



IL CORPO DEL CAPO

Marco Belpoliti

Berlusconi is a man of extraordinary imagination, energy and determination. He has never been interested in politics, other than for his entrepreneurial needs. Forced by personal circumstances to enter the political arena of Italian democracy, he has aggressively tackled the task without the studied ambiguity of professional politicians. His language is clear. When he is caught in a lie he blatantly denies his statements. The reconstruction of his decaying body is exhibited, not concealed. His philandering is a matter of pride, not shame. His moral principles are openly self-centred.

This transparency makes him an excellent model to observe the dynamics of political success in a modern democracy, as the transparent body of the C. Elegans worm is an ideal model organism to watch and study neural networks and synaptic connectivity. In particular, Marco Belpoliti has focused his attention on the relationship between Italian democracy and Berlusconi's body. Thus, researching Berlusconi, he reveals the essence of political representation: salesmanship at its apex. In a society where objects are traded for their value as signs, not for their utility – even the technical performance of cars has a semiotic value – politicians are elected for their appearance and slogans, not for their merits. They are just signs self-crafted to guide the electors towards a vote, as, in advertising, sexy girls lure into buying a product.

In 2001 something unusual happened in millions of Italian families: the postmen delivered a book that had not been ordered. The volume – *Una storia italiana* – illustrated the successful life of Silvio Berlusconi with a few glorifying words and a dreamlike fantasy of pictures - an Italian masterpiece of political advertising. These cleverly framed and

retouched photographs that anticipate the physical mending of his body have been inspirational to Belpoliti. His thorough analysis of Berlusconi, a pragmatic salesman grown first to the status of media mogul and then elected Prime Minister, shows that the communication techniques necessary to sell a product are equally effective at winning elections.

The political journey of Berlusconi, practically proprietor of his own party, is unusual in a modern democracy and reminiscent of Mussolini's regime, as Belpoliti highlights. But, looking around, we can easily see that most Western leaders apply similar merchandising techniques, even if with more restraint. Belpoliti, with *Il Corpo del Capo*, becomes the harbinger of a new forensic science that looks for evidence into the bodies of politicians.

Paperback: 160 Pages

Language: Italian

Publisher: Ugo Guanda Editore, 2009



Evaristo Fusar,
Silvio Berlusconi,
1980

Simulacro è lo stesso Berlusconi, qualcosa che non appartiene tanto all'ordine del reale, ma lo simula, lo produce e così risolve il conflitto e l'opposizione tra realtà e immaginario.

Nell'ottobre del 1938, di ritorno da Praga, dove aveva assistito allo smembramento della Cecoslovacchia, Hubert R. Knickerbocker, uno dei grandi corrispondenti esteri americani, con studi di psichiatria e una lunga permanenza a Berlino, si reca in visita da Carl Gustav Jung a Kiisnacht. Vuole parlargli di quello che ha visto nel suo soggiorno europeo e interrogarlo sulle tre figure di politici che sembrano dominare la scena del Vecchio continente: Hitler, Mussolini e Stalin. L'intervista con lo psicoanalista svizzero è una delle più lunghe mai pubblicate. Knickerbocker, con un'immagine molto efficace, chiede a Jung che cosa succederebbe se i tre venissero rinchiusi in una stanza con un pezzo di pane e una brocca d'acqua sufficiente appena per una settimana – a quel tempo la loro personalità autoritaria era percepita come tale solo in parte, e non certo da tutta l'opinione pubblica europea.

Jung dubita che si dividerebbero cibo e acqua. Hitler, essendo il tipo dello sciamano, dice, si metterebbe sdegnosamente in disparte senza partecipare alla disputa, mentre Mussolini e Stalin, essendo invece entrambi il tipo del capovillaggio o del guerriero, si contenderebbero il possesso delle vivande. Alla fine, conclude, essendo Stalin il più duro e prepotente, si accaparrerebbe tutto.

L'intervista è molto acuta, vista anche la data in cui è stata concessa; in particolare la parte dedicata a Hitler è interessante perché Jung, di lingua madre tedesca, è pienamente in grado di percepire il fascino che promana dal capo della nuova Germania.

