DOPPIOZERO

Essere #matteorenzi

Nello Barile
22 Marzo 2015

Il nuovo libro di Claudio Giunta *Essere #matteorenzi* (Il Mulino, 2015) s'aggiunge all'ondata di testi dotti sul premier che, insieme alle prime uscite più leggere e tendenzialmente celebrative, si riversa copiosa sugli scaffali delle librerie italiane, per nutrire quello che è ormai quasi un genere letterario. Il titolo suggerisce la questione fondamentale che è affrontata più o meno esplicitamente negli undici capitoletti del libro. Parafrasando un po' *Essere digitali* di Negroponte – bibbia degli entusiasti della rete – e un po' *Essere John Malkovich* – critica del protagonismo della gente comune che s'inguaina nel corpo della celebrità – il ragionamento di Giunta lavora su due aspetti fondamentali che riguardano il problema dell'ontologia. Il primo è quello dell'essere delle cose o dei fatti che grazie all'abilità comunicativa del leader svaporano e diventano sempre più evanescenti (come gli atomi che si trasformano in bit di Negroponte), mentre il secondo livello ontologico è quello dell'identità stessa del leader politico, resa sempre più elastica e messa a disposizione delle nuove esigenze identificative del suo pubblico, che altri hanno definito come *look at me generation*.

L'autore esordisce con una testimonianza autobiografica che si svolge nella città in cui egli insegna e ha come oggetto una delle prime apparizioni di Renzi come Primo ministro, durante il festival dell'economia di Trento. Il cammeo imprevisto e fuori programma del premier al noto evento diretto da Tito Boeri è in grado di dare una scossa a quella città "sonnacchiosa" e di oscurare altri eminenti relatori come ad esempio Marchionne. L'apparizione del premier funge da espediente narrativo per catapultare il lettore nel cuore di un'analisi che vuole sviscerare il profilo identitario, lo stile retorico e la competenza comunicativa del giovane leader. Con un cambiamento improvviso di registro, l'autore passa dal racconto dell'evento alla disamina della struttura retorica del discorso renziano (p. 12), da cui trapela un'abile tendenza alla "surenchère": a rilanciare in risposta a una domanda mirata, allargando il campo o spostando l'obiettivo da una dimensione circoscritta a una più ampia, capace di svincolare l'intervistato sa un'interpretazione univoca o una posizione netta (D. Chi vogliamo alla guida della UE? R. La questione non è chi vogliamo alla guida della UE, ma che cosa chiediamo al futuro presidente della UE, e noi chiediamo...*)*. Sempre durante il Festival dell'Economia, il premier prende in mano la situazione trasformando il suo intervento in uno *one man show*, tanto che alla fine si mette anche a fare le domande a Mentana su come vede l'Italia del futuro; e l'altro si sente pure obbligato a fornirgli una risposta (p. 13).

Fotomontaggio ironico di Renzi infiltrato al selfie della cerimonia degli Oscar. Immagine presa da Corriere.it

La vicenda è utilizzata dall'autore come pretesto per elevare il discorso dall'analisi linguistica verso la pista ontologica indicata nel titolo. L'episodio testimonierebbe difatti la concezione del premier secondo cui "le «cose in sé» non esistono… le cose sono ciò che mettiamo dentro alle cose, che non esistono fatti ma solo interpretazioni" ovvero "quello che conta è soltanto lo *storytelling" (p. 16).* Così con pochi balzi ci ritroviamo gettati in una problematica più grande di una casa, ovvero nella disputa tra i seguaci (coscienti o inconsapevoli) di un postmoderno declinante e invece i fautori del cosiddetto nuovo realismo. L'aspetto decisamente parodico di questa faccenda sta nel fatto che l'ascesa del renzismo si è consumata nel corso di pochi anni, nell'esatto momento in cui il filosofo Maurizio Ferraris (non citato da Guida) era impegnato a subissare le pagine della stampa nazionale con un nuovo mantra che avrebbe dovuto rimpiazzare il pensiero debole dei postmodernisti. Il grande mutamento di paradigma della filosofia contemporanea, tradotto nei termini della nostra becera politica, avrebbe dovuto salutare il tramonto del ventennio berlusconiano, consacrato alla decostruzione sistematica dei "fatti" e al trionfo di un regime iperspettacolare, in favore di un ritorno alla realtà tangibile, oggettiva, inemendabile. L'ironia della storia ha fatto sì che la profezia di Ferraris fosse totalmente disattesa grazie alla scalata di Matteo Renzi, la cui comunicazione ancor più profondamente di quella berlusconiana è in grado di piegare sotto il proprio verbo la trama di una realtà sempre più debole. Il concetto di storytelling, usato dall'autore in senso non propriamente tecnico, sarebbe dunque il punto di arrivo di questo ulteriore trionfo delle interpretazioni sulla cogenza dei "fatti".

Il terzo capitolo ci riporta con i piedi a terra. Si torna a riflettere sullo stile linguistico del premier che Giunta considera come un italiano poco pregiato ma ancor più fallimentare nella sua versione in lingua inglese (p. 21). Oltre ai proverbiali giochi di parole, la tecnica retorica di Renzi si fonda sui "truismi", ovvero su ovvietà che sfruttano la forza empatica del senso comune. Ma più che su semplici ovvietà, lo stile retorico del premier, paragonato alle pubblicità nel Frecciarossa, si fonda su una vocazione eufemistica, volta a edulcorare ogni discorso per renderlo compatibile alla sua visione escatologica (fondata sul valore chiave della speranza). Così parlando della missione Mare Nostrum, Renzi può dire "Se un bambino rischia la vita noi lo salviamo", sostituendo nella narrazione la realtà allarmante dell'extracomunitario sul barcone con l'immagine più consolatoria del bambino.

L’investigazione di Giunta diventa particolarmente encomiabile nel momento in cui giunge a vagliare criticamente uno dei concetti chiave della visione renziana. Quello che politici e imprenditori recitano supinamente come risorsa chiava dell’economia e della cultura nazionale. Si tratta di un giacimento inesauribile di bellezza e di creatività nonché fonte illimitata di ricchezza e di sostentamento dei cittadini. In altri termini l’autore affronta in maniera laica e disillusa la retorica del made in Italy, intesa qui come nervo scoperto che rivela la fragilità della politica nazionale. Se fino a ora il regime comunicativo postmoderno di Renzi aveva esaltato le “interpretazioni” a scapito dei fatti, ora specularmente esso si ritrova a trasformare in fatti quelle che sono mere interpretazioni soggettive, tutt’al più cliché messi a disposizione del pubblico internazionale. È pertanto messa a nudo l’esistenza di un genius loci nostrano, ovvero l’idea – avversata da gran parte dell’antropologia contemporanea – che esista un talento ascrivibile a uno specifico carattere nazionale. Con scrittura leggera ma pregnante, Giunta riesce a demolire una concezione intuitiva e pericolosa: il made in Italy come nocciolo duro, solido e profondo, la cui essenza va ritracciata scavando nelle viscere della cultura nazionale. Difatti “Renzi non ha dubbi sull’esistenza di un *genius loci* assopito che aspetta soltanto l’occasione giusta, l’uomo giusto per risvegliarsi e generare un nuovo Rinascimento. Basta essere noi stessi (p. 22)”. Nei passaggi più significativi di questo libretto, che assume sempre più le fattezze del pamphlet, compare la figura dell’amico snob che è una formula usata per ammonire il premier della vacuità di alcune sue posizioni. In questo caso l’amico snob suggerisce che un modello economico fondato sul posizionamento alto nei mercati del lusso e sulla mera offerta turistica-culturale sarebbe “asfittico per Mykonos”, figuriamoci per un “paese di sessanta milioni di abitanti” (p. 23) che dunque non può accontentarsi di essere una “nazione di camerieri” (p. 21).

Il vizio logico in cui ricade la retorica renziana diventa ancor più evidente quando dall’esaltazione del made in Italy come “fatto” fondamentale, si passa alla reificazione dell’italianità stessa. In questo starebbe la differenza tra i miti fondativi di altri paesi europei (la Grandeur francese, la hispanidad, il Reich tedesco) e

