

“ L'evoluzione del look: dal doppiopetto del '94 al girocollo sotto la giacca: la continua mania del giovanilismo

L'«abbronzato» riferito a Obama rivela che Berlusconi non è colpito dalle idee bensì innanzitutto dall'immagine del leader Usa



In libreria

Il populismo catodico e la mutazione genetica di un paese



La sindrome di Arcore

Giovanni Valentini

Ed. Longanesi

136 pagine

14 euro

— A quindici anni dalla discesa in campo, il giornalista propone una radiografia di come Berlusconi ha cambiato il Paese. Campione di un moderno populismo mediatico e a dispetto di un conflitto d'interessi che non ha pari al mondo, l'«uomo di Arcore» ha alterato il senso comune degli italiani, compresi quelli che non votano per lui».

forse c'è anche una punta inconfessata d'invidia: probabilmente al Cavaliere piacerebbe proprio essere alto e bello come Obama. E magari, sempre «abbronzato» come lui. In effetti l'espressione è tanto inopportuna quanto rivelatrice. Non solo perché dimostra una volta di più che Berlusconi, da politico antipolitico, non pratica lo stile politically correct e anche per questo ottiene il gradimento di una larga parte dell'opinione pubblica, della gente comune che pensa e parla come lui. Ma soprattutto perché l'uso del termine «abbronzato» denota che, al cospetto di un tale personaggio e di un evento epocale, il nostro presidente del Consiglio non è colpito dalle idee, dall'eloquenza o dalla carica innovativa di Obama, da quello che pensa e che dice, bensì innanzitutto dalla sua immagine esterna che pure ha certamente avuto – e forse avrà anche in futuro – un peso determinante nel successo del neopresidente americano. Allo stesso modo, il leader del centrodestra esorta i suoi a non sottovalutare il segretario reggente del Pd, Dario Franceschini, avvertendo subito che «con quella faccia da bravo ragazzo in tv funziona». Quando Berlusconi partecipa ai summit, del resto, notoriamente fa di tutto per comparire in prima fila nelle foto ufficiali. E se proprio il protocollo non lo consente, allora sale sul gradino più alto per sovrastare gli altri Grandi della Terra.

Senza alcun complesso d'inferiorità, la sua è in primo luogo un'esercitazione narcisistica, una proiezione esterna del proprio ego. È per questo che non riesce a resistere alla tentazione goliardica di fare il gesto delle corna neppure in un vertice ufficiale, come quello europeo di Caceres, in Spagna, nel 2002. E al G20 di Londra il nostro premier è tanto rumoroso da meritarsi addirittura un rimprovero della regina Elisabetta. Da parvenu della politica qual era al momento della sua «discesa in campo», all'inizio il Cavaliere ha sentito il bisogno di presentarsi in doppiopetto, con cravatta blu d'ordinanza a pois bianchi, come per rassicurare gli elettori e offrire di sé un'immagine affidabile, composta, perbenista. Poi, nel corso degli anni, è passato gradatamente a un abbigliamento più sportivo e più casual: camicia aperta sul petto, maglione blu, tuta e scarpe da ginnastica. Fino all'ultima versione, quella francamente più discutibile e inquietante, del maglione o maglietta girocollo sotto la giacca.

Caimano

Quando avvista la preda nulla lo ferma. Né limite legge o regola che valga la pena di rispettare

È più che naturale, dunque, che un uomo come lui ricorra a qualche accorgimento, tutto sommato innocente, per apparire più alto, più giovane e bello. Non è certamente il pri-

mo, e non sarà neppure l'ultimo, a usare il tacco o il rialzo nelle scarpe, anche se questo non gli basta certo per guardare Obama dritto negli occhi. E beato lui che ha il tempo, la voglia e il denaro per permettersi un lifting estetico, in modo da ringiovanire il viso, o un autotrapianto per rinfoltire un po' i capelli: la celebre bandana, esibita spavalamente in quell'occasione, era un simbolo di forza e di sicurezza, piuttosto che un maldestro tentativo di occultare una debolezza. Raccontano che quando salì la prima volta al Colle per ricevere da Oscar Luigi Scalfaro il mandato di formare il nuovo governo, Berlusconi uscì dallo studio del presidente della Repubblica e prima di presentarsi davanti ai giornalisti, ai fotografi e ai cameramen per la rituale dichiarazione, chiese di andarsene in bagno. Si assentò per un quarto d'ora e, quando ormai i funzionari del Quirinale cominciarono a temere che si sentisse male, riapparve sorridente e giulivo, pronto per affrontare la stampa. Poi, finita la cerimonia, gli addetti alle pulizie riordinarono la «Galleria della vetrata» e naturalmente anche la toilette attigua, dove – secondo il gossip di Palazzo – trovarono un piccolo beauty-case, completo di cipria e pennello per ri-

farsi il trucco. Questa è, del resto, la legge fondamentale della tv: apparire belli, pettinati, coloriti, sempre in ordine e in perfetta forma.

Non ha mai fatto mistero della sua vanità. Come tutte le personalità spiccatamente egocentriche, è un inguaribile narciso che si specchia nel successo popolare per trarne energia e vitalità. Ma è anche un uomo fortemente determinato, decisionista e perfezionista; un padrone abituato a comandare e a ottenere ciò che vuole; un social climber ispirato da un'irreversibile frenesia di raggiungere il risultato e vincere a tutti i costi. Berlusconi ha l'animo e l'istinto del rapace, del predatore, abituato a imporre la legge del più forte: il Caimano celebrato nel film di Nanni Moretti, appunto. Quando avvista la preda, non c'è niente che possa fermarlo o fargli cambiare obiettivo. Nè limite, legge, regola o regolamento che valga la pena di rispettare. Quello che è dato ai suoi concorrenti, antagonisti o rivali, si chiamino pure De Benedetti, Moratti o Murdoch, è tolto a lui, alla sua azienda, ai suoi interessi: negli affari, nel calcio, nella televisione e quindi anche in politica.

Sia detto senza offesa: Berlusconi è un vero animale da combattimento. E come il lupo del proverbio e della canzone, può perdere il pelo, ma non il vizio. ❖