Hitler come sciamano, come mago, ecco la lettura che lo psicoanalista offre al suo interlocutore americano. Il suo potere, dice, è magico, non politico. L'intervistatore lo incalza: Che cosa intende per magico? Per

sentirlo, bisogna capire l'inconscio, risponde Jung. L'inconscio, ricorda il fondatore della psicologia analitica, «è quella parte della nostra organizzazione psichica sulla quale abbiamo scarso controllo e in cui si sono accumulate ogni sorta di impressioni e di sensazioni; che contiene pensieri e persino conclusioni di cui noi non siamo consapevoli». Hitler possiede un segreto che riguarda direttamente l'inconscio; in lui «l'inconscio ha accesso in maniera eccezionale alla coscienza», afferma, ed «egli se ne lascia dirigere». «La vera guida» conclude «è infatti sempre guidata.»

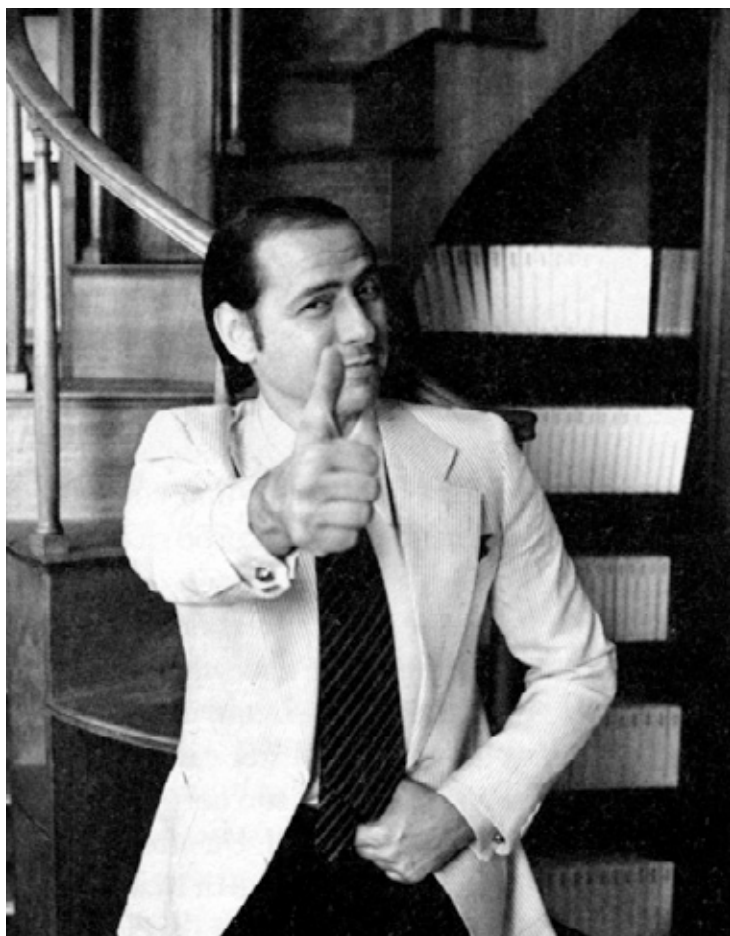
Questo per spiegare l'inspiegabilità di certi comportamenti del dittatore tedesco, ma anche il contatto con l'inconscio dei tedeschi di cui appare capace il capo del nazismo. La voce, ripete Jung, è la vera arma persuasiva di Hitler. Non l'immagine, non la fotografia, bensì il suono delle sue parole.

L'intervistatore, più avanti interroga lo psicoanalista riguardo a Mussolini. Per un caso fortuito Jung si è trovato a osservare i due, Hitler e Mussolini, nel corso della visita di quest'ultimo a Berlino. Ne ha potuto spiare le reazioni, le espressioni del viso durante la parata, e si è reso conto che Mussolini emana qualcosa di simpatico, di caldo, di umano, persino di contagioso: «con Mussolini hai la confortevole sensazione di trovarti davanti a un essere umano», mentre con Hitler si prova paura: «non è un individuo» dice «è una nazione intera». All'inizio dell'intervista Jung ha spiegato che Mussolini possiede «la psicologia del capo-villaggio», è «l'uomo della forza fisica. Lo si avverte immediatamente appena lo si guarda». E su questo aspetto insiste anche per spiegarne l'istintiva simpatia che suscita.

Tuttavia, come hanno dimostrato le ricerche condotte all'Istituto Luce, l'ente che governava la politica dell'immagine del Duce, la visione delle sue fotografie era strettamente sorvegliata, e da Mussolini stesso verificata: il Duce vistava le fotografie approvate con una M sul retro prima della pubblicazione.

