

chi nella sua vita personale ha sempre mostrato di non tenerne un gran conto.

Sento di doverLa ringraziare anche come vescovo, benché emerito, per l'esempio che Ella ha dato di stile e di attenzione alla gente più in difficoltà. L'ultima Settimana Sociale dei cattolici, fra l'altro egregiamente diretta dal mio successore a Ivrea, ha puntualizzato come fine di una retta politica sia il "bene comune", cioè la creazione di quell'ambiente in cui i cittadini, le famiglie, le aggregazioni – ma tutti i cittadini, tutte le famiglie, tutte le aggregazioni (non solo chi è già più fortunato o più amico) – possano perseguire una vita operosa e fiduciosa.

Nei giorni scorsi qui, in Piemonte, in un incontro con i politici di ogni provenienza, il Cardinale Arcivescovo di Torino e lo stesso Vescovo di Ivrea auspicavano «una nuova politica imperniata sui valori, non la politica-spettacolo... o la politica come semplice somma degli interessi, piccoli o grandi, di lobby e corporazioni... Un 'elogio della politica alta', un appello a tutti, cattolici e laici, per un nuovo servizio alla società, nella linea della promozione del bene comune, del dialogo, secondo le indicazioni della Costituzione conciliare 'Gaudium et spes'».

Dovremmo tenere più presente questa politica alta noi cristiani, e la CEI stessa deve continuare a richiamarla con insistenza e precisione, evitando tutti, più che mai oggi, anche solo l'apparenza di compromissioni, di silenzi significativi, di comportamenti interessati. Come è stato autorevolmente ricordato, forse il vero modo di «dare a Dio quello che è di Dio», in questo campo, è «dare a Cesare quel che è di Cesare», cioè serietà, onestà, solidarietà.

Non sta a me giudicare quello che il Suo Governo ha fatto; ma ritengo che gli intenti che L'hanno guidata, la serietà, la coerenza, il dialogo, la pazienza, con cui ha agito, pur fra mille difficoltà, anche nelle ultime ore, costituiscano un forte esempio dello stile con cui tutti, proprio a cominciare dai cristiani, dovrebbero porsi al servizio del "bene comune", e di come sia possibile, quindi perseguibile, una "politica alta".

Grazie, Presidente. E auguri.

Albiano di Ivrea, 27 gennaio 2007

+ Luigi Bettazzi, Vescovo emerito di Ivrea ■

Berlusconi, la politica e il sacro

Su un recente libro di Giuliana Parotto

FRANCESCO GHIA

È possibile scrivere di un personaggio politico, che suscita contrapposte passioni, senza entrare direttamente nell'agone, senza farsi prendere dalla partigianeria, cercando cioè di mantenere un linguaggio il più possibile spassionato, avalutativo e sobrio?

L'impresa è indubbiamente difficile (e, lo dichiaro subito, non sarà quel che si propone questa recensione...), specie quando non si voglia proporre un pamphlet sociologico-giornalistico, ma redigere un saggio di politologia, in cui il criterio del distanziamento storico dall'evento che si vuole analizzare rappresenterebbe pur sempre un salubre principio metodologico. È quanto comunque tenta di fare Giuliana Parotto, filosofa politica di Trieste, con il volumetto, uscito di recente per i tipi della Franco Angeli di Milano, *Sacra Officina. La simbolica religiosa di Silvio Berlusconi*, nel quale la studiosa si propone di sottoporre a disamina critica la complessa simbologia religiosa e teologico-sacrale che soggiace alla comunicazione politica di Silvio Berlusconi.

La dovizia di materiali ordinatamente presentati limita qui il rischio di elucubrazioni teoretiche suggestive, ma immaginarie; la scorrevolezza della scrittura e la finezza dell'analisi rendono il libro di piacevole e istruttiva lettura. Che poi, presumibilmente, un berlusconiano di stretta osservanza non avrebbe mai potuto scriverlo in questi termini, in forza del vincolo di identificazione pressoché assoluta con la figura del "capo", non fa in fondo che confermare la tesi centrale di Parotto, ossia l'alone ieratico e carismatico che ammantava la propaganda politica del leader di Forza Italia.

