

Che a trovare l'amore del calciatore e ad accogliere lo spudorato suggerimento di Berlusconi sia stata la figlia Barbara non è solo una specie di sberleffo, ma la dimostrazione che, forse, se gli italiani non se la ridono tanto, non è perché sono piagnoni e immusoniti, ma perché non posseggono tutti la villa in Sardegna o l'elicottero in giardino. Ma è il nocciolo dell'ideologia liberista, anche nella sua ultima versione nostrana: fare come se fosse tutta questione non di disuguaglianze reali, ma di mera propensione psicologica individuale. L'imperativo sociale è infatti: «Divertiti, nessuno ti impedisce di farlo!»; con chi te la vuoi prendere, allora, se non ci riesci, se non con te stesso e il tuo cattivo carattere? E come per il liberalismo di ieri se non votavi era perché non eri ricco abbastanza, così per il berlusconismo di oggi se non te la godi è perché non sei sfacciato abbastanza (o non te ne freggi abbastanza, o peggio: non evadi abbastanza). Chi sono infatti i comunisti, nel lessico del nostro premier? Dal momento che referenti reali non ce ne sono più, Mao Tse Tung è diventato

un'icona pop, mentre *Cherry Guevara* è un gelato alle ciliegie, comunisti diventano tutti quelli che sono animati dall'odio (parola preferita dal partito dell'amore), dal risentimento e dall'invidia sociale.

Italia e America

Anche il Tea Party è stato fondato da un miliardario e promosso dalle televisioni di Murdoch

Risentimento è, così, il nome del nemico. Riescano o meno i tentativi di svellere il fondamento storico della Costituzione, è già chiaro sopra cosa ha voluto fondarsi la Seconda Repubblica, da Mani Pulite alle battaglie contro la «casta»: sul grido di chi non vuol sapere cosa stia succedendo e chi porti le maggiori responsabilità, quel che sa e che gli basta è che ne ha abbastanza.

Una migliore definizione del populismo, secon-

do Zizek, non c'è. E il divertimento non è che l'altra faccia di tutto questo «non volerne più sapere», e quelli che vorrebbero invece sapere come stanno le cose stufano, sono noiosi, pedanti, risentiti e rancorosi. Sono la sinistra delle regole, delle buone maniere e della falsa coscienza. E infine, il fatto che a cavalcare simili atteggiamenti sia stato un vecchio miliardario col cerone non è un paradosso: è la regola. È così anche per il fenomeno populistico più vistoso degli ultimi anni, il Tea Party in America, fondato da un miliardario e da un miliardario come Murdoch (e dalle sue televisioni, guarda caso) attivamente promosso.

Poi, però, finisce. Zizek, che ha colto il carattere cruciale del berlusconismo, misto di «tecnocrazia liberale permissivista e populismo fondamentalista» ha sbagliato solo una cosa, a credere che «i resti della "sinistra" italiana lo accettino come un fato». Fosse la sinistra, pazienza. Ma sono gli italiani che ormai proprio non lo accettano più. ♦



Foto: M. Basso / Contrasto. Foto: M. Basso / Contrasto

LE PAROLE

Giancarlo Schirru

MA LA NUOVA LINGUA SA DI VECCHIO

La svolta impressa da Silvio Berlusconi al linguaggio politico italiano rappresenta uno dei tratti salienti della seconda Repubblica. I grandi politici dell'età precedente usavano i verbi in terza persona, e mettevano come soggetto l'Italia e gli italiani, tutt'al più le singole forze politiche o sociali. I loro discorsi traevano forza dalla capacità di descrivere in modo persuasivo il mondo, e dal delineare progetti per l'avvenire. Le poche volte in cui usavano la prima persona, questa era regolarmente al plurale («noi», e, non «io»): ribadivano in questo modo il loro ruolo di rappresentanti di grandi forze collettive e di interessi organizzati. Berlusconi, fin dal videomessaggio in cui annunciò il suo ingresso in politica nel gennaio 1994, ha rovesciato questa modalità e coniugato i suoi verbi alla prima persona singolare: il suo soggetto è «io» («l'Italia è il paese che amo»), «l'Italia» è spostata a complemento oggetto. Il suo discorso non vuole persuadere; chiama a sé i suoi sostenitori potenziali, e li mobilita esprimendo le proprie convinzioni, come ribadiscono i suoi frequentissimi: «sono convinto», «ne sono assolutamente sicuro», «sono certo».

Nello scorso decennio l'«io» berlusconiano ha occupato l'intero discorso pubblico nazionale. Non solo per la progressiva amplificazione dei toni profetici e messianici con cui egli ha chiamato di volta in volta a raccolta il suo «popolo» (i «missionari della libertà» esortati a «buttare da parte le remore, le paure, i timori»); ma anche perché i suoi stilemi sono stati replicati, in modo più o meno esplicito, dall'intero campo politico. La

politica italiana si è riempita di lessico calcistico; di parole inglesi (o pseudoinglesi) dal significato un po' misterioso, come la *devolution* o i tanti *day* a cui sono state intitolate singole campagne politiche (a partire dai berlusconiani *Tax day* e *Usa day*); di numerose *i* (dalle quattro originarie «inglese, informatica, internet, impresa»), o altre lettere dell'alfabeto.

Berlusconi è riuscito così a fare della sua persona il riferimento obbligato del lessico politico italiano: le «leggi ad personam», il «processo breve» o la «prescrizione breve», il «legittimo impedimento» e il «legittimo sospetto», il «contratto con gli italiani» brandito dai suoi sostenitori e da quanti volevano verificarne il rispetto come se fosse stato un atto giuridico effettivo. Si è creata una vera egemonia, intesa come capacità di dirigere gli alleati e di dominare gli avversari. Molti esperti di marketing politico spiegano che questo mutamento della comunicazione pubblica, fondato sulle tecniche moderne del messaggio pubblicitario, rappresenta un'innovazione imprescindibile. Sarebbe una nuova specie più competitiva rispetto a quelle che popolavano l'ambiente in precedenza. L'uomo col fucile che, nei film di Sergio Leone, incontra gli uomini con la pistola.

Eppure questa presunta novità ha una forma arcaica: basta esaminare il modo con cui, esattamente un secolo fa, si esprimeva Gabriele D'Annunzio nei suoi accorati discorsi pubblici. Così sorge il sospetto che la modalità espressiva di Berlusconi rappresenti anche il ritorno in vita di una forma pre-moderna, che ha accompagnato il ritorno della nazione nelle mani dei notabili, e il ritorno dei veri gentiluomini che sanno come mettere in riga i villani e la povera gente. Capita quindi in questi giorni di aprire un giornale e leggerne il titolo a tutta pagina: «La guerra libica divide Italia e Francia»; si dubita allora davvero su quale sia il nostro tempo presente.