

Cuestión de estilo. Práctica de resemantización, entre medios y política: el caso Beppe Grillo

metadata, citation and similar papers at core.ac.uk

br

provided by Portal de Revistas

Sara SALERI e Sara SPINELLI¹

Traducción de José Manuel Romero Tenorio

(Abstracts y palabras clave al final del artículo)

Propuesto: 29 de agosto de 2008

Aceptado: 29 de septiembre de 2008

El concepto de opinión pública ha sufrido en los últimos años un cambio profundo que ha desnaturalizado el sentido original de dicho concepto. Se ha vuelto cada vez más una noción instrumentalizada [...] Por el contrario, el concepto de esfera pública conserva aún su validez, pudiendo servir para referirse a dimensiones del acaecer social muy vivas aunque dislocadas respecto a los espacios tradicionales de la dinámica política y social.

(Saskia Sassen, de la entrevista "Opinione pubblica e globalizzazione", Fazio 2005)

Estas palabras de Saskia Sassen nos invitan a abandonar las categorías rígidas, que pueden cristalizarse hasta volverse conceptos vacíos o, peor aún, instrumentalizados, forzándonos incluso a observar la esfera pública como una dimensión que cambia la realidad, que no necesariamente responde a lógicas reconocibles. Nuestra mirada semiótica nos lleva a reconocer en estas palabras una invitación a estudiar cómo el espacio público puede ser resemantizado por las diversas prácticas que lo atraviesan y por las interacciones con otras esferas, como la mediática.

Por ello, en este ensayo nos interesamos por la estrecha relación que vincula la construcción del estilo de un sujeto político al fenómeno de la mediatización del espacio público. Haremos primero una reflexión general, para interesarnos después por el análisis de un caso específico que ocupa el centro de la escena pública italiana; caso particularmente interesante por la peculiaridad de su estilo y de sus

¹ El artículo es fruto de un trabajo a cuatro manos, enteramente pensado y discutido por ambas autoras, investigadoras italianas, colaboradoras de Patrizia Violi en la Universidad de Bologna. La redacción del párrafo introductorio y de los párrafos 1, 3, 3.1 es de Sara Saleri; la redacción de los párrafos 1, 2, 3.2, 3.3, 4 es de Sara Spinelli.

relaciones con la esfera mediática; nos referimos a la construcción de la identidad política del humorista Beppe Grillo².

1. COMPLEJAS ESTRATIFICACIONES ENTRE ESPACIO PÚBLICO, POLÍTICO Y MEDIÁTICO

El fenómeno de la creciente mediatización del espacio público ha sido puesto a la luz por muchos estudiosos mucho antes de la explosión de la web. Así John B. Thompson (1995), refiriéndose sobre todo a los medios de comunicación de masas tradicionales (prensa y televisión), percibía el nacimiento de un nuevo tipo de esfera pública, definido como el “espacio de lo visible”. Se trataba de un espacio *no localizado* (ya que no estaba fundado sobre la idea de copresencia, central en la concepción tradicional de esfera pública), *no dialógico* (porque la interacción mediada está caracterizada por un impedimento a la intervención del interlocutor) y *abierto* (no existe un control directo sobre la gestión de la información, que un vez que entra en el círculo mediático puede ser reproducida o resemantizada).

Estas reflexiones, aplicadas a la esfera política, han dado lugar a largos debates, en diversos ámbitos disciplinarios, que suelen centrarse en la influencia de los medios sobre la esfera pública y, en consecuencia, sobre la comunicación política. Fenómenos que caracterizan de manera creciente la comunicación política, como la personalización, la progresiva espectacularización, la simplificación de las temáticas, han sido a menudo interpretados como efectos de una influencia unilateral de parte del ámbito mediático, que, con su permeabilidad, habría impuesto la adopción de la así llamada *media logic*, una verdadera y propia “gramática mediática”, por parte de esferas discursivas en principio ajenas a la misma.

Respecto a tal perspectiva es indispensable adoptar algunas precauciones.

Ante todo, esta visión parece a menudo que se apuntala sobre presupuestos “ideológicos”, según los cuales el sistema de los medios, elemento deteriorante de la sociedad contemporánea, influenciaría negativamente el sistema político, provocando la degeneración del mismo. Tal perspectiva tiende a contrastar el presente “mediatizado” con “some kind of golden age —the exact timing of which is conspicuously absent in most accounts— when politics was more true to its ideals, when people were more civic-minded, or when the media facilitated, rather than undermined, the way political communication and democracy work” (Strömbäck 2008: 229).

Las distorsiones provocadas por la alusión acrítica a un pasado idealizado son particularmente evidentes si pensamos en algunos estudios, como aquél realizado por Blumler y Kavanagh (1999); los cuales, a través de un meticuloso análisis histórico de las diversas “eras de la comunicación política”, ponen en evidencia la difi-

² N.d.T. Beppe Grillo es un humorista italiano que aborda con un sentido satírico la actualidad política, social y económica italiana. Tiene un estilo parecido al gran humorista francés Coluche. En España se le podría parangonar, aunque difícilmente, con Pedro Ruiz. Para más información consultar en:

<http://www.beppegrillo.it/english.php>.

cultad de definir la calidad de la participación política. Por ejemplo, si en los años 50 (época que estos dos autores consideran como “la primera era” de la comunicación política) los debates políticos estaban sin duda menos sujetos a la influencia de los medios, por otro lado los ciudadanos, que tendían a votar en consonancia con su fidelidad a un partido, no estaban particularmente interesados en participar en el debate político.

Si se excluye una perspectiva crítica, que focalice, cuando es el caso, las aberraciones causadas por la representación mediática³, sería importante por consiguiente mantener una aproximación lúcida a este fenómeno, que analice todas sus implicaciones y todas sus dimensiones.

Es propiamente la monodimensionalidad, el segundo y, quizás, más importante límite de una perspectiva que dirige toda su atención hacia los “efectos de los medios”⁴: la asunción según la cual el sistema mediático influenciaría unívocamente el sistema político nos parece reduccionista, respecto a las múltiples relaciones que confluyen entre estos ámbitos. Muchos estudiosos (Hallin y Mancini 2004; Strömbäck 2008) insisten en que es necesario reconocer las interacciones y las interdependencias entre los sistemas mediáticos, los sistemas institucionales y políticos, los actores culturales, en una óptica macrosocial. Como pone en evidencia Mauro Wolf (1996: 483), en la definición de los fenómenos que contribuyen a determinar la mediatización, “estos elementos no constituyen ‘sólo’ el contexto en el cual se desarrolla el espacio público mediatizado, sino son factores que forman parte de ese espacio”.

Nos parece que Appadurai (1996) propone un buen modelo para este replanteamiento. Según este autor, el mundo contemporáneo globalizado está caracterizado por el entrecruzarse de cinco flujos (*ethnoscapes, mediascapes, technoscapes, finanscapes, ideoscapes*). Según esta perspectiva, los flujos mediáticos representan sólo una de las dimensiones que contribuyen a modelar la realidad y no pueden ser comprendidos sino en su continua interacción con las otras esferas. Appadurai no niega la importancia que tienen los *mediascapes*; los cuales, respecto a los otros flujos, se presentan como factores activos y multiplicadores. Sin embargo, Appadurai no deja de subrayar la fuerte compenetración entre las diversas esferas. Un ulterior nivel de complejidad es dado por el fenómeno de la desterritorialización, del cual Appadurai estudia las múltiples estratificaciones: el efecto de ampliación de la esfera pública por parte de los medios⁵ y de las migraciones transnacionales de masas, constituye una de las características de la contemporaneidad que más influye en el

³ Cfr. el lúcido pesimismo de Bourdieu 1996.

⁴ Hacemos referencia a modelos como aquel de la “espiral del silencio”, elaborada por Noelle Neumann en los años 70, y aquel del “knowledge gap”, formulado en el mismo periodo por Tichenor-Donohue y Olien. Para un examen profundo de las diversas teorías sobre los efectos de los medios, cfr. Wolf 1992.

⁵ Appadurai habla de una verdadera y propia “esfera discursiva transnacional” (1996: 41). La rearticulación de la dimensión espacial es por otra parte una de las características más evidentes del espacio público mediatizado: de Meyrowitz 1995 y los estudios de las ceremonias mediáticas de Dayan e Katz 1992, hasta los últimos estudios sobre la globalización llevados a cabo por Sassen 1994, muchos ponen en evidencia cómo los medios han contribuido a la extensión del espacio público y a la creación de nuevos modelos de interacción.

modelarse de los imaginarios y en el mismo interseccionarse de los flujos. Un sistema en el cual los mass media actúan a escala global, según el investigador americano, puede, en algunos casos, producir avasallamiento, pero ofrece también la posibilidad de alcanzar los repertorios globales de comportamiento y reformularlos, de modo creativo, a nivel local⁶.

Por otra parte, el esfuerzo de Appadurai por reflejar la complejidad de su modelo es evidente ya en la utilización de neologismos que caracterizan el trabajo de dicho autor: el sufijo “-scape”, por analogía con “landscapes”, pone en evidencia en efecto la forma fluida, irregular y perspectivista. El acento sobre la fluidez y la multidimensionalidad acerca el modelo de Appadurai al concepto de “semiosfera” elaborado por Jurij Lotman en el ámbito de la semiótica de la cultura. Este concepto define al espacio semiótico que, por analogía con la noción de biosfera, está caracterizado por una irregularidad estructural, por poseer confines similares a los de una membrana porosa, que filtran y transforman interior y exterior, cultura y extracultura, en un continuo entrecruzamiento y estratificación de diferentes estratos⁷. Sedda (2004: 11), revelando este paralelismo, subraya que “en Lotman encontramos una compleja [...] visión del espacio de la cultura como lugar en el cual estructuración y desestructuración, regularidad e irregularidad, simetría y asimetría, estabilidad y dinamismo, sistematicidad y procesualidad son copresentes y hasta tal punto indisolublemente vinculados que se vuelven el uno en el otro”.

Llevando este modelo abarcador al nivel de la esfera pública, nos vemos obligados a dejar apartada una lógica de la influencia de los medios y su paradigma de “causa/efecto”, para explorar en cambio las intersecciones entre las diversas esferas, aquellos espacios de confines fluidos y porosos donde convergen diversas lógicas, espacios de traducción en los cuales los lenguajes se mezclan y nuevas formas toman vida. Lotman, en toda su obra, insiste precisamente en el confín como lugar de frontera, espacio fecundo donde la diversidad, encontrándose, pueda dar lugar a algo nuevo.

