

**XXIII Convegno Annuale Sisp
Roma 17 -19 settembre 2009**

**Ancora berlusconate
E se non si trattasse di populismo?**

**Paolo Mancini
(Università di Perugia)**

Le berlusconate, di cui ho già parlato, l'anno scorso al Convegno della Sisp a Pavia, non sembrano aver fine. Ormai da due mesi si è aperto un nuovo capitolo più specificatamente dedicato alle "sesso-berlusconate": non passa giorno che la vita quotidiana, spesso nei suoi aspetti più degradati, faccia ingresso nella battaglia politica che si svolge attorno alla figura di Silvio Berlusconi. Accanto ai giudizi di valore sui comportamenti del Presidente del consiglio si affacciano in continuazione termini come videocrazia, telecrazia, populismo. Anche recentemente il tema del populismo è stato ripreso da alcuni interventi pubblicati sull'ultimo numero di Reset sui quali mi sembra interessante soffermarmi anche perché confermano una chiave di lettura che mi sento di rifiutare decisamente. Ho il dubbio infatti che quello che sta succedendo questi giorni, le scelte sia di policy che anche soltanto più strettamente comunicative del Governo, e in particolar modo del Presidente del Consiglio, non possano essere semplicemente interpretate alla luce del populismo. E' proprio questa occasione che mi fa riesumere una presentazione parzialmente proposta già un anno fa.

Giancarlo Bosetti, che su Reset ha dato avvio a questo recente dibattito, ne ha indovinate tante, ha introdotto in Italia autori e teorie importanti, ha lanciato temi che si sono poi infilati nel dibattito culturale e politico italiano, ma in questo caso sta sbagliando, meglio, sta sottovalutando un importante cambiamento in atto. Scrive sull'ultimo numero di Reset: "il disagio generale per la decadenza di serietà, responsabilità, efficienza della democrazia può essere messo giustamente sotto l'etichetta del populismo". A mio avviso si tratta della medesima sottovalutazione che ormai da quindici anni sta facendo la sinistra italiana "attaccandosi", come si diceva tra ragazzini, alla questione del conflitto di interessi che pure esiste ed è importante, senza però capire la portata del cambiamento più generale che Silvio Berlusconi e il suo partito rappresentano. Ma Bosetti un'attenuante ce l'ha; aggiunge anche un'altra frase che certamente lo fa perdonare della sottovalutazione che compie. A proposito del populismo egli infatti precisa: "purchè questa parola non venga utilizzata per eludere un necessario approfondimento".

Ecco, io penso che dietro la scelta del termine populismo ci sia una tendenza a semplificare, e quindi a banalizzare un fenomeno ed un mutamento che hanno confini molto più ampi e conseguenze ancora più "drammatiche" di quanto questa parola possa lasciare intendere. La sinistra italiana sottovaluta la portata di questo cambiamento, e la sottovaluta anche Bosetti perché l'avvento di Berlusconi rappresenta, estremizzando, la fine di quel mondo a cui per decenni hanno appartenuto i politici e le strutture politiche italiane, rappresenta la fine di miti, identificazioni simboliche, visioni del mondo, ma anche la fine di strutture da cui si traeva, spesso, il reddito quotidiano. Insomma, penso che occorra convincersi che un mondo è finito, il mondo della politica tradizionale, e che uno nuovo sta cominciando. Delineare i confini di questo nuovo mondo non è facile. E, indubbiamente, non è neanche facile accettare questo cambiamento.

C'eravamo illusi, come ho avuto già modo di scrivere in precedenti occasioni. Pensavamo che le berlusconate (più avanti spiegherò che cosa intendo per berlusconate) fossero esagerazioni. O non dovessero riguardare noi. Pensavamo che

la nostra democrazia, e più esattamente il nostro sistema politico fosse immune da quanto andavano scrivendo Bell, Lyotard, Fukuyama e tanti altri ancora. Autori diversi, ovviamente, sostenitori e portatori di approcci non sempre tra loro congruenti, ma che avevano un punto in comune: tutti mettevano in luce la fine, quanto meno il radicale indebolimento delle grandi costruzioni simboliche che nel corso del XIX e XX secolo avevano rappresentato il cemento dei grandi partiti di massa europei, sia nei regimi democratici che anche in quelli autoritari. Le grandi costruzioni ideologiche su cui si è imperniato per più di un secolo il sistema politico di gran parte delle democrazie occidentali.

Il risultato delle elezioni politiche del 2008 ci dice che ci eravamo sbagliati, che avevamo sottovalutato le analisi di quegli autori, ci dice che quanto essi affermavano era vero. La scomparsa dal Parlamento italiano di tutte quelle formazioni che più di altre avevano costruito la loro forza ed esistenza su grandi ed onnicomprensive visioni ideologiche è l'indicatore principale della nostra sottovalutazione. E' un indicatore forse più importante delle berlusconate.