Messianismo secolarizzato. Berlusconi come Unto del Signore

Giuliana Parotto, che scrive più un saggio di fenomenologia politica che di storia, non esamina approfonditamente le motivazioni storico-sociologiche su cui si innesta la simbologia religiosa del linguaggio politico berlusconiano. Pare tuttavia di capire che le ragioni che hanno indotto alla scelta di questa simbologia, nelle parole e nei gesti, siano due, tra di loro correlate: da una parte, la crisi del sistema politico antecedente la “discesa in campo” di Berlusconi, dall’altra parte la specificità della “macchina organizzativa” del leader di Arcore e Cologno Monzese, ossia il suo apparato televisivo-pubblicitario. Per quanto concerne il primo aspetto, vale a dire il clima da “caduta degli dei” generato dalla valanga di “Mani pulite”, che aveva travolto il sistema dei partiti tradizionali del cosiddetto Caf, analisi storico-politiche non faticerebbero naturalmente a individuare, tra le motivazioni autentiche dell’impegno politico diretto di Silvio Berlusconi, la volontà di costruzione di un sistema di protezione politica dei propri interessi affaristici non più garantiti, come in precedenza, dal blocco Dc-Psi.

Ma non è questo tipo di analisi che interessa evidentemente la Parotto, quanto piuttosto sottolineare come la costruzione di una simbologia teologico-sacrale sia funzionale, nel personaggio politico Berlusconi, a una sua profilatura in chiave alternativa alle ideologie politiche tradizionali¹.

Per fare leva sull’elettorato, per generare consenso, non è quindi ad argomenti razionali di persuasione politica che Berlusconi e il suo team si volgono, ma alla produzione fittizia di un clima ovattato di sogno, di magia, di profezia, ovvero di anticipazione di mondi futuri. La strategia sacrale, mitico-poietica, del personaggio Berlusconi è evidentemente figlia delle moderne evoluzioni del linguaggio pubblicitario e del marketing, che non si propongono più, primariamente, un compito informativo, ma un compito *seduttivo*. Il fine della comunicazione pubblicitaria di qualunque prodotto di consumo non è persuadere il consumatore della oggettiva preferibilità di quel prodotto rispetto a quelli concorrenti, ma, appunto, sedurlo, condurlo subdolamente a sé, ammiccando ai suoi più primordiali istinti e allettandolo con

¹ In fondo, nessun osservatore esterno avrà difficoltà a rilevare come anche il riferimento berlusconiano a se stesso come a un “liberale” non abbia in realtà alcun elemento che richiami effettivamente le varie teorizzazioni politiche del liberalismo: da qui la assoluta disinvoltura di Berlusconi nell’autostilizzarsi contemporaneamente ora come liberale ora come cattolico-popolare, due caratterizzazioni notoriamente, secondo i modelli classici delle classificazioni politiche, se non sempre antitetico, quantomeno alternative.

immagini oniriche e immaginifiche. Non importa cioè dire che il detersivo che ti voglio vendere è migliore di altri in termini di rapporto qualità-prezzo, ma conta sedurti con la convinzione che esso “lava più bianco”, anche incurante dell’evidente absurdità logica di questa affermazione. L’importante è che il messaggio trasmesso conservi l’alone fascinoso del piacere indotto, la chimera che l’irraggiungibile è qui, a portata di mano, basta solo che tu voglia afferrarlo...

