DOPPIOZERO

Bersani, il benzinaio

Gianfranco Marrone

11 Ottobre 2012

Nel Belpaese, come sempre, domina l'industria dell'auto. Non foss'altro che per additarla come diavolo imprescindibile. Tutti se la prendono con Marchionne perché sbeffeggia l'Italia, e lui minaccia di rifare quanto ha già fatto: andarsene all'estero, tacciando per giunta Firenze, simbolo universale dell'italianità, d'essere una "piccola città". Fatto sta che in questa campagna elettorale permanente che è la politica italiana, nel bene come nel male il problema dell'automobile, e con essa degli spostamenti in lungo e in largo per la penisola, continua a essere centrale. Come viaggiano i politici? Jet privato, aereo presidenziale, auto blu con autista in divisa, volo lowcost, frecciarossa, camper, bicicletta? L'identità dell'uomo politico medio, scafato o rampante che sia, passa anche da questa scelta circa l'asse viario da imboccare e il relativo mezzo di trasporto su cui balzar su. Così Grillo, in un rovesciamento di tendenza che finisce per rafforzarla, decide di attraversare a nuoto lo stretto di Messina, con un'impresa che manco il Duce, nondimeno muscolosissimo, avrebbe saputo pensare e realizzare.

È questo lo scenario in cui occorre inserire la mossa simbolica di Pierluigi Bersani, che ha deciso di far partire il suo tour elettorale dalla piazzola della stazione di servizio dove per lunghi anni aveva lavorato il papà, e dove anche lui, da ragazzino, ha provato la rude esistenza di chi, all'addiaccio, deve star lì a fare il pieno ai Tir di passaggio. Come se non bastasse, le teste d'uovo che curano la sua comunicazione hanno scelto, per pubblicizzare l'evento, un'immagine al tempo stesso forte e banale, bella e brutta insieme, ma sicuramente originale nel panorama desolante dell'iconografia politica media. Si tratta di un celebre quadro di Edward Hopper, pittore della quotidianità americana più leggendaria, intitolato "Gas" ("Benzina"), dove un omino pelato, a fine giornata, sta per riporre la pompa prima di rientrare nel casotto lì accanto dove trascorrerà la notte solitaria.

A tutta prima, l’immagine non esprime certo allegria o voglia di fare. La classica frontiera dell’immaginario americano è tradotta nel passaggio dal giorno alla notte. Tutto è in bilico e tutto è fermo, immobile, sempre uguale, fra le ombre del bosco sullo sfondo e il chiarore fosforescente che proviene dall’abitazione puzzolente del benzinaio. Ma proprio da questa tristezza emerge tutto il valore mitico del quadro, e soprattutto il suo uso nella comunicazione elettorale dell’attuale segretario del Pd, stretto fra una destra arrivista per adesso in cerca di sé e un giovane sfidante alle primarie che vuol rottamare, come i TQ nell’editoria, le generazione *d’antan* di cui lui, Bersani, fa parte integrante. Altro che pettinare le bambole, qui c’è un lavoratore che fa sempre e comunque il suo dovere, qualunque sia il clima del momento: meteorologico, psicologico o politico che sia.



Un dettaglio nell’immagine suggerisce una seconda chiave di lettura. La tela di Hopper è stata infatti ritoccata in funzione della sua nuova destinazione comunicativa. Laddove, nell’originale, nel cartello della pompa di benzina campeggiavano il nome e il logo della marca dell’azienda petrolifera (Mobilgas, con un bell’ippogrifo che spicca il volo), troviamo adesso il marchio di un nuovo brand che ha preso il posto del primo. Su sfondo bianco, nel primo rigo c’è “Bersani”, con le sette lettere separate in altrettanti quadratini rossi; nel secondo c’è “2013”, con i quattro numeri separati in altrettanti quadratini verdi. Ecco il tricolore, ma con una dominante cromatica in rosso. Niente di più chiaramente simbolico.

Quel che si coglie è un uso sapiente e furbo delle forme più tipiche del discorso di marca, il quale, si sa, riprende dall’immaginario sociale i temi e le figure emergenti riciclandole per i propri fini specifici. I brand, come i miti degli amerindi, si parlano fra loro: se uno racconta una cosa, l’altro fa l’opposto, proseguendo il racconto verso tutt’altri scopi, oppure narrando l’antefatto e stravolgendone il senso. Ecco allora sentir risuonare l’interrogativo metafisico che la mossa strategica di Bersani lancia all’opinione pubblica italiana: Renzi va in camper, lo sappiamo, ma chi gli rifornisce la benzina?

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



Tutti a Bettola!
domenica 14 ottobre ore 11
piazzale Cristoforo Colombo

bersani2013.it / tuttixbersani.it
Bersani 2013