Ma c'è di più. A partire dal 1994 c'eravamo anche convinti, o meglio la sinistra si era convinta e ci aveva convinti, che Berlusconi rappresentasse solo un'anomalia tutta italiana e peraltro tutta legata a contingenze temporali specifiche. Il suo schiacciante successo alle elezioni del 2008, che segue quello delle elezioni del 1994 e poi quello del 2001, ci conferma che siamo in presenza di eventi che travalicano le contingenze temporali. Ci dice che l'essenza ed i problemi che "sua emittenza" introduceva non erano da rapportare esclusivamente alla storia e alla cultura del nostro paese, alla sua difficoltà ad allinearsi alle altre democrazie occidentali e alle loro regole.

D'altra parte il 1994 rappresenta per l'Italia uno spartiacque fondamentale: non a caso proprio a partire dal 1994 sono state introdotte le accezioni di "Prima" e "Seconda Repubblica". L'errore di valutazione compiuto sta proprio nell'aver ritenuto che questo passaggio dalla Prima alla Seconda Repubblica avesse un carattere puramente contingente, fosse dovuto al precipitare, in seguito recuperabile, di Tangentopoli e all'avvento di questa figura atipica quale in quel momento appariva Berlusconi. Non avevamo preso in considerazione la possibilità che con il 1994 si chiudesse una fase storica e non solo che maturassero le conseguenze di un sistema politico che per decenni si era sclerotizzato attorno ad una maggioranza condannata per sempre a governare e ad una minoranza condannata per sempre all'opposizione con tutte le distorsioni che ne derivavano, tra le quali appunto Tangentopoli.

Non avevamo ventilato la possibilità che non solo erano mutati gli equilibri internazionali che sembravano essere alla base della sclerotizzazione del sistema politico italiano, ma che piuttosto si era chiuso un ciclo storico che aveva visto l'affermarsi di una specifica accezione di politica che ruotava attorno a forti e stabili visioni ideologiche che a loro volta si incarnavano nei partiti di massa nati nel '800 e poi arrivati alla fase di massima espansione nel '900.

Bene, l'ipotesi che intendo sostenere è la seguente: la trasformazione del sistema politico avviata con le elezioni politiche del 1994 è arrivata a compimento in Italia con le elezioni del 2008. Non si è trattato della sostituzione dei precedenti attori

politici con dei nuovi, né della fine di un determinato assetto imperniato su di una maggioranza di un certo colore e di una minoranza di colore diverso. Né si è trattato di semplice riallineamento politico. E' intercorso qualcosa di più traumatico e radicale: tra il 1994 e il 2008 è venuto a maturazione un processo di mutamento sociale e culturale che ha visto scomparire quella che appariva una consolidata forma di rappresentanza politica imperniata sui grandi partiti di massa, sul loro cemento ideologico, sulle loro strutture simboliche e sulle loro strutture di aggregazione. Con le elezioni del 2008 è finita in Italia la politica ottocentesca e novecentesca. Il Parlamento uscito dalle elezioni del 13 e 14 Aprile 2008 ha una composizione del tutto nuova rispetto ai Parlamenti precedenti, almeno per quanto riguarda le rappresentanze organizzate, una composizione che rispecchia questa nuova forma della politica. In altri paesi, e con modalità differenti, questa mutazione, che Pasolini avrebbe definito antropologica, era già avvenuta negli anni precedenti con attori e strutture organizzate differenti.

Quello che oggi Bosetti, ed altri con lui definiscono populismo si inserisce in questo quadro di mutamento. Il problema è, a mio avviso, che la definizione di populismo può risultare riduttiva rispetto ai cambiamenti in atto. Come detto, questo punto di vista assume infatti che esista una “politica buona” ed una sua degenerazione, il populismo, che Berlusconi ed altri identificherebbero. Non ci si chiede se invece c'è qualcosa di ancora più “drammatico”, che, a mio modo di vedere consiste appunto nella fine della politica ottocentesca e novecentesca.

Come non è sufficiente l'ipotesi del populismo, così non basta nemmeno la teoria della mediatizzazione (Mazzoleni – Schulz, 1999), della spettacolarizzazione della politica (Debord, 1997; Swartzenberg, 1977; Statera, 1986) o quella dell'antipolitica (Campus, 2006). Tutte queste interpretazioni presentano la stessa insufficienza interpretativa. Partono tutte dallo stesso presupposto: esiste da un lato “la Politica” con la P maiuscola e dall'altro le sue degenerazioni. Non penso che sia sufficiente.

Le berlusconate si inseriscono in questo nuovo quadro della competizione e della lotta politica: non sono solo eccessi o malformazioni (sono certamente anche questo), né tanto meno sono solo delle gaffe. Berlusconi con la bandana, Berlusconi che telefona alla Domenica sportiva per sostenere la necessità che il Milan giochi con due punte e non con un soltanto, Berlusconi che fa le corna nella foto di gruppo dei Primi Ministri, Berlusconi che dà del kapò a Martin Schulz e quindi Berlusconi e Noemi, Berlusconi e D'Addario, ecc. ecc. ecc. Eccessi? Malcostume? Depravazioni? Espressioni di populismo? Forse sì, se giudichiamo le berlusconate con il metro della politica tradizionale, ma sono, a mio avviso i sintomi, gli indicatori di un nuovo assetto della politica che scompagina le vecchie forme della partecipazione alla vita della comunità. Non si tratta, attenzione, solo di espedienti o fenomeni comunicativi; c'è dietro di essi qualcosa di ben più pesante e traumatico. Non stiamo parlando solo di momenti di comunicazione: come ho sostenuto a Perugia l'anno scorso, ad un Convegno sul costruttivismo, le berlusconate rimandano a visioni, concezioni del mondo, modi di intendere, e vivere, la politica e la partecipazione politica che si “cristallizzano” (Berger – Luckmann, 1969, p. 15) e sono “cristallizzate” nelle menti e negli atteggiamenti dei membri di una comunità (o di una larga parte di essi)? Dietro

espressioni, scelte, messaggi, le berlusconate appunto, c'è una specifica realtà (“la società creata dalla televisione” per Bobbio), ci sono trasformazioni che si danno per scontate, o, come penso purtroppo sia, spesso ci rifiutiamo di accettare anche perché non siamo in grado di cogliere il nesso inestricabile tra rappresentazioni e società, tra mondo della vita quotidiana e suo significato e sue implicazioni; in altre parole non siamo in grado di cogliere appunto “i processi di cristallizzazione” in cui ogni giorno siamo coinvolti.

Le “berlusconate” danno corpo a quella trasformazione a cui si riferiva Norberto Bobbio subito dopo le elezioni del 1994 in un vecchio numero di *Reset* in un articolo non a caso intitolato “La sinistra italiana nell’era del karaoke”. Scriveva Bobbio: “La società creata dalla televisione è una società naturaliter di destra. E’ la società del festival di Sanremo, dello sport, degli spot, di Pippo Baudo, Mike Buongiorno, Beautiful e simili...Non ha vinto Berlusconi in quanto tale, ha vinto la società che i suoi mass media hanno creato. E’ la società che gode nel vedere insulse famigliole riunite intorno ad un tavolo che glorificano questo o quel prodotto”.

Ciò che è successo tra il 1994 e il 2008 è bene rappresentato dalle berlusconate perché esse rappresentano, all’eccesso, non solo le nuove forme del discorso politico, ma anche danno conto dei nuovi temi, delle nuove preoccupazioni e delle nuove forme espressive che caratterizzano la nuova politica che ha appunto sostituito quella ottocentesca e novecentesca. Contribuiscono a costruire il terreno simbolico, le forme di interazione di una nuova forma di partecipazione politica ancora tutta da definire, ed anche interpretare. Lo fanno forse in maniera estrema e, direi “tutta italiana”.

La frase di Bobbio che, a mio modo di vedere è da condividere nella sostanza, si iscrive in una tradizione e in un approccio all’interpretazione del mutamento sociale che non esisterei a definire snobistica e che alla fine, pur cogliendo l’essenza di ciò che sta cambiando, fatica però a dare un’interpretazione più complessiva capace di arrivare alla drammaticità dei mutamenti in atto perché in queste formulazioni prevale appunto l’intento normativo “dovrebbe essere in un altro modo”. Per dirla tutta, rimane in questa, come in altre formulazioni una sorta di rimpianto “per i bei tempi perduti”. E’ qui che si colloca la tematizzazione proposta da Bosetti, è qui che si colloca Diamanti quando nel “Corriere della Sera” del luglio 2008 scrive: “dai partiti di massa, ideologici, organizzati, radicati sul territorio si è passati a partiti senza società, organizzati al centro e fragili in periferia. Ma soprattutto: personalizzati, influenzati dalle logiche della comunicazione e del marketing. Una sorta di populismo mefitico, il cui inventore indiscusso e insuperato è Silvio Berlusconi”¹. Non a caso l’articolo si intitola “Il regime mediocratico”: il gioco di parole bene esplicita il punto di vista dell’autore.