Si retomamos la definición de Thompson, con la cual abrimos el artículo, a la luz de estas consideraciones, resulta evidente que el nacimiento del “espacio visible” no se reduce a la simple consideración según la cual los medios han devenido el principal recurso informativo y el vehículo de comunicación entre gobernadores y gobernados, sino debe de ser redimensionado en un panorama más amplio, que evidencie los diversos grados de complejidad.

Por ello, si podemos definir la esfera mediática como un dispositivo traductor entre la esfera de lo político y una más amplia esfera pública, nos parece indispensable concebir este dispositivo en clave foucaultiana, es decir, como “una madeja, un conjunto multilineal, compuesto por líneas de diversa naturaleza. Estas líneas en el dispositivo no delimitan ni circunscriben sistemas de por sí homogéneos [...] sino siguen direcciones, trazan procesos en perenne desequilibrio; a veces se acercan, a veces se alejan las unas de las otras” (Deleuze 1989: 11). En esta relectura de la filo-

⁶ Appadurai individualiza una serie de “micronarrativas subversivas” (*ibidem*: 25) que se contraponen a aquella que impone como lógica imperante y pervasiva.

⁷ El concepto de semiosfera está desarrollado por Lotman en toda su obra. Cfr en particular Lotman 1996.

sofía de Foucault, Deleuze define los dispositivos, ante todo, como “máquinas para hacer ver y hacer hablar”; caracterizados por ello por curvas de visibilidad y curvas de enunciación; el dispositivo distribuye su luz dando o substrayendo visibilidad a los objetos, que no existen sin ese dispositivo.

Para volver a nuestro objeto de análisis, deberíamos interrogarnos sobre cómo los medios distribuyen sus propias líneas de visibilidad y cómo, a su vez, estas luces vienen redireccionadas por los objetos con los cuales entran en colisión.

Un esfuerzo en este sentido podría consistir en el tentativo de individualizar los diversos “regímenes de visibilidad” que caracterizan lo real. Mientras Landowski (1989) se centra en la síntesis de lo visible a través de un análisis de los “juegos ópticos”, que subraya la importancia de la dimensión escópica en el más amplio ámbito cognitivo, Boltanski (1993: 39) observa cómo los medios constituyen a un espectador que tiene la posibilidad de ver todo y la posibilidad de ver sin ser visto. Si la segunda posibilidad conlleva un efecto de inmunización del espectador, siempre forzosamente a distancia, por otra parte la primera posibilidad, mientras pone en juego la posibilidad de una mirada que circula a través de puntos de vista diversos, no subtrae del peligro del control de la información; como hacía notar irónicamente Primo Levi en el apéndice de *Se questo è un uomo*, respecto a la comunicación en los regímenes totalitarios, con el desarrollo de la comunicación de masas, “no se puede fácilmente substraerse a todos los condicionamientos, pero se puede al menos elegir el condicionamiento que se prefiera” (1947: 313).

Abandonando por ello una visión “nostálgica” de la mediatización y una interpretación simplificada de la influencia de los medios sobre la “realidad”, en este artículo buscaremos indagar algunos puntos de intersección entre esfera política, mediática y pública, a través de una mirada semiótica, que nos lleva a analizar la dimensión discursiva⁸ entrelazada con las prácticas que se desarrollan en la arena política.

2. EL PROBLEMA DEL ESTILO ENTRE POLÍTICA Y MEDIOS

Respecto a las innumerables áreas de interés vinculadas al fenómeno de la mediatización, surgidas particularmente con el desarrollo de los nuevos medios, centraremos ahora nuestra atención en la relación que confluye entre mediatización y estilo de la dimensión política. El problema de la construcción de un estilo, en efecto fundamental para todo sujeto político, no puede ser tratado fuera del escenario mediático en el que se desarrolla y sobre el cual está profundamente fundado. He aquí que el estilo del sujeto político, si de un lado es influenciado por el fenómeno de la mediatización, no en menor medida podría alcanzar a reestructurar el espacio público.

⁸ Sandra Cavicchioli (1995: 18) pone de manifiesto la importancia de la dimensión discursiva en la comunicación política, en su artículo de apertura de un número de *Lexia*, la revista de la “Associazione italiana di Studi semiotici”, dedicada a *Semiotica e Comunicazione politica*.

2.1 SEMIÓTICA DEL ESTILO Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

El estilo es un tema central en los estudios políticos, ya que de ello depende la construcción de la credibilidad y de la reconocibilidad (o diferenciación con respecto a los otros) del sujeto político, contribuyendo así a la eficacia de la comunicación⁹.

El estudio del estilo se sitúa en la intersección de dos perspectivas, según una óptica sociolectal y también ideolectal¹⁰. En efecto, si por un lado, esto plantea el problema de la regularidad, poniendo en juego una “descendencia de reescrituras” (Rastier 2001), porque consiente el reconocimiento de una forma estilística como el resultado del trabajo sobre una genealogía de las formas, por otro lado debe de ser, sin embargo, reconocido también en su función individualizante, si examinamos la relación con el conjunto de las regularidades personales; de ahí la definición que a este respecto propone Rastier, como “interacción ideolectal entre componentes”, respecto al género que viene definido como “interacción sociolectal entre componentes”. El estilo, por lo tanto, se presenta paradójicamente como aquello que es lo más propio, personal, y al mismo tiempo como el resultado de un trabajo sobre la tradición estilística orientada hacia la comunión y no hacia la carrera solíptica.

En el caso de la política y, de forma particular, en el caso que examinaremos en detalle más adelante, de la construcción de un nuevo sujeto político, la cuestión radica en el hecho de poner en juego una forma estilística capaz, sea de ser reconocida como propia del discurso político, sea de insistir en aquellos elementos de novedad que permiten hacer emerger al sujeto respecto al bullir del discurso político que le sirve de escena. Por otra parte no es posible abstraer el análisis del estilo del discurso político de los medios que hacen de caja de resonancia de dicho discurso, mientras desarrollan la función de *gatekeeper*, filtrando contenidos y decidiendo sobre la visibilidad en las modalidades de presentación.

Sin embargo, las relaciones son, como hemos dicho, muy enrevesadas y bidireccionales. En efecto, si de un lado interesa analizar la influencia de la mediatización, que se extiende sin vuelta atrás, sobre la reorganización del espacio público y, en particular, sobre el estilo adoptado por los sujetos políticos, por otro lado, examinaremos también el proceso opuesto, que identifica los efectos que la adopción de ciertos estilos puede tener sobre la esfera mediática, llevando a una resignificación y resemantización del espacio público.

La compleja cuestión del estilo, que no puede estar tratada aquí de manera exhaustiva, abre con todo eso algunas líneas de investigación. La dimensión del estilo más indagada es sin duda aquella que actúa a nivel del discurso, ya sea en el caso de obras de un sólo autor que de *corpora* transversales. Algunos estudios semióticos han dejado emerger una idea del estilo entendido como “modo de formar” que “no concierne ya al léxico o la sintaxis (como puede suceder en la llamada estilística),

⁹ Para una reflexión sobre la importancia del rol del estilo de la comunicación política y sobre sus relaciones con el proceso decisional de los electores, cfr. Grandi 1998.

¹⁰ El concepto de estilo a lo largo de los siglos se ha desplazado entre estos dos polos. Para una reconstrucción cfr., por ejemplo, “Stilistica e linguistica degli stili” en Rastier 2001.

sino a toda la estrategia semiótica que actúa sea en la superficie sea en el tejido nervioso de un texto. Pertencería al estilo (como modo de formar) no sólo el uso de la lengua (de los colores o de los sonidos, dependiendo de los sistemas o universos semióticos), sino también el modo de disponer estructuras narrativas, de diseñar personajes, de articular puntos de vista” (Eco 1998: 45)¹¹.

Basándose en tal acepción del concepto de estilo, Umberto Eco habla así de la semiótica como forma superior de la estilística, precisamente porque su potencialidad heurística en el análisis de los textos se extiende de la investigación de las invariantes a la reflexión sobre las invariantes, sobre las invenciones¹².

Además de para el estudio de los textos, por otra parte, la dimensión estilística es central también en la óptica de una semiótica de la cultura, donde ejerce un papel fundamental al menos en dos niveles: en el de los objetos culturales, examinado cuáles ponen en relación gustos y estilos; en el nivel de las prácticas sociales y en el de las “formas de vida” propias de una cultura.

Nos referimos en particular al uso que Fontanille e Zilberberg han hecho del concepto wittgensteniano de “forma de vida”, en sustitución del concepto de matriz sociológica de “estilo de vida”. Si, en efecto, “una forma de vida subsume un conjunto de estrategias, procurándoles, en su totalidad una identidad reconocible, un “estilo”, que caracteriza un modo de estar en el mundo y en sociedad”, (Fontanille 2006: 166). Se entiende aquí por el estilo un conjunto de rasgos caracterizantes y seleccionados que individualizar a un sujeto respecto a otro: “En este sentido el “estilo” de una forma de vida es a la vez el condensado, la manifestación y la garantía de coherencia de los diferentes niveles de articulación que lo sostienen”, (Fontanille e Zilberberg 1998: 152).

He aquí que la forma de vida se delinea como una forma identitaria resultante de la correlación entre los estilos de vida adoptados a diferentes niveles (el estilo debe de ser analizado como una “correlación de correlaciones”), donde el interés consiste en dar cuenta de una coherencia (a posteriori, respecto al entero recorrido axiológico del sujeto) y de una congruencia (respecto a las selecciones operadas a diferentes niveles entre diversos regímenes, a menudo concurrentes), de las cuales sería extremadamente interesante estudiar la articulación y la gestión en paralelo. En este sentido Fontanille habla de “efecto de estilo” como efecto de sentido del discurso, que “no sería nada más que la percepción de un enunciatario de aquella tensión entre diferentes regímenes de coherencia que cohabitan en el discurso” (Fontanille 1998: 15).