La visione delle foto ufficiali del fascismo conferma il giudizio di Jung: il capopopolo ha una radice, più o meno esplicita, nella natura stessa degli italiani. Anche se lo psicoanalista svizzero non lo dice, l'Italia e i suoi abitanti gli sembrano manifestare un tratto di umanità più dolce, più caldo, che s'incarna perfettamente in Mussolini. «Capovillaggio» – non dimentichiamo che anche Stalin lo è secondo Jung, più spietato e duro – è un evidente richiamo alla base agricola della civiltà e della società italiane nei primi decenni del xx secolo. Mussolini è un capo-villaggio che è riuscito nell'impresa, niente affatto scontata, di raccogliere attorno a lui folle oceaniche, creare adunate in cui l'Italia dell'epoca, insicura di sé, delusa, incerta, uscita con un senso di inferiorità dal massacro della Prima guerra mondiale, ha ritrovato invece una propria identità. Questo è il segreto di Mussolini, parte di quell'aspetto inconscio cui si richiama Jung parlando di Hitler: il consenso al Duce è di natura fisica, collegato all'uso degli spazi. Di più: è strettamente connesso con il suo corpo.

Le fotografie del Duce rivelano una doppia natura: in esse coesistono un'immagine dinamica e un'altra statica. Da un lato c'è un Mussolini «versatile come un attore di teatro», e dall'altro un Mussolini «immobile come una statua di pietra». Immagini complementari, ma anche opposte, la cui gestione creerà non pochi problemi ai propagandisti del fascismo e agli occhiuti sorveglianti delle sue fotografie.



Giuseppe Pino, Milano, 1978

Questa dualità è stata colta con molto acume da Ugo Ojetti, giornalista del «Corriere della Sera», già nel 1922, a pochi giorni dall'avvento al potere dell'ex leader socialista. Ojetti ha una straordinaria intuizione. Il volto del Duce, scrive, si divide in due: dal naso in su – occhi, sopracciglia, fronte – e dalla bocca in giù – bocca, mento e mascella. Due parti che non sembrano essere in alcuna relazione. La parte sopra, spiega Ojetti, è mobile e romantica, quella sotto è invece fissa e classica.

Se mi soffermo su questo aspetto della figura del Duce è perché egli costituisce il primo esempio italiano di accorto sfruttamento dell'immagine del Capo, del corpo del Capo in immagine. E poiché, come spiega l'intervista con Jung, il corpo trasmette messaggi evidenti, per quanto all'apparenza invisibili – inconsci dice lo psicoanalista –, la figura fisica di Mussolini appare il limite stesso della sua propaganda.

Nel corso degli anni Trenta, gli anni del grande consenso al regime, di adesione piena e soddisfatta degli italiani al loro Condottiero, Mussolini compariva nei cinegiornali e nelle fotografie con questa doppia natura che costituiva anche un doppio messaggio politico: statista e cavaliere, sciatore e yacht-man, aviatore e contadino. A cui corrisponde su un piano politico il tentativo di tenere insieme la doppia natura del fascismo stesso: rivoluzione e reazione, romanticismo e classicità. Qualcosa di schizofrenico, ma perfettamente adeguato alla realtà italiana che, nel bene e nel male, si è sempre rispecchiata nei suoi leader, per quanto contraddittori, a partire da Garibaldi e Mazzini sino a oggi.

E tuttavia, ci ricorda lo storico Sergio Luzzatto, in Mussolini s'andava via via fissando la versione monolitica che per lo storico ha assunto la sua forma più esplicita in una sorta di «natura petrosa» del Duce: la natura

marmorea rimandava a una terribile prigionia del corpo e dello spirito.

Silvio Berlusconi sembra avere più di un punto in comune con Mussolini. Non tanto sotto l'aspetto politico – il populismo postmoderno di Berlusconi non ha alcun analogo nella storia italiana –, bensì riguardo all'uso dell'immagine, e non solo questo. Prima di tutto Berlusconi è il primo politico italiano, dalla fine della Seconda guerra mondiale, che ha curato la propria immagine con la stessa costanza e continuità di Mussolini. Con il tycoon milanese il potere, prima mediatico, poi economico, e infine politico, s'incarna sotto i nostri occhi, occupa prepotentemente la scena della politica attraverso l'immagine del proprio corpo. Da Mussolini a Berlusconi. In entrambi i leader, Mussolini e Berlusconi, è in gioco la rappresentazione.

La costruzione della sua immagine infatti non è frutto solo di un sapiente uso del suo corpo in fotografia, ma il risultato partecipativo degli italiani stessi, come mostrano le fotografie scattate durante il talk show «Porta a porta»: è lo sguardo degli altri che costruisce la sua immagine.

La gente «vedeva il duce personaggio prima che persona»; loro, gli italiani, avevano spinto il regime, sostiene Luzzatto, a trasformarsi in rappresentazione, così che «Mussolini non aveva fatto altro che recitare un copione scritto da quaranta milioni di mussoliniani». Un aspetto rilevato dai capi fascisti che finiva tuttavia per assolvere gli italiani dalla loro responsabilità morale nel fallimento del fascismo: tutti colpevoli, nessun colpevole. Un costume abituale nella storia italiana, e una conclusione che potrebbe valere anche per il prossimo futuro.

Il corpo di Berlusconi così come viene presentato nelle immagini, ma anche analizzato dai suoi critici, costituisce una sorta di corpo-icona, come osserva la filosofa Giuliana Parotto, un modello ideale, «che compendia valori estetici e morali». Ma non solo. Questo corpo è oggi quello di un leader che possiede un «plusvalore simbolico» dovuto al suo rapporto con la comunità politica intera, con il paese che, se non si raduna più sotto il balcone di piazza Venezia – qui il paragone con Mussolini –, ha tuttavia la propria piazza nella televisione.

Perché i capelli? Per quale ragione Silvio Berlusconi insiste nell'aver una capigliatura in cima alla propria testa nonostante l'età e la naturale calvizie?

Fa riflettere questa insistenza di Silvio Berlusconi a contrastare il naturale esito dell'età visto che, già intorno ai cinquant'anni, oltre la metà degli uomini ha perso, o sta perdendo, i capelli. Come si sa, è la sovrapproduzione di ormoni sessuali maschili a determinare nella maggioranza dei casi la calvizie. E se un uomo calvo non appare bello, tuttavia nel gusto contemporaneo la sua figura è oggi considerata più sexy.

Il primo a radersi il capo in epoche recenti è stato Benito Mussolini. Come ha scritto Italo Calvino, il capo del fascismo, forse ispirandosi a un attore e regista, Erich von Stroheim, «aveva saputo trasformare la testa calva da difetto fisico (il «prima della cura» delle réclame delle lozioni) in simbolo di forza virile». Lo scrittore definisce la rasatura del Duce un vero e proprio colpo di genio: negli anni Trenta si rade i capelli superstiti sulle tempie e sulla nuca. La tonsura come risposta alla perdita dei capelli porta con sé anche un'immagine differente dell'uomo: l'uomo forte che disprezza la moda ortodossa e si mostra pronto a combattere. Il trapianto dei capelli del leader di Forza Italia conferma dunque la sua adesione a un modello femminile che lega, secondo i canoni tradiziona-



Davide Caglio, Sardegna, 2004

li, la sessualità alla presenza della capigliatura. Un indice della sua femminilizzazione? In parte sì. I capelli sono l'unica parte del corpo maschile che può essere resa femminile; basta lasciarli crescere.

Non a caso Pier Paolo Pasolini ha fatto dei capelli il primo simbolo della «mutazione antropologica»

avvenuta in Italia alla fine degli anni Sessanta. Chissà che cosa avrebbe scritto il poeta della trasformazione del viso e dei capelli di Silvio nel corso di trent'anni? Come avrebbe letto la costruzione del suo look e della sua politica del corpo? Difficile dirlo. Di certo Pasolini non avrebbe risparmiato critiche alla trasformazione in senso transessuale del costume e della politica italiana di cui l'attuale Presidente del Consiglio è il testimonial principale. Questa mescolanza, progressione verso l'indifferenziato sessuale, l'avrebbe probabilmente legata alla trasformazione stessa dello scenario italiano a cui Berlusconi ha contribuito prima con la sua impresa edile poi con la sua impresa televisiva: una mutazione profonda del corpo stesso dell'Italia (e non solo del suo Capo).

