Power point al potere

Marco Belpoliti
11 Marzo 2011

Guardate questa immagine. È comparsa ieri sugli schermi dei televisori e oggi sulle prime pagine dei quotidiani. Cosa si vede? Il Presidente del Consiglio che mostra un disegno. Si scorge la bilancia della Giustizia, simbolo della prudenza, dell'equilibrio, in due differenti posizioni: sulla sinistra di chi guarda, uno dei piatti pende pesantemente verso il basso; sulla destra, invece, i piatti sono in perfetto equilibrio. In alto, la scritta: "Il giusto processo". Naturalmente l'uomo politico che regge il disegno, e lo esibisce davanti a telecamere e fotografi, intende dire che lui ha riportato in equilibrio i due piatti della bilancia, e dunque della Giustizia. Oggi su "La Repubblica" Filippo Ceccarelli, memoria iconologica della politica italiana, scrive giustamente che si tratta di un intervento da piazzista, da imbonitore del porta a porta, e ricorda le altre occasioni in cui Berlusconi è ricorso alle immagini per veicolare un suo gesto politico, per convincere o sedurre gli elettori parlando dallo schermo televisivo. Un'immagine comunica un messaggio diretto, immediato, e vale, come si dice, più di mille parole. Non c'è dubbio che sia così. Il disegno ha una grande forza persuasiva che sembra superare persino i discorsi.

Negli ultimi decenni, grazie all'avvento pervasivo del mezzo televisivo, la parola è diventata dominante nella politica, e non solo lì. Non la semplice parola, il discorso, il comizio, la discussione, ma la parola nel suo aspetto, come si dice, "performativo". Come ha sintetizzato il filosofo John L. Austin, "dire è fare". Parlando, afferma Austin, si compie un "atto linguistico": si produce qualcosa dentro chi ascolta, ma anche intorno. Parlando, scrive Austin, si attua un cambiamento, poiché l'atto di parlare è una vera e propria azione. Lo possiamo verificare in molte occasioni della nostra stessa vita privata, nelle relazioni con il partner, con gli amici, con i figli, con i colleghi. La politica nel corso del XX secolo, ovvero da quando i mezzi di comunicazione di massa sono diventati così importanti – prima la radio, poi la televisione – si è fondata sempre più sugli atti linguistici, sulla loro capacità di produrre azioni, di essere "performativa".

Chi ha visto di recente al cinema *Il discorso del re* di Tom Hopper, ha verificato come la presenza della radio imponesse al capo della nazione inglese di non balbettare, di parlare fluentemente, per sostenere con la parola il morale del suo paese in guerra. Da allora, dal 1939 ad oggi, le cose sono andate molto avanti. Buona parte del potere di Silvio Berlusconi si fonda su questo: dire è fare. "Abbiamo fatto questo…", "Faremo quest'altro…", "Ho fatto…" ecc., tutte frasi che ci sentiamo ripetere con grande frequenza e che producono effetti elettorali molto evidenti. Il possesso della televisione, del megafono televisivo, è il fondamento del potere dell'attuale Presidente del Consiglio; lo si è detto molte volte, ma è Austin che ci spiega perché è proprio così. Ora, però, dire non basta più. O meglio, non basta in certe occasioni, là dove la materia del dire diventa complessa, come nel caso di una riforma – o meglio contro-riforma – della Giustizia e dei suoi meccanismi. Come dunque comunicare che "dire è fare"? Col disegno. Il disegno possiede una grossa prerogativa: può dare forma ad un'idea. Meglio: rappresenta l'idea. Non è necessario avere fatto degli studi specialistici per saperlo. Basta ricordare i libri delle scuole elementari, i vecchi sussidiari, che costituiscono, sia graficamente sia concettualmente, la fonte dell'immaginario didattico di Silvio Berlusconi. Ceccarelli ricorda la frase del Cavaliere ai suoi dipendenti e seguaci: "Ricordatevi che il pubblico medio che vi ascolta in tv ha fatto la seconda media, e magari neanche nel primo banco". Un dettaglio che va riferito prima di tutto a lui, al Cavaliere. La sua cultura visiva è fondata sulle illustrazioni del libro di scuola elementare, e poi sulla lavagna, sulle carte, le mappe, i cartelli, un tempo appesi nelle scuole di primo grado del Belpaese.

Ma perché il disegno si avvicina di più all'idea? Per via della sua capacità d'invenzione. Il fotografo per attestare la verità del suo scatto deve sempre aggiungere un commento scritto, una didascalia, che invece per il disegno non serve: il disegno è la didascalia di se stesso. Se poi, come nel caso di cui stiamo qui parlando, il disegno è anche un simbolo, l'efficacia dell'idea che si vuole comunicare aumenta ancor di più. La bilancia, accanto alla spada, non a caso assente nel teatrino berlusconiano, è il simbolo stesso della Giustizia, e dunque della Verità medesima. In più, nel caso del disegno mostrato ai giornalisti e fotografi, il Presidente aggiunge un piccolo elemento che campeggia in quasi tutti gli schemi della comunicazione informatica e nelle immagini esplicative dell'azione: la freccia. La freccia indica il passaggio dallo squilibrio all'equilibrio. La freccia di colore rosso, da lui utilizzata, è perfetta; il rosso si vede meglio, ma è anche il nome di un treno ultraveloce, è associato alla Ferrari: il rosso come il colore di quelli che vanno veloci. Oggi, come ieri, del resto, la lotta politica si fa

con i simboli, oltre che con le parole come atti. In questo Berlusconi sembra molto perspicace. Utilizza immagini tradizionali, ma non in forma pura, se così si può dire, bensì ibridando la memoria da scuola elementare con la grafica manageriale, quella con cui si illustrano nelle riunioni i piani economici, le strategie di marketing, i concetti forti della propria impresa (convincere i propri dipendenti e promotori è il primo passo per convincere tutti). Una grafica elementare, poco elegante, efficace: tuttavia, e qui sta il punto, riduttiva concettualmente.

Edward R. Tufte, un geniale studioso di grafica, l'ha spiegato in *The Cognitive Style of Power Point* (2003): questo sistema grafico, che guida la comunicazione delle aziende, obbliga a esprimere i concetti in *bullet point* con un massimo di quaranta parole che devono essere lette in una manciata di secondi, così che il ragionamento si riduce notevolmente, a vantaggio delle brevi frasi pronunciate dallo speaker durante la riunione. Così fa l'aziendalista Silvio Berlusconi con il disegno della Giustizia. Con lui, possiamo ben dire che Power Point è andato al potere. Per smuoverlo da lì occorrerà una buona dose di fantasia, immaginazione e nuovi concetti. Ma anche di complessità: semplificare non serve, lo fa già lui, meglio di tutti. I simboli sono necessari; nuovi simboli, ma anche e soprattutto i vecchi simboli. Molti di questi sono stati buttati alle ortiche. Forse bisogna recuperarli da lì. Servono ancora.

berlu_02_672-458_resize.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO