



ARTICOLO

## *A Dream, please! L'antropologia performativa del ventennio berlusconiano (1994-2014)*

di Claudio Bernardi

“Abbiamo un sogno nel cuore, Berlusconi a San Vittore!”, così cantavano i giovani della sinistra, sognando nel carcere di Milano (S. Vittore) l'ex Presidente del Consiglio Silvio Berlusconi, il più grande venditore di sogni italiano, prima come capo del maggior gruppo televisivo privato, Mediaset, e, poi, come capo di stato della Repubblica Italiana.

A monte di tutto il ventennio berlusconiano sta la fine del grande sogno del 'sole dell'avvenire', dopo il crollo del muro di Berlino del 1989, ovvero la fine del comunismo sovietico e la disarticolazione del movimento internazionale marxista che sognava di cambiare il mondo vincendo il capitalismo per creare una società di uomini liberi ed uguali. Per l'Italia ciò comportò non solo la crisi del più grande partito comunista occidentale, la fine del mito operaista, la crisi della lotta di classe e del centralismo democratico, ma anche in generale il crollo dei racconti dell'identità storica italiana (la Resistenza, il Risorgimento, l'antifascismo, il Movimento popolare cattolico) che avevano presieduto alla fondazione della Repubblica Italiana (Ciliberto 2011: 139-140)<sup>1</sup>.

Con la caduta del grande racconto del comunismo trionfa il neoliberismo globale, privo di storie, di identità e di confini (Corm 2013). Esaltando i consumi e la libera circolazione delle merci, delle persone, del denaro, il neoliberismo globale ha portato al progressivo sfaldamento dello Stato-Nazione e della sua sovranità, e con essa dello stato sociale, incrinando la cittadinanza e la partecipazione democratica e arrivando a mettere in ginocchio, con la crisi del (e dal) 2008, popoli, nazioni, masse di lavoratori, giovani, donne. Il capitalismo globale, che Žižek definisce capitalismo culturale, propone la felicità globale e, a livello individuale, il desiderio dei desideri: l'autorealizzazione dell'Io. A tal fine impone di eliminare la zavorra della sfera pubblica per privilegiare la sfera del privato. O, meglio ancora, chiede di fagocitare la sfera pubblica nella sfera

<sup>1</sup> Per Ciliberto la crisi della politica italiana si deve attribuire all'incapacità dei partiti di massa, in particolare del Partito Comunista, di includere “le nuove tematiche dell'individuo e dell'individualità nel proprio codice genetico” (Ciliberto 2011: 139).



del privato per una vita delle persone autentica (Žižek 2010: 70-75).

Se il sogno del capitalismo globale iperconsumistico è l'infinito desiderio delle persone, al suo centro non c'è più la merce, il prodotto, e quindi la produzione industriale, ma l'estetica e il processo di seduzione e messa in forma delle persone, che sognano il proprio corpo all'insegna della trinità di piacere, bellezza, salute: il corpo glorioso. Per questo motivo Lipovetsky e Serroy hanno definito l'attuale capitalismo come capitalismo estetico o capitalismo artiste o capitalismo "creativo transestetico". L'attuale capitalismo punta infatti alla crescente stilizzazione o design process dei beni e dei luoghi di vendita, con il massiccio inserimento dell'arte, del look e dell'emotività nell'universo dei consumi per avere "il nostro sogno quotidiano", l'estetizzazione della vita tutti i giorni dell'anno (Lipovetsky – Serroy 2013: 11-12). Il capitalismo estetico e la politica democratica sono però le maschere degli invisibili e incorporei oligarchi del mondo il cui sogno è il denaro e il potere (e avere sempre più denaro e potere) (Canfora – Zagrebelsky 2014: 14).

Nell'Italia degli anni Novanta il sogno della maggior parte degli italiani era però un altro. La fine della guerra fredda aveva tolto all'Italia la sua posizione strategica nel conflitto tra i due blocchi, con conseguente disinvestimento economico, politico, strategico, culturale e militare delle potenze in conflitto. I costi della permanenza dell'Italia nel blocco occidentale furono le metastasi del sistema consociativo dei partiti, la dissennata spesa pubblica, lo sviluppo di clientele, la corruzione, i loschi affari e gli intrighi locali, nazionali, internazionali, le pesanti collusioni con la criminalità organizzata. Il marcio dell'Italia emerse con clamore con gli scandali e le inchieste giudiziarie di Tangentopoli che portarono in breve tempo il sistema dei partiti al collasso e all'esilio di Bettino Craxi, capo del Partito Socialista Italiano, considerato il partito dei ladri (Crainz 2009). Il sogno, dunque, dell'Italia era un sogno di 'grandi pulizie' primaverili, di cambiamento radicale del sistema e di rinnovamento etico e civile della nazione. Insomma era il sogno di una 'nuova Italia'.

### **Un approccio antropologico performativo**

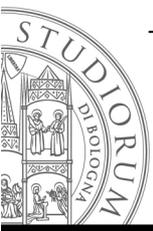
Il 30 aprile 1993, Bettino Craxi, uscendo dall'Hotel Raphaël, sua abituale dimora a Roma, venne fatto oggetto di lancio di monetine, in segno di disprezzo, da parte di una folla politicamente composita. La gogna subita dal leader, preludio alla sua fuga all'estero per sottrarsi alla giustizia, inaugurava la deriva giustizialista di parte della società italiana, che consiste nel delegare ai



tribunali, alla giustizia, alla forza e al carcere la necessità di risolvere la crisi politica e sociale di un paese distrutto dalla frana etica e civile (Crainz 2009: 195-196). Emergeva prepotente l'antico rituale del capro espiatorio, l'unione di tutti contro uno. Al doloroso esame di coscienza delle responsabilità personali e al rigoroso lavoro di 'ricostruzione' del paese si preferì l'attribuzione di tutte le colpe e di tutte le responsabilità della degenerazione a Bettino Craxi e al Partito Socialista. La soluzione del capro espiatorio – il ricorso ad un 'nemico' colpevole di tutto ai fini di superare le divisioni e i conflitti interni allo stesso schieramento o gruppo politico, di coalizzare persone, partiti, orientamenti divergenti, di nascondere le proprie colpe e responsabilità, e infine di ottenere facilmente il consenso popolare – è stata ampiamente usata nel ventennio berlusconiano, sia a destra che a sinistra<sup>2</sup>. Basti ricordare la deriva razzista della Lega, prima contro i 'terroni', i meridionali, e poi contro gli stranieri. Ma, al di là delle sue oggettive grane giudiziarie, Berlusconi come 'rovina dell'Italia' è stato il principale capro espiatorio della sinistra, quindi il suo maggior collante, con assoluta evidenza nelle elezioni politiche del 2001, in cui si registra proprio una forte partecipazione e motivazione al voto degli elettori di centrosinistra non per qualcuno o qualcosa, ma contro Berlusconi (Mannheimer 2002: 179-197). In un paese cattolico, come l'Italia, qualsiasi linciaggio mediatico di un capro espiatorio, in virtù dell'ingiusta crocifissione di Cristo, quell'Uno morto per la salvezza di molti, reca sempre il sospetto che la vittima sia innocente. La trasformazione cristica della vittima ha come effetti la sua venerazione – da oggetto di maledizione ad oggetto di culto –, la contestazione radicale dei persecutori e la delegittimazione degli apparati giudiziari, accusati dai seguaci 'dell'unto del Signore' di essere di parte e autori del crimine. Quanto abbia aiutato politicamente Berlusconi la posizione sacrale di vittima (di un sistema marcio) lo si deduce proprio dalla sua vera conquista del potere, iniziata proprio con la fine del suo primo governo durato pochissimo per l'abbandono della Lega, scandalizzata dalle prime accuse di rapporti con la Mafia del Cavaliere (dicembre 1994). L'efficacia dei rituali e dei racconti vittimistici di Berlusconi e, per contro, le difficoltà simboliche dei tribunali e della sinistra giustizialista, con il tormentone dei due pesi e delle due misure, sono raccontate nelle cronache giudiziarie di Franco Cordero (Cordero 2012).

L'importanza e l'efficacia dei simboli e dei rituali nella gestione e nella sovversione del potere sono

<sup>2</sup> Sul capro espiatorio come soluzione dei conflitti umani si veda Girard 1982.



stati ampiamente illustrati da tempo da molti studiosi. Per Kertzer il rituale politico “aiuta a costituire delle organizzazioni politiche”, crea “la legittimità politica” e il consenso delle masse, rinforza la “solidarietà politica”, “riesce a modellare la comprensione dell’universo politico”. Tutti i soggetti politici conducono “la loro lotta per il potere attraverso i rituali” e il rituale politico viene usato “sia per disinnescare che per suscitare il conflitto politico” e serve molto “alle rivoluzioni e ai regimi rivoluzionari” (Kertzer 1989: 24-25). Già Trotskij insisteva sulla necessità di riconoscere “il desiderio che l’uomo ha della dimensione teatrale” e la sua “forte e legittima necessità di una manifestazione esteriore delle emozioni” (Kertzer 1989: 24).

Il che porta a modificare l’idea occidentale e illuminista di assegnare alla politica una base se non puramente razionale, come nella ‘sfera pubblica’ dell’agire comunicativo di Habermas, almeno non teatrale. Nell’era dei media, infatti, è impossibile separare la politica dallo spettacolo (leggi: teatro). E, infatti, quattro sono i principali modi di connubio tra i due ‘discorsi pubblici’: spettacolarizzazione e personalizzazione della politica e infotainment e politainment nei media (Mazzoleni – Sfardini 2009). Per i politologi più severi la crisi dello Stato, e quindi della politica, iniziata negli anni Ottanta con l’attore-presidente Ronald Reagan e Margaret Thatcher, si è aggravata allorché la rivoluzione neoliberale si è unita alla rivoluzione digitale degli anni Novanta, in cui i media, ma in particolare la televisione ed internet, hanno determinato un cambiamento radicale della comunicazione politica. La telepresenza continua, la necessità di alimentare l’audience di novità, di colpi di scena, di intrighi, di retroscena, di fatti privati, di polemiche, e, oggi, l’obbligo di interagire quotidianamente con le rete sociali di followers, elettori e cittadini, hanno portato alla creazione di una nuova generazione di uomini politici altamente performativi (i neopolitici), quali Clinton, Blair, Obama, Berlusconi, Grillo, Sarkozy ecc. La sfera eminentemente razionale della politica si inabissa così nel mare tempestoso dell’informazione-spettacolo e del cannibalismo mediatico. La democrazia non si nutre più di azioni e decisioni, ma di recite e distrazioni. L’arte del governo – State craft – sarebbe così diventata, oggi, l’arte della messa in scena (stage craft) (Salmon 2013: 10-14).

Ogni sovranità si fonda su due realtà: il potere e la rappresentazione (il mito o racconto identitario della collettività o nazione, l’incarnazione simbolica dei poteri dello Stato – le figure istituzionali –, i rituali del potere). La costruzione dell’Europa è il più attuale esempio di dissociazione della coppia potere-rappresentazione. Da una parte, infatti, una burocrazia anonima, come l’oligarchia



finanziaria globale, decide a Bruxelles; dall'altra, uomini politici, senza poteri, nudi, cercano di calmare il popolo. Da una parte vi è l'azione senza rappresentazione, percepita come non democratica; dall'altra vi è la rappresentazione senza potere di politici percepiti come non più credibili, dati in pasto ad una folla irata, spesso destinati a diventare dei capri espiatori. In molti casi, per sottrarsi al cannibalismo mediatico, al neopolitico conviene cavalcare l'onda del furore popolare, ponendosi come prima vittima del sistema o come il capo della rivolta (Salmon 2013: 87-97). Le elezioni europee del 2014, con il successo dei partiti populistici, hanno ampiamente dimostrato la verità di questa dissociazione e la necessità di dare un corpo e un'anima all'Europa.

Secondo Arpad Szokolczai l'intrusione dello spettacolo e dei suoi principi, gli attori (in particolare i comici), nella sfera pubblica e nella politica non è un fatto recente e non si deve all'avvento dei media, ma sarebbe il tratto costitutivo della modernità occidentale (Szokolczai 2013). Non si può comprendere la sfera pubblica – definibile, seguendo Habermas, come l'ambito della nostra vita sociale in cui si formano cose come l'opinione pubblica –, se la si isola dagli spettacoli teatrali, in particolare quelli comici. Infatti la formazione della sfera pubblica e lo sviluppo delle moderne forme di spettacolo sono strettamente connessi.

Szokolczai ne traccia la genealogia, che qui non possiamo ripercorrere, a partire dalla diffusione della Commedia dell'Arte o commedia delle maschere nel Cinquecento, dall'Italia in tutta Europa. Alcuni esempi spiegano perché e in che modo il teatro delle maschere e il suo principe, il clown-buffone, siano diventati un modello influente della sfera pubblica, dapprima in Occidente e oggi nel mondo, attraverso la teatralizzazione o commedification della vita sociale e culturale (Szokolczai 2013: 4)<sup>3</sup>.

Estendendo alla sfera pubblica quanto lo storico Jean-Christophe Agnew sosteneva sulla genesi del moderno capitalismo (Agnew 1986), Szokolczai cerca di dimostrare come il teatro, attraverso l'imitazione e la frammentazione, sia stato il laboratorio per sperimentare e proporre nuovi tipi di relazioni sociali opposte alla logica delle normali interazioni umane. Ad esempio, le maschere – anzi mezze maschere, perché lasciano libera la bocca per parlare – mescolano tratti umani, bestiali, carnevaleschi e inferi. Non rappresentano individui precisi, ma caricature umane, quella del mercante, ad esempio, in Pantalone, del servo, in Arlecchino o Pulcinella, del corpulento dottore

<sup>3</sup> La commedification di Szokolczai rielabora e sviluppa il concetto di commedification di Green (1986).



bolognese, in Graziano (Fano 2001). Per quest'ultimo caso ricordo, nell'Italia berlusconiana, la caricatura di Romano Prodi, professore bolognese e perciò ridicolizzato col nomignolo di 'mortadella' e rappresentato con tonaca da prete di campagna, di colore nero simile al vestito del Dottore della Commedia dell'Arte<sup>4</sup>.

L'esempio migliore di commedification o trionfo della maschera comica nella storia italiana recente è offerto dall'antropologa Lynda Dematteo. Dopo aver seguito per mesi alcuni capi bergamaschi della Lega, ha concluso che i leghisti non sarebbero altro che le maschere della Commedia dell'Arte e del folklore padano applicato alla politica (Dematteo 2007)<sup>5</sup>. Sulla sua scia Gibelli rinchiude il leghismo nella definizione di "Carnevale xenofobo". Coglie, come tanti, solo un verso della medaglia perché omette la parte rilevante dell'uomo del nord: il lavoro, l'etica 'calvinista' e 'quaresimale', il primato dei fatti sulle parole. Esclusa, comunque, dal sistema mediatico e dalla stampa,

"la Lega ha adottato una forma di comunicazione molto vicina a quella carnevalesca. Al teatro popolare o meglio ancora al teatro dei burattini, con le sue sceneggiate semplici ed emozionanti, le sue configurazioni antinomiche, le deformazioni e le iperboli, le volgarità, le allusioni al basso e al corporeo, destinate a colpire la fantasia e insieme a richiamare l'attenzione dei media altrimenti distratti o ostili. Il comportamento dei suoi capi più in vista è stato improntato a questo metodo e ha attinto deliberatamente a questo registro, alla satira e alla caricatura, alle buffonate, alle dichiarazioni estreme, ai gesti plateali, soddisfacendo i gusti dei propri seguaci. In

<sup>4</sup> Il 'vecchio' Romano Prodi a livello performativo, simbolico, mediatico era considerato cento volte più debole e quindi perdente nei confronti di Berlusconi. Vinse, invece, due volte, nel 1996 e nel 2006, anche se poi per due volte perse il governo per faide interne alla sua coalizione. La prima volta si presentò come leader dell'Ulivo, la coalizione politica di centro-sinistra, con un'idea di rinnovamento e di trasformazione politica naufragata per la resistenza di tutto il 'vecchio' apparato della sinistra bisognosa, invece, di un salutare ribaltamento 'carnevalesco'. La carica simbolica, materiale, culturale dell'ulivo in Italia è enorme. Rami di ulivo si agitano alla Domenica delle Palme in ricordo dell'entrata trionfale di Cristo in Gerusalemme. Cristo entra come re, ma su un'asina, senza forze armate, festosamente accolto da popolani, donne, bambini... L'ulivo è simbolo di pace e di umiltà. Dai suoi frutti si ricava l'olio, l'alimento base della 'dieta mediterranea', una dieta povera, ma sana e gustosa. L'olio è santo e consacrante, usato per l'ordinazione sacerdotale, la cresima, l'unzione degli infermi, il battesimo ecc. (Brosse 1994: 227-235). Olio e uliveti rimandano al duro lavoro dei contadini, alla semplicità, all'economia essenziale, mai disgiunta però dalla tavola, dal convivio, allietata da balli e canti, dal buon vino, dall'incontro tra amici, parenti, sotto pergolati di cascine o in paesaggi bucolici. Della vita privata di Prodi si sa che ama andare in bicicletta, pedalare. Alla domenica va in chiesa, con la moglie. Prodi ha tanti fratelli che spesso si ritrovano con figli e nipoti. Prodi vince perché riunisce l'altra Italia, non solo le due ex chiese partitiche del PCI e della DC. L'Italia che non fa rumore, che lavora, fatica, studia, ma che ha anche alto il senso di solidarietà, la coscienza civica del bene pubblico, e ama i piaceri condivisi, le feste, la musica, i concerti, i teatri, l'arte (Marinelli-Matassa 2006: 7-16).

<sup>5</sup> Vedi anche Aime 2012.

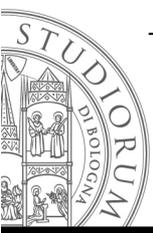


altri termini, come ha spiegato l'antropologa francese [...] Lynda Dematteo, che ha studiato da vicino il fenomeno, la Lega ha introdotto l'idiotismo in politica, riesumando la maschera dello sciocco autorizzato a dire verità altrimenti indicibili ma anche a segnare la rivincita dell'umile sull'arrogante" (Gibelli 2010: 51).

La Lega non ha i media, ma ha il territorio. Coltiva il 'popolo del Nord' – finendo col governare quasi tutte le regioni settentrionali nel 2011-12 – con la mobilitazione fittiva di militanti e simpatizzanti, con manifestazioni popolari infuocate dai comizi di Bossi, con i raduni a Pontida, con i rituali paganeggianti del dio Po, i matrimoni 'celtici' dei dirigenti, le sagre paesane, il rilancio delle lingue e dei dialetti padani, la celebrazione di tutto ciò che è *genius loci*. Nella politica pop la Lega è l'esempio che non tutto è media.

Il pubblico che accorre a vedere lo spettacolo teatrale non è una comunità, è una aggregazione di persone riunite dallo spettacolo che non hanno relazioni tra loro o non sono venute per rinforzare le loro relazioni. Il pubblico, pagante, determina il successo dello spettacolo e per averlo i primi professionisti del teatro elaborarono sofisticate pratiche seduttive e performative di intrattenimento, inclusa l'apparizione, per la prima volta nel mondo, delle donne attrici. Temi, argomenti, copioni mutavano velocemente in funzione del gradimento del pubblico (Taviani - Schino 1986).

La schizogenesi o scissione di una unità in due parti che, divise, non hanno più valore avviene in due modi: o spaccando in due il pezzo unico o facendone una copia. La scissione dell'uomo in età moderna viene sperimentata nel laboratorio teatrale con questa seconda via, dividendo innanzitutto il gruppo umano in attori e spettatori, scena e platea. Il teatro usa poi il trucco di rappresentare sulla scena personaggi, cioè persone artificiali, che riducono esseri viventi e concreti in astrazioni come appunto il 'mercante', il 'dottore' o il 'servo', spesso, se non sempre, raddoppiando le parti, per cui in una commedia si hanno due zanni, due innamorati, due servette, due 'vecchi' ecc. Così facendo si riduce la complessa rete delle relazioni umane e delle motivazioni ad un ambito privato e ad un semplicistico movimento di forze, desideri, guadagni. La conversazione umana e la vita vengono ridotti sulla scena a una combinazione di lotte tra rivali, spesso duelli, e di affari vantaggiosi, nozze incluse (Szokolczai 2013: 2).



### Carnevale e Quaresima

Per i puritani inglesi del '600, che censurarono in tutti i modi possibili il teatro, l'attore corrompeva i costumi sociali perché come Proteo era capace di trasformarsi in un'altra persona, dissolvendo ogni limite, confondendo qualsiasi identità, creando un mondo in permanente stato di disordine e trasformando tutto in un gioco carnevalesco, improduttivo, immorale, trasgressivo. Gli attori, però, si difesero accusando i puritani di essere ipocriti, quindi più di loro in maschera ogni giorno, perché mostravano in pubblico una faccia onesta e pia e in privato facevano ben altro. Questo ultimo esempio di Szokolczai mette in evidenza tre basi fondamentali della vicenda politica, sociale e culturale dell'Occidente.

La prima è che l'adagio *totus mundus agit histrionem*, tutto il mondo fa teatro, va preso alla lettera. Nel comportamento, nella vita, nella comunicazione e nell'interazione umana non si può uscire dal teatro, perché l'uomo è un animale mimetico: fa, dice, guarda, imita quello che fanno, dicono, guardano gli altri. Non tutti gli altri, ma quelli che sono i suoi modelli, l'incarnazione dei suoi desideri, il primo dei quali è essere oggetto di attrazione, adorazione, amore o culto da parte degli altri (la sindrome di Berlusconi...<sup>6</sup>). Inoltre genere, ambiente, cultura e condizione sociale determinano ed orientano in modo decisivo la triplice manifestazione del teatro umano: l'attore, il ruolo, il personaggio. Quindi se la politica è da sempre mescolata al teatro e viceversa, il problema è sapere quale genere di teatro impazza e perché<sup>7</sup>. Ad esempio se quello degli ipocriti o quello dei buffoni. L'imitazione è un aspetto fondamentale della vita umana sia per apprendere come per educare e per agire nella sfera pubblica e sociale.