L'ambiguità nascerebbe, secondo la psicoanalista, da un conflitto irrisolto. Se nelle nevrosi classiche il conflitto era tra l'Io e l'Es, tra l'individuo e le sue pulsioni profonde, spesso in contraddizione con le regole e i divieti vigenti, ora è stato soppiantato dal «conflitto d'interessi» tra Io e Super-Io, ovvero: tra la persona e l'istanza di giudizio e di critica presente in lei e che probabilmente rimanda all'infanzia, ai divieti parentali. Per sopportare le situazioni esterne traumatiche o corrotte, per non doversi confrontare e differenziarsi, oggi gli individui organizzano delle «manovre di collusione e di superficiale consenso».

Ancora una volta con un cortocircuito è Silvio Berlusconi a mostrarci il volto comico e insieme terribilmente serio di questa ambiguità, che pare collapsare nella sua immagine. Racconta: «I complimenti più belli che ho ricevuto nella mia vita sono quelli legati ai tifosi del Milan. A Como, subito dopo la partita dello scudetto del 1988, un tifoso vede la mia macchina, mi riconosce, si pianta davanti al cofano e grida: 'Silvioooo, Silvioooo: sei una gran bella figa!' rimasto lì coricato per quasi cinquecento metri. È stato il complimento più bello della mia vita» (Berlusconi in concert).

L'ambiguità richiama il tema della «zona grigia» descritta da Primo Levi: la realtà che nel Lager separava e univa le due categorie opposte dei padroni e dei servi, zona dai contorni mal definiti, come spiega lo scrittore torinese. Lì, nel campo, l'ambiguità appare un dato permanente, il modo stesso attraverso cui, con intensità e conseguenze molto diverse, gli individui collaborano con il potere, ne sono conniventi, pur senza appartenere completamente alla categoria dei carnefici. Anche se Levi non lo dice in modo diretto, è plausibile pensare che la «zona grigia» riguardi anche realtà esterne al Lager e al campo di concentramento, ovvero tutte quelle situazioni in cui è in corso una forma di coercizione e di dominio, dalla scuola all'ufficio, dalla fabbrica all'azienda. La sua

convincione, espressa in *I sommersi e i salvati* (1986), è che tanto più è dura l'oppressione, tanto più è diffusa tra gli oppressi la disponibilità a collaborare con il potere.

L'ambiguità si presenta perciò come una forma di comportamento consueto in un contesto come quello attuale, basato sul non-coinvolgimento e sull'«assenso incondizionato», come lo definisce il filosofo Davide Tarizzo, «che non è consenso né libero né forzato». Tarizzo usa l'espressione «l'impero dell'applauso» riferendosi a questa pratica di assenso passivo che è assurda, attraverso la televisione dove è addirittura preordinato se non preregistrato, a sistema abituale e consuetudine. Con questo regime dello spettacolo sparirebbe nel contempo l'esperienza stessa del consenso, per trasformarsi in «sì incondizionato e slegato da qualsiasi contenuto», con la conseguenza di espungere dalla realtà sociale ogni forma di dissenso: è divenuto inutile, ancora prima che nocivo. «Allo Spettacolo» scrive Tarizzo «non si può dire di no, possiamo solo dire sì.» Nella realtà dominata dai talk show della neotelevisione berlusconiana dagli spettacoli di intrattenimento scroscianti di applausi ed echeggianti risate, anche in assenza di pubblico, la sfera del senso viene «completamente integrata e assorbita dalla sfera dell'assenso. L'ambiguità è il suo sentimento più veritiero».

La transizione verso il femminile non significa però che nelle società occidentali il femminile si sostituisce al maschile, come un sesso che si sostituisce all'altro, secondo un'inversione strutturale. Si tratta piuttosto, scrive Baudrillard, di un problema di segni: l'intera realtà, oggi, tende a scomparire e a diventare un gioco di segni di secondo livello: segni di segni. Baudrillard, come si sa, ama i paradossi, ma in questo caso non si tratta solo di un gioco di parole, bensì di qualcosa che riguarda la forma stessa con cui la realtà oggi si presenta a noi. Il filosofo attira la nostra attenzione sul fatto che il consumo, la società dei consumi in generale, è «lo stadio in cui la merce è immediatamente prodotta come segno, come valore/segno, e i segni (la cultura) come merce».

Oggi le merci non sono più solo oggetti di cui ci serviamo nella nostra quotidianità, sia come alimenti sia come strumenti per facilitarci la vita. La Coca-Cola, per esempio, non è solo una bibita, ma prima di tutto un marchio, un logo, come si dice comunemente; perciò ogni cosa che reca questo marchio si presenta a noi sotto la forma di segno: qualcosa che sta al posto di qualcosa d'altro. Allo stesso modo, la lavatrice, per citare un esempio di Baudrillard, «serve come utensile e recita come un elemento di comfort, di consumo». Se si pensa alla pubblicità degli elettrodomestici si capisce subito che cosa intende il sociologo francese con «recita». La lavatrice è il segno del comfort, un segno che interagisce con altri segni.

Per spiegare questa radicale trasformazione, entro cui si colloca anche la figura del tycoon di Arcore, Baudrillard argomenta come il sistema del consumo «non sia fondato in ultima analisi sul bisogno e sul godimento», come sostenevano i primi critici del consumismo americani, ma «su un codice di segni (gli oggetti/segni) e di differenze». La conseguenza è che la vendita, l'acquisto, l'appropriazione di beni, la circolazione delle merci-oggetto costituiscono un vero e proprio linguaggio, «il nostro linguaggio, il nostro codice, per cui l'intera società comunica e si parla». La struttura del consumo somiglia a una lingua artificiale, come la lingua gestuale dei sordi e dei muti.

A metà degli anni Settanta, quando questo processo aveva raggiunto il suo culmine negli Stati Uniti, Baudrillard scriveva che «tutti i segni si



Alex Majoli, Roma, 2008

scambiano oramai tra loro senza più scambiarsi con qualcosa di reale». Di più: la simulazione dello scambio dei segni ha finito per sterminare ogni referenza reale. La vicenda di Silvio Berlusconi, lo sviluppo e il trionfo della sua televisione fondata sulla pubblicità – sulla vendita della pubblicità e sulla pubblicità come contenuto stesso di questa vendita – va letta all'interno di questo quadro.

Viviamo in una realtà dominata dai simulacri, sostiene il filosofo francese. Simulacro è lo stesso Berlusconi, qualcosa che non appartiene tanto all'ordine del reale, ma lo simula, lo produce e così risolve il conflitto e l'opposizione tra realtà e immaginario. La stessa seduzione transessuale non deriva perciò da un aspetto sessuale, bensì dal contrario: dalla possibilità di trasferire nei segni il potere stesso del sesso, trasformare la capacità distruttiva del desiderio sessuale in un gioco di segni. Come nel travestitismo, anche nelle mosse seduttive di Silvio Berlusconi tutto è messa-in-scena, simulazione.

Il che significa che il corpo del leader vale in quanto riesce a ottenere dei risultati sul piano sociale, risultati economici, di prestigio e di potere. Mi spiego: il corpo è oggi un capitale da spendere, un *mindful body*, come dicono i sociologi. E la moneta corpo, il corpo-progetto. Se la natura non ha dotato le persone di un corpo perfetto, interverrà il trucco, e se questo non basta, la chirurgia che lo modifica, lo manomette, lo migliora. Se il valore del corpo risiede nella sua freschezza, nella giovinezza, si provvederà mediante *lifting*, liposuzioni, trapianti.

Fino al 1988 l'intervento sul corpo di Berlusconi è un intervento sulle fotografie, attraverso la posa (la maschera sotto l'identità), e poi mediante la tecnica del ritocco, prima con la matita, poi con l'aerografo, di cui resta testimonianza nella galleria dei suoi ritratti scattati da Fusar;

tutto questo al fine di mascherare l'incipiente calvizie e correggere un naso troppo grande. Dopo quella data, Silvio ricorre con costanza e insistenza alle diete, alla ginnastica, allo jogging, e impone lo stesso ai suoi collaboratori, come testimonia la famosa fotografia del leader che guida il gruppo dei suoi accoliti nel ritiro della villa tropicale durante la settimana di esercizi corporali. Fare jogging, chiosa acutamente Baudrillard, poi non è correre, «è far correre il proprio corpo».

Oggi il corpo, per quanto mortale, o forse proprio per questo, acquista un valore assoluto nella nostra società; e ciò non riguarda solo Silvio Berlusconi, ma tutti in generale. Egli ha solo anticipato un costume diffuso. Il suo corpo – e il nostro – si presenta come un corpo-mentale.

Michel Foucault lo ha messo in evidenza attraverso un'espressione che ha avuto molta fortuna: biopolitica. Significa che il corpo è concepito all'interno di discipline, regole, prescrizioni, ordini che lo modellano e dirigono: lo si cura, lo si analizza, lo si potenzia in vista di un uso anche economico.

Il corpo televisivo finisce per contraddire la naturale istanza rappresentativa propria del corpo del re, e trasferisce gli attributi del corpo politico al corpo naturale, il che comporta, paradossalmente, una politicizzazione del corpo del Capo. La novità consiste proprio in questo: l'importanza attribuita ora all'aspetto carnale del corpo medesimo. Da un lato, c'è la messa in primo piano delle proprie trasformazioni fisiche, «fare il tagliando», come si è espresso il leader politico nelle interviste, che risponde alla logica indotta dalla televisione di rompere la separazione tra privato e pubblico, attribuendo un'enfasi pubblica alle proprie vicende private; dall'altro, come fa notare Giuliana Parotto, questo muta nel contempo anche il significato biologico del corpo stesso. Il corpo manipolato – sia in immagine sia nella realtà fisica – ha infatti solo l'apparenza del corpo naturale. Non soltanto perché appare più simile al corpo bionico, ma perché sembra entrato in una dimensione differente, proprio grazie alla televisione.

Nelle istantanee scattate da Giorgio Lotti durante la sua «discesa in campo», nel corso del messaggio televisivo, e nelle kermesse di Forza Italia, il Cavaliere ci appare composto di materia plastica: il colorito del viso tende al rosso e l'espressione del volto possiede ora un'immobilità da manichino.

Il paradosso della nuova immortalità mortale riguarda la forma stessa della vita nella società postmoderna dominata dai mass media. L'immortalità è qui, «ma non ci resterà». Che cosa è accaduto? La modernità ha decostruito la mortalità attraverso «un carniere pieno di malattie spiacevoli ma addomesticabili, affinché nel conseguente tumulto della lotta alle malattie la mortalità potesse essere dimenticata e rimossa dalle nostre paure».

Non passa settimana senza che sui giornali o nelle trasmissioni televisive e radiofoniche si parli di nuovi ritrovati della scienza per combattere l'infarto o il cancro, per avere delle diagnosi anticipate visto che le malattie sono mortali. L'oncologia è diventata la scienza non della mortalità, bensì della promessa d'immortalità. Lo stesso Presidente del Consiglio continua a ripetere che la vita umana – alludendo alla propria – può essere estesa sino ai centovent'anni grazie all'aiuto della scienza. Che cos'è tutto questo se non un modo per elidere il problema della morte, per considerarlo un problema clinico, medico, e non più in un

fatto sostanziale della vita umana che definisce la nostra stessa esistenza? La morte non solo come limite, come ci ha insegnato la filosofia del XIX e XX secolo, ma anche e soprattutto come orizzonte stesso della vita; ciò che dà senso alla vita medesima. Non potendo eliminare la morte, attraverso la cultura gli uomini hanno creato l'idea che non si muore, ma si è uccisi da qualcosa, una serie di malattie, appunto, o di incidenti – il fattore di rischio per entrambi gli aspetti. Così la mortalità può essere dimenticata e rimossa dal novero delle nostre paure.

Ora accade che lo stesso destino capita all'immortalità. Nella postmodernità avviene un processo opposto e perfettamente simmetrico: si è decostruita l'immortalità. «E' l'immortalità stessa a essere divenuta ora mortale [...]». (Bauman)

La decostruzione dell'immortalità è una delle questioni importanti dell'idea contemporanea della vita, e dunque anche della morte. La morte è infatti scomparsa dal nostro orizzonte, non perché non ci sia più; si muore, ma questo evento ha smesso di costituire un elemento fondamentale della cultura collettiva. Più che morire, oggi si scompare. Prima si è vivi, presenti agli altri, poi di colpo non si è più: un evento simile a una sparizione, non al passo o trapasso della morte. Così si è liquidata, in apparenza, la morte stessa. Ora è invece l'immortalità a fare problema, ma anche per questo è pronta una possibile soluzione.

Morte e scomparsa sono modalità completamente diverse di «cessare d'essere». Bauman usa l'immagine di due mondi: nel primo mondo, quello della morte, noi occupiamo un luogo; dunque, per fare spazio agli altri che devono nascere, bisogna morire. Nel secondo mondo invece, per fare spazio ai nuovi arrivati, ci si sposta a un altro livello; come in una casa che possiede tanti piani. Qui è possibile la reversibilità, ovvero: una volta nati si rimane. La sparizione non è per sempre; a differenza della morte non è permanente. L'effimero domina le nostre vite, e Silvio Berlusconi appare come la stella permanente dell'effimero stesso. L'immortalità delle sue televisioni si presenta come l'immortalità prodotta in serie, l'immortalità per le masse. In questa prospettiva prevale la rinuncia al futuro.

Tanti protagonisti della vita pubblica – e televisiva – compaiono dal nulla e svaniscono nel nulla. Stiamo accelerando nel vuoto, come ha detto Baudrillard. Un'immagine perfetta per definire i nostri anni. La parola «vuoto» si attaglia perfettamente alla politica dell'immagine di Silvio Berlusconi. Ci sono dei momenti, rari momenti, in cui ogni uomo «mostra una similitudine con se stesso»; in quei momenti egli è, per dirla con Blanchot, lontano da se stesso, «smarrito di sé».

È fermo davanti a una tenda bianca, le mani dietro la schiena, il volto girato verso di noi. Non sorride, e gli occhi appaiono lontani, spenti. I due pesanti tendaggi giallo oro sui lati, tenuti da due cordoni, suggeriscono una messa in scena quasi lugubre. La foto di Alex Majoli sembra cogliere Silvio Berlusconi in uno di quei momenti in cui smentisce completamente tutta la politica della propria immagine. Eppure si tratta di una foto che lo avvicina alla sua rassomiglianza, e per questo è ancora più inquietante delle immagini che lo ritraggono sorridente e scherzoso, ottimista e baldanzoso, quelle immagini che ci ha imposto in questi ultimi vent'anni, e più. Lo scatto del fotografo ci rivela qualcosa che è implicito nel destino stesso del leader, quel destino che egli sapientemente cerca di allontanare, ma che alla fine celo consegnerà nell'immagine veritiera di se stesso, quella

in cui somiglierà davvero a sé. Dopo anni e anni di manipolazioni dell'immagine, di ritocchi fotografici e di interventi estetici e chirurgici, viene anche per lui il tempo in cui la somiglianza lo raggiungerà. Momento di verità, dunque, in cui tutte le possibili istantanee che gli sono state scattate saranno inghiottite dalla realtà dell'ultima immagine, quella definitiva.

L'istantanea ci fa intravedere, seppure per un attimo, come un lampo, il possibile destino di quel corpo, al di là del suo trionfo attuale. Si tratta di un destino iscritto nelle trasformazioni subite. La manipolazione continua lo ha infatti trasformato, gli ha sottratto la sponda organica: «ibridato in funzione delle nuove possibilità tecnologiche, allungato, allungato, teso, bucato, spezzato e rotto il corpo trova la sua verità nell'essere oggetto, nell'essere morto».

Sono convinto che Silvio Berlusconi abbia fuggito e ancora fugga l'intimità implacabile che è implicita nell'immagine. La sua intimità attuale è ancora quella del simulacro, della finzione più vera del vero.

L'intimità indica ciò che è più interno, più profondo, in un individuo, qualcosa di nascosto, di segreto. Essere in intimità significa svelare sentimenti e azioni che normalmente si tengono al riparo dallo sguardo altrui. La fotografia possiede questa prerogativa: ci fa, nonostante la nostra stessa volontà, intimi con gli altri.

Nell'immagine – verità della vita e insieme della morte – noi diventiamo intimi, e non solo di coloro che ci guardano, ma persino di noi stessi. Non a caso l'atto della fotografia ha qualcosa di predatorio. Ci sono popolazioni, raccontano gli antropologi, che rifuggono la fotografia, che non desiderano essere fotografate: pensano che la fotografia sottragga loro l'anima. In un certo senso, hanno ragione. «Fotografare una persona equivale a violarla, vedendola come essa non può mai vedersi, avendone una conoscenza che essa non può mai avere.» (Sontag)

La politica dell'immagine di Silvio Berlusconi finisce per rivelare qualcosa di intimo: l'insondabile intimità con la morte. Prima o poi, il tempo della verità di sé arriva per tutti, governati e governanti, umili e potenti, gregari e capi.



Alberto Roveri, Edilnord, 1977