Il fatto è che molti, io compreso, fanno fatica e pensare a forme di partecipazione politica diversa da quella a cui eravamo abituati che ruotava attorno al ruolo predominante delle strutture rappresentative dei partiti politici a loro volta costruiti su radicate e profonde discriminanti ideologiche e culturali. Jeffrey Jones, sociologo americano, riprendendo un articolo di Peter Dahlgren che anche io saccheggerò a

¹ I.Diamanti, “Il regime mediocratico”, in *La Repubblica* 13/7/2008

piene mani, scrive che “la politica postmoderna è sempre di più caratterizzata da uno scarso coinvolgimento con le istituzioni tradizionali (come i partiti politici, i sindacati, le diverse forme associative della società civile) e da una sempre più marcata presenza di alleanze attorno a temi e valori della vita di ogni giorno (la moralità, l’identità, ecc.)” (Jones, 2005, p. 20).

L’ipotesi populista proposta da Bosetti, ma molti prima di lui hanno sostenuto questa ipotesi (Mazzoleni –Stewart –Horsfiel, 2003), presuppone che esista una “politica buona” ed una degenerazione della politica che si identifica appunto nel populismo di Berlusconi. Penso che questa visione sia sbagliata perché la “politica buona” è finita o almeno ha fatto parecchi passi sul viale del tramonto. Certamente il populismo è esistito (e forse continua ad esistere) laddove persistono le forme tradizionali di rappresentazione degli interessi, laddove i processi di mutamento sociale che giustificano le berlusconate non sono così avanzati. E però, a mio modo di vedere, non si può più parlare di populismo nell’Italia di oggi: ciò che è cambiato, ciò che sta cambiando è più radicale e profondo. Stanno cambiando, sono cambiati, i contenuti e le strutture della “politica buona” e di fronte a questo venir meno non si può soltanto parlare di populismo.

Le berlusconate indicano tre principali direzioni del mutamento. Innanzitutto una sovrapposizione, già chiaramente individuata da Norberto Bobbio nella citazione prima riportata, tra quella che in inglese si definisce “commodification” e la politica, tra il consumismo e la politica, tra le esigenze del mercato dei beni di consumo e la politica. Come a suo tempo aveva messo in evidenza Alberto Abruzzese, già nel 1994 Berlusconi aveva scoperto, e detto a chiare lettere, che la politica si identificava anche nel consumo, nelle sue modalità e nei suoi oggetti. Ne aveva fatto delle occasioni e degli strumenti di identificazione: la bandana, Porto Rotondo erano e restano testimonianza di una logica di mercato (comprare, vendere e possedere vestiti, ville, lussi) che assumono lo status di una condizione di vita da raggiungere anche attraverso la scelta politica e non solo l’azione dell’acquisto o della produzione. Lo stesso leader assume il valore di un oggetto di consumo, con tutti i suoi valori e i suoi miti, mutando radicalmente la sua identità e quella del cittadino al quale il messaggio è diretto. In altre parole Berlusconi aveva scoperto, e detto a chiare lettere, che la politica si identificava anche nel consumo, nelle sue modalità e nei suoi oggetti. Ne aveva fatto delle occasioni e degli strumenti di identificazione: la bandana, Porto Rotondo erano e restano testimonianza di una logica di mercato (vendere e possedere vestiti, ville, lussi) che assumono lo status di una condizione di vita da raggiungere anche attraverso la scelta politica e non solo l’azione dell’acquisto o della produzione. Lo stesso leader assume il valore di un oggetto di consumo, con tutti i suoi valori e i suoi miti, mutando radicalmente la sua identità e quella del cittadino al quale il messaggio è diretto (Marshall, 1997). Ovviamente la politica ottocentesca non ammetteva questa possibile identificazione tra mercato e politica tanto è vero che, come ancora riporta Abruzzese: “Qualche tempo prima delle elezioni, in un’intervista con Minoli, a Occhetto era accaduto di confessare che con Berlusconi non ci avrebbe passato neppure un giorno di vacanza; così dicendo – e per quanto troppo in ritardo se ne era accorto pure lui – aveva dato dell’ignorante,

del volgare e magari del corrotto al vasto pubblico di chi in Berlusconi trovava più di un tratto di somiglianza con se stesso, più di una fascinazione per i suoi sogni e valori” (Abruzzese, 1994).

Una conferma (ennesima berlusconata?) della sovrapposizione tra mercato e politica, della *commodification of politics* è chiaramente rappresentata dal trasferimento di parte rilevante della struttura di Mediaset dentro la neonata Forza Italia nel 1994. I dirigenti che si trasferirono nel partito, che presero parte alla competizione elettorale trasferirono dentro la nuova struttura la loro cultura manageriale, lo spirito imprenditoriale proprio dell'impresa, le skills che la caratterizzano. Gianni Pilo con la sua avventura professionale e politica è certamente tra gli esempi più calzanti.