La apertura hacia el estudio de las “formas de vida” así como la perspectiva del último estudio de Landowski, interesado en el estudio de las interacciones (2005),

¹¹ En este sentido se ha hablado de “estilo enunciatario” que “debería dar cuenta del conjunto de aquellas características en virtud de las cuales nosotros, aunque hablemos la misma lengua, la hablamos de manera diversa, incluso hablamos infinitas variantes de la lengua.[...] El estilo enunciatario incluye todas las componentes lingüísticas a través de las cuales los contenidos son modalizados por la subjetividad de quien habla (o de quien escribe)” (Violi 1997: 98-9). No es por tanto sólo posible individualizar soluciones estilísticas a nivel de las estructuras discursivas (por ejemplo en la recomposición de tipos o motivos), sino sobre todo es necesario referirse a los regímenes enunciatarios.

¹² Cfr. Eco 1998, donde no evita poner en evidencia, además de las potencialidades de la disciplina, sus *cul-de-sac* y sus “excesos”.

asientan las bases para un proyecto de trabajo más amplio sobre el estudio de las culturas desde un punto de vista semiótico, en el cual este artículo se sitúa.

El riesgo, se sobreentiende, es aquél de llegar a una sistematización por tipologías, a través de la selección de una o más variables relevantes¹³, no obstante, el camino marcado no es éste; hay otros intereses en juego por un campo disciplinario como el semiótico que ha prolongado sus intereses del dominio de los textos, profundamente indagado, al dominio de la cultura, de las prácticas y de las interacciones sociales, al modo en el cual los sujetos se articulan con otros sujetos y con los textos.

2.2 ESTILO Y MEDIOS

Es cierto que el espacio público no mediado ya no existe. Por otra parte es extremadamente difícil distinguir entre discursos políticos y discursos de los medios, ya que si distinguimos los discursos de los programas televisivos, de la prensa o de la comunicación web (páginas webs, blog, forum de discusión, etc.) de los discursos “oficiales” de los sujetos políticos, ¿cómo no considerar la dimensión mediada que caracteriza todo discurso político? En efecto, los documentos informativos de primera mano provienen a menudo de las páginas webs de los candidatos políticos, los cuales implementan los materiales puestos a disposición del público, por no hablar de las intervenciones públicas, que nos llegan a través de la mediación de una estructura televisiva o radiofónica.

El discurso mediático se enraíza de este modo en el discurso político, el cual no puede permanecer inmune a lo mediático, si consideramos que el discurso político está filtrado por el mediático. En la perspectiva de reconexión de la textualidad a una semiosfera, a un ambiente cultural, un texto presenta de hecho las marcas de una estratificación de mediaciones. Como nota Basso Fossali (2008), toda comunicación está filtrada desde por una dimensión *medial* (donde las estructura-filtros median la aprehensión perceptiva), hasta por una dimensión *mediacional* (que concierne la mediación propia del lenguaje, como el visivo, verbal...) y por una dimensión definida *medial* (relativa a la mediación de los dominios sociales, como el jurídico, el artístico o el político). La dimensión que caracteriza la intervención de los medios, definida *mediática*, se caracteriza por ser una forma de mediación de, al menos, cuarto nivel, que contribuye a “encontrar” el texto en una cornisa ulterior.

En esta óptica, está claro que la mediación no se limita a individualizar la capacidad que posee el espacio mediático de incidir de manera sustancial sobre los contenidos mismos de la comunicación, sino concierne un proceso más complejo, fundado más bien sobre el *ajustement*¹⁴ que sobre las relaciones deterministas. Respecto al discurso mediático, el discurso político, por un lado adopta algunas prácticas estilísticas,

¹³ Es esta la dirección que han tomado algunos estudios socisemióticos, como por ejemplo el célebre estudio sobre las prácticas en el uso del Metro de Floch (1990) o los estudios de Landowski (1997) sobre las modalidades de presencia de los sujetos políticos, donde se desarrollan algunas tipologías de figuras.

¹⁴ Nos referimos al concepto desarrollado por Landowski (2004 y 2005) y Fontanille (2006), para los cuales el “*ajustement*” designa una modalidad de interacción que no prevé un adaptamiento unilateral, sino un “ajuste” recíproco entre dos sujetos dotados de una dinámica propia.

por otro lado, reestructura el espacio introduciendo en el circuito mediático figuras estilísticas que entran en el circuito de la moda, como los rumores escandalosos, tan invasivos como efímeros, porque están destinados a desaparecer en breve.

En primer lugar, si los medios pueden ser considerados como depósitos, repertorios de diversas formas discursivas¹⁵ siempre a disposición del político, los medios desarrollan también formas de adaptación a la evolución del espacio público. Pensemos, por ejemplo, en el componente pasional, que es fundamental en el discurso político¹⁶, tanto en la oposición al adversario como en la búsqueda de la adhesión del electorado; por ejemplo, los sujetos políticos muestran a menudo su estado de ánimo, buscando que resuene en el ánimo del elector.

Bertrand, Dézé y Missika (2007: 118, 119), en su profundo análisis de las últimas elecciones francesas, ponen de relieve la incipiente centralidad de una “política compasional”, constituida por una sucesión de “espasmos políticos emocionales”, breves pero violentos¹⁷, que acompañan a los elementos mediáticamente y “humanamente” relevantes. Emblemática de esta actitud es la expresión “sufrimiento social”, recurrente en los discursos de todos los candidatos: la evocación pura y simple del sufrimiento marca el pasaje de la crítica de las desigualdades a la descripción de una vivencia, de lo colectivo a lo individual. Estos autores sugieren que, moviéndose de esta manera, la campaña electoral haya tomado prestado estrategias estrictamente televisivas: pensemos a las varias formas de la “televisión de la verdad”¹⁸ o ciertas formas de “periodismo compasional”, que sitúan el foco de atención sobre el caso humano e insisten en las pasiones del hombre ordinario.

Una vez más, por lo tanto, el político “acude” al depósito mediático y, por consiguiente, reorganiza su discurso. Por otra parte, el discurso es más complejo, precisamente porque el sentimentalismo puesto en escena por los medios parece ser, él mismo, el fruto de la influencia de una concepción política. Boltanski (1993), de hecho, hacía notar que este discurso está estrechamente vinculado con una *política de la piedad*, tomando como referencia la reflexión de Hannah Arendt (1963), que indica con esta expresión el modelo político que estaba detrás de la Revolución Francesa, basado en la distinción entre seres humanos que sufren y seres humanos que no sufren, y sobre el espectáculo del sufrimiento. Viéndolo desde el punto de vista de la trasposición de modelos y de la reconstrucción “filogenética”, el problema del sentimentalismo y de la espectacularización del dolor no puede, por tanto, resolverse en la identificación de un vector unilateral de influencia, sino debe de ser más

¹⁵ Véase, entre otros, el estudio de Calabrese (1998) de la política italiana y, en particular, el estudio del fenómeno de la personalización, para él estrechamente conectado con el desarrollo de un sistema bipolar que exige una pronunciada diferenciación entre los líderes. Calabrese muestra cómo a veces la política se sirve de formas discursivas muy explotadas y, por decirlo de alguna manera, “experimentales” en ámbito mediático, para obviar algunos déficits o inaptitudes comunicativas y para hacer frente a nuevas necesidades comunicativas.

¹⁶ Para una interesante reflexión sobre la dimensión pasional del discurso político cfr. Fabbri e Marcarino 1986.

¹⁷ El mayor espacio dado a las emociones del instante que a las pasiones políticas duraderas y tenaces responde a la misma lógica según la cual en el espacio público mediatizado las duraciones están comprimidas y todas las escalas temporales se reducen a la del evento (Wolf 1996, p. 483).

¹⁸ N.d.T. En inglés *Real tv*

bien encuadrado en un sistema de relaciones más complejo; en particular, nos parece interesante reflexionar sobre los efectos de sentido de algunas construcciones estilísticas a las cuales se recurre en estos casos, teniendo siempre presente un sistema de relaciones bilaterales entre medios y política.

En segundo lugar, en lo que concierne a la influencia del estilo sobre la resemantización del espacio público y mediático, si el sujeto político puede simplemente aprovechar los mecanismos mediáticos, por ejemplo utilizando para su propio provecho algunas prácticas televisivas a través de algunas estrategias bien estudiadas¹⁹, más interesante para nuestro fin resultan, por ejemplo, los casos en los cuales la fuerte personalidad del líder es capaz de llegar incluso a reestructurar del espacio mediático.

Particularmente representativo es un caso de la campaña electoral francesa de 1981: Valéry Giscard d'Estaing, invitado a una transmisión televisiva en la cual habría debido exponer su programa electoral, consiguió acrecentar la eficacia de su discurso y distinguirse de los otros candidatos que participaban en el mismo programa, gracias a una hábil reorganización de las relaciones espaciales del estudio televisivo, que determinaban, por consiguiente, la modificación de los respectivos papeles de los actores²⁰. Aún más interesante es el proceso de progresiva transformación de los tradicionales grupos de pertenencia en verdaderas y propias "cortes" de los líderes: véase el caso italiano de los "berlusconianos", de los "bossianos" (o, como veremos en los próximos párrafos, "grillinos"). Se trata de un tipo de pertenencia crecientemente desequilibrado, en lo que concierne a la adhesión patémica a un estilo, sea vestimentario²¹, sea propiamente discursivo²², que ha llevado a hablar de "estilo de corte" (Marsciani 1995). Pero no se trata de una función de un sólo sentido: si el líder construye la imagen simulada de su "corte", su "elector modelo" construye también vínculos, que obligan al líder a adaptar su propio estilo y sus acciones políticas, para generar efectos de sentido de continuidad y coherencia.

Como veremos en los próximos párrafos, examinando en particular el caso italiano de Beppe Grillo, el estilo puede jugar un papel importante en la reconfiguración del espacio público. Habiendo pasado de la televisión al teatro, actualmente anima unos de los blogs más visitados a nivel mundial, Beppe Grillo se presenta

¹⁹ Estrategias de este tipo vienen a menudo puestas en evidencia en relación a Silvio Berlusconi, hábil utilizador de los media (sea como aparato, sea como instrumentos de comunicación con ciertas reglas y ciertos estilos preestablecidos). Otro caso interesante de "uso" de los medios para sus propios fines, es el de Bill Clinton, el cual, en la campaña electoral del año 1992 había planificado su propia presencia en redes televisivas atípicas, como MTV y, en formatos tan atípicos como los talk show con contacto directo con el público. De este modo, el candidato a la presidencia de los Estados Unidos tuvo la posibilidad de construir una imagen de sí más desenfadada y familiar, que estaba apuntalada por un "discurso del creer" que los electores habían conjugado con la imagen de detentor del saber que emergía del resto de la campaña electoral "oficial".