La seconda è che la polemica dei Puritani contro il teatro come corruttore dei costumi e della collettività non è che l'ennesimo tentativo di espellere il teatro dalla polis, che parte da Platone e arriva ai nostri intellettuali. Platone, che si chiedeva le ragioni della decadenza di Atene, attribuiva all'influenza dei sofisti la causa della corruzione morale e civile dello Stato. I sofisti erano innanzitutto corruttori delle parole, che, essendo artefatte e prive di legame con la realtà concreta, potevano e possono essere usate per una varietà di differenti e spesso opposti significati. Le stesse idee che stavano molto a cuore a Platone, come la virtù, la vita buona e la bellezza potevano essere

<sup>6</sup> Sulla quale discorre Amadori 2011. Si veda anche, seppur di taglio giornalistico, Severgnini 2010.

<sup>7</sup> Sull'equazione politica-teatro, ovvero sulla "natura drammaturgica della politica" v. Mazzoleni 2012: 107, ma anche 58-59 e 98-108.



facilmente messe in discussione, denigrate o ridicolizzate dagli avversari. Il potere delle parole perciò deve essere unito ad una personalità autorevole per risultare credibile. In una seconda fase Platone si accorge che il successo dei sofisti nella conversazione pubblica si deve più che alle parole alla forza delle immagini impiegate attraverso l'uso strategico della finzione, dell'immaginazione e della fantasia. Infine, il filosofo giunge a cogliere che il cuore delle attività letali dei sofisti è costituito dalla particolare combinazione di parole e immagini che è il teatro, che quindi la corruzione della Repubblica è la teatrocrazia, perciò il teatro va espulso o emarginato dalla vita politica (Szokolczai 2013: 30-33). Le assonanze con quanto capita oggi nei media sono impressionanti, con la differenza che la censura del teatro oggi consiste nell'astrazione della sfera pubblica, un ideale agire comunicativo fondato sulla pura razionalità e privo di corpi e passioni. Il teatro è il linguaggio del popolo, il discorso razionale è quello delle élites.

Il terzo fondamento che emerge dallo scontro tra puritanesimo e teatro è il contesto rituale-festivo. Dietro la serietà e l'ascesi mondana dei Puritani e dietro la comicità e il mondo alla rovescia stanno due opposte concezioni antropologiche e religioso-politiche del mondo, sintetizzate dalle figure del Carnevale e della Quaresima (Burke 1980: 174-199). Il Carnevale è associato alla libertà, alla piazza, alla licenza e all'uguaglianza delle maschere, al gioco, al ballo, al divertimento, al teatro, alla follia, alla trasgressione, al sesso e alla licenza, allo spreco, alla bulimia, all'ebbrezza, al paese di cuccagna, alla collettività in effervescenza, allo scatenamento dell'eros, al ribaltamento dei ruoli, alla continua metamorfosi dell'identità, al corpo grottesco, al riso e al comico, alla carne... (Bachtin 1965). La Quaresima, all'opposto, si identifica con la serietà, il lavoro, l'anoressia, la cripta, l'impegno, l'ascesi, il sacrificio, la razionalità, lo spirito, l'individuo, la conversione, il digiuno, la penitenza, il cambiamento della propria condotta, la costruzione della collettività dei santi e dei giusti, il disciplinamento del corpo e dell'anima, il rigore, l'operosità... Anche qui è facile rintracciare nell'Europa della crisi economica le ragioni dello 'scontro di civiltà' tra i frugali paesi del Nord e gli scialacquoni paesi mediterranei, nonché, per stare in Italia, dell'insuccesso elettorale, nonostante fior di consulenze di spin doctors americani, del rigoroso e dunque quaresimale Monti, il 'salvatore della patria' nel 2011-12.

Molti genealogisti della modernità, a partire da Max Weber, hanno individuato nel disciplinamento del corpo, nell'austerità della vita, nel puritanesimo, insomma nella Quaresima, l'origine e il motore

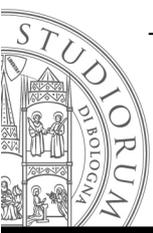


del mondo moderno. Il controllo esterno da parte delle istituzioni del comportamento individuale e collettivo era soprattutto unito all'interiorizzazione di una normativa del comportamento e alla razionalizzazione della vita. Studiando per lo più comunità o istituzioni chiuse, molti studiosi, come Weber, Elias, Foucault, si dimenticavano che il rigoroso controllo dei corpi e delle anime era controbilanciato dalla teatralizzazione delle relazioni sociali e che quindi una forte componente irrazionale e teatrale, e spesso carnevalesca, costituì e plasmò la sfera pubblica della modernità. Per queste ragioni sarebbe meglio, dice Szokolczai, immaginare la sfera pubblica non come uno spazio ideale, libero e aperto per la discussione razionale, ma come un'arena pubblica, ad alta teatralità (o spettacolarità), al cui centro sta la figura del clown-comico, colui che attraverso la caricatura, il ridicolo e lo scherno domina la comunicazione. Le persone a qualsiasi titolo convocate non costituiscono un'assemblea, una raccolta di cittadini, ma un pubblico (Szokolczai 2013: 4-5). Solo per l'Italia, l'elenco dei comici della politica pop è numeroso: Dario Fo, Beppe Grillo, Crozza, Littizzetto, Bisio, Guzzanti... E nei talk show televisivi non a caso sono invitati e brillano i politici più istrionici...

La lettura polarizzata e schizogenetica del ciclo rituale dell'anno ovvero la contrapposizione del mondo in 'quaresimalisti' e in 'carnevaleschi' impedisce di vedere la stretta interazione dei due sistemi culturali, l'uno di matrice magico-religiosa e l'altro ebraico-cristiana, uno legato al ciclo delle stagioni e l'altro alla storia. La loro conciliazione o il loro vero esito è la Pasqua, la festa di primavera, la rinascita della natura, la fine del mondo vecchio e della morte, il rinnovamento del cosmo, della comunità e della persona, la liberazione dalle catene e dalla schiavitù, il sogno di un regno di libertà e prosperità, giustizia e pace (Bernardi 1995).

La verifica della bontà di un sistema culturale, sociale e politico è data dalla realizzazione delle promesse. Se l'albero dà copiosi frutti è buono, se è sterile si taglia. La funzione 'politica' del Carnevale e del suo Re, il folle (che diventa nell'era mediatica il comico, in media rex!), è proprio questa: distruggere tutto ciò che è vecchio, sterile, corrotto.

Ridotto all'osso il Carnevale originario, quello delle culture agrarie, vede la celebrazione del capodanno agrario e quindi la rinascita della vita e della comunità con l'ultima uscita dei morti e degli uomini di paglia, raffigurati dalle maschere, comparse all'inizio nell'inverno gelido e privo di vita (Kezich 2015). Nel Carnevale l'ordine sociale è completamente sovvertito, ogni regola è sospesa



e la comunità sperimenta una situazione di anarchia e di caos che si esprime nelle lotte rituali e nell'aggressività sessuale, fisica, verbale delle maschere. Il regno carnevalesco del disordine, della licenza e del caos è retto da un Re del Carnevale, l'ultimo della scala sociale, lo Scemo del Villaggio. Quando la violenza rituale del Carnevale raggiunge il culmine, la comunità desidera ardentemente tornare all'ordine, individuando proprio nel Re del Carnevale la causa di tutti i mali. Il Re viene catturato, processato, condannato a morte. Con la sua fine dileguano le maschere, ritorna l'ordine, si annuncia la primavera, si rigenera la comunità. Il significato simbolico dell'eliminazione di un fantoccio di paglia a Carnevale è chiarissimo. La paglia è la natura vecchia e sterile, è la morte. L'erba verde che spunta è il nuovo e potente risorgere della vita (Toschi 1976).