La sovrapposizione tra mercato e politica genera anche un'accelerazione nei tempi della politica e la progressiva scomparsa di costruzioni simboliche stabili, consolidate e di lungo periodo: il mercato ha bisogno in continuazione di prodotti ed immagini da consumare e da sostituire con le precedenti. Alla stessa stregua, anche per rispondere alle esigenze del mercato dei mezzi della comunicazione di massa c'è continuo bisogno di nuove costruzioni simboliche da porre all'attenzione di un mercato di consumatori. Le grandi e stabili costruzioni ideologiche del 1800 e del 1900 non si adattano evidentemente a questa nuova situazione.

Il secondo mutamento a cui ci conducono le berlusconate non so che esprimerlo con un termine inglese “life style”. La politica entra e si sovrappone con la vita di ogni giorno, con il modo di vivere: l'impegno politico non è più separato da come ci si veste, dagli acquisti effettuati, dalle scelte di vita. Non perché attraverso il vestito si voglia esprimere una scelta politica (lo era certamente l'eskimo per i sessantottini), ma perché attraverso la preferenza verso un oggetto si effettua una scelta che anch'essa è politica, rinvia ad un modo di comportarsi che attraverso la sovrapposizione tra mercato e politica, identifica una precisa opzione tra quelle in competizione. I cittadini danno una sempre maggiore importanza alla vita di ogni giorno, ai modi di condurla e la politica perde quei suoi connotati di universo separato da essa, come prevalentemente lera nella politica ottocentesca. Tanto più perde questa separatezza il linguaggio della politica. Il tifo sportivo (altra berlusconata, come abbiamo visto) allora diventa una dimensione della politica, perché come afferma Lyotard non è più possibile separare le grandi narrazioni ideologiche dalla enorme quantità di posizioni in cui il cittadino si trova e che sono attraversate da messaggi di natura diversa, che fanno perdere alle grandi narrazioni quel carattere di onnicomprensività che le separava dalla vita quotidiana nelle sue infinite sfaccettature (Lyotard, 1979) E lo sport, attraverso l'amplificazione della comunicazione di massa, rappresenta una delle “posizioni” a cui si riferisce Lyotard, una posizione che si mischia e si sovrappone con la politica. Essere sottoposti quotidianamente ad una miriade di messaggi provenienti in gran parte dai mass media, ma non esclusivamente da questi, non consente alla politica di mantenersi distinta e separata dalla vita di ogni giorno, non consente la sopravvivenza di un universo simbolico e quindi emozionale e partecipativo distinto dalla molteplicità degli universi in cui quotidianamente le persone si trovano coinvolte.

E questo ovviamente comporta una ridefinizione del sé: la personalizzazione della politica, l'emergere cioè di singole figure capaci di aggregare consenso va vista in questa luce e non solo come espediente per ottenere un maggiore e più diffuso coinvolgimento nella vita politica. L'identificazione con le grandi strutture rappresentative della vita politica diventa più difficile, se non impossibile: "la gente si mobilita attorno a questioni che apparentemente hanno una più immediata risonanza sulle loro vite, i loro progetti di vita, la moralità e l'identità. C'è in altre parole una tendenza per cui la politica è sempre di più espressione delle concezioni individuali e delle visioni del mondo...la gente tende a costruire identificazioni temporanee piuttosto che non identificarsi in grandi e tradizionali alleanze con le tradizionali strutture rappresentative della democrazia" (Dahlgren, 2000, p. 312.).

In questo senso l'identificazione in una singola figura personale implica anche l'accettazione, anche solo temporanea, del suo stile di vita e delle aspettative di vita che egli suscita. Berlusconi, con il suo abbigliamento, la sua villa e le sue apparizioni a Porto Cervo e Porto Rotondo, le sue battute, le sue chiacchiere da "bar dello sport" ha identificato, ha ricondotto alla sua figura i sogni ed anche la vita di ogni giorno di milioni di italiani. Ha parlato e parla come gli italiani, o almeno una fetta consistente degli italiani, parlano ogni giorno all'interno della propria famiglia. Di fronte alle opportunità di immedesimazione che la sua figura personale offriva, la struttura rappresentativa a cui egli si rifaceva, Forza Italia, passava assolutamente in secondo piano. Corollario della personalizzazione della politica è la sempre più frequente sovrapposizione tra vita privata e vita pubblica di cui, anche in questo caso, Silvio Berlusconi è esempio perfetto.

