

ORIZZONTI

DOPO AVER PLASMATO attraverso la televisione i sogni e i desideri degli italiani, dopo aver trasformato la nostra lingua in gergo pubblicitario, ha imposto il pensiero senza contenuti, dove conta la comunicazione e non il messaggio, cioè l'opinione

di Antonio Scurati

L'egemonia del nulla di questa destra

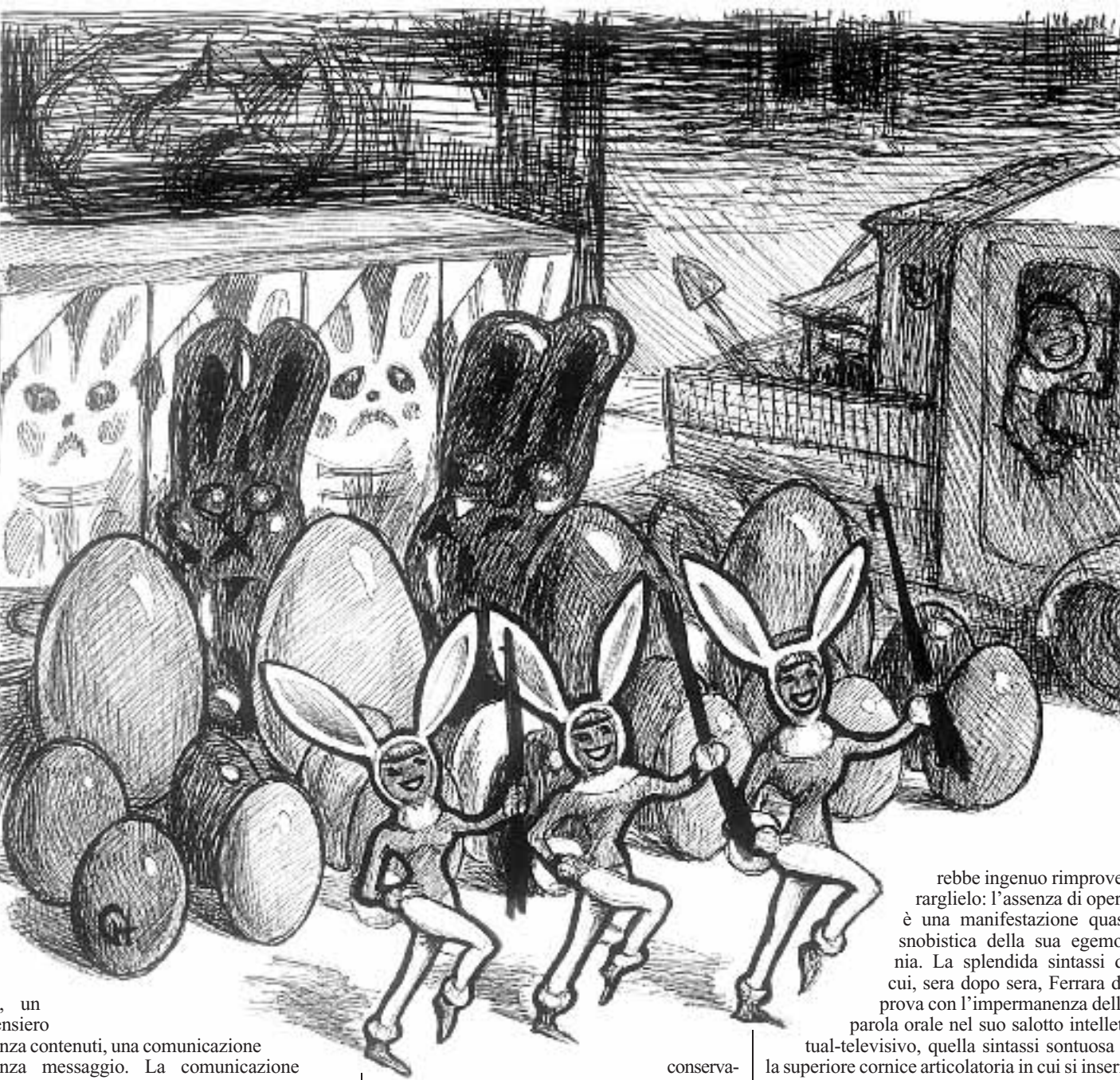
Interrompiamo la pubblicità

Vi ricordate della battaglia contro l'invasione pubblicitaria nei film trasmessi dalle tv di Berlusconi, quando si mobilitò anche Federico Fellini? Fu un' autentica battaglia di civiltà della sinistra italiana. In cui la sinistra non fu succube della destra, perché consapevole che è proprio sul piano del linguaggio e dell'espressione che si determina il destino di una civiltà o di una barbarie. Negli ultimi anni, invece, le cose sono andate diversamente. Alle tv berlusconiane, al loro linguaggio e ai sogni che ci hanno proposto, non si è mai risposto con un altro linguaggio, altri sogni, un'altra immaginazione. Anche la tv pubblica ha rincorso quello «stile», così come tutta la politica si è

