

IL VOTO DELLA MASSAIA

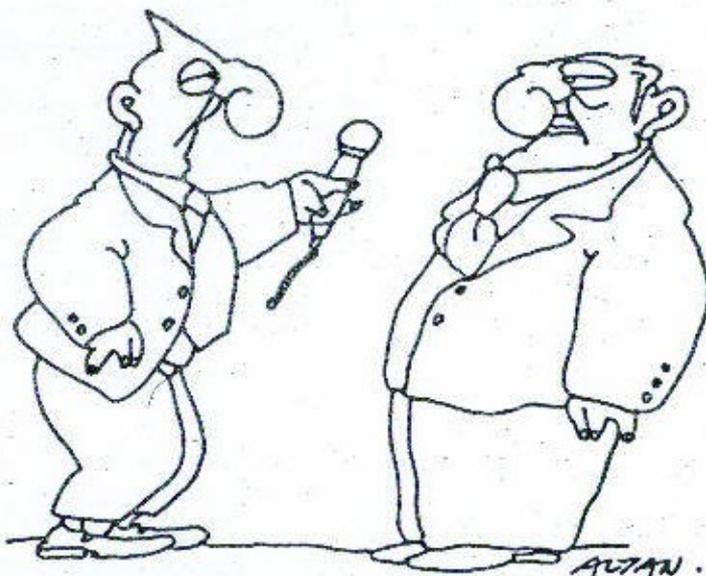
Alle urne come al supermarket: pubblicità elettorale

Nazzareno Pisauri

Il principale aspetto delle campagne elettorali menate dai media è ormai la piena trasformazione della politica in "marketing", come sappiamo. Prima e più evidente conseguenza di ciò è la personalizzazione delle liste da cui la corsa ad accaparrarsi il nome di spicco, non importa come, non importa perché, importa soltanto che faccia scattare un clic: "sì, l'ho visto! Sì, me lo ricordo!". L'identificazione può essere del tutto generica come avviene per i prodotti del supermarket, lo stesso "imprinting" che induce due massaie su tre a comprare il detersivo che più bianco non si può e ad ignorarne altri dieci, magari superiori per qualità e prezzo, induce l'elettore a votare il candidato noto a scapito di quello ignoto. Perché? Semplicemente perché il primo esiste e l'altro no. Il primo la massaia elettore l'ha visto, l'ha conosciuto, l'ha sentito, se lo ricorda, l'altro è un impostore, non esiste. Qualcuno può osservare: "Ah, non è così, perché il candidato lo voti dopo aver scelto il partito, dunque è una scelta, magari casuale e imponderata, ma conseguente ad un'opzione di fondo strategica, una visione del mondo o addirittura ad una ideologia". Risposta: anche la massaia al supermarket compie delle scelte strategiche, se non proprio ideologiche, la prima è

COSA FARÀ SE SARA' ELETTO?

NON POSSO DIRLO: SIAMO IN CAMPAGNA ELETTORALE.



appunto quella di andare al supermarket e non dal droghiere sotto casa. E comunque è stato dimostrato che, su dieci prodotti comprati al supermarket, almeno sette sono beni superflui, dunque l'equazione principale è andare o meno al supermarket, andare o meno a votare, il resto consegue. Si acquistano alimentari, abbigliamento o igienico sanitario come si vota per il quartiere, per il comune o per il parlamento, e si opta per il caffè, le scarpe da tennis o la carta igienica così come si può votare per Rifondazione Comunista, per il Pds o per il Partito Socialista Italiano. Che infine la carta igienica sia carta riciclata o carta vetrata dipende dalla visione di Giorgio Ruffolo che puoi aver avuto più o meno ossessiva di quella di Franco Piro, ma sempre di fenomeni paranoimici si tratta. E d'altra parte è evidente che i partiti si affidano appunto alla parapsicologia quando scelgono gli esterni da mettere in lista, i "candi-

dati civetta", come spiegare altrimenti, ad esempio, la presenza di Angela Casella nelle liste della Democrazia Cristiana se non con una sorta di "transfert" per cui la madre si fa sequestrare dalla stessa organizzazione criminale che ha tenuto in prigione il figlio per ben due anni. O come spiegare la candidatura di Gian Maria Volonté nel Pds, lui che per

trent'anni ha accusato Togliatti prima, poi Longo e infine Berlinguer di cedimenti a destra, come spiegarlo se non con la sindrome del pentimento di delitti non commessi ma segretamente introiettati come quelli delle Br? Più semplice e diretta, invece, la spiegazione di altre candidature. C'è la "candidatura ingaggio", esempi principe Vittorio Sgarbi nel Partito Liberale Italiano, o Massimo Volpi nel Partito Socialista Italiano, o Franco Califano nel Partito Socialdemocratico Italiano. Personaggi tutti che si fanno

pagare venti o trenta milioni per comparire ad una sola festa, dio sa quanto saranno costati ad Altissimo, a Cariglia, a Craxi. C'è poi la "candidatura-zombie": Alessandra Mussolini nel Movimento Sociale, Anita Garibaldi nel Partito Socialdemocratico, Domenico Modugno con i Verdi. C'è, infine, la "candidatura-contrappasso": si dice che la politica è una gara, ed ecco il maratoneta Gelindo Bordin nel Partito Socialista Italiano, che corre e corre e corre, ed ecco il vogatore Antonio Abbagnale nella Democrazia Cristiana, che naviga, naviga, naviga. Si dice che i politici sono ladri, ed ecco i carabinieri di Pappalardo nelle liste socialdemocratiche. Si dice che il parlamento è un bordello ed ecco le liste delle pornostar.

Ma tutto questo è niente rispetto a quanto avviene negli Stati Uniti per l'elezione del presidente. Da noi Occhetto e Scotti provano a censurare il simbolo di Rifondazione Comunista, fallendo pateticamente, mentre in America è in pieno rilancio la caccia alle streghe come ai tempi di Mc Carthy. Bush, per farsi rieleggere è costretto a mobilitare l'Onu e la Nato contro Saddam e contro Gheddafi, mentre a De Michelis e alla Boniver bastano un po' di militari sulle coste pugliesi per difenderle dagli albanesi affamati. Da noi le pornostar vengono spinte a formare delle liste di disturbo, in America vengono direttamente infilate nel letto degli avversari politici e da tutto questo si dimostra ancora una volta quanto siamo arretrati: vuoi mettere la geometrica potenza della Cia con gli alpini avvinnazzati di Gladio? Vuoi mettere la compostezza di Bush che ordina l'attacco a Saddam o a Gheddafi tra la terza e la quarta buca del golf di Camp David e la sguaiataggine di Cossiga che parla di casini con Chiambretti? Vuoi mettere i cadaveri oscuri delle nostre stragi di stato, ancora insepolti dopo dieci, quindici anni e quelli belli in fila sotto i prati di tutte le guerre giuste e le sante invasioni dell'impero Yankee? Vuoi mettere l'uso elettorale della misera lettera di Togliatti con la rivendicazione dei morti di Hiroshima, di cui possono gloriarsi i candidati americani?

Per chi possiamo votare, allora? Ah, Pannella, ah, Manfredo, ma come è possibile che non si siano trovati i soldi per un caffè?