E qui stanno tutti i rischi dell'individualismo messi in luce da Bosetti e da Urbinati nell'ultimo numero di Reset, "Life style politics" presuppone non un soggetto organizzato, il partito di massa o qualsiasi altro soggetto organizzato rappresentativo di interessi, aspettative condivise, bensì un soggetto individuale. E' un soggetto individuale che crede nei sogni e nei miti del successo facile, nell'aroma del "Billionaire", nell'aspirazione a diventare "letterina" o "meteorina", ma può essere anche un individuo, come scrive Urbinati, "naturalmente disposto verso gli altri, un cooperatore, e anche una persona capace di sentire vicinanza simpatetica con chi soffre, di identificarsi con chi è nel bisogno".

Qui diventa questione di scelta di campo: Berlusconi ha scelto il "suo individuo". E' quello del primo tipo: vogliamo ammettere o no che una larga fetta di italiani si riconosce in questo individuo? Non è facile concederlo, né si possono disconoscere tutte le giustificazioni e le condizioni che hanno reso più facile tale immedesimazione, ma dall'altra parte si dovrà pure riconoscere che non solo una diversa scelta di campo è possibile; è più difficile, forse, ma non si è fatto nulla per compierla nelle nuove condizioni dell'arena politica. Appunto, perché si è più facilmente preferito parlare di populismo sottovalutando il mutamento in atto. Riducendo l'avversario politico ad un individuo dedito soltanto al consumo, si è rifiutata la possibilità di un individuo più attento ai valori della solidarietà e della comunità pur all'interno di una forma della politica distante da quella dei decenni precedenti.

Ed infine la televisione. Ha ragione Dahlgren, ma ovviamente non è l'unico, quando afferma che "la politica non esiste più come realtà separata dai mass media" (Dahlgren, 2000, p. 17). Questa affermazione va interpretata nel senso più estremo: i mass media non sono solo diventati lo strumento principale della comunicazione politica, il che oramai è un dato scontato e rappresenta l'interpretazione minimalista della frase sopra citata, ma soprattutto è bene convincersi che la cultura dei media, le loro logiche, i loro valori e i loro simboli sono diventati quelli della politica ed in questo Bobbio, pur all'interno di uno sguardo normativo, aveva perfettamente ragione. E' la cultura dei mass media, e della televisione in particolare, che è diventato lo strumento principale per capire e valutare la politica e la vita sociale più in generale (Van Zoonen, 2005).

Il fatto che la televisione sia diventato il principale mezzo di socializzazione politica produce, per dirla con Pasolini, una mutazione antropologica della politica: quando è di fronte allo schermo, il cittadino non valuta più la politica sulla base delle tradizionali e consolidate categorie bensì sulla base di categorie, per così dire estetiche ed emozionali che hanno innanzitutto a che fare con la valutazione della performance televisiva in termini di congruenza ed appropriatezza con le modalità più tradizionali del discorso della televisione (Lang – Lang, 1956).

Dovrebbe essere oramai un dato scontato: Berlusconi ha vinto e continua a vincere le elezioni non solo perché è il proprietario di Mediaset, per quanto questo conti, ma anche e soprattutto perché ha interpretato al meglio la cultura televisiva che "i suoi mass media hanno creato".

Anche in questo caso si è trattato di una sottovalutazione: penso che il ruolo della televisione sia stato sottovalutato o banalizzato. E' facile dire, ed ammettere, che tutto oggi passa per la televisione. Ma assieme a questa ammissione si pensava, si pensa tuttora, che "sì, va bene, ma poi in fondo nulla cambia, è soltanto una questione di facciata". E invece non è così. La televisione sta cambiando la vita di ogni giorno, il modo di rapportarsi con la realtà esterna e quindi anche con le istituzioni rappresentative, con quelle che finora erano state le organizzazioni rappresentative degli interessi. La percezione del mondo e della realtà esterna all'individuo oggi passa quasi esclusivamente (aggiungo il quasi per non apparire estremista) per la televisione.

Ed infine, Berlusconi non è solo. Nicholas Sarkozy e Carla Bruni non identificano forse gli stessi processi di mutamento? Non a caso Pierre Musso ha scritto un libretto di tutto interesse intitolato "Sarkoberlusconismo" (Musso, 2008). Abbiamo dimenticato la stravaganza opulenta di Pim Fortuyn: i suoi cani, la sua Daimler? E che dire, a testimonianza che la nuova politica può essere anche di sinistra, di quanto Tony Blair abbia cambiato il labour inglese e la sua componente ideologica. Certamente esempi differenti, contesti diversi, scelte politiche a volte divergenti che però mettono in luce un cambiamento radicale delle forme del discorso politico e delle stesse strutture di rappresentanza degli interessi che non può essere interpretato solo sotto l'etichetta del populismo.

