una nuova generazione di leader socialisti quarantenni e in camicia bianca,

tra cui il nuovo leader del PSOE, Pedro Sanchez, che ha rottamato Rucalcaba proprio dopo la sconfitta elettorale del suo partito. La Lista Tsipras, il cui superamento del 4%, dato il contesto, è tutto sommato vissuto come un successo, inizia già a essere impegnato nelle polemiche su chi si sarebbe entrato nel Parlamento europeo. Il MoVimento 5 Stelle si conferma come la seconda forza politica, su cui converge il voto antipartitico. In Spagna si ha l'impressione di vivere una fase di profonda trasformazione. Il PP resiste, ma perde consensi. Il PSOE è in profonda crisi. Podemos sembra riuscire a catalizzare lo scontento verso una proposta politica di sinistra. La ventata di rinnovamento è tale da riflettersi sulla riapertura del dibattito monarchia-repubblica, propiziata dall'annunciata abdicazione di Juan Carlos a favore del figlio, che è seguita da una ondata di manifestazioni che riportano la bandiera repubblicana in piazza. Podemos, al di là dei numeri ottenuti, è il soggetto maggiormente in grado di interpretare la voglia degli spagnoli di cambiare pagina. Durante il mio soggiorno spagnolo ne discuto con i colleghi, il cui scetticismo inizialmente mi sorprende, mi procuro una serie di instant-book, pro e contro Podemos, usciti nelle settimane successive alle elezioni, mi studio i testi scritti in precedenza dal suo leader Pablo Iglesias mi guardo le trasmissioni e i dibattiti televisivi a cui questo partecipa. Maturo un giudizio controverso sul fenomeno, ma ciò di cui mi convinco è che la sua analisi può offrire preziosi elementi di riflessione per il dibattito italiano.

(3) L'intero evento è visibile su youtube: http://www.youtube.com/watch?v=-IR3uCkL1_c.

(4) Le puntate de La Tuerka, così come delle trasmissioni successive in cui ha partecipato Pablo Iglesias, sono disponibili su Youtube.

(5) Per un'analisi più articolata del MoVimento 5 Stelle, e in particolare del connubio tra televisione, rete e piazza, e tra leaderismo e retorica della partecipazione dal basso, si permette di rimandare al L. Raffini, "La democrazia online alla prova della democrazia", in L. Alteri e L. Raffini, La nuova politica. Mobilitazioni, movimenti e conflitti in Italia, Napoli, EdiSes.

(6) Il programma di Podemos è consultabile nella pagina web del movimento: <http://podemos.info/programa/> Come si legge nel preambolo, il documento "è il risultato di un processo di elaborazione collettiva del programma di Podemos, attraverso un metodo aperto y cittadino nel quale hanno partecipato migliaia di persone. A partire da una bozza del processo ha consistito in tre tappe: 1) dibattito e raccolta di contributi online a titolo personale; 2) emendamenti collettivi da parte dei circoli di Podemos; 3) referendum online

sugli emendamenti.

(7) All'accusa di essere antipolitici, d'altra parte, Iglesias non controbatte sottolineando la volontà di riattivare la partecipazione effettiva dei cittadini ai processi decisionali, ma rivendicando la provenienza e le qualità personali sue e del nucleo di fondatori di Podemos: "è interessante l'imprudenza con cui alcuni commentatori dicono che noi siamo l'antipolitica, se teniamo in considerazione che alcuni dei portavoce di Podemos siamo professionisti della politica". Una frase che, a nostra parere, va al cuore della tensione tra progetto orizzontale, partecipato e dal basso, ed esperimento condotto da una élite che ha studiato le tecniche di comunicazione di massa e di costruzione del consenso e le ha applicate con successo.