²⁰ Por un detallado análisis de este episodio, cfr. Franceschetti 1995: 35.

²¹ Pensemos en la última campaña electoral francesa y los estilos contrapuestos de los dos candidatos: la sobria elegancia y los vestidos cándidos de Segolène Royal, opuestos a la fanfarronería de Nicolas Sarkozy., evidente cuando llevaba sus gafas de sol

²² La expresión "Me consienta" ("Permitame"), constante en el estilo locutorio de Silvio Berlusconi, es una expresión excesivamente utilizada en la mofa de los humoristas y, al mismo tiempo, una expresión de la cual muchos "berlusconianos" no pueden pasar, verdadera marca de pertenencia a esa corte de berlusconianos.

como un caso de estudio particularmente interesante, por la construcción que él hace de un estilo peculiar precisamente a partir de la continua interacción e hibridación entre diversas esferas discursivas concernientes al espacio público: la esfera de los medios tradicionales y la esfera virtual del blog, incluso la reapropiación de la plaza.

3. UMBRALES: DE LA TELEVISIÓN AL TEATRO, DEL BLOG A LA PLAZA PÚBLICA. EL CASO DE BEPPE GRILLO²³

“Blog-predicador”; “Girolamo Savonarola revivido digitalmente” (*Repubblica* 10/9/07);

“Neo-savonarolismo laico” (U. Eco, *L'Espresso* 14/09/07);

“El guía del pueblo del ‘jódete’” (*Corriere della Sera*, 12/09/07);

“Al mismo tiempo actor, predicador, fustigador, cómico, trágico, y moralista” (*Repubblica* 14/9/07);

“Cómico (¿ex?), aspirante predicador y futuro regidor de listas cívicas” (*Corriere della Sera*, 14/09/07);

“Política de la antipolítica, antipolítica de la política” (*Il Manifesto*, 13/09/07).

Éstos son algunos de los comentarios aparecidos en las principales revistas políticas y periódicos italianos en los días sucesivos al “Vaffanculo Day²⁴”, un complejo evento organizado por el célebre cómico italiano Beppe Grillo. El evento consistía en una manifestación en las plazas de diversas ciudades italianas, organizadas con el fin de recoger firmas a favor de una iniciativa ciudadana popular que tenía como objetivo los privilegios de los políticos italianos. El título elocuente, por su conflictividad, no explicaba por sí solo el desencadenamiento de una cobertura mediática y de una serie de declaraciones provenientes del mundo político en los días sucesivos²⁵. Pero, sobre todo, ¿cómo es posible que nunca antes se hayan visto los medios en la obligación de movilizar una serie de artificios retóricos (de la hipérbolo al oxímoron) y recurrir a una enciclopedia tan vasta como variada para definir dicho evento? Podemos advertir en todos estos comentarios de prensa el esfuerzo de traducir en un lenguaje reconocible un fenómeno de difícil definición: Beppe Grillo se configura como un sujeto que invoca nuevas categorías para ser dicho y

²³ El estudio de este caso se sitúa en el marco más amplio de una investigación sobre la comunicación política que hemos realizado en el ámbito del *Dottorato in Discipline Semiotiche* (ciclo XXIII) de la *Università di Bologna – SUM*. En particular, nuestra contribución se centraba en la construcción de la identidad política de Beppe Grillo, examinando su comunicación sobre el blog www.beppegrillo.it, en los espectáculos teatrales y en sus apariciones públicas.

²⁴ N.d.T. Se podría traducir por “Jódete Day”

²⁵ Las iniciativas lanzadas por Beppe Grillo han sido a menudo tachadas como “antipolíticas”, pero en realidad, como veremos, están impregnadas de una fuerte politicismo. Esperando la confirmación total, la investigación estadística del *Anuario sull'Opinione degli italiani* (Piepoli y Baldassarri 2007) revela que en los días sucesivos al Jódete day de septiembre del 2007, el nivel de confianza en Beppe Grillo llegaba al 65%, un nivel altísimo, superior a cualquier otro político del momento. El evento tuvo una resonancia tal que desbordó las fronteras italianas: véase el ejemplo del artículo aparecido en *New Yorker*, cuyo título es “Beppe’s inferno” (Mueller 2008).

para ser pensado, un sujeto “híbrido” al cuál no se le encuentra un encasillamiento en una esfera definida, sino que debe de ser “explicado” a través del recurso a elementos que se refieren a diversos ámbitos discursivos.

Esta dificultad de clasificación deriva precisamente de la modalidad según la cual este personaje se ha constituido en el tiempo, a través un continuo encabalgamiento de los confines y mezclas entre esferas y géneros diversos. Recorramos, por ello, diacrónicamente este proceso de construcción, en el cual, como veremos, existe una continua influencia recíproca entre diversos estilos, y entre esfera pública, esfera mediática y esfera política.

Ante todo, ¿quién es Beppe Grillo? Se trata de un personaje muy conocido en la escena italiana, humorista de éxito empeñado principalmente en la sátira política, polémico fustigador de los males que padece Italia. Nacido como humorista esencialmente televisivo en los años 80, en los años 90 comienza a proponer en los teatros italianos, recitales cuyo contenido es cada vez más polémico. Desde *Energia e informazione* (1995) a *Blackout. Facciamo luce* (2003-2004), los blancos concretos de su polémica cambian y, sin embargo, los temas son siempre los mismos: ataque al poder político y económico, respaldo a las energías alternativas y a un cambiante “ecologismo”. Más allá de estos temas recurrentes, es constante, hasta la mitad de los años 90, una declarada distancia con respecto del “hacer social”, de la acción política. El cómico expone de modo áspero y tenso, por la indignación que transmite, todos los problemas de una sociedad corrupta, pero sin jamás ocultar y diciéndolo explícitamente en muchos de sus números, su intención de no pasar a la acción, de no dar respuesta a los problemas. Es decir, el circunscribía su identidad a “su ser cómico” y no aceptaba por consiguiente ninguna otra calificación²⁶. Sin embargo, en los últimos espectáculos, se puede apreciar un giro hacia el discurso a través de una progresiva transición de géneros. El motor de este cambio no puede ser estrictamente ligado a la misma naturaleza de los espectáculos, sino debe de ser identificado en una dimensión más amplia: en 2005, Beppe Grillo crea un blog personal, www.beppegrillo.it²⁷, el cuál no tarda en alcanzar un gran éxito. En un tiempo breve, se convierte en el primer blog en Italia²⁸, y uno de los más visitados en el mundo (más de 500.000 visitas diarias, ocupando el puesto 17 en la clasificación global)²⁹. En torno al blog surgen numerosos grupos, los llamados *NET-up*, que van a constituir, de un modo cada vez más evidente, una verdadera y propia “base” que acoge las provocaciones y las exhortaciones del cómico, el cuál asume cada vez más el aspecto de un líder con una corte que sustenta sus iniciativas.

²⁶ Del espectáculo *Apocalisse morbida* (1998): “No sé dónde terminaremos, yo no tengo una respuesta, porque la gente me dice: usted me dice todas estas cosas sin dar una solución. Yo no tengo soluciones.”

²⁷ El blog, puesto al día cotidianamente, se ofrece en tres idiomas: el original en italiano, la más “lógica” traducción en inglés y una tercera versión, esta vez en japonés, muy al gusto de ese *nonsense* que marca la *vis comica* del autor. Se puede acceder a todos los post del blog, rico en informaciones, sobre la historia y las varias iniciativas de Beppe Grillo, también es útil para profundizar y verificar las referencias a las cuales nos atenemos en este artículo.

²⁸ Datos puestos al día en noviembre del 2007, según la clasificación de los blogs italianos consultables en: <http://it.blogbabel.com/metrics/technorati/>.

²⁹ Datos puestos al día en julio del 2008, según la clasificación de www.technorati.com.

Beppe Grillo desarrolla en su blog los mismos temas que han propiciado su éxito en sus números, en una búsqueda continua de enemigos contra los cuales desahogar una indignación que se ha vuelto incluso crónica. El blog constituye un nuevo campo de batalla que, inevitablemente, resemantiza las “luchas” del humorista y provoca un desajuste discursivo. Más allá de una resignificación de los temas y de los discursos ya desarrollados por el actor, asistimos a una verdadera y propia evolución de las acciones y de la identidad del personaje. Por ejemplo, acciones explícitamente políticas, como la recogida de firmas por peticiones, van a acompañar progresivamente al aspecto “desahogo” del blog. Beppe Grillo, apropiándose de un medio que ya ha sido “politizado” por el uso, acomete inevitablemente un pasaje a una esfera que desborda ampliamente la esfera cómica que caracterizaba su línea de actuación.

3.1. NUEVOS MEDIOS, ¿NUEVOS ESPACIOS DE LIBERTAD?

Internet, desde su nacimiento, se ha caracterizado por ser un *medium* de elección para los movimientos promotores de una “democracia desde abajo”. La red ha sido en seguida percibida como una nueva oportunidad de comprometer a la ciudadanía en el proceso político y de abrir nuevos canales de participación, en una esfera que a muchos parece ofrecer condiciones de igualdad entre los actores. Muchos autores de la “media revolution” (van Dijk 1999), o del final de la comunicación de masa (Chaffee e Metzger 2001), esperan que el advenimiento de las nuevas tecnologías de la comunicación tenga como corolario la desaparición de los límites impuestos por la mediatización. En sus análisis, enfatizan el rol de los nuevos media (en particular Internet, cfr. Castells 1996) como elemento que favorece la definitiva apertura de la esfera pública, a través de la desmasificación e individuación que le son propias. El movimiento antiglobalización, acompañado por el periodismo de “contra-información” o del “mediativismo” desarrollado en la red³⁰, ha adoptado una interpretación de este género, asumiendo la red como un espacio de experimentación de la democracia participativa y los blogs como instrumentos privilegiados en tal evolución³¹.

Si esta visión ofrece varios motivos para la crítica, ya que no tiene en consideración numerosas variables que limitan la apertura de la red³², en este artículo no podemos adentrarnos en un debate más amplio. Más que intentar deshacer los nudos de esta compleja confluencia entre Internet y participación, nos interesa centrar nuestra atención sobre las complejas redes de relaciones y sobre las fronteras permeables entre las esferas diversas que confluyen en la difusión de la red. Pero que-

³⁰ Los eslóganes “Don’t hate the media, become the media” y “Pensare globalmente, agire localmente” van de la mano.