Conseguenze

Che lezione ci propongono le berlusconate? Innanzitutto direi che esse sono in buona compagnia. Berlusconi non è solo: ci sono dappertutto figure politiche che, in modi diversi, testimoniano che le precedenti strutture e le precedenti forme di rappresentanza politica stanno perdendo terreno. Le berlusconate mettono in luce un fenomeno strutturale della democrazia del XXI secolo che, appunto, probabilmente avevamo sottovalutato, sentendoci rassicurati da partiti di massa che sembravano destinati a perdurare per sempre e a costruzioni ideologiche altrettanto rassicuranti.

Emerge chiaramente che i valori, i miti, i sogni sui quali si costruiva la politica alla quale eravamo abituati tendono progressivamente a scomparire, quanto meno ad indebolirsi in maniera radicale. Le grandi costruzioni ideologiche perdono la loro capacità di coinvolgimento e di richiamo, sostituite in questo da nuove occasioni di immedesimazione in gran parte tratte dalla vita di ogni giorno e quindi anche per questo sottostanti alla logica del mercato e del consumo. La cultura popolare, così ben rappresentata negli schermi di una televisione che risponde quasi esclusivamente alle logiche del mercato, sembra sempre di più determinare l'agenda della lotta politica e soprattutto le sue modalità espressive.

Forse anche per questo (so bene che sto rischiando grosso con questa affermazione) i partiti della sinistra estrema italiana sono scomparsi dal Parlamento in quanto legati a processi di identificazione che oramai riescono a coinvolgere un numero limitato di cittadini.

Ovviamente, cambiano completamente le forme della partecipazione politica: il partito elettorale – professionale (Panebianco, 1982) non solo sostituisce il vecchio partito di massa perché sono venuti a mancare i grandi cleavages sul quale esso si impennava, ma ci dice anche che occorre pensare a nuove forme di rappresentanza degli interessi e di costruzione del consenso. Forme che siano meno istituzionalizzate ed in grado di dar corpo ad agende che diventano sempre meno stabili, sempre meno certe e prevedibili (Dahlgren, 2000). Piuttosto che recepire costruzioni simboliche provenienti dalla tradizione, i cittadini preferiscono sempre di più costruire una propria struttura simbolica in cui combinare i valori della propria vita di ogni giorno con quelli proposti dai principali agenti di socializzazione: i mezzi della comunicazione di massa. Non penso che ciò significhi distanziamento dall'interesse generale e la fine dell'opinione pubblica. Il rischio indubbiamente c'è, ma c'è anche la possibilità che l'interesse generale perda quel carattere astratto e fumoso che spesso aveva nel contesto italiano per avvicinarsi di più alla vita di ogni giorno. Certo, c'è bisogno di chi sappia inserire interessi specifici e spesso particolaristici all'interno di un progetto più generale di società e di bene comune. E c'è certamente bisogno di un complesso di regole, funzionamenti, procedure che garantiscano a tutti pari opportunità e pari trattamento nelle quali i cittadini possano riconoscersi come appartenenti ad una medesima comunità. All'interno di questo insieme procedurale condiviso si devono inserire le nuove forme di partecipazione politica e i loro apparati simbolici.

Attraverso le berlusconate (oggi, come ieri) il leader del Pdl ha dimostrato la sua distanza dalla politica tradizionale, dalle sue strutture e dalle sue forme; la sua distanza dalla politica tradizionale a cui sono legati invece i partiti della sinistra e che i sondaggi ci dicono essere sostanzialmente rifiutata dalla maggior parte dei cittadini italiani. Per alcuni siamo di fronte ad una depoliticizzazione della politica (Ankersmit, 1996). Lo dice un osservatore che non guarda al caso italiano bensì a quello statunitense e ai casi di altre democrazie occidentali: le scelte politiche che pure influenzano la nostra vita di ogni giorno “non sono più decisioni politiche bensì decisioni di qualche entità anonima e sconosciuta che possiamo solo accettare come accettiamo i capricci del tempo” (Ankersmit, 1996, p. 85). Nel nostro caso le decisioni sono quelle di un soggetto notissimo, Silvio Berlusconi, accettate però non nella logica politica bensì in una logica che sovrappone stili di vita, cultura popolare, mass media e appunto scelte politiche.