adeguata al linguaggio unico della pubblicità e dell'aziendalismo. Questa destra ha permeato il Paese di un pensiero unico, un linguaggio unico che ha per sovrapprezzo il primato dell'impudenza e della volgarità. Rendendo possibile dare per scontato che, ormai, il mondo andava così (e siccome andava così, al salotto di Vespa ci si doveva andare). Berlusconi continua a dire che in Italia c'è un'egemonia di sinistra, eppure una cosiddetta «cultura di sinistra» rincorre polemiche sterili, pubblicizza libri senza qualità, si affida alle «idee» del solito gruppetto di editorialisti, non produce una televisione «normale». È ora di interrompere la pubblicità con i programmi.

st.s.

Il berlusconismo detiene oggi l'egemonia culturale nel nostro Paese. È indispensabile prenderne atto nel giorno che potrebbe segnare democraticamente la fine del dominio politico del suo capo carismatico. Questa egemonia è stata organizzata da intellettuali organici e ancora oggi vige anche grazie a una leadership intellettuale, in perfetta fedeltà al modello proposto dalla teoria dell'egemonia gramsciana. Berlusconi è, da questo punto di vista, l'autentico erede dell'insegnamento di Antonio Gramsci. Il constatarlo dalle pagine del quotidiano che proprio da Gramsci fu fondato, mi pare un utile paradosso. La leadership intellettuale della destra berlusconiana, consolidatasi in Italia negli ultimi vent'anni, durerà, infatti, anche dopo la sconfitta politica di Silvio Berlusconi. Perché, è bene ribadirlo, oggi in Italia, per quanto la sinistra colta coltivi ancora un malinteso senso della propria superiorità intellettuale, gli intellettuali dominanti appartengono all'orbita della destra berlusconiana. Suonerà come una mera provocazione, ma non lo è. A pagina 138 di *La vera storia italiana*, l'opuscolo propagandistico di Forza Italia, figura una scheda riassuntiva del pensiero di Gramsci. Fa parte di una striscia in cui si mettono a confronto due pensatori antagonisti, uno buono e uno cattivo (il berlusconismo è tanto manicheo e dozzinale sulle sue superfici quanto è amorale e sofisticato nelle sue profondità). Gramsci appartiene ai cattivi, ovviamente, ma la sintesi della sua filosofia della prassi offerta dall'opuscolo delinea perfettamente la linea strategica adottata dal berlusconismo per impossessarsi del potere: «La presa rivoluzionaria del potere si realizza non necessariamente attraverso la forza ma piuttosto tramite la capacità di direzione ideale delle classi alleate e subalterne che abitualmente sono soggetti al controllo di alcuni apparati coercitivi, come la Chiesa, i partiti, i sindacati, la stampa, il cinema, la scuola. È allora necessario che una classe in ascesa eserciti un'egemonia su questi poteri e tenda in questo modo a diventare classe dirigente già prima di conquistare il potere». Quale migliore descrizione del percorso attraverso il quale Berlusconi ha preparato la presa del potere plasmando a propria immagine con le sue televisioni la cultura popolare italiana a partire dai primi anni '80? Rispetto a Gramsci, cambia solo il fatto che gli apparati coercitivi sono divenuti persuasivi e che il sistema integrato dei media li ha sostituiti tutti. Al di là di ogni recriminazione contro il



Disegno di Francesca Ghermandi

ro, un pensiero senza contenuti, una comunicazione senza messaggio. La comunicazione trionfante mira, infatti, al dissolvimento del messaggio non attraverso il suo occultamento ma attraverso la moltiplicazione esorbitante di tutte le sue varianti. L'ideologia superiore di questo nuovo intellettuale egemone è, insomma, l'opinionismo. Mettendo in scena il teatro delle opinioni si tratta di sottrarre terreno alla verifica e alla prova, di far cadere l'aspetto concettuale, di fondare un potere sugli affetti retorici e sulla vertigine sensoriale, di indire plebisciti sui consumi. Il risultato è uno strano ibrido di populismo ed elitarismo: tenere il popolino nella sua condizione di minorità intellettuale, celebrandone l'ignoranza come nuova forma di civiltà espressa dalla cultura di massa, al fine di

conservare il potere nelle mani di una oligarchia, di una ristretta élite di ottimati della comunicazione. Un'élite che coglie nel cinismo l'unico frutto ancora offerto dall'albero della conoscenza. Una élite assisa sull'olimpico del proprio cinismo a osservare giù in basso l'avanspettacolo comico della credulità popolare. Cinismo o credulità. Così si riformula oggi l'alternativa tra conoscenza e ignoranza. Il gran sacerdote di questa nuova casta di intellettuali è indubbiamente Giuliano Ferrara. A quanto mi risulta, Ferrara non ha mai scritto un libro (ricordo soltanto una sua lunga introduzione a Leo Strass e un minuscolo pamphlet) ma sa-

rebbe ingenuo rimproverarglielo: l'assenza di opere è una manifestazione quasi snobistica della sua egemonia. La splendida sintassi di cui, sera dopo sera, Ferrara dà prova con l'impermanenza della parola orale nel suo salotto intellettuale-telesivo, quella sintassi sontuosa e la superiore cornice articolatoria in cui si inserisce ogni nostra affermazione nella sfera del discorso pubblico. L'influenza enorme che il suo giornale senza lettori ha negli ambienti professionali dei giornalisti è una prova di forza, non di debolezza: indica che oramai la sfera pubblica si è appiattita sull'unica superficie della comunicazione giornalistica, la densità del dibattito intellettuale è svaporata nelle correnti d'opinione degli influssi televisivi. La sua maestria di signore dei venti brilla più che mai quando, di tanto in tanto, interrompe l'analisi dell'attualità sociopolitica per presentare la letteratura in prima serata. I suoi scrittori prediletti servono sempre la strategia del populismo elitaristico: sono o autori di romanzi commerciali di massa presentati come raffinati scrittori (Faletti) o raffinati ideologi di impronta conservatrice-reazionaria lanciati come autori di romanzi per le masse (Piperno, Buttafuoco). I nuovi intellettuali egemoni sono lì, alla corte di opinionisti di Ferrara. Non importa a quale destra professino di appartenere (cattolica, moderata, fascista etc.). Alla corte televisiva di Ferrara appartengono tutti alla destra berlusconiana. Da questo punto di vista, Giuliano Ferrara è l'ultimo critico letterario del Novecento. Prolunga la genia di quei critici che non scrivevano romanzi ma erano più bravi dei loro scrittori perché costringevano i libri che elogiavano a produrre significati soltanto concatenandosi al loro discorso di ordine superiore. Completano il quadro l'opera di sistematico revisionismo storico-ideologico condotta dalle terze pagine dei principali quotidiani e il marketing giornalistico sapientemente applicato al prodotto culturale dai magazine di attualità. Un

Completano il quadro l'opera di revisionismo storico-ideologico e il marketing giornalistico applicato al prodotto culturale

presunto carattere illecito o antidemocratico del potere berlusconiano, è necessario comprenderne l'aspetto consensuale. Oggi più che mai. Bisogna cioè tenere fisso lo sguardo sul modo in cui il controllo viene raggiunto grazie a istituzioni che creano e diffondono strutture cognitive e affettive che filtrano la percezione della realtà sociale. Soltanto così si comprende come il berlusconismo sia stato, non una degenerazione minoritaria ma, al pari del fascismo, l'autobiografia di una nazione. Negli anni '80, a organizzare il consenso spontaneo delle grandi masse popolari all'indirizzo iperconsumistico impresso alla vita sociale dal gruppo dominante furono pubblicitari ed esperti di marketing aziendale. Nella fase del berlusconismo maturo è emersa, però, una nuova leadership intellettuale, sempre legata alle professioni della comunicazione (per lo più al giornalismo), ma anche erede della «cultura alta» tradizionalmente intesa. Si tratta comunque di un intellettuale senza opere (quantomeno senza opere significative) poiché la sua azione si esalta e si esaurisce nell'efficacia comunicativa. È un intellettuale senza opere, un'opera senza pensie-

Controversi

di Lello Voce

Mi consenta, Presidente, ma lei proprio non coglie l'evidente maleducazione che c'è nel suo cogliere al volo l'occasione per darmi del coglione.

