

Lega e sardine. Intervista a Gianluca Passarelli

di Eleonora Desiata

Con Gianluca Passarelli continua la serie di interviste e approfondimenti sul ruolo dei movimenti rispetto al sistema dei partiti, sui rapporti tra politica e antipolitica, sulle forme di mobilitazione efficaci oggi iniziata venerdì scorso con Mattia Santori, la figura mediaticamente più esposta del movimento delle "sardine".

L'intervista a Passarelli aiuta a inquadrare il fenomeno delle "sardine" partendo dall'analisi del loro principale avversario, la Lega di Matteo Salvini di cui si è a lungo occupato come studioso. Qual è il nucleo della visione politica di Matteo Salvini? Quanto conta la sua strategia comunicativa? Qual è il rapporto del successo di questa forza politica con la crisi economica e con il clima d'odio diffuso nel Paese? E, dall'altra parte, qual è la composizione sociale delle piazze delle sardine? Quali gli obiettivi, le potenzialità e i limiti di questo movimento?

Gianluca Passarelli è Professore Associato in Scienza Politica presso il Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università La Sapienza. È ricercatore dell'Istituto Carlo Cattaneo e membro di ITANES (Italian National Election Studies). Si occupa di presidenti della Repubblica, partiti, sistemi elettorali, elezioni e comportamento di voto. È autore, tra l'altro, di *La Lega di Salvini. Estrema destra di governo* (il Mulino 2018) e *The Presidentialization of Political Parties* (Palgrave 2015).

La mobilitazione diffusa delle "6000 sardine" ha sollevato nelle ultime settimane numerosi interrogativi sui limiti e le sfide della politica italiana oggi. Un panorama politico dominato in tempi recenti dalla figura di Matteo Salvini e della sua Lega, a cui lei ha dedicato parte significativa del suo lavoro di ricerca. Quali sono in estrema sintesi a suo avviso i tratti principali del progetto politico di Matteo Salvini?

Gianluca Passarelli: Il vero progetto politico di Salvini è quello di una società chiusa. Da questo punto di vista Salvini è molto vicino a quegli estremismi e integralismi di cui si dichiara acerrimo nemico. È l'idea di una società chiusa sui diritti civili, sul cambiamento climatico (attraverso la lente nazionalista), sull'economia (Salvini è per un'economia ultraliberista e nazionalista al tempo stesso), chiusa sui diritti umani, sul dialogo culturale e interreligioso, sui diritti delle donne. Tutti gli aspetti sono declinati partendo da questo assunto, la chiusura. Si tratta in realtà di un progetto estremamente vecchio, ma nuovo relativamente al contesto italiano, nella misura in cui gli attori che dovrebbero o vorrebbero contrastarlo guardano il dito e non la luna. Per molto tempo infatti, anche a sinistra, Salvini è stato visto come un epifenomeno, come un "fenomeno da baraccone": rappresenta in realtà qualcosa di molto più serio.

Una porzione essenziale della politica di Salvini è rappresentata dalla sua strategia di comunicazione. In che modo è cambiato il discorso pubblico alla luce di queste forme comunicative? Si è molto sottolineato il ruolo della struttura comunicativa guidata da Luca Morisi, detta giornalmisticamente "la Bestia". Qual è il peso delle strategie comunicative e quanto invece pesa un messaggio politico in grado di incontrare le inquietudini della popolazione in una fase di crisi?

Gianluca Passarelli: Sulla crisi economica come fattore esplicativo mi trovo spesso in disaccordo, anche rispetto alle cose che io stesso scrivo. In altre parole, non mi convincono le spiegazioni soltanto economiche. Significa guardare ad un unico aspetto, affermare semplicemente che il voto a destra dei meno abbienti è da ricondurre a una qualche forma di incapacità di comprensione. La crisi ha certo avuto un'incidenza nell'esacerbare i toni, nel rendere il singolo più individualista, ma è il sistema capitalista ad averci resi così. È questo sistema sociale. Da cosa dipende il grado di consenso alla destra da parte di chi sta peggio? Come mai in alcuni contesti e momenti storici è ampio, e in altri no? Io credo che conti soprattutto la presenza o l'assenza di un progetto politico.

Si tratteggia spesso l'immagine di Salvini come la figura più significativa di uno stile comunicativo basato sull'odio. Quanto ritiene centrale questo elemento e quale rapporto vi è con le dinamiche socio-economiche che il Paese sta attraversando?

Gianluca Passarelli: Il tema dell'odio certamente esiste, ma l'odio non l'ha inventato Salvini. Salvini interviene in un tessuto sociale nevrotico e di cittadini lasciati al buio. Ogni volta che Salvini accusa la sinistra di avercela coi cittadini ignoranti, la risposta - genuina, di chi ragiona, e non solo quella tattica di chi cerca un tornaconto elettorale - dovrebbe essere che si sono resi i cittadini più ignoranti in maniera sistematica, con i tagli all'istruzione, con i tagli al welfare: è evidente che in un contesto di questo tipo l'odio faccia più presa. Se tutti gli indicatori rivelano che gli italiani sono indietro nelle classifiche, non possiamo attribuire la responsabilità a Salvini. È sbagliato e significa attribuirgli un potere che non ha. Occorre impegnarsi nella direzione di invertire la rotta, il che significa lavorare per trent'anni investendo in scuola, welfare, ma bisogna anche avere il fegato intellettuale per rilanciare un progetto, una visione vasta di società, sapendo che non sarà facile.

In molte occasioni quest'anno abbiamo assistito alla mobilitazione dei giovani dei Fridays for Future nelle nostre città. Oggi anche le "sardine" riempiono le piazze, certamente per respingere una certa idea di politica, ma anche per chiedere alla politica, in particolare a quella del campo progressista, di tornare a farsi interprete delle istanze della società. Nelle parole dell'ideatore Mattia Santori, l'iniziativa delle sardine intende porsi come facilitatrice dell'interlocuzione fra cittadinanza attiva e politica rappresentativa. Che cosa ci dicono queste piazze del nostro sistema politico?

Gianluca Passarelli: Molto dipende dalla prospettiva che si adotta. Un fenomeno come quello delle "sardine" può essere ed è una risorsa. Ci conferma che la società italiana è una ancora politicamente e socialmente viva. Restano però una sorta di gruppo di mutuo soccorso in piazza, un momento di espressività. Si va in piazza per incontrarsi, per ritrovarsi in un momento di crisi. Le "sardine" rappresentano se stesse, sono un movimento "espressivo"/identitario che afferma la propria diversità, ne fa la cifra distintiva di fronte al proprio principale avversario. Chiedersi se questo sia bene o male non credo sia una dicotomia utile alla comprensione. È invece molto più funzionale ragionare sulla composizione e sulle risorse. Appaiono nella stragrande maggioranza come un gruppo omogeneo sul piano valoriale politico, soprattutto legati dall'avversione al senatore Salvini e alla Lega. Si tratta, al momento, di un fenomeno la cui composizione sociale è prevalentemente urbana. Si possono inquadrare le persone che hanno dato vita a questo fenomeno usando un'espressione impiegata in passato da Alberoni: sono persone che si collocano alla "periferia del centro": dotate, cioè, di risorse culturali in senso lato e collocate strategicamente, e in grado di sapere "come fare". Ciò che viene espresso dalle "sardine" oscilla tra la rivendicazione e l'ambizione politica in senso lato. C'è un forte carattere generazionale: si richiama l'attenzione verso una generazione esclusa dalle scelte politiche del Paese, e delusa dalle promesse del Movimento 5 Stelle che a sua volta intercettò una significativa componente giovanile. Credo che come tutti i

movimenti stiano attraversando una fase di intensa partecipazione, ma se i leader di questo movimento dicono di non essere leader o di non stare facendo politica e che tutti possono partecipare, stanno facendo qualcosa che nega la loro identità e la continuità del movimento stesso. Manca una leadership riconosciuta e riconoscibile che rivendichi una posizione. La piattaforma delle sardine non può e non deve rivolgersi al centrodestra, che non se ne interessa e risponde con la retorica del "ce le mangiamo". Le sardine sbagliano interlocutore: il loro interlocutore è il centrosinistra. Il centrosinistra, a sua volta, trovandosi senza una leadership le rincorre, cerca di compiacerle, quando invece dovrebbe dimostrare di aver colto il loro messaggio e provare a ragionare in maniera politicamente matura, invece che a partire da meri buoni propositi.

È giusto che le sardine manifestino, ma occorre fare attenzione a quello che potrebbe succedere da qui in avanti. Come scrivevo recentemente, è facile il passaggio dalle sardine ai forconi, se non si sviluppa un'identità. Esistono temi ambiziosi che restano fuori dall'agenda politica - penso ad esempio al disarmo - ed è su temi ambiziosi che si tratta di stimolare la politica e chiedere risposte. Vedo invece la tendenza opposta, a nascondersi, a rispedire al mittente qualsiasi ipotesi di vicinanza politica, come se le sardine nuotassero in un mare neutro, dove tutto è uguale al suo contrario: corrono così il rischio di riprodurre la deriva del Movimento 5 Stelle, di essere solo una valvola di sfogo, per quanto nobile.

Quali risposte dovrebbero provare a offrire le forze di sinistra queste persone e a queste istanze, in termini di comunicazione, di politiche e di lettura della società?

Gianluca Passarelli: Il problema è che in questo momento le forze della sinistra non sembrano in grado di rispondere. Le "sardine" rappresentano plasticamente la debolezza, l'incertezza, la pochezza delle classi dirigenti politiche italiane. Segnalano la presenza di una voglia di partecipazione politica, che contraddice tante immagini comuni dei giovani, ma al tempo stesso segnalano anche l'assenza di forze politiche in grado di intercettarla, legittimando e dialogando con i protagonisti di questo fenomeno e offrendo una lettura della società che li veda protagonisti. Spesso si parla della "troppa leadership", ma il problema in Italia è l'opposto: c'è poca leadership, soprattutto nel centrosinistra. È la mancanza di slancio, di visione, è lo scollamento fra le istanze che queste forze vorrebbero rappresentare e ciò che effettivamente dimostrano di aver capito. Non si tratta di emulare le piazze, e neppure semplicemente di realizzare quanto chiedono: la vera sfida è superarle. Si tratta di comprenderne le esigenze e passare a proporre in prima persona questi temi, invece di andare a traino. Se si vuole essere il partito che rappresenta le classi medie e medio-basse, bisogna essere in grado di interloquirci. Non serve tentare di mimetizzarsi con l'elettorato. Si può interloquire come facevano Pertini e Amendola, in giacca e cravatta, ma sintonizzandosi con le persone: non per compiacerle, ma per guidare un cambiamento. Oggi manca una leadership in grado di fare questo, sia sul piano dirigenziale, sia sul piano intellettuale, fatto salvo per qualche caso isolato. È un lavoro complicato, e certo i tempi della politica oggi sono estremamente rapidi, ma invece di giocare in difesa il centrosinistra dovrebbe lanciare un'operazione, militante e intellettuale, tramite cui portare i propri temi, rendersi presente. Serve un nuovo disegno complessivo di società.