

NEL SEGNO DEL BISCIONE

PAOLO MANTOVAN

C'è un'ideologia che cresce dietro il volto del "miliardario pelato" o c'è soltanto un grande spot, un immenso carrozzone pubblicitario che elemosina il voto per salvare un'impresa in crisi, una mega azienda con la coperta corta dopo l'uscita di scena dei feudatari della politica?

La scesa in campo del Cavaliere di Arcore ha posto fin dall'inizio il grande dubbio. Ma, certo, non si possono attendere troppi sacrifici prima di tentare di avere una risposta. L'unica certezza, dopo alcuni scampoli di campagna elettorale, è che Silvio Berlusconi porta con sé (e per sé) una macchina di propaganda che ha ben pochi precedenti nella storia. Perché monopolisti di tal genere non è dato vederne in nessuno degli stati liberali, né è possibile immaginare in qualsiasi altro stato democratico una simile concentrazione editoriale in capo ad un solo gruppo, il gruppo Fininvest.

La prima grande convention di Forza Italia, domenica 6 febbraio, con il primo "vero" discorso di Sua Emittenza, mandato in onda per intero in diretta e in differita nella stessa giornata da Retequattro, ha suggerito fin troppo l'immagine del Grande Fratello (così come l'ha riconosciuta anche Eugenio Scalfari, titolando il suo commento "Dacci luce Grande Fratello"). Quel Silvio Berlusconi sul palco e quello stesso faccione moltiplicato per cento sul monitor gigante, alle sue spalle, ha fatto sintonizzare immediatamente sull'onda angosciante di Orwell le prime pagine dei giornali non allineati.

E il dubbio rimane. Berlusconi è a un passo dal tracollo. Non riesce a pagare i fornitori, doppiatori e comparse attendono gli arretrati,

ma intanto il Cavaliere promette una rivoluzione fiscale, dichiara che è necessario liberarsi da un'economia assistenzialista (con la quale egli è cresciuto), convince gli spettatori che la terza età deve diventare il momento della serenità, della tranquillità economica. E invoca il voto contro il risorgere del pericolo rosso.

Certamente gli si deve dare atto che la sua è una grande scommessa. Se vince stravince, se perde potrebbe essere perduto. E' chiaro che un governo composto dagli avversari ben difficilmente gli permetterà di mantenere il monopolio della televisione privata, come è altrettanto chiaro che una vittoria del Biscione non gli impedirebbe di rendere anche la televisione pubblica un'imponente fabbrica del consenso. Berlusconi è dunque a un passo dal suo destino.

E' ragionevole, quindi, che egli metta in campo tutti i suoi muscoli, che tenti con ogni arma di vincere l'assalto finale. Ma questo spiegamento di forze, questa "chiamata, che è una chiamata alle armi" (come ha concluso il suo discorso quel 6 febbraio, in uno scenario da premiazione degli Oscar), è anche il riunificarsi di una destra scomposta, indecisa, incapace di identificarsi in un leader. E nel momento in cui neppure la sinistra può vantare una figura carismatica, un uomo in grado di diradare le nebbie, quel volto da Grande Fratello può dare pace a chi cerca, a destra, qualcuno che sintetizzi e componga le diverse spinte di Bossi e di Fini.

Ma c'è un'ideologia, c'è un programma? O ci sono soltanto slogan? La domanda, naturalmente, si propone per tutti gli schieramenti politici che si stanno delineando in questo convulso post-tangentopoli. Certo che chi dispone di una macchina da guerra di tre televisioni nazionali, due quotidiani, due fra i cinque settimanali più venduti, punterà sullo spot, sul simbolismo, sulla metafora. E in questa spirale verranno condotti tutti, perché tra il programma e l'immagine riesce difficile credere che possa vincere il primo.

Le regole, allora, le ha già fissate lui, il Cavaliere. E questa è la prima sua vittoria. In questa situazione, allora, la retorica da "avvento del Grande Fratello" non è da disprezzare; non è da accantonare come eccessiva colorazione di questa fase politica.