³¹ Es representativo que entre los blogs más exitosos figuran el blog de Dan Gillmor (www.dangillmor.com), periodista americano que, a través del eslogan “My readers know more than I do...” promueve la colaboración activa con sus lectores. El mismo Gillmor (2004), entre otras cosas, ha explorado las dimensiones de la relación entre blog, periodismo y esfera pública.

³² Basta pensar al problema del *digital divide* (sobre este tema cfr. Bonora 2001) o a las relaciones institucionales de poder que permanecen, aunque se manifiestan en formas diversas, en la red.

remos ir más lejos, y preguntarnos si y cómo, los instrumentos de comunicación y de interacción desarrollados en la red, pueden ser trasladados a la esfera política y producir una resignificación de la esfera pública.

Como ya hemos propuesto en la introducción de este artículo creemos que el espacio de frontera que se constituye en la convergencia de diversas semiosferas, puede ser un terreno fructífero para la producción de nuevas formas políticas: en particular, en este caso, se trata del encuentro entre el espacio mediado de la red y el espacio público por excelencia, la plaza, lo que nos puede ofrecer una línea de investigación sugestiva preñada de interesantes posibilidades.

Nos referimos a fenómenos como los *World Social Forum*, que cada año permiten el encuentro y la agregación de diversos actores que caracterizan al movimiento antiglobalización³³. Estos eventos permiten pasar de una interacción prevalentemente “mediada” a una que prevé la copresencia concreta de los cuerpos, poniendo en juego un ritual para nada vacío: “las infinitas plazas virtuales en las cuales se ha concebido y discutido la idea de un similar encuentro no han podido desplazar completamente el lugar de la traducción física, del lugar de la copresencia, del *estar juntos por*.”(Parisi 2004: 199)

El aspecto que más nos interesa subrayar es la estructura de estos eventos, que reproduce de modo sorprendente análogo la estructura de las relaciones constituidas por la interacción mediada³⁴: los mismos foros sociales, asumen la forma de “network de network”, reflejan la estructura reticular, segmentada y policéfala de la web. Más interesantes aún son las formas de democracia participativa experimentales en este ámbito: formas de interacción típicas de la web, como los foros y los grupos de discusión, son transferidos al espacio público de la plaza, produciendo nuevos instrumentos de discusión y participación que apuntan a la “agregación de lo diverso”, tomando la forma, una y otra vez, de la asamblea general y de sus diversas extensiones en términos de coordenadas locales y grupos de trabajo. Como destaca De Nardis (2003: 116), “el objetivo es identificar nuevas formas de producción decisionales que sean ‘socialmente fundadas’, creando espacios abiertos de expresión subjetiva y discusión pública”. No queremos adherirnos completamente a una visión optimista que no tendría en cuenta las múltiples variables que marcan el límite de tales iniciativas³⁵; pero es preciso subrayar que estas iniciativas suponen una potencial innovación, que toma la forma de una hibridación de las formas discursivas dadas, jugando en el espacio liminal en el cual confluyen los diversos medios.

³³ Además de los encuentros anuales a escala global (para una lista completa cfr. www.forumsocialmundial.org.br), se han organizado diversos encuentros a escala regional, entre los cuales el *European Social Forum*, el *Asian Social Forum*, o el *Forum Sociale del Mediterraneo*.

³⁴ Lotman insiste en la duplicación de las estructuras culturales de la semiosfera, que se reproducen a diversos niveles: “todos los tipos de división del espacio forman construcciones homomórficas” (Lotman 1992: 84).

³⁵ Aunque el desarrollo de tal instrumento ponga en evidencia el esfuerzo de proponer alternativas concretas, en las mismas declaraciones de los participantes, a veces flota en el ambiente el temor de no conseguir tener un impacto real sobre la sociedad. Para una reflexión sobre la dificultad del pasaje de una “cultura del no” a una “cultura del sí”, cfr. Cosenza 2007.

Volvamos al caso del cual habíamos arrancado: insertándose en la llamada “blogosfera”, ¿cómo se reconfiguran los discursos y las prácticas de Beppe Grillo? Con la organización del *Jódete Day*, el evento al cual ya no hemos referido, asistimos al crucial pasaje de la plaza virtual a la plaza real que, en el caso de los movimientos, marca el pasaje a la participación activa. Pero el caso de Beppe Grillo es al mismo tiempo más complejo y menos innovador.

Por lo que concierne a la complejidad de “las infinitas plazas virtuales” del movimiento antiglobalización, el movimiento que se crea en torno a Beppe Grillo hace referencia a una única plataforma web, el blog del humorista, perno de la atención y único órgano de información, que establece las prioridades y fija las iniciativas³⁶. Existen, es cierto, los *Meet-up* que hacen referencia al blog del cómico, grupos de encuentro que se han multiplicado en cada ángulo de Italia. Pero esta multiplicación corresponde a una fragmentación de los temas y de las motivaciones, más que a aquella “agregación entre diversos” que caracteriza el movimiento antiglobalización. Retomando genéricamente los valores propuestos por Grillo, en realidad estos grupos se constituyen como entidades autónomas, grupos de personas que se encuentran a menudo para discutir problemas muy locales, como el problema de la recogida diferenciada de la basura en un barrio determinado, o la calidad del agua en una ciudad³⁷.

Aquí surge una nueva característica del discurso de Beppe Grillo: la extrema fragmentación, el proceder por batallas progresivas que no marcan una dirección “ideológica” clara. Pero sobre todo, mientras los movimientos antiglobalización atienden al célebre eslogan “Pensar globalmente, actuar localmente”, el discurso de Grillo se circunscribe a objetivos locales, que se dirigen al cambio en la vida cotidiana de las personas, en una política “desde abajo hacia abajo”, que carece de un impulso universal³⁸.

Un ejemplo emblemático de la modalidad de acción de Grillo es la reciente “batalla por una información libre” promovida en su blog y que ha abanderado, entre otras acciones, a través de la organización de un segundo “Jódete day”. Esta batalla se configura como una verdadera y propia batalla por la verdad: el discurso de

³⁶ Más que constituir un espacio de real participación, el blog de Beppe Grillo construye simulacros de participación. Pensemos por ejemplo en la “marcha virtual”, creada por Grillo en su blog, en los meses precedentes al *Jódete day*: cada usuario podía construir su propio avatar, su simulacro virtual, el cual se insertaba en la marcha colectiva, manteniendo en todo momento sus características individuales e individualizantes. Se trata de una especie de “ritual de pasaje” virtual, que precede al pasaje que constituye el propio encuentro real.

³⁷ Encontramos los mismos límites y la misma fragmentación también en la experiencia más estrechamente política del blog, la constitución de algunas listas cívicas para las elecciones administrativas del 2007 a partir del *Meet-up* (cfr. www2.beppegrillo.it/listeciviche). Para recibir “el certificado de aptitud” de Beppe Grillo, los candidatos debían cumplir algunas reglas, algunos principios, pero después, cuando nos remitimos a los hechos, los programas políticos, las ambiciones y la misma comunicación de campaña variaban muchísimo de lista a lista.

³⁸ Esta propuesta de Grillo no es más que democracia de la proximidad la cual, advierte Yves Sintomer (2007: 165), “no pone en juego la división del trabajo clásico, en la cual los ciudadanos se contentan con hablar de sus intereses particulares mientras que los políticos elegidos deciden —teóricamente en función del interés general— practicando la escucha selectiva” (“ne remet pas en jeu la division du travail classique, dans laquelle les citoyens se contentent de parler de leurs intérêts particuliers tandis que les élus décident —théoriquement en fonction de l’intérêt général— en pratiquant l’écoute sélective.”)

Grillo, en este periodo, no sólo intenta establecer el estatuto que establece los parámetros legitimadores del discurso enunciado, como todo discurso persuasivo, sino plantea el problema de la verdad “al descubierto”: casi parece que utilice los instrumentos del análisis semiótico, cuando califica el discurso de los medios como “verosímiles”: “las cosas que no sabemos son verdad, aquellas que sabemos son facsímiles. Es un facsímil, una falsificación bien conseguida”. (V2-Day, Torino, 25 de Abril de 2008)

Pero la analogía termina enseguida: mientras una mirada semiótica advierte que “la verdad está situada en el interior del discurso, puesto que es el fruto de operaciones de verificación: se excluye así toda relación (o toda homologación) con un referente externo” (Greimas, Courtès 1979: 380, entrada “verdad”), Grillo distingue entre el hacer manipulador y verosímil de la “información de régimen” y de la “verdad pura y simple”, de las cuales, en su discurso, es conmutador la red. La distinción es perentoria y no deja vía de escape: “Existe una información de régimen o la verdad”. (26-04-08)

En este marco polémico, Beppe Grillo es el detentor del saber que guía un “ejército” formado por todos aquellos que, gracias a la red, pueden producir información. Pero este énfasis sobre el poder de la red nos parece ilusorio y construido a partir de la creación de simulacros de participación, mientras Grillo permanece como el único y verdadero director de *su* información. Aunque cuando, con la retórica típica del blog, empuja a todos los lectores a hacerse periodistas y a “decir la verdad”, no hace nada más que delegar temporalmente su autoridad, en cuanto destinatario supremo de la información “verdadera”.

En conclusión, creemos que podemos afirmar que la comunicación de Beppe Grillo está caracterizada por la adaptación al sistema mediático (el énfasis sobre el evento, el uso del blog, uso de varios medios de modo sincrético...) y a la esfera política (uso de la plaza pública, apropiación de instrumentos típicamente políticos y de algunos modelos y fórmulas típicas de los movimientos, acudiendo a un repertorio de estilos y frases hechas); pero al mismo tiempo su comunicación se caracteriza por una toma de distancia que destaca su propia irreductible diversidad y especificidad identitaria. Este continuo oscilar entre estos dos niveles, como hemos visto, es típico de la construcción de un estilo, cuestión que analizaremos más detalladamente en los próximos párrafos.