quello tipicamente italico basato su uno specifico “orgoglio legato all’essere”, ovvero sulla presunta esistenza di un “soft power” tipicamente nazionale che “non si manifesta nelle guerre ma nei dopoguerra, non nelle tragedie ma nei dopo-tragedia” (p. 25). L’azione caustica di una critica legittima, anzi auspicabile, raggiunge vette elevate quando cita Guido Calogero chiudendo il cerchio del rapporto tra passato e presente, dato che, secondo il grande filosofo, il principale talento italiano risiede nell’“incommensurabile capacità di vivere sulle finzioni”. Per non parlare del coraggioso atto di accusa contro alcuni passi di una celebre canzone di Gaber che giocano su uno spirito anti-italiano ma proprio per questo ricadono nel perimetro di un’italianità stantia e tutto sommato di retroguardia. Allo stesso modo Giunta procede con passo deciso a smantellare i principali miti fondativi che si annidano dietro lo stereotipo del made in Italy. Dal Rinascimento che pretendiamo di insegnare al mondo quando forse è il mondo ad averci ha insegnato il suo valore, e ancor di più sul mito del Boom economico che solo recentemente si è sostituito al mito della Resistenza, forse da quando la curva d’espansione dell’economia nazionale ha iniziato a incamminarsi verso la fase del declino. Giunta ha il coraggio di passare in rassegna anche gli eroi che hanno cavalcato quel formidabile momento espansivo e tra tutti persino l’Olivetti, consacrato dalle fiction di Rai Uno e messo da Renzi al centro di un Pantheon, per consacrare gli anni sessanta come anni del modernismo, del velocismo, dell’aerodinamismo (vedi la vespa esposta sul palco della Leopolda) attraverso una paradossale nostalgia del futuro.

A differenza di altri protagonisti della politica che celano dietro il loro fare assertivo uno sfondo di vita triste (da Berlusconi a Grillo), Renzi rappresenta una chiara eccezione. Sebbene appartenga alla classe degli “overachiver”, egli non è condannato a vivere “vite aride, devastate dallo stress, dalla solitudine e dal senso di colpa” (p. 45), ma anzi può orgogliosamente esibire una totale pienezza umana e relazionale. Non pare disporre del fatidico “lato oscuro”, che contraddistingue tutti i potenti da Andreotti a Dart Fener, bensì è totalmente trasparente a se stesso: una “versione solare, sbarazzina, contro-controriformistica del cattolicesimo” (p. 47). Tuttavia questo quadro psicologico armonico e sostanzialmente aproblematico, deve esprimersi attraverso una “retorica reattiva” (ib.) che considera il conflitto come prodotto di scarto dell’azione politica, ovvero una “deviazione dall’ordine naturale delle cose” quando invece esso è “il prodotto inevitabile della vita associata”. Ciò che a Giunta forse sfugge è che nella strategia d’affermazione del renzismo più che un nemico generico inteso come gufo o come musone, il vero nemico è colui che è più prossimo al perimetro di azione del PD. Ovvero la minoranza PD, i professoroni, i magistrati e soprattutto i sindacati (più Camusso che Ladini, anche se le ultime iniziative di quest’ultimo lo renderanno forse ancor più nemico della prima), ecc. In altri termini, come ho precisato nel mio *Brand Renzi* (Egea 2014), più che una mera contrapposizione frontale tipica del modello schmittiano amico/nemico, il metabranding renziano utilizza un “fuoco amico” con cui può colpire i dissidenti “interni” e così facendo è in grado di accreditarsi presso un pubblico più esteso di quello del centro-sinistra.

A ben vedere la volontà di combattere il conflitto con il conflitto dimostra che Renzi, a differenza di Berlusconi, non può essere semplicemente liquidato come un degno prodotto della cultura postmoderna (termine che Giunta non utilizza ma a cui allude continuamente nelle sue analisi comunicative). L’orizzonte valoriale del leader, sebbene inebriato dalla cosiddetta ideologia californiana, è a ben vedere quello di un italiano medio legato a doppio filo a famiglia, terra e religione. Allo stesso modo il suo “fare” volitivo, sebbene simile all’approccio della LM (letteratura motivazionale) di Napoleon Hill, ha saputo dimostrare una notevole abilità pragmatica, razionale e strategica ad esempio in occasione della nomina del Presidente della Repubblica. Persino il suo tanto dibattuto *storytelling*, su cui il libro di Giunta torna frequentemente, non è solo il degno prodotto di una Repubblica “fondata sulla fuffa” (p. 80), ma anche il tentativo di ricostruire un legame empatico tra politico e un corpo elettorato, fin troppo lacerato dall’autoreferenzialità della politica ma anche dalla veemenza delle pur legittime rivendicazioni dell’antipolitica.

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

Claudio Giunta

Essere #matteo renzi