Stiamo soltanto uscendo (forse) dal tunnel di tangentopoli e, preparandoci ad entrare nella stretta via della nuova riforma elettorale, la

realtà appare ancora una centrifuga, una vicenda agitata, una rivoluzione da risolvere. La gente reclama concretezza, non accetta più la nuda protesta, e trova sorpassate le Cassandre che tanti oscuri orizzonti avevano previsto unendosi al coro dei sospettosi. E' il momento in cui può sorgere un messaggio semplice, lineare, pronto a farsi carico di un passato inglorioso e gettarlo dietro le spalle, perché basta, non se ne può più: dai, forza Italia, è tempo di crescere. Sì, è proprio l'occasione dello spot; la fase in cui ci si sente esausti e si è pronti a gettarsi nel focolare domestico, mentre mamma e papà s'abbracciano, Massaro azzecca il suo solito gol rossonero, e la torre di Pisa se ne resta ben storta senza crollare.

E in quello spot di Forza Italia sembra di riconoscere l'esigenza che già il fascismo di Mussolini sentiva, l'esigenza cioè di sostituire, di surrogare la solidarietà che sorge da una coscienza civica matura con quella che nasce da un mito di comunità nazionale che attiene più alla sfera del sentimento che non a quella delle idee. Una sorta di manipolazione emozionale, che ti tuffa nel salottino casalingo, nella tua benedetta privacy, felice e contento che fuori tutto funziona, che c'è un papà che pensa a tutto, e che l'Italia è bella e risplendente, forte come una squadra di calcio del Biscione.

Ma i richiami a Mussolini, al fascismo, al Minculpop, alle perfette macchine di propaganda dei cinegiornali, della radio e di tutta la carta stampata del Ventennio possono certamente mettere in imbarazzo sia chi scrive che chi legge: non c'è cosa nella storia che si ripeta uguale, visto che paragoni e distinzioni vivono solo nell'intelletto, non nella realtà, dove tutto è aggrovigliato. Eppure verrebbe voglia di pensarla come Giolitti che, scrivendo al giornalista Luigi Ambrosini, nel 1923 arrivava a spiegare la sua condotta con una lettura della storia piuttosto concreta:

Dopo agitazioni violente (e quale più violenta dell'ultima guerra?) vien su un'ondata di giovanissimi Saint-Just, Napoleone, Hoche, e migliaia di ignoti. I veri valori si affermano e restano in prima linea, gli altri scompaiono e poi il mondo riprende il ritmo normale.

Peccato che Giolitti, pensandola appunto così, credette di poter liquidare il fascismo in fretta: e così lo usò per governare, convinto di

poterne spezzare lo slancio rivoluzionario assorbendo quel movimento, imprigionandolo nella morsa di un governo in cui il primo ministro controllava tutta la struttura di polizia.

Insomma, un breve sguardo al passato potrebbe non essere nocivo, specie quando si riesce a pensare che stiamo giusto uscendo da un decennio craxiano e potremmo guardare avanti senza le pesanti ombre di accordi nel camper.

E che la destra esca allo scoperto, finalmente, è anche un bene.

Un polo si delinea e pone le misure anche agli avversari. Non solo: passa pure il pericolo di un'Italia che si spacca. Forza Italia gioca con la Lega e tende la mano a un Movimento Sociale rinnovato. E il leghismo, intanto, passa la mano: la tentazione secessionista tramonta e cresce la voglia di sentirsi eredi dei movimenti partigiani; un modo per tornare a cullare un sentimento nazionale offeso. Un modo strano per stare insieme a destra, Fini e Bossi; ma gli individualismi sono ancora spiccati. E Berlusconi, eccolo, è un collante garantito, un "self-made-man", la metafora del Milan campione. La destra c'è. Dov'è la sinistra?

■