Così, il prodotto politico “Berlusconi” deve sedurre l’elettorato convincendolo che ciò di cui esso ha bisogno è un Messia secolarizzato, un profeta di sogni, un annunciatore di speranze e di felicità edonistiche. Gli avversari vengono presentati appositamente come incattiviti, offuscati da tutto il gravame del grigiore e della noia tediosa di una vita repressa nei suoi assolutamente legittimi e gioiosi istinti di felicità, vengono stilizzati come portatori di una cultura dell’odio e del disprezzo, come invidiosi che si struggono vanamente nella infelice depressione di quelle che Spinoza chiamava le “passioni tristi”. L’Unto del Signore, invece, è vitale, sorridente, solare, usa spesso nel suo linguaggio il termine “amore”, fa ricorso a un ampio armamentario emotivo-sentimentale (la commozione, il cuore ecc.), ha successo con le donne (e anche l’*appeal* erotico è ovviamente funzionale alla costruzione del prodotto da vendere come “oggetto del desiderio”) e non perde occasione per sottolineare, non senza il sottile compiacimento della auto-flagellazione, come gravi sulle sue spalle il peso di una missione eroica, di cui egli si è assunto l’onere con chenetico sacrificio oblativo²: la missione cioè di condurre l’umanità italica alla felicità, di additare la terra promessa della libertà, di traghettare l’Italia verso l’isola edenica di un eterno paese dei balocchi, svincolato finalmente dai “lacci e laccioli” delle troppe leggi oppressive (leggi: le tasse) che si oppongono al benessere illimitato.

Il “vecchio” e il “nuovo”. Lo spazio della extra-quotidianità

In questo senso, la sacralizzazione del linguaggio politico-comunicativo di Berlusconi, ben evidenziata da Parotto, prefigura uno spazio che, con Max Weber, potremmo definire di extra-quotidianità: la politica cioè non è per Berlusconi il luogo della risoluzione effettiva di problemi

² Naturalmente, contro questa berlusconiana rappresentazione di sé in termini sacrificali a nulla varrebbe, agli occhi degli adoranti adepti, obiettare, con Molière, «Tu l’as voulu, George Dandin, tu l’as voulu», lo hai voluto tu...

concreti e quotidiani, ma la creazione di uno spazio immaginifico e ideale, di un mondo utopicamente “altro”, ben evidenziato dall’enfasi, dai chiari accenti catartici e in cui risuona l’invito messianico alla conversione, che viene riposta sulla contrapposizione tra il “nuovo”, rappresentato da Forza Italia, e il “vecchio”, ossia il tradizionale “teatrino della politica”³. La politica non è dunque il regno della realtà, ma quello della finzione, della *fiction*.

Ribaltando a suo vantaggio la nota legge sociologica della “profezia che si autoavvera”, Berlusconi non manca di far trapelare tutto il suo fastidio per le descrizioni negative della società odierna, spostando l’attenzione del pubblico dalle domande su quale stile sia necessario preservare per condurre a termine una vita dignitosa e onesta a quelle invece sul come sia possibile guadagnarsi un’esperienza di vita gratificante e felice.

L’orizzonte simbolico veicolato dai messaggi condizionanti della pubblicità, dalla moda, dagli stili di vita propagati dai *serial* televisivi, dai *reality-show* (uno dei tanti sorprendenti ossimori della cultura contemporanea...) o dalle *fiction* cinematografiche, dai rituali dello sport e dall’omologazione del gusto di una cultura di massa si traducono, nel linguaggio politico di Berlusconi, in una estetizzazione della vita, in una ricerca spasmodica di esperienze significative e coinvolgenti in cui l’elemento sacrale e religioso, in maniera perfettamente funzionale alla sua secolarizzazione, ovvero al suo esodo dai luoghi tradizionali di culto e di socializzazione del religioso, viene ad assumere un duplice ruolo⁴ di collante di emozioni e immaginari e di modulo narrativo di produzioni simboliche.