3.2 PRÁCTICAS ARGUMENTATIVAS Y CONSTRUCCIÓN DE LA CREDIBILIDAD

Una cuestión central que Beppe Grillo ha tenido que afrontar en el proceso de construcción de una identidad política ha sido la construcción de la credibilidad, desarrollando al mismo tiempo un estilo caracterizante que lo posicionara con respecto de la masa heterogénea de los políticos ya existentes. El problema, que es por tanto el de la actualización de una escena (la política) de la cual Grillo pueda a posteriori emerger por diferencia, no es un problema sin importancia, visto que Grillo es y, continúa siendo, fundamentalmente un cómico. No olvidemos, en efecto, que Grillo edificó en un principio su tribuna política en espectáculos cómicos, que Grillo trata-

ba de resignificar y a los cuales se asistía como tales, como espectáculos cuyo acceso requería el pago de una entrada y se iba fundamentalmente para pasar un momento de ocio. Por lo que ¿cómo se puede “hacer creer” en aquello que se dice en un espectáculo cómico y cómo construir una sólida base de apoyo para un movimiento? Como veremos, esto ocurre a través la adopción de una específica estrategia argumentativa que ha diluido el problema del “género” a través un complejo trabajo sobre los tonos del discurso.

Por otra parte, el problema de la constitución de un horizonte fiduciario y de una credibilidad, de un *ethos* oratorio, que individualiza “la impresión que el orador da de sí mismo por medio de aquello que él dice” (Perelman 1958: 337), no se resuelve en un problema de competencia, sino “es una configuración compleja, que abarca isotopías figurativas y temáticas, posiciones axiológicas y simulacros modales y pasionales” (Fontanille 2006: 178-9).

El problema de la credibilidad se articula en torno a dos cuestiones. En efecto, el sujeto creíble, por una parte debe “de ser creído”, mientras por otra parte se propone como sujeto que se atribuye la credibilidad necesaria para “hacer creer”, deviniendo así centro propulsor de nuevas creencias. De Certeau distinguía dos dispositivos característicos de los mecanismos de la construcción de la credibilidad: “por una parte la pretensión de hablar *en nombre de lo real* que, considerado inaccesible, constituye el principio de aquello en que se cree (una totalización) y el principio del acto de creer (una cosa siempre sustraída, inverificable, ausente); por otra parte la capacidad que el discurso autorizado por lo “real” tiene de distribuirse en *elementos organizadores de prácticas*, es decir, en artículos de fe” (De Certeau 1990: 261).

¿Cómo acercarse a un auditorio heterogéneo, que proviene sobre todo de las gradas de los espectáculos cómicos, pero también de la plaza, sea real (la de Bolonia del primer Jódete day), sea virtual (el blog)?

Esto no puede ser posible sino a través la construcción de una escena común, el mecanismo que De Certeau denominaba “institución de lo real”, en nombre del cual el sujeto político habla. Papel que normalmente ejercen los medios de información de masas, en el caso de Grillo esta “institución de lo real” está fundada esencialmente sobre el uso del blog que se propone como fuente de información “verdadera” (la cuestión de la verdad, como ya hemos sugerido, ha sido explicitada más de una vez por Grillo), cuya veracidad está fundada sobre “el proponerse de Grillo” como un *gatekeeper* de confianza³⁹. He aquí que el blog vehicula un conjunto extremadamente variado de temáticas, estructurándose en una subdivisión que toma como modelo la estructura en secciones de un periódico⁴⁰. A través de la proposición de una base

³⁹ Véase la afirmación de Grillo en su espectáculo: “ustedes vienen aquí porque premian aquello que he hecho; quiero al menos pensarlo, espero que sea así. Porque no quiero pensar que yo represente vuestra última posibilidad de comprender algo, ya que si es así, entonces es un país que no existe ya más”, (*Roma, 30 marzo 2007 Reset*). Por otra parte, siempre en el mismo espectáculo, Grillo declaraba explícitamente que se trataba de ofrecer información a cambio del pago del billete de entrada al espectáculo que tiene que ser visto como una especie de contribución a la “financiación de la investigación”.

⁴⁰ La rúbricas son de hecho: Información, política, energía, ecología, economía, salud/medicina, tecnología/red, transporte/viabilidad, muro de las lamentaciones, elecciones primarias de los ciudadanos. Por otra parte el blog ofrece su versión imprimible, *La settimana*, que se difunde en papel.

informativa de autor, Grillo desarrolla la pretensión de hablar en nombre de lo real y de ofrecerse como agente del desvelamiento de la información sumergida, ausente en los medios tradicionales, construyendo *simulacros de credibilidad*⁴¹.

En segundo lugar la cuestión de la credibilidad está estrechamente ligada, en el caso de Grillo, a un problema de género, dada su identidad y el uso de los espectáculos como trampolines de una actividad política. Ya, en algunos espectáculos, como *Incantesimo* (2006) o *Reset* (2007), se nota una progresiva dimisión del marco cómico y una yuxtaposición de géneros diversos donde la clave no puede ser la cómica. Así, el último espectáculo de Beppe Grillo está caracterizado por una sucesión de géneros, pasando del cómico al discurso científico, a la sátira, al comicio político, así como por la copresencia de tonos diversos. El tono dominante es sin duda el coloquial, que deja emerger algunos momentos en los cuales prevalece el tono profesional, que constituye un anaquel subordinado al tono principal. De este modo el discurso de Grillo consigue conquistar una identidad bastante definida, imposible de encasillar en un discurso de especialista, ni muchísimo menos en un discurso enteramente coloquial, encontrando un equilibrio sin que por ello se llegue a una amalgama. Por otra parte la presencia de “un columpio de tonos” que preve el sucederse de un tono chistoso a un tono rabiosos está en la base de las estrategias de adhesión del espectador, que se encuentra arrastrado por una espiral formada por la sucesión de tonos que son de por sí incompatibles y que, además, se presenta no ocultando al público el artificio⁴² que organiza ese sucederse de tonos. Esta compleja construcción tonal permite, por un lado, mantener una continuidad respecto al pasado, no abandonando del todo el género cómico (estrategia de *compromiso* con una parte de su propio auditorio), por otra parte construye un espacio de confianza (a través del tono coloquial) que consiente:

- 1) acondicionar un espacio privilegiado para compartir informaciones (régimen de lo fiduciario, de lo familiar)
- 2) proponerse como una subjetividad política del todo atípica, muy diferente de la “Vieja Guardia”, tan ásperamente criticada (construcción de lo nuevo)

Por otra parte, la estrategia principal no es la del compromiso, sino la de la *distancia enunciativa*, que se presenta como “un juego prolífico de citas y alusiones” (Fontanille 2006: 180), una organización discursiva que pone en marcha un sistema de delegaciones al cual sigue una readmisión. Esta estrategia, muy usada en los espectáculos de Grillo, pero muy característica de los dos “Jódete Day”, consiste en hacer decir a los otros cosas que por su extrema complicación se escapan al dominio

⁴¹ En su interesante análisis de los mecanismos de creencia, De Certeau pone en evidencia cómo hoy en día, respecto al pasado, “la ficción pretende presentificar lo real, hablar en nombre de hechos y por lo tanto producir la posibilidad de conmutación del simulacro que produce por términos de referencia. De esta manera los destinatarios (los que pagan) de estas leyendas no están más obligados a creer aquello que no ven (posición tradicional), sino a creer aquello que ven (posición contemporánea)”, De Certeau 1990: 263.

⁴² Vemos a Grillo casi conmoverse, después retomar una cara seria para retornar al discurso hasta maldecir, para después interpelar sonriendo a los italianos, cara a cara, echándose aire con un pañuelo (véase el último espectáculo, *Reset*).

intelectual del propio Beppe Grillo, como es el caso de informaciones especializadas sobre las nanopartículas o sobre cuestiones financieras, en cuyo caso las exposiciones son delegadas en personas expertas para enseguida ser asumidas por el propio humorista como si fuese él quien las plantea y opina sobre ellas. Su identidad pública está en efecto demasiado volcada sobre la dimensión cómica y satírica, por lo que, mediante esta estrategia de delegación en los otros para después asumir las aserciones, se consigue colmar en parte este problema.

Respecto a este tipo de práctica argumentativa, desde enero adviene una verdadera y propia revolución, cuando Grillo lanza el “Jódete day 2”, el cual provoca una reacción fulgurante que se refleja en el blog donde se suceden catorce explícitos “comunicados políticos” y otros *post* de contenido político y, sobre todo, se lanza la operación llamada “Listas Cívicas”, para las elecciones administrativas del abril del 2008. De ahora en adelante fuera de los escenarios (su último espectáculo data del 2007⁴³), Grillo no necesita ya autolegitimarse delante del público como ocurría en los espectáculos donde prevalecía la “estrategia de la carencia”, modalizando al auditorio según un *no saber* que el propio Grillo colmaba, o actuando como alguien legitimado por el sólo hecho de presuponer que el público necesita su opinión⁴⁴.

3.3 ESTILO Y ESPACIO PÚBLICO

Como hemos demostrado en nuestro análisis de algunas prácticas argumentativas, Grillo se construye progresivamente una identidad política a través la adopción de algunas marcas estilísticas. Respecto a la construcción identitaria podemos notar en Grillo una progresiva afirmación de un *estilo corpóreo* que lo caracteriza y lo diferencia. Durante sus espectáculos, Grillo está siempre moviéndose por toda la sala, recorriéndola a lo largo y a lo ancho, no permaneciendo nunca sobre el palco, creando de este modo una situación inversa en la cual quien se encuentra en las butacas más costosas de las primeras filas está obligado a seguir el espectáculo a través las pantallas gigantes instaladas en la sala. De este modo, por medio de este uso impropio, el espacio del espectáculo, del teatro, caracterizado por una distancia del espectador con respecto a lo que ocurre en el palco, adquiere una dimensión de proximidad: es el espacio de la interacción, orientado hacia la instauración de un horizonte fiduciario de lo “confidencial”.

Grillo, habitualmente vestido de oscuro, recorre acalorado el espacio de la platea; se trata siempre de un cuerpo en movimiento, un cuerpo siempre agitado desde el interior, movido por coletazos pasionales que se suceden como los roles que Grillo está dispuesto a poner en escena. En Grillo hay una tendencia a lo animalesco, a lo

⁴³ Se anuncia sin embargo un último tour en otoño del 2008, precisamente después de la pausa electoral.