Mi consenta, Presidente, lasci giudicare a me se è meglio dare il mio voto a sinistra, o a destra, decidere se mi convenga mangiare la minestra, o non, piuttosto, gettarmi dalla finestra. Unto com'è, non le viene il sospetto che, visto che io son nipote d'operaio, lei a me fa un brutto effetto? Non le sorge il dubbio, posto che sono anche figlio d'un pigro imprenditore, che un finanziere come lei mi faccia un poco orrore? Non ha pensato che, in quanto

nato da donna, lei mi pare un resto macho del passato? Vedremo chi è coglione e chi, invece, sarà stato coglionato.

EX LIBRIS

Certe storie non finiscono, fanno il giro del mondo e poi ritornano.

mp

IL GRILLO PARLANTE

SILVANO AGOSTI

Il partito che non c'è

Nessuno, nel paese, conosce esattamente la sua età. C'è chi dice novant'anni portati a meraviglia, chi perfino sostiene che quest'uomo, magro, vitale e sempre sereno sia già arrivato ai novantotto. In realtà quando si parla con lui, ancora e da sempre proprietario di una piccola gelateria, il problema dell'età svanisce e lascia il posto a un vero e proprio godimento. Conversare con Serino, nome misterioso e lunare, genera infatti una serenità intensa, pulsante, che costringe a sorridere durante l'intera conversazione. Famosa è, nella piccola gelateria di Serino, la scritta «Gelato gratuito agli emigranti». E quando qualcuno gli chiede «Ma perché proprio agli emigranti?» Lui pacifico risponde «Me fanno pena, credi a me, che l'ho fatto pure io l'emigrante». Serino ha la terza elementare. È famoso in paese per la fissazione di dire a tutti e da sempre che non si deve lavorare più di mezza giornata, altrimenti nessuno ha il tempo per vivere, per stare coi figli. «Se stai sempre a lavoro, muori che non sai neppure di avere avuto un'ombra». La sua bottega, in modo esemplare, da anni apre alle 19.00 di ogni sera e chiude alle 23.00. La saggezza di questo piccolo uomo si stende come un manto invisibile su tutto il paese e molti sono quelli che, grazie ai suoi consigli, sono riusciti a superare situazioni e momenti difficili. In occasione delle elezioni, accanto al cartellone delle varie specialità di gelati, in questi giorni ne è apparso un altro sul quale campeggia una grande scritta. «PARTITO CHE NON C'È Proposte per il miglioramento della vita». Segue una lista di pensieri semplici, tra cui spicca la proposta che vengano fatti marciapiedi mobili per togliere gli ingorghi delle automobili nelle città, che venga spiegato in cosa consiste esattamente il debito pubblico e verso chi si è indebitati, che sia lo Stato a provvedere affinché ogni cittadino abbia una casa, che i politici facciano del volontariato e non vengano pagati, che i bambini, gli adolescenti e i giovani non siano costretti a star seduti per ore e ore nei banchi, in una età nella quale lo sviluppo richiede un continuo movi-mento, e infine, rendendo omaggio all'ossessione di Serino, far sì che tutti lavorino con lo stesso stipendio mezza giornata, in modo da avere il tempo per stare con i figli e insomma per dar corso a un proprio vero destino. «Serino, com'è che ti sei inventato il Partito che non c'è?» «Perché i partiti che ci sono queste cose non le faranno mai, forse affidandole a un partito che non c'è...»

www.silvanoagosti.com

libro viene lanciato esclusivamente in base alle sue caratteristiche extraletterarie. Lo si decompone nei suoi ingredienti comunicabili come un piatto di cucina destrutturata e lo si serve al lettore gastronomo. Oppure lo si galvanizza in una spuma evanescente alla Ferran Adrià. È un caso esemplare della legge per cui, oramai, la comunicazione determina il prodotto: presto si scrivono e pubblicheranno soltanto i libri «comunicabili» secondo la lingua del marketing. Comunicazione e mercato. Nel punto in cui il meridiano della comunicazione interseca il parallelo del mercato si colloca l'egemonia intellettuale della destra berlusconiana. Quel punto è qui, ora. D'altra parte, a sinistra, inneggiano a Moretti perché ha raccontato un grande dramma politico e sociale con un piccolo melodramma sentimentale privato e ci compiaciamo di una generazione di giovani narratori che esibiscono con orgoglio il loro basso profilo intellettuale. Ma nessun compianto di sé. Niente è perduto. Tanto meno la battaglia per la cultura popolare. A patto di ricordarsi, con Gramsci, che, tra un giroconto e un girotondo, si è anche chiamati a combatterla.