Nella sua trasmigrazione in città il Carnevale diventa il tempo della contestazione globale del sistema e il Re dei Folli smaschera e deride tutti i comportamenti devianti delle autorità e dei cittadini. Come il Buffone a corte, il Monarca dei Matti deve urlare in piazza che il Re è nudo. L'esaltazione del basso corporeo e delle oscenità come l'obbligo della satira, della parodia e del riso diventano riti non più agrari ma politici di rinnovamento delle forme sociali e della *communitas*, per espellere dalla città chi e ciò che l'ha infettata o può infettarla di corruzione e marciume. Nel Carnevale urbano della cristianità, però, il meccanismo del capro espiatorio e della vittima sacrificale non funziona più. Perché con la Passione di Cristo si è rivelato ingiusto dare la colpa di tutti i mali ad uno solo o ad un gruppo determinato, come - una delle vergogne storiche della cristianità europea - gli ebrei. Il capro espiatorio, lo zimbello, l'oggetto del riso e della derisione ora sono il potere stesso e il comportamento 'mortale' (che porta alla morte) dell'individuo, dei gruppi, delle istituzioni e della polis. Come il pianto è associato al lutto e alla morte così il riso è associato al sesso e alla vita. Il riso 'politico' propizia la vita pubblica bruciando tutto ciò che è morto, sterile, vuoto, come gli uomini di paglia (Propp 1988). Il comico distrugge l'altro attraverso la parodia, la caricatura, la satira, lo sbeffeggiamento<sup>8</sup>. È il *trickster*, il buffone divino. Nulla si crea se non si distrugge (Miceli 1984). Questo significa, però, che si seppellisce con una risata anche un mondo intero se vecchio, ma non si costruisce nulla con una risata. L'edificazione del nuovo tocca alla Quaresima, il lavoro duro su stessi e sul collettivo.

<sup>8</sup> Cfr. i diversi contributi sull'argomento in Amoretti (2012).



Il caso più clamoroso di commedificazione e di carnevalizzazione della scena politica è rappresentato dal leader del Movimento 5 Stelle, il comico Beppe Grillo, il trionfatore delle elezioni politiche del 2013 (cadute per la prima volta in inverno e in periodo quaresimale)<sup>9</sup>. Per inciso, il predestinato vincitore delle elezioni, il PD del 'quaresimale' Bersani, ha perso per aver trascurato completamente la politica pop e per aver lasciato senza sogni, anche piccoli, gli elettori (De Sio - Castaldi - De Lucia 2013: 184-185). Piermarco Aroldi ha definito tutta la campagna elettorale del 2013 come il Carnevale della comunicazione politica per via della "mobilitazione eccessiva di energia performativa e discorsiva", della "trasgressione del linguaggio", del "ribaltamento dei ruoli sociali sulla base" di alcuni copioni dominanti, della "contaminazione dei generi narrativi e rappresentativi codificati", in particolare tra politica e spettacolo (Aroldi 2014: 62). Al centro di tutto c'è il comico. Con il caso Grillo, "un comico che fa uso del registro che gli è proprio – dallo sberleffo alla parolaccia, all'insulto volgare – per sviluppare un discorso pubblico di sicura presa popolare e mediatica", si è scoperto

"il ruolo centrale che i comici hanno avuto in questi mesi (anni! n.d.A.) – da Benigni a Crozza, dalla Littizzetto a Bisio – a confermare il linguaggio della commedia (più ancora che della satira) come il grande codice che si è proposto di interpretare il dramma della politica. In molti hanno osservato come le caricature di Crozza abbiano finito per soppiantare, nell'immaginario degli elettori, i personaggi politici che intendevano mettere alla berlina, fino a suggerire a questi ultimi l'accentuazione di alcuni vezzi comunicativi, come nel caso di Bersani (l'accento piacentino, l'uso delle metafore strampalate) o di Formigoni (il modo di rispondere ai giornalisti)" (Aroldi 2014: 63).

Il successo elettorale del Movimento 5 Stelle alle politiche del 2013 non si deve tanto all'influenza dei social media, alla rete o alla democrazia elettronica, ma al teatro di piazza di Grillo, al suo corpo a corpo coi media. Massimo Cacciari, liquidando come ideologia arcaica quella dei sostenitori del Web come nuova rivoluzione democratica, afferma che il grande fiuto politico di Grillo è stato proprio quello "di capire che lo strumento fondamentale di ogni azione e comunicazione politica

<sup>9</sup> Per l'analisi del fenomeno Grillo rinvio a Ponte di Pino (2014).



resta quello del contatto fisico. Grillo è un corpo in movimento”. Grillo “è spettacolo. Mentre tutti blateravano sull’importanza della tv e del web, lui da due anni girava per le piazze cercando il contatto fisico” (Bei 2014). Cacciari lo diceva prima del tonfo del Movimento 5 Stelle alle europee del 2014 e dopo il trionfo delle politiche del 2013. Grillo come Carnevale è stato perfetto, ma la gente poi si aspettava la Quaresima, il cambiamento radicale, l’impegno a cambiare subito e bene tutto il possibile. Cosa che non c’è stata. Il comico va bene a distruggere, ma a costruire no.

Dal vecchio al nuovo re: Berlusconi e Renzi

Da un punto di vista antropologico le elezioni politiche possono essere considerate, quindi, un moderno rito di passaggio teso a rifondare, rinnovare, dare nuovo impulso e vigore allo Stato. In Italia le elezioni politiche cadono quasi sempre in primavera ed è la primavera che ogni nazione aspetta e si augura. Il suo rifiorire pone fine all’ “inverno del nostro scontento” (Shakespeare, Riccardo III, I, 1) attraverso la condanna e l’eliminazione delle cose e delle persone che non vanno, la ricerca e la scelta di energie, idee, persone ‘nuove’.

Diventa Re di primavera cioè capo dello Stato, il leader o il gruppo capace di suscitare identificazione, condivisione, e tensione nei cittadini verso un ‘grande obiettivo’ da raggiungere e di incarnare il ‘sogno collettivo’ di liberare dai guai e di portare ‘fortuna’.

Il successo insperato e travolgente di Forza Italia nel 1994 si deve a questa identificazione del leader Silvio Berlusconi con la figura del liberatore dalla ‘vecchia’ politica. Pietro Ignazi, tracciando un bilancio del ventennio berlusconiano, riconosce che “Berlusconi sfonda perché è ‘rivoluzionario’, non passatista”. Incarna le attese “di una società civile in fermento sia sul piano economico-sociale sia su quello politico”. Raccoglie le istanze di un governo decisionista del craxismo e di una politica bipolare dei referendari di Mario Segni. Si fa paladino “di una società civile sana, opposta a una classe politica marcia e corrotta” e si propone quindi come la soluzione politica a Mani Pulite. Come imprenditore e come uomo ricco Berlusconi ha buon gioco a dimostrare che non appartiene alla casta, tanto meno che ha bisogno di rubare, che i suoi continui successi imprenditoriali e sportivi lo collocano non nella lista dei parassiti e dei corrotti ma in quel mondo vitale e operoso che ha fatto e può continuare a fare la fortuna dell’Italia. Il “suo, inizialmente, è un progetto di cambiamento e di



modernizzazione”, vuole dar vita a “un nuovo miracolo italiano”, e, ancor di più, dare inizio a una “rivoluzione liberale” (Ignazi 2014: 138-140).

Al centro della rivoluzione politica di Berlusconi sta un nuovo modo di far politica, attraverso l’uso di un linguaggio colloquiale, “misto di pathos ed ironia”, di simbologie facilmente comprensibili, di comportamenti irrituali, o meglio ritualmente amichevoli, talvolta goliardici, e una spiccata cura del corpo. Berlusconi è l’antesignano, il profeta e il sommo sacerdote del capitalismo estetico.

Berlusconi si presenta come “uomo nuovo e campione dell’antipolitica”, ma anche come erede del moderatismo italiano, vedovo della DC. Come unificatore della destra, spinge i postfascisti nella corrente internazionale del neo-conservatorismo. Per entrambi i fronti, moderato e destrorso, rispolvera un inedito anticomunismo, fondato sulla identificazione della sinistra con lo Stato oppressivo, burocratico, parassita, fiscale ecc. Delegittima il giustizialismo di sinistra, indicandolo quale espressione di risentimento e invidia di chi non è capace di ‘fare’. Trova un alleato nella Lega, la temibile forza del Nord Italia stanca di ‘Roma ladrona’, condannando il parassitismo burocratico meridionale, il centralismo statale e lo strapotere dei partiti.

Da anni a capo della principale rete televisiva commerciale italiana, una televisione che per vivere e prosperare deve soddisfare il più alto numero di persone, Berlusconi conosce molto bene cosa vuole ‘la gente’ (Boni 2008). Quando ‘scende in campo’ fonda un movimento politico, Forza Italia, basato su un modello imprenditoriale di gestione, sulle tecniche di marketing, ma soprattutto sul coinvolgimento delle stelle e del pubblico televisivo. Il monitoraggio lungo ed efficace dei desideri, dei gusti e dei ‘sogni’ di gran parte degli italiani, gli suggerisce di utilizzare soprattutto codici extrapolitici, come quello dello sport idolatrato dagli italiani: il calcio. L’azzurro, il colore della nazionale italiana, diventa il colore del movimento, il nuovo simbolo dell’identità nazionale. Non fu il modello imprenditoriale quindi, come spesso si dice, la chiave del successo di Forza Italia, ma l’averne assorbito, intercettato, inventato e plasmato la nuova cultura (individual) popolare.

Berlusconi ha compreso più di tutti la dimensione simbolica, rituale, teatrale e performativa delle pratiche sociali (Belpoliti 2009). L’avvento dei media non poteva che accentuare - e caso mai esasperare - questo primato della cultura performativa anche nel campo della politica. Jeffrey Alexander ne ha tratto le logiche conseguenze sostenendo che le campagne elettorali si collocano alla frontiera tra ciò che è pubblico e ciò che è privato (e addirittura intimo), e piuttosto che



ideologie mettono in campo i comportamenti. I candidati non si devono presentare solo come buoni politici, ma anche come bravi padri o madri di famiglia. Si presentano come eroi capaci di risolvere le crisi del proprio tempo. Alexander, dopo aver seguito la campagna di Obama nel 2008, è arrivato alla conclusione che la performance politica vincente è quella dei candidati che creano quelle rappresentazioni collettive che riescono ad attirare il maggior numero di seguaci. Sono l'identificazione simbolica, le metafore, il filo narrativo e il modo in cui vengono interpretati a determinare la vittoria elettorale dei candidati (Alexander 2010).

Si deve però sempre tenere conto che agli annunci devono seguire i fatti, che il 'popolo' si può distrarre o irretire coi circenses, ma quando il panem non c'è o non arriva, quando la primavera non dà luogo all'estate, quando il carnevale delle elezioni non è seguito dalla riforma quaresimale della vita collettiva e quindi non c'è la Pasqua-rinascita, il Re è subito vecchio ed è destinato alla condanna, all'esilio, sostituito da un giovane Re (Amoretti 2015).

Berlusconi, alla fine, ha perso non perché sapeva parlare al popolo col linguaggio del popolo (il comico e il Carnevale) e perché faceva sognare una primavera e la Pasqua dell'Italia, ma perché ha completamente schivato la Quaresima, la penitenza, la conversione, la 'riforma', il duro lavoro di ricostruzione e rinnovamento morale, civile, economico, culturale e politico dell'Italia e degli italiani (e anche di se stesso...)<sup>10</sup>.

È questo che si è proposto, invece, e si propone di fare Matteo Renzi: la Ri-forma italiana. Con il trionfo alle elezioni europee del 2014 il 'giovane' Matteo Renzi è diventato il nuovo re della politica italiana, detronizzando dal cuore degli italiani il 'vecchio' Berlusconi. Renzi, prima della sua fulminante ascesa politica (sindaco a Firenze nel 2009, segretario del Partito Democratico nel 2013, premier nel 2014), ha ben chiaro che la soluzione politica dell'Italia consiste nella triplice alleanza tra Carnevale, Quaresima, Pasqua: il basso corporeo, la materialità comico-vitale del popolo del Carnevale, lo spirito, l'impegno, il lavoro, i sacrifici, l'intelligenza, la riservatezza e l'oscurità processuale della Quaresima, la liberazione, la rinascita, il riscatto e il rifiorire primaverile della Pasqua. Renzi tiene conto della necessaria interazione delle principali tre matrici simbolico-culturali della storia italiana: l'eros del Carnevale, la *charitas* del cristianesimo e il *logos* greco, stando bene attento a evitare le rispettive 'cattive pratiche' rituali, ovvero il linciaggio del capro espiatorio del

<sup>10</sup> Sul 'sogno' e la realtà di Berlusconi, v. Rodriguez 2013: 130-132.



Carnevale, l'ipocrisia e l'untuosità dei 'devoti', l'astrazione, la supponenza e il baronaggio dei professori. Renzi come e più di Berlusconi è un 'grande comunicatore'. Nella rete social e in piazza è meglio di Grillo-Casaleggio. Proprio perché vive e conosce la cultura popolare, sia nelle sue specificità locali (Firenze e la Toscana), sia nella sua versione televisiva e mediale, riesce a parlare al 'popolo', ma anche, per la sua alta preparazione culturale, documentata dai suoi libri (Renzi 2006, 2008, 2012, 2013), alle parti 'alte' della società italiana. Come politico pop Renzi pare il top (Allegranti 2014, Poli-Vanni 2014).

Il 'sogno' che propone Renzi è opposto al capitalismo 'estetico' berlusconiano, perché guarda all'ideale 'stil novo', alla bellezza, al Rinascimento dell'Italia, dell'economia, delle persone, ecc. La grande differenza è l'abbinamento intrinseco dell'estetica con l'etica, del tutto assente in Berlusconi (che verrebbe per altro da Milano, la capitale 'morale' d'Italia...). Non è possibile alcuna Pasqua dell'Italia, della società e del partito senza la carnevalesca 'rottamazione' del vecchio (Renzi 2013) e la costruzione del nuovo attraverso la rigorosa Quaresima, senza il comico e il serio, il corpo e la mente, il piacere e il dovere, il basso e l'alto, la maschera e il volto.

La politica pop del fiorentino Matteo Renzi è la traduzione contemporanea del volgare illustre di Dante Alighieri, dove il volgare è il Carnevale o, in termini neotelevisivi, lo spettacolo, l'*entertainment*, e l'illustre è la Politica, con la 'P' maiuscola, l'agire razionale per il bene pubblico, la Quaresima, o, con la 'p' minuscola, "qualcosa di legato alla semplice vita quotidiana, alle capacità più elementari di relazione e comunicazione, affine all'agire disinteressato e all'amicizia" (Illuminati 1998: 7). Se anche con Renzi si conferma che nei sistemi democratici non si può uscire dalla commedification, se si vuole il popolo, tuttavia è assai differente vedere se il teatro che ispira la politica pop è una commedia delle maschere e dei 'buffoni' o una Divina Commedia, il teatro della partecipazione (Wiles 2011: 223).

I vizi e i difetti del renzismo hanno anch'essi un interessante retroterra antropologico-culturale fiorentino. Come è noto, un tempo, l'anno fiorentino cominciava il 25 marzo, festa dell'Annunciazione e anche data storica della Pasqua cristiana (Bernardi 2012: 109-118). Se lo stile dell'Annunciazione consiste nell'annunciare una serie di cambiamenti fondamentali per l'Italia, Renzi è senz'altro un maestro. Tuttavia annunciare è un conto, realizzare un altro. Le promesse di Renzi non sono sempre seguite dai fatti, perché un cambiamento radicale della società italiana

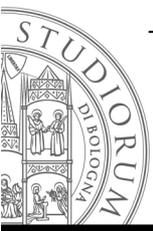


richiede molto tempo e Renzi lo sa. Essendo italiano e di ambiente fiorentino, Renzi ha respirato Machiavelli fin da piccolo e il fine di riformare l'Italia gli suggerisce il mezzo di spararle un po' grosse e di annunciare un po' troppo. E di muoversi, soprattutto, astutamente e machiavellicamente nella palude italiana di poteri e corruzioni.

Pur essendo di Pontassieve, Renzi, per il suo primo grande peccato di leader, l'estromissione di Enrico Letta, sembra meritarsi la definizione medievale che si dava ai fiorentini: 'Giuda, il fiorentino', per il vizio di colpire a tradimento amici e parenti (Weissman 1982: 1-41). Più ancora conosce alla perfezione chi attraverso la cultura, l'arte, le feste, il teatro, gli eventi divenne Signore di Firenze svuotando i poteri democratici della repubblica fiorentina: Lorenzo il Magnifico (Zorzi 1977: 61-234)

Se Renzi sarà sì o no (Lo-Renzi) Magnifico, se riuscirà a portare l'Italia ad un nuovo Rinascimento, nonostante - o grazie a - i Piagnoni 5 Stelle, il più consistente 'popolo' italiano quaresimale ed etico guidato dal Grillo-Savonarola, non possiamo saperlo. Per ora si vede il 'principe', non il 'popolo'. E soprattutto si vedono gli show men (Parito 2015: 3-26).

Ne parleremo fra un altro ventennio...



### Bibliografia

AGNEW, JEAN-CHRISTOPHE

1986 *Worlds Apart. The Market and the Theater in Anglo-American Thought (1550-1750)*, Cambridge University Press, Cambridge.

AIME, MARCO

2012 *Verdi tribù del Nord. La lega vista da un antropologo*, Laterza, Roma - Bari.

ALEXANDER, C. JEFFREY

2010 *The Performance of Politics: Obama's Victory and the Democratic Struggle for Power*, Oxford University Press, New York.

ALLEGRI, DAVIDE

2014 *The boy. Matteo Renzi e il cambiamento dell'Italia*, Marsilio, Venezia.

AMADORI, ALESSANDRO

2011 *Madre Silvio. Perché la psicologia profonda di Berlusconi è più femminile che maschile*, Mind, Milano.

AMORETTI, FRANCESCO (a cura di)

2012 *Lo Stato della Satira*, in «Comunicazione politica», 12 (1).

2015 *The HyperReality of Italian Democracy. The Berlusconi Years: 1994-2014*, in «Comunicazione politica», 14 (3).

AROLDI, PIERMARCO

2014 *Il carnevale della politica e l'elettore distratto*, in AROLDI, P. (a cura di), *La piazza, la rete e il voto. Democrazia, partecipazione e comunicazione politica ai tempi di internet*, Ave, Roma.

BACHTIN, MICHAÏL

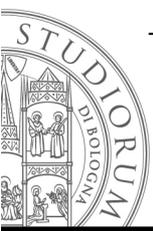
1965 *Tvorčestvo Fransua Rable i narodnaja kul'tura srednevekov'ja i Renessansa*, Izdatel'stvo «Chudožestvennaja literatura», Moskva (ed. it. *L'opera di Rabelais e la cultura popolare. Riso, carnevale e festa nella tradizione medievale e rinascimentale*, Einaudi, Torino 1979).

BEI, FRANCESCO

2014 *Beppe ha capito, il web non basta, ma la sua ricetta è un'avventura*, intervista a Massimo Cacciari, in «La Repubblica», 21 maggio.

BELPOLITI, MARCO

2009 *Il corpo del capo*, Guanda, Parma.



BERNARDI, CLAUDIO

1995 *Carnevale, Quaresima, Pasqua. Rito e dramma nell'età moderna (1500-1900)*, Euresis, Milano.

2012 *Agenda aurea. Festa, teatro, evento*, Serra, Pisa-Roma.

BONI, FEDERICO

2008 *Il superleader. Fenomenologia mediatica di Silvio Berlusconi*, Meltemi, Roma.

BROSSE, JACQUES

1989 *Mythologie des arbres*, Plon, Paris (ed. it. *Mitologia degli alberi*, BUR, Milano 1994).

BURKE, PETER

1978 *Popular Culture in Early Modern Europe*, Temple Smith, London (ed. it. *Cultura popolare nell'Europa moderna*, Arnoldo Mondadori, Milano 1980).

CANFORA, LUCIANO – ZAGREBELSKY, GUSTAVO

2014 *La maschera democratica dell'oligarchia*, un dialogo a cura di Geminello Preterossi, Laterza, Roma-Bari.

CILIBERTO, MICHELE

2011 *La democrazia dispotica*, Laterza, Roma-Bari.

CORDERO, FRANCO

2012 *L'opera italiana da due soldi. Regnava Berlusconi*, Bollati Boringhieri, Torino.

CORM, GEORGES

2010 *Le nouveau gouvernement du monde*, La Découverte, Paris (ed. it. *Il nuovo governo del mondo. Ideologie, strutture, contropoteri*, Vita & Pensiero, Milano 2013).

CRAINZ, GUIDO

2009 *Autobiografia di una repubblica. Le radici dell'Italia attuale*, Donzelli, Roma.

DEMATTEO, LYNDA

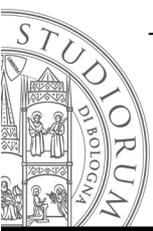
2007 *L'idiotie en politique. Subversion et néo-populisme en Italie*, Éditions de la Maison des sciences de l'homme-CNRS, Paris.

DE SIO, LORENZO – CASTALDI, MATTEO – DE LUCIA, FEDERICO

2013 *Conclusioni*, in «Le elezioni politiche», a cura di Lorenzo De Sio, Matteo Castaldi, Federico De Lucia, CISE, Roma (Dossier CISE n. 4).

FANO, NICOLA

2001 *Le maschere italiane*, Il Mulino, Bologna.



GIBELLI, ANTONIO

2010 *Berlusconi passato alla storia. L'Italia nell'era della democrazia autoritaria*, Donzelli, Roma.

GIRARD, RENÉ

1982 *Le bouc émissaire*, Grasset & Fasquelle, Paris (ed. it. *Il capro espiatorio*, Adelphi, Milano 1987).

GREEN, MARTIN

1986 *The Triumph of Pierrot. The Commedia dell'Arte and the Modern Imagination*, Mac Millan, New York.

IGNAZI, PIERO

2014 *Vent'anni dopo. La parabola del berlusconismo*, Il Mulino, Bologna.

ILLUMINATI, AUGUSTO

1998 *Il teatro dell'amicizia. Metafore dell'agire politico*, manifestolibri, Roma.

KERTZER, I. DAVID

1988 *Ritual, Politics and Power*, Yale University Press, New Haven – London (ed. it. *Riti e simboli del potere*, Laterza, Roma-Bari 1989).