⁴⁴ Como puede observarse en este fragmento de un espectáculo: “yo comprendo, soy vuestra última esperanza, no veis otra vía de fuga. Yo estoy viviendo un momento de ciencia ficción porque si nada me subiera a la cabeza no tendría todo el derecho [...] me llaman los magistrados, me llaman para darles mi consejo, yo no tengo ese carisma para poder aconsejar a un magistrado [...] yo soy un cómico y quiere seguir siéndolo —la otra velada mientras yo hablaba la gente tomaba apuntes” (Bologna, 7 de marzo del 2006 *Incantesimo*).

bestial. Así, por ejemplo, vemos a Grillo en un espectáculo correr, sudado, rompiendo una antena wi-max, para enseguida retomar el tono sosegado del resignado. Si el cuerpo aparece aquí como la marca de la pasión que lo mueve (Grillo presenta habitualmente la sintomatología completa vinculada a un rol pasional) se trata siempre de un rol resquebrajado, arrastrado por necesidad de llamar la atención, pasando incluso de un rol a otro (de la ira a la resignación, de la compasión al desconsuelo), marcando así una distancia con respecto a aquello que se pone en escena. Por otra parte el *fil rouge* que sirve de escena a cualquier desencadenamiento del rol pasional es la rabia⁴⁵, que se transforma en los últimos tiempos en indignación. Como nota Fabbri (2004: 126) “a diferencia de la rabia, la indignación requiere unos criterios de autoridad: presupone la indignidad de los otros junto a la propia superioridad moral”; la indignación, por tanto, ocupa un lugar importante en el proceso de legitimación que pone en acto el cómico. Tal construcción pasional, sobre la cual no podemos centrarnos aquí por falta de espacio, se concreta en una reserva de energía que va a alimentar el conflicto, elemento típico del estilo de Grillo (la rabia debe encontrar un alivio)⁴⁶.

Más allá de las prácticas argumentativas⁴⁷, bajando al nivel de los textos, es característico en Grillo el recurso a un discurso oral, caracterizado por una estructura breve, lleno de repeticiones, de acumulaciones y de términos muy coloquiales, llegando incluso a las palabrotas, lo cual testimonia un intento de recuperar la tradición oral y popular. El estilo denigratorio, más propio de un lenguaje soez, sirve sin embargo a la elaboración de un lenguaje privado, contribuye a la construcción de un sectarismo que expresa su propio “pensar contra” y que marca la diferenciación con respecto a los otros sujetos políticos, en la óptica de la elaboración de una comunicación esotérica, en el sentido etimológico del término, es decir, *esôterikos*, oculta, un conocimiento que no debía ser poseído sino por muy pocos. Por ello la comunicación que caracteriza al blog es cerrada y oscura para los no adeptos pero su lenguaje inflamatorio la dispone hacia afuera, a que sea exotérica (*exôterikos*), fácilmente exportable a la visibilidad del espacio público (como sucedió con el Jódete Day 1 y 2 y otras intervenciones públicas). Por otra parte, el recurso a los eslóganes diseminados por todos los post del blog, que son bastante crípticos, es coherente con un proyecto estilístico de este tipo. No se trata de un uso original, ya que transcribir los eslóganes era algo común en los periódicos de compromiso político⁴⁸. Sin embargo, en el blog de Grillo, esta transcripción diseminada de eslóganes produce un efecto particular. Si el eslogan tiene normalmente una función unificadora, constituyendo incluso un elemento fundamental para la cohesión del grupo, transcrito en las líneas de un post, los eslóganes pasan a tener una función

⁴⁵ Pensemos sólo en el emblemático título de sus dos manifestaciones del 8 de abril y 25 de abril: *Jódete day*. N.d.T. Este título retoma de manera irónica una manifestación multitudinaria, promovida por las asociaciones religiosas, llamada *Family day*.

⁴⁶ Véase, a propósito, el análisis de la cólera de Greimas 1983.

⁴⁷ El uso del cuerpo va en la línea de una serie de estrategias argumentativas, dado que contribuye a la construcción de un horizonte fiduciario.

⁴⁸ Véase el análisis del estilo de algunas revistas italianas de cuño político vinculadas con la lucha extraparlamentaria con las cuales Grillo comparte muchas características. Cfr. Violi 1973.

nostálgica, que evoca una manifestación pasada. Parece por lo tanto, que si el estilo de la plaza y de los espectáculos han convergido en el post del espacio mediático del blog, éste se presenta sin embargo como un diario donde la voz es única, la de Grillo, a través una fuerte tendencia a la privatización. Es, de hecho, un blog que no da la posibilidad de una interacción directa, porque Grillo no responde nunca a los comentarios, cuya oscuridad contribuye a un encogimiento del espacio público virtual.

4. CONCLUSIONES

Como hemos demostrado, Grillo se caracteriza por un estilo que ha construido su propia especificidad a través de un complejo trabajo sobre los géneros y sobre los tonos. Original sólo en las soluciones globales, el discurso de Grillo está fuertemente estructurado según una lógica polifónica, intertextual; está hecho de trozos de otros discursos o de esas cosas que están en el aire⁴⁹, de citas no explicitadas por otras citas⁵⁰ o de manipulaciones de frases propias que, fuera de contexto, se vuelven crípticas barreras de una comunicación esotérica o fórmulas vacías para un no adepto⁵¹. Aprovechando las alusiones o las citas⁵², se instaura así una distancia entre valores predicados y valores asumidos, que pone en juego un problema ético. En Grillo, de hecho, sólo se puede relevar localmente una fuerte inherencia del sujeto emocional con su acto, ya que el discurso, desde un punto de vista más amplio, está construido sobre una desolidarización del sujeto y del acto. Sobre la arena pública del teatro, del blog o de la plaza, se pone en escena un teatrillo de máscaras, de roles pasionales *pret-à-porter* (el desmoralizado, el alegre, el furioso, el resignado...), que sostienen la construcción dominante, cual es la rabia.

Si la estrategia consiste en presentarse como el abanderado de una estrategia de lucha, a través de la perpetuación de la estrategia de confrontación local, los mecanismos son del todo *sui generis*. Grillo alimenta la confrontación, se trata de una guerra puesta sobre el campo de batalla, a través de un discurso cuyo fondo cómico es potencializado, siempre susceptible de realizarse, con una función de contención de los tonos bélicos adoptados en los últimos tiempos. Esta estrategia tiene la ventaja de permitir a Grillo desmarcarse de las críticas, refugiándose siempre en el manto protector de la sátira (es por esto que no se pasa nunca a un estadio superior en cuanto al género del discurso).

⁴⁹ Las críticas a la democracia recogen un debate difuso sobre estos temas, aún a nivel de los estudios políticos; para citar a uno entre los más importantes, véase la lista constituida por Bobbio (1984: 3-28) de las "promesas no mantenidas" de la democracia.

⁵⁰ Véase "Armi di distrazioni di massa", 24 gennaio 2008, retomado de *L'uomo dell'anno* (2006) de Barry Levinson.

⁵¹ Véase frases como: "Los rotuladores están vacíos. Repito: Los rotuladores están vacíos", (10 de febrero del 2008), o la menos críticas: "Las fresas del bosque deben ser recogidas. Repito: Las fresas del bosque deben ser recogidas", (24 de mayo del 2008).

⁵² Sobre la función de la cita en los mecanismos de construcción de la creencia, envío, una vez más, al interesante estudio de De Certeau, destaca que "citar significa conferir realidad a un simulacro producido por el poder, haciendo creer que otros creen pero sin proveer ningún objeto creíble" (1990: 265).

Como hemos visto, el pasaje de Beppe Grillo de una esfera a otra ha estado marcado por el uso y por el modo de usar discursivamente los diferentes medios. Ha sido precisamente la utilización de un *frame* mediático como el blog, lo que ha desviado el discurso de Grillo hacia la acción política. También en este caso podemos decir que los medios funcionan como un dispositivo, pero de un modo totalmente diverso respecto a nuestra definición inicial, esta vez encaminando las líneas de acción hacia la práctica política. Pero no es suficiente: a través del blog, podemos decir que Grillo se convierte él mismo en médium, construyendo su propia “gramática mediática” que le permitiría tomar contacto con la esfera pública y por consiguiente modificarla. Pero a esta posibilidad no se le saca todo el rendimiento, el discurso analizado no consigue superar el umbral de aquello que Kertzer ha definido como “solidaridad sin consenso”⁵³, que Grillo renueva a través de formas rituales de agregación, como el Jódete day. Lo que aún falta, y es difícil entreverlo como un proyecto real, es una verdadera alternativa política, esa “participación desde abajo” tantas veces evocada, pero que se reduce a encuentros y acciones siempre dirigidas por la prioridad *heterodirigida* de Grillo, único regente del blog y de las iniciativas que son, inevitablemente, suyas.

El caso de Grillo nos ha permitido hacer algunas reflexiones más amplias sobre el problema de la mediatización, mostrando algunas prácticas de gestión y resemantización del espacio público que están vinculadas a la elección estilística de una forma de vida. Creemos en efecto que el análisis del espacio público y, en particular, en nuestro caso político, no puede de hecho prescindir del marco que supone un modelo multidimensional y no determinista, cuyo proceder se orienta hacia el análisis de las dinámicas sociales en interrelación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- APPADURAI, A.: 1996, *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis-London: Minnesota University Press.
- ARENDT H.: 1963, *On Revolution*. New York: The Viking Press.
- BASSO FOSSALI, P.: 2008, “Di mediazione in mediazione. Spazi esperienziali, domini culturali e semiosfera”. *Visible*, n. 3, *Intermedialité visuelle*. Limoges: PULIM.
- BERTRAND, D., DÉZÉ, A., MISSIKA, J. L.: 2007, *Parler pour gagner. Sémiotique des discours de la campagne présidentielle de 2007*. Paris: Presses de Sciences Po.
- BLUMLER, J. G., KAVANAGH, D.: 1999, “The Third Age of Political Communication: Influences and Features”. *Political Communication*, vol. 16, n. 3. London: Sage.
- BOBBIO, N.: 1984, *Il futuro della democrazia*. Torino: Einaudi.
- BOLTANSKI, L.: 1993, *La souffrance à distance*. Paris: Editions Métailié.
- BONORA, P.: 2001, “Domini della comunicazione tra confini dell’appartenenza e recinti elettronici”, in Bonora, P. (ed.), *Comcities. Geografie della comunicazione*. Bologna: Baskerville.
- BOURDIEU, P.: 1996, *Sur la télévision*. Paris: Raisons d’agir.

⁵³ “El rito puede ser de gran utilidad para las organizaciones y las instituciones políticas por el hecho de que el rito es capaz de generar vínculos de solidaridad sin exigir una uniformidad de creencias” (Kertzer 1988: 94).