Ad Aprile, a Bologna, al nostro convegno per il lancio di “Comunicazione politica”, Giorgio Grossi aveva delineato un modello di comunicazione politica che aveva definito “finzionante”, che si basava esclusivamente sull’esperienza comunicativa priva però di qualsiasi possibilità di dialogo. Penso che questa idea sia molto vicina alla mia idea di “berlusconate” purchè non si riduca ciò che si osserva a semplici fenomeni comunicativi: c’è di più. Quanto osserviamo lascia intravedere forme nuove della partecipazione politica con le quali, volenti o nolenti, dovremo fare i conti. Si comunicano sogni, modelli che trovano, a mio modo di vedere, riscontro nella vita di ogni giorno. Oggi in Italia, vince il sogno del consumo, del velinismo: non è però detto che sia l’unico modello a vincere, Barack Obama non a caso ci insegna qualcosa di diverso. E’ anche per questo che non credo che l’unificazione di politica e consumismo, la sempre maggiore attenzione ai luoghi e ai temi della vita quotidiana, il ruolo della televisione siano necessariamente di destra. Forse la destra trova in queste modificazioni un terreno a lei più consono, ma non escludo che anche la sinistra possa saper parlare ad un cittadino singolo che cerca nuove forme e nuovi contenuti nei quali riconoscersi.

Per altri ancora le berlusconate interpretano l’antipolitica (cosa diversa dalla depoliticizzazione) e l’antipolitica, come ancora ci dicono i sondaggi, è vincente. A me sembra che la tesi dell’antipolitica, così come quella della spettacolarizzazione o del populismo non riconosca a sufficienza il cambiamento intervenuto. Mi pare che continui a ritenere che esista una politica, identificata nelle ideologie e nei partiti del milleottocento e del millenovecento, ed esista una sua degenerazione, appunto l’antipolitica senza riuscire a pensare che proprio questa degenerazione, se così vogliamo chiamarla, sia ciò che ci aspetta nel futuro. E l’ipotesi del populismo non è molto distante da quella dell’antipolitica.

Nella prospettiva che ho proposto il costruzionismo ci dice che quelli che era comodo considerare come epifenomeni, le berlusconate, possono invece illustrare visioni e modalità pratiche di concepire e vivere la partecipazione politica che nascono dalla consuetudine della vita di ogni giorno e che proprio in quanto tali sono assunti acriticamente. Sta allo scienziato sociale interpretarli e trarne le conseguenze anche in termini di prassi politica.

C'è infine un'altra interpretazione che a mio modo di vedere è anch'essa soltanto parziale: "le berlusconate" identificano l'animo italiano. Gli italiani votano Berlusconi e quindi si riconoscono "nelle berlusconate" perché sono come lui: guasconi, donnaioli, insofferenti alle regole, giocherelloni, forse anche un po' disonesti. Se si unisce questa interpretazione all'altra che vede il gran potere di influenza della televisione sui costumi e sulla politica, forse qualcosa di vero c'è. Ma ciò non toglie che la vita di ogni giorno incontri la politica nelle modalità che sono proprie di ciascun paese e quindi, per quanto riguarda il caso italiano, la politica incontri uno "spirito" nostrano che non ci piace e che però accomuna una parte sostanziosa degli italiani.

Riferimenti bibliografici

- A. Abruzzese (1994) *Elogio del tempo nuovo. Perché Berlusconi ha vinto*. Genova: Costa & Nolan.
- F. R. Ankersmit (1996) *Aesthetics Politics. Political Philosophy Beyond Fact and Values*. Stanford: Stanford University Press.
- P. Berger – T. Luckmann (1969) *La realtà come costruzione sociale*. Bologna. Il Mulino.
- D. Campus (2006) *L'antipolitica al governo*. Bologna: Il Mulino.
- P. Dahlgren (2000) *Media, Citizenship and Civic Culture*, in J. Curran – M. Gurevitch (a cura di) *Mass Media and Society*. London: Arnold.
- G. Debord (1967) *La Società du spectacle*. Paris: Editions Gerard Lebovici.
- J. Jones (2005) *Entertaining Politics*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- D. Marshall (1997) *Celebrity and Power*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- G. Mazzoleni – W. Schulz (1999) “Mediatization of Politics”: A Challenge for democracy?”. *Political Communication*. 16 (3), pp. 247 – 263.
- G. Mazzoleni – J. Stewart – B. Horsfiel (2003) *The Media and Neo – Populism*. Westport: Praeger.
- P. Musso (2008) *Le Sarkoberlusconisme*. Parigi: Editions de l'Aube (tr. it. *Sarkoberlusconismo*. Firenze: Ponte alle Grazie, 2008)
- R. G. Swartzenberg (1977) *L'Etat Spectacle*. Paris: Flammarion.
- G. Statera (1986) *La politica spettacolo*. Milano: Mondadori.
- L. van Zoonen (2005) *Entertaining the Citizen*. Lahnam: Rowman & Littlefield.