KEZICH, GIOVANNI

2015 *Carnevale re d'Europa. Viaggio antropologico nelle mascherate d'inverno*, Priuli & Verlucca, Scarmagno.

LIPOVETSKY, GILLES – SERROY, JEAN

2013 *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Gallimard, Paris.

MANNHEIMER, RENATO

2002 *Le elezioni del 2001 e la "mobilitazione drammatizzante"*, in PASQUINO, G. (a cura di), *Dall'Ulivo al governo Berlusconi. Le lezioni del 13 maggio 2001 e il sistema politico italiano*, Il Mulino, Bologna.

MARINELLI, GIOCONDA – MATASSA, ANGELA

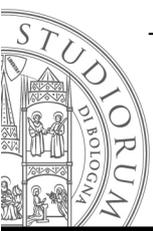
2006 *Il pensiero politico di Romano Prodi: tutti i temi della politica (e non solo) nelle sue stesse parole, estratte dai discorsi e dalle interviste*, Gremese, Roma.

MAZZOLENI, GIANPIETRO

2012 *La comunicazione politica*, Il Mulino, Bologna.

MAZZOLENI, GIANPIETRO – SFARDINI, ANNA

2009 *Politica pop. Da "Porta a Porta" a "L'Isola dei famosi"*, Il Mulino, Bologna.



MICELI, SILVANA

1984 *Il demiurgo trasgressivo. Studio sul trickster*, Sellerio, Palermo.

PARITO, MARIAEUGENIA

2015 *Grillo e Renzi. Icone post-politiche tra sfiducia e fede*, in «Comunicazione politica» 15 (1).

POLI, SIMONA – VANNI, MASSIMO

2014 *Il seduttore. Matteo Renzi da Palazzo Vecchio a Palazzo Chigi*, Lorenzo Barbera, Siena.

PONTE DI PINO, OLIVIERO

2014 *Comico & Politico. Beppe Grillo e la crisi della democrazia*, Cortina, Milano.

PROPP, JA. VLADIMIR

1976 *Problemy komizma i smecha*, Iskusstvo, Moskva (ed. ita. *Comicità e riso. Letteratura e vita quotidiana*, Einaudi, Torino 1988).

RENZI, MATTEO

2006 *Tra De Gasperi e gli U2. I trentenni e il futuro*, Giunti, Firenze.

2008 *A viso aperto*, Polistampa, Firenze.

2012 *Stil novo. La rivoluzione della bellezza tra Dante e Twitter*, Rizzoli, Milano.

2013 *Oltre la rottamazione. Nessun giorno è sbagliato per provare a cambiare*, Milano, Mondadori.

RODRIGUEZ, MARIO

2013 *ConSenso. La comunicazione politica tra strumenti e significati*, Guerini e Associati, Milano.

SALMON, CHRISTIAN

2013 *La cérémonie cannibale. De la performance politique*, Fayard, Paris (ed. it. *La politica nell'era dello storytelling*, Fazi, Roma 2014).

SEVERGNINI, BEPPE

2010 *La pancia degli italiani. Berlusconi spiegato ai posteri*, Rizzoli, Milano.

SZAKOLCZAI, ARPAD

2013 *The Rebirth of Theatre as Comedy and the Genealogy of the Modern Public Arena*, Routledge, Abingdon-New York.

TAVIANI FERDINANDO – SCHINO, MIRELLA

1986 *Il segreto della Commedia dell'Arte. La memoria delle compagnie italiane del XVI, XVII e XVIII secolo*, La casa Usher- SES, Firenze.

TOSCHI, PAOLO

1976 *Le origini del teatro italiano*, Boringhieri, Torino.



WEISSMAN, F. E. RONALD

1982 *Ritual Brotherhood in Renaissance Florence*, Academic Press, New York.

WILES, DAVID

2011 *Theatre and Citizenship. The History of a Practice*, Cambridge University Press, Cambridge.

ŽIŽEK, SLAVOJ

2009 *First as Tragedy, Then as Farce*, Verso, London – New York (ed. it. *Dalla tragedia alla farsa. Ideologia della crisi e superamento del capitalismo*, Ponte alle Grazie, Firenze 2010).

ZORZI, LUDOVICO

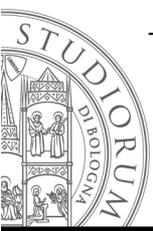
1977 *Il teatro e la città. Saggi sulla scena italiana*, Einaudi, Torino.

### Abstract - IT

Gli effetti politici, sociali e culturali del crollo del muro di Berlino hanno fortemente influenzato l'arena pubblica odierna. Il neoliberalismo, la conseguente crisi economica del 2008 e la contemporanea rivoluzione digitale hanno visto lo Stato soccombere all'individualismo e a una generazione di politici altamente 'performativi' per i quali la distinzione tra sfera pubblica e privata viene meno. Il carattere eminentemente razionale della politica è venuto così a perdersi in una comunicazione spettacolare e ipermediatica. L' 'arte del governo' è diventata quella della 'messa in scena'. L'uomo di stato si è trasformato in performer. Nella dialettica tra sacro e profano, il vecchio deve morire per resuscitare nel suo opposto, come il pubblico chiede. L'articolo discute il ruolo giocato dalla cultura popolare (Carnevale, Quaresima, Pasqua) e dalla comicità nello show (e 'commedificazione') della politica italiana degli ultimi 25 anni. Mette a fuoco la vittoria di Berlusconi, ottenuta grazie alla personificazione della nuova cultura dell'individualismo popolare, fino ad arrivare a Renzi, re dei social media, destinato a fallire a meno che non si dimostri capace di trasformare il teatrino della politica in azione politica.

### Abstract - EN

The complex political, social and cultural effects of the fall of the Berlin Wall have shaped the modern public arena. Neoliberalism, the resulting economic crisis of 2008 and the simultaneous digital revolution saw the State succumbing to individualism and the emergence of a generation of highly 'performative' politicians, who embody the fall of boundaries between private and public personae. Rational politics melts into spectacular media. 'State craft' becomes 'Stage craft'. The statesman turns into performer. In the dialectic between sacred and profane, everything old must die to resurrect into its opposite, as the public requests radical change. The article discusses the role played by popular culture (Carnival, Lent, Easter) and comic performance in the show (commedification) of Italian politics of the last quarter of century. It focuses on Berlusconi's victory thanks to his personification of the new culture of popular individualism, leading to Renzi, king of social media, doomed to fail unless capable of transforming the Stage back into State.



### CLAUDIO BERNARDI

è Professore associato di Storia del Teatro e Antropologia della rappresentazione all'Università Cattolica di Brescia e Direttore del CIT (Centro di Cultura e Iniziativa Teatrale 'M. Apollonio') e del Master in Eventi Culturali della sede di Milano. È membro del comitato scientifico della rivista «Comunicazioni sociali», Vita e Pensiero, e accademico dell' 'Accademia di S. Carlo' di Milano. È stato relatore in convegni nazionali e internazionali e coordinatore di progetti di teatro sociale e di comunità per organizzazioni pubbliche e private. Principali aree di ricerca: teatro religioso medievale, teatro sociale e di comunità, performance ed eventi culturali.

### CLAUDIO BERNARDI

is Associate Professor in Theatre History and Theatre Anthropology at the Catholic University of Brescia and Director of CIT (Centre for Theatre Research) and the Master in Project Management of Cultural Events at the Milan campus. Member of the review committee of «Comunicazioni sociali», Vita e Pensiero, and academician of the 'Accademia di S. Carlo', Milan. Presented papers in national and international conferences, and managed social and community theatre projects for private and public organisations. Main fields of research: medieval religious drama; social and community theatre; performance and cultural events.