- CALABRESE, O.: 1998, *Come nella boxe. Lo spettacolo della politica in Tv*. Roma-Bari: Laterza.
- CASTELLS, M.: 1996, *The Rise of the Network Society*. Malden, MA: Blackwell.
- CAVICCHIOLI, S.: 1995, "A tutto campo". *Lexia* n. 6. Torino: CRS (ora in Centro Ricerche Semiotiche di Torino: 1998, *Leggere la comunicazione. Politica, Pubblicità, Internet*. Roma: Meltemi).
- CHAFFEE, S. R., METZGER M. J.: 2001, "The End of Mass Communication?". *Mass Communication and Society*, n. 4. New York: Routledge.
- COSENZA, G. (ed.): 2007, *Semiotica della comunicazione politica*. Roma: Carocci.
- DE CERTEAU, M.: 1990, *L'invention du quotidien. I. Arts de faire*. Paris: Gallimard.
- DELEUZE, G.: 1989, *Qu'est-ce qu'un dispositif?* Paris: Editions du Seuil.
- DE NARDIS F.: 2003, *Cittadini globali. Origini e identità dei nuovi movimenti*. Roma: Carocci.
- DAYAN, D., KATZ, E.: 1992, *Media events. The live broadcasting of history*. Cambridge, USA: Harvard University Press.
- ECO, U.: 1998, "Stile, critica e semiotica del testo". *Carte semiotiche*, n. 3 *Lo stile – gli stili, Atti del XXIII Convegno AISS*. Siena: Protagon (ora in Eco, U.: 2002/3, *Sulla letteratura*. Milano: Bompiani).
- FABBRI, P.: 2004, *Segni del tempo. Un lessico politicamente scorretto*. Roma: Meltemi.
- FABBRI, P., MARCARINO, A.: 1986, "Il discorso politico". *Carte Semiotiche*, n. 1. Siena: Protagon.
- FAZIO, G.: 2005, "Opinione pubblica e globalizzazione. Intervista a Saskia Sassen". *Il giornale di filosofia*, rivista on line: www.giornaledifilosofia.net
- FLOCH, J.M.: 1990, "Etes-vous arpenteur ou somnambule?", in *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies*. Paris: PUF.
- FONTANILLE, J., ZILBERBERG, C.: 1998, *Tension et signification*. Hayen: Mardaga.
- FONTANILLE, J.: 1998, "Stile e prassi enunciativa". *Carte semiotiche*, n. 3 *Lo stile – gli stili, Atti del XXIII Convegno AISS*. Siena: Protagon.
- : 2006, "Pratiques sémiotiques: immanence et pertinence, efficience et optimisation". *Nouveaux Actes Sémiotiques*, n. 104, 105, 106. Limoges: PULIM.
- FRANCESCHETTI, M.: 1996, "Lo spazio della scena. Strategie politiche e strategie televisive". *Lexia* n. 6. Torino: CRS (ora in Centro Ricerche Semiotiche di Torino: 1998, *Leggere la comunicazione. Politica, Pubblicità, Internet*. Roma: Meltemi).
- GILLMOR, D.: 2004, *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*. Cambridge, USA: O' Reilly. <http://www.authorama.com/we-the-media-1.html>
- GRANDI R.: 1998, "Lo stile nella politica". *Carte semiotiche*, n. 3 *Lo stile – gli stili, Atti del XXIII Convegno AISS*. Siena: Protagon (ora in Centro Ricerche Semiotiche di Torino: 1998, *Leggere la comunicazione. Politica, Pubblicità, Internet*. Roma: Meltemi).
- GREIMAS, A. J.: 1983, "De la colère. Etude de sémantique lexicale", in *Du sens 2. Essais sémiotiques*. Paris: Editions du Seuil.
- GREIMAS, A. J., COURTÈS, J.: 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris: Hachette.
- HALLIN D. C., MANCINI P.: 2004, *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- KERTZER, D. I.: 1988, *Ritual, Politics and Power*. New Haven and London, Yale University Press.
- LANDOWSKI, E.: 1989, *La société réfléchie*, Paris: Editions du Seuil.
- : 1997, "Régimes de présence et formes de popularité", in *Présences de l'autre*. Paris: PUF.
- : 2004, *Passions sans nom*. Paris: PUF.

- : 2005, “Les Interactions risquées”. *Nouveaux Actes sémiotiques*, n. 101-103. Limoges: PULIM.
- LEVI, P.: 1947, *Se questo è un uomo*. Torino: Einaudi.
- LOTMAN, J. M.: 1992, “Tekst i poliglotizm kul'tury”, in *Izbrannye stat'i, t. I*. Tallin: Aleksandra; trad. sp. 1996, “El texto y el poliglotismo de la cultura”, in Lotman, J. M., 1996.
- LOTMAN, J. M.: 1996, *La semiosfera*, vol. I. *Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Cátedra.
- MARSCIANI, F.: 1995, “Stile del leader e stile di corte”. *Lexia* n. 8. Torino: CRS (ora in Centro Ricerche Semiotiche di Torino: 1998, *Leggere la comunicazione. Politica, Pubblicità, Internet*. Roma: Meltemi).
- MEYROWITZ, J.: 1985, *No sense of place. The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. New York: Oxford University Press.
- MUELLER T.: 2008, “Beppe's inferno”, *New Yorker*.
- PARISI, S.: 2004, “Firenze, Europa, Pianeta Terra. La città globale. 6-10 novembre 2002”, in Sedda, F. (ed.): *Glocal. Sul presente a venire*. Roma: Luca Sossella Editore.
- PERELMAN C., OLBRECHTS-TYTECA L.: 1958, *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*. Paris: PUF.
- PIEPOLI N., BALDASSARRI R.: 2007, *L'Opinione degli italiani. Annuario 2008*. Milano: Franco Angeli.
- POPKIN, S. L., DIMOCK, M.: 1996, “Le conoscenze dei cittadini, le scorciatoie informative ed il ragionamento politico”, in Bentivegna, S., *Comunicare politica nel sistema dei media*. Genova: Costa & Nolan.
- RASTIER, F.: 2001, *Arts et sciences du texte*. Paris: PUF.
- SASSEN, S.: 1994, *Cities in a world economy*. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press.
- SEDDA F.: 2004, “Medioscapes e semiotica della cultura”, in *E/C, Rivista dell'associazione semiotica italiana on line*: www.ec-aiss.it.
- SINTOMER, Y.: 2007, *Le pouvoir au peuple : jurys citoyens, tirage au sort et démocratie participative*. Paris: La Découverte.
- STRÖMBÄCK J.: 2008, “Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics”. *The International Journal of Press/Politics*, n. 13. London: Sage.
- THOMPSON J.B.: 1995, *The media and modernity. A social theory of the media*. Cambridge: Polity Press.
- VAN DIJK, J.: 1999, *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: Sage.
- VIOLI, P.: 1973, “Il linguaggio di Lotta Continua”. *Versus*, n. 6. Milano: Bompiani.
- : 1997, “Stile e soggettività nella autorappresentazione del femminile: il linguaggio poetico di Elisabeth Bishop e Audre Lorde”. *Versus*, n. 76. Milano: Bompiani.
- WOLF, M.: 1992, *Gli effetti sociali dei media*. Milano: Bompiani.
- : 1996, “Le discrete influenze”. *Problemi dell'informazione*, anno XXI, n. 4. Bologna: il Mulino.

BIBLIOGRAFIA RELATIVA A BEPPE GRILLO

- CRECCHI, P, RINALDI, G.: 2007, *Beppe Grillo. La biografia non autorizzata del comico che fa tremare la Casta*. Roma: Aliberti.
- GRILLO, B.: 2006, *Tutto il grillo che conta, dodici anni di monologhi, polemiche, censure*. Milano: Feltrinelli.
- : 2007a, *Schiavi moderni*. download gratuito da grillorama.beppegrillo.it/schiavimoderni/
- : 2007b, *Tutte le battaglie di Beppe Grillo*. Milano: Casaleggio Associati.

RESUMEN

Este ensayo indaga sobre la estrecha relación que une la construcción del estilo de una figura política con el fenómeno de la mediatización del espacio público, donde tanto el estilo como la mediatización pueden influirse mutuamente reestructurando el espacio público. Por otra parte, el problema de la construcción de un estilo y de una credibilidad, central para todo actor político, no puede tratarse fuera del escenario mediático en el que ocurre y en el que está profundamente arraigado. A partir de una reflexión general, el artículo se concentra en el análisis de un caso específico en medio de la escena italiana, la construcción de la identidad política del cómico Beppe Grillo, quien ha construido un estilo peculiar a partir de la continua interacción e hibridación entre diversas esferas discursivas relacionadas con el espacio público, como son la de los medios tradicionales, la virtual del blog, hasta reapropiarse del mismo foro político.

Palabras clave: estilo mediatización, político, espacio público, argumentación, blog, Beppe Grillo.

ABSTRACT

Questo saggio indaga la stretta relazione che lega la costruzione dello stile di un soggetto politico al fenomeno della mediatizzazione dello spazio pubblico; se da un lato risente della mediatizzazione, lo stile nondimeno può giungere a ristrutturare lo spazio pubblico. D'altra parte, il problema della costruzione di uno stile e di una credibilità, centrale per ogni soggetto politico, non può essere trattato al di fuori dello scenario mediatico in cui avviene e su cui è profondamente fondato. A partire da una riflessione più generale, l'articolo si concentra sull'analisi di un caso specifico al centro della scena italiana, la costruzione dell'identità politica del comico Beppe Grillo, il quale ha costruito uno stile peculiare proprio a partire dalla continua interazione e ibridazione tra diverse sfere discorsive attinenti allo spazio pubblico: quella dei media tradizionali, quella virtuale del blog, fino alla riappropriazione della piazza.

Parole chiave: stile mediatizzazione, politico, spazio pubblico, argomentazione, blog, Beppe Grillo

ENGLISH ABSTRACT

This article investigates the close relationship linking the style of a political subject with the mediation of public space; the style, on one hand, shows traces of the mediatization, but, on the other hand, can succeed in restructuring the public space. Moreover, the creation of a style and of credibility, one of the main problems for any political subject, cannot be understood without considering the mediatic background where it takes place and where it finds its roots. The article starts from a general introduction to these issues and then it focuses on a specific Italian case: the building of a political identity by the comedian Beppe Grillo. He has built a distinctive style through the uninterrupted interaction and hybridization between different discursive sphere related to the public space: the traditional mediatic sphere, the virtual sphere of the blog and the appropriation of the public square.

Key words: Style, Mediatization, Politics, Public Sp.

