

Se la "politica pop" costruisce la morale

ILVO DIAMANTI

Tre mesi dopo l'avvio delle polemiche sulle frequentazioni del premier. Le reazioni della moglie. Le rivelazioni e i servizi fotografici sulle feste che hanno ravvivato le sue residenze. A Roma e in Sardegna.

Private ma al tempo stesso pubbliche. Sede di rappresentanza per missioni dello Stato. E di feste fastose, abituali a casa "sua". Dopo molte spiegazioni - date e ritratte - per spiegare vicende mai spiegate perché inspiegabili. Sentiamo echeggiare una questione, non solo in ambienti amici (suoi). Questa insorgenza morale e moralista. A chi e a che è servita? Infine la maggioranza ha vinto le elezioni europee. Stravinto le amministrative. Magari "lui" non ha ottenuto il plebiscito personale che aveva chiesto. Il "suo" partito non ha ottenuto il risultato che sperava. Però, è ancora saldamente al comando. Del partito, della maggioranza, del governo. "Lui": ha vinto anche il G8. Tre mesi di inchieste giornalistiche, fotografie maliziose, rivelazioni piccanti e imbarazzanti. E poi scandali, veline, escort. Se dopo tutto questo "lui" è ancora saldamente al comando: ma chi ne potrà scalfire il potere e il consenso in futuro? Non solo: se dopo tutto questo la popolarità del premier è calata ma non è collassata, non significa che la maggioranza dei cittadini, in fondo, gli somiglia? Pensa come lui? Definite in questi termini, le questioni ci sembrano mal poste. Anzitutto perché queste vicende hanno comunque influito sul risultato. Spingendo una quota elevata di elettori del PdL nel grande buco grigio dell'astensione. Ma, soprattutto, poste in senso meramente utilitarista. Come se il valore delle inchieste dipendesse solo da chi ci perde e guadagna. Non intendo affrontare discorsi moralisti e tantomeno morali. Non ne avrei titolo. Non scrivo per Famiglia Cristiana e non sono un portavoce della Cei. Solo un peccatore come (e forse più di) tanti altri. Mi interessa, invece, tornare su un tema già affrontato in altre occasioni. Riguarda il rapporto fra le istituzioni, i leader e gli elettori in tempi di democrazia dell'opinione. Quando i cittadini diventano pubblico. Spettatori. Le istituzioni e i leader: attori. I media: teatro. Quando i valori diventano slogan. Le politiche e i politici prodotti da vendere. Quando il privato diventa pubblico. Perché è esposto in pubblico. E ha valore pubblico. Quando il gossip: diventa linguaggio politico. È l'epoca della "politica pop". E si rischia di scambiare la popolarità per la realtà. Identificare la volontà popolare con la realtà sociale. Peggio: con l'etica pubblica. E viceversa: immaginare l'etica pubblica come un dato. Ma ciò che pensa e dice la "gente", anche in larga maggioranza, non è "innato". Riflesso della natura umana. Intanto perché una minoranza, talora molto ampia, pensa e dice diversamente. Poi perché a costruire l'opinione pubblica e la realtà sociale contribuiscono, in misura significativa, le istituzioni, chi le rappresenta e governa. Attraverso gli atti, l'esempio, le parole, i contatti quotidiani. Attraverso i media. Il "fatto" che l'intolleranza e la xenofobia montano a folate in modo non coerente con le tendenze dei reati e dei crimini. Non è un "fatto", ma un "risultato". Prodotto dall'enfasi attribuita dai media e dagli attori politici e sociali. A livello nazionale e locale. Come ha scritto Barbara Spinelli sulla Stampa: "I fatti sono reali, ma se vengono sistematicamente manipolati (omessi, nascosti, distorti) la realtà ne risente, ed è

così che se ne crea una parallela".

Si pensi all'esecrazione che, a seconda del periodo, investe i cani assassini, gli stupri, gli zingari, i romeni, gli albanesi. Gli islamici. A ondate. Oggi ad esempio pare che gli sbarchi degli immigrati si siano arrestati. I clandestini ridotti. D'altronde, se tali smettono di essere le badanti, ne abbiamo eliminati più della metà.

La realtà sociale, inoltre, è spesso trasfigurata dall'iperrealtà (come abbiamo scritto, riprendendo una suggestione di Carlo Marletti). Un ritratto quasi fotografico. Che si concentra su alcuni particolari. Li dilata oppure li riproduce in modo ossessivo. Così propone uno specchio tanto fedele quanto distorto. Riflette una prospettiva unilaterale - e per questo falsa - della realtà. Perché ognuno di noi è "diverse persone". Siamo tutti, almeno un poco: opportunisti, egoisti, xenofobi, intolleranti, bugiardi, trasformisti, evasori (latenti), diffidenti (verso gli altri e lo Stato). Ma siamo tutti - almeno un poco - anche: altruisti, solidali, generosi, ospitali, dotati di civismo, sinceri, aperti, felici di stare in comunità. E ci sentiamo tutti - almeno un poco - infastiditi: da chi dice bugie, evade, frega il prossimo, tratta male gli altri, è arrogante, prepotente, usa le cose pubbliche come fossero private e le cose private come fossero pubbliche. Tutti. (In particolare quando ci trasformiamo in vittime di questi atteggiamenti.) Per cui siamo capaci di grandi slanci e grandi chiusure. Per questo ogni raffigurazione unilaterale e caricata è irrealista quanto iperreale. È la pop-art della democrazia-pop. Dove i valori sono trasmessi dai comportamenti pubblici e privati - tanto è lo stesso - esibiti dalle istituzioni. Dall'esempio degli uomini che le rappresentano e le governano. Dai media. Tanto più oggi, in Italia. Dove i confini tra chi guida la politica, il governo, i media sono tanto sottili e confusi che quasi non si vedono. Per questo ciò che il premier dice e non dice. Quel che fa e non fa. Anche in privato. Ha valore pubblico. Forma - o deforma - i valori pubblici. E privati. Le inchieste e le critiche (di una parte solo) della stampa e della politica che tanto infastidiscono il premier, per la stessa ragione, non sono un "attentato" alla democrazia. Ma una garanzia. Un antidoto contro l'iperrealismo. Servono a correggere la distorsione di questo "specchio unico". In cui si riflette, ripetuta e dilatata all'infinito, l'immagine del berlusconi-che-è-in-noi. Fino a sovrapporla al nostro profilo. Un'idea che, personalmente, mi inquieta non poco.