La nuova forma comunicativa della mitopoiesi simbolico-sacrale del linguaggio politico di Berlusconi adempie pertanto ad una surrettizia funzione religiosa di aggregazione comunitaria e di pacificazione spirituale del-

³ Scrive Parotto che la contrapposizione vecchio/nuovo agisce «a più livelli, tra loro paralleli e atti a rinforzarsi reciprocamente. Il nuovo rappresenta tanto la nuova proposta politica ... quanto un nuovo modo di essere, un’esperienza interiore che viene raccontata dal *leader* e a cui tutti ... sono chiamati. Anche qui, coerentemente con la fenomenologia della conversione, le caratteristiche attribuite al nuovo si possono ricondurre a una sfera pneumatica, spirituale. Il nuovo non è infatti circoscrivibile in un perimetro essenzialmente razionale, ovvero legato agli interessi e alle logiche del mondo. Non è legato alla quotidianità o financo alla progettualità di un io empirico che ragiona, e che, per questo, non riesce a trascendere se stesso. Il nuovo è collegato ad un livello superiore, fuori dal controllo dell’io, e che lo trascende. È il livello della follia, del sogno, dell’utopia, della fantasia e della creatività» (p. 33).

⁴ Conformemente peraltro a due delle possibili etimologie del termine “religione”: dal latino *religare* e *re-legere*.

le tensioni dell’esistenza quotidiana⁵. La forza evocativa del paradossale ossimoro “atei devoti”, che ha in Giuliano Ferrara il suo massimo (non solo per la mole!) rappresentante, ma che in fondo non dispiace neppure alla non celata nostalgia di temporalismo di alcuni odierni rappresentanti della curia romana (Camillo Ruini in testa), sta proprio nella preminenza del momento formale su quello sostanziale, della parvenza sull’essenza, della “messa in scena” pubblica sulla interiorità della tormentata coscienza religiosa.

Il corpo e la metafora redentiva del *lifting*

Merito indubbio di Giuliana Parotto è di far cogliere come questa dimensione mistico-epifanica della parvenza (mistica proprio in quanto consente almeno l’illusione di un contatto diretto e immediato con un trascendimento del reale e del quotidiano) si traduca con precisione, all’interno della strategia comunicativa e simbolica di Berlusconi, nella insistenza con cui viene curata ed esibita l’immagine del corpo.

Ora, non si può certo affermare che il corpo sia elemento estraneo alla propaganda politica di ogni tempo e tutti abbiamo alla mente, per esempio, le immagini piuttosto raccapriccianti dei pettorali mussoliniani o delle nuotate di Mao. Tuttavia, l’elemento di novità del corpo berlusconiano è dato proprio, sottolinea Parotto, dalla sua sacralizzazione. Attingendo a piene mani alla teoria di Ernst Kantorowicz dei “due corpi del re”, per cui il sovrano è portatore nella sua figura di due corpi, quello fisico, in carne e ossa, sottoposto alla caducità, e quello mistico, simbolizzazione sacra della indivisibilità e intangibilità del corpo politico, di per sé immortale, Giuliana Parotto sottolinea come, con l’introduzione massiccia, all’interno dello spazio pubblico, della comunicazione televisiva, per cui tutto, con operazioni sempre più sfrontatamente voyeristiche, viene appunto reso visibile e portato sulla “scena”, il corpo «diviene il centro della comunicazione simbolica, il

⁵ Ciò non toglie che la missione impartita agli adepti berlusconiani assuma talora anche i tratti della paolina “buona battaglia”: l’impegno politico di questi adepti, designati con il nome di “guerrieri della libertà” si iscrive, per Parotto, in una costellazione “di risveglio, rischio, lotta, sacrificio e salvezza. In questo contesto si possono collocare le abbondanti metafore guerresche di cui è costellato il discorso berlusconiano. La potenza del Leviatano richiede, infatti, che venga condotta una vera e propria battaglia; come i primi cristiani si definivano soldati di Cristo (2Tim 2,3; Fil. 2,25) i seguaci di Forza Italia sono definiti guerrieri di libertà” (p. 41).

cardine attorno a cui ruotano istanze normative», si fa «paradigma attraverso cui si mostrano qualità morali e personali» (p. 75), in una parola diventa metafora politica per eccellenza.

Così, corpo del leader e corpo della nazione si fondono in uno: se il corpo del leader si mette a dieta, anche lo Stato deve essere messo a dieta; se il corpo del leader si sottopone a operazioni di belletto, anche il corpo pubblico necessita di un *lifting*, e lo stesso dicasi per la ricrescita (oh miracolo!) dei capelli del capo, in cui non si farà fatica a riconoscere l'*analogon* della ricrescita dell'italico fulgore: il progetto che il corpo privato e il corpo pubblico (che nella comunicazione sono appunto diventati un corpo solo) sono chiamati a incarnare è quello di apparire *fit*, in forma, allenati, pronti a affrontare ogni genere di sfide.

Da qui, il carattere simbolicamente redentivo, l'enfasi salvifica e tau-maturgica che viene posta sulla cura del corpo, in cui anche gli elementi di pesantezza e debolezza, di finitudine, rappresentati dalla malattia vengono trasfigurati e sublimati come emersioni di quanto di negativo e di antivitale ancora vi è da combattere e da vincere: «se la ritrovata salute – scrive Parotto – è un elemento che va a rinforzare la figura del *leader*, d'altra parte è evidente come la malattia in quanto tale sia un capitale simbolico. La emergenza deiettiva, il 'negativo' connaturale alla natura ambivalente del sacro, si fa garante di purificazione: la guarigione del *leader* è promessa e garanzia di guarigione per tutti» (p. 86).

E allora? Per chi, ahilui e ahinoi, berlusconiano non è, non resterà altra via che pronunciare sconsolatamente, con Virgilio (prima che diventasse un motore di ricerca), l'*una salus victis, nullam sperare salutem?* No, la speranza, per chi scrive queste note, è, sommessamente, ma ostinatamente, diversa... ■

Una donna contro Guantanamo

MIRCO ELENA

Uno dei personaggi più interessanti presenti al XXI Corso invernale dell'Isodarco (Scuola Internazionale sul Disarmo e la Ricerca sui Conflitti), svoltosi recentemente ad Andalo, è stato l'avvocata americana di origine indiana Gitanjali Gutierrez, affiliata all'organizzazione "Center for Constitutional Rights" di New York. Già in giovane età si era interessata ai temi sociali, ai diritti delle donne e delle minoranze razziali e in generale ai diritti umani. Poi all'università aveva studiato legge, per avere strumenti che le avrebbero permesso di migliorare la condizione umana. E non c'è dubbio che questo suo desiderio si sia avverato. Oggi è uno degli avvocati che hanno regolare accesso ai prigionieri del GTMO (pronuncia: ghitmo). Questa sigla, nella terminologia militare americana, indica sinteticamente un luogo diventato tristemente famoso: Guantanamo, l'enclave statunitense presente sull'isola di Cuba, ove sono state reclusi, senza processo, senza diritti, e anche spesso soggette a torture, ottocento persone a partire dal 2002, nell'ambito della cosiddetta "guerra al terrorismo" dichiarata dal presidente Bush¹.

Dopo la laurea conseguita nel 2001 alla Cornell University Law School di New York, la Gutierrez ha insegnato terrorismo e normativa internazionale sui diritti umani. La sua carriera è stata totalmente condizionata dagli attacchi del settembre 2001 alle torri gemelle e al Pentagono. Dal 2003 è stata tra i primi legali ad occuparsi dei casi di detenzione di "combattenti nemici" a Guantanamo e negli altri *black sites*, i "luoghi neri" ove chi viene imprigionato perde ogni diritto e protezione.

¹ L'età dei prigionieri al momento dell'incarcerazione va da 9 a oltre 80 anni; provengono da oltre 40 paesi diversi (uno ha la cittadinanza americana, poche decine quella europea). In stato di detenzione ci sono stati cinque decessi, di cui quattro per suicidi e uno per malattia. Attualmente i prigionieri sono meno di 300. Una mappa di Guantanamo si può trovare ad esempio nel sito <http://www.geographicguide.com/america-maps/guantanamo.htm>