DOPPIOZERO

Renzi, l'uomo in Smart

Marco Belpoliti

18 Febbraio 2014

L’uomo smart in Smart. Così si è presentato l’altro giorno all’uscita da Palazzo Chigi Matteo Renzi, prossimo Presidente del Consiglio, arrivato a questo incarico senza passare per il bagno delle urne, ma conquistando la segreteria del PD attraverso le primarie. In realtà, la macchina che guidava, la piccola city car, non è sua, bensì di un deputato del suo cerchio. Però a tutti è apparso evidente che quel mezzo di trasporto, agile, piccolo, veloce, malandrino, era l’abito perfetto con cui Renzi si mostrava nel momento del passaggio da leader di un partito a capo del governo nazionale.

Smart è una parola inglese la cui traduzione non è molto facile. Vuol dire: intelligente, abile, brillante, alla moda, ma anche furbo e insieme veloce. Non è più un termine, piuttosto un vero e proprio campo semantico, che copre di sé una vasta gamma di significati, tutti connessi alla novità, alla velocità, alla bravura. Le Smart City sono le città intelligenti, che secondo gli urbanisti crescono senza ledere il territorio circostante, che smaltiscono bene i rifiuti, sono ecologiche e risparmiano.

Joseph S. Nye, professore ad Harvard, in *Smart power* (Laterza) ha prodotto la teoria del nuovo potere: superamento della distinzione obsoleta tra realisti e liberali verso una nuova sintesi politica. Non è detto che Matteo Renzi abbia letto il saggio del collaboratore di Clinton, e forse non ne ha neppure bisogno. In lui la vocazione smart è tutt’uno con la sua persona, prima ancora che con il suo personaggio. La velocità, la leggerezza, la flessibilità, la funzionalità, sono parte integrante del suo messaggio. “Io vado veloce, venite con me!”, questo lo slogan che promana dalla sua figura, un’aura che lo circonda, marcata dal suo stesso modo di vestirsi, da trentenne pratico e immediato. Il pragmatismo sembra la sua stessa ideologia di fondo, che sbaraglia ogni residua ideologia.

Come ha notato Bruno Pedretti a riguardo della definizione della parola “smart”, nel termine è presente una strana miscela di realtà e intenzione, di sapere e tecnica, d’informazione immateriale ed efficacia pratica. È un mix che non mira ad espugnare la realtà per via brutale – il contrario del brutalismo modernista di Craxi –, bensì attraverso la forza della persuasione. Lo si è visto nel modo con cui Renzi ha affiancato e superato Enrico Letta, che di colpo è apparso immobile, statico, vecchio.

Si è trattato di una manovra politica, certamente, costruita con abilità e furbizia, ma anche il risultato di una performance. L’immagine calzante è quella del sorpasso. La piccola e compatta Smart dell’uomo-smart ha affiancato e superato l’automobile tradizionale del Presidente del Consiglio, e via! Oggi i contenuti della politica non sono più degli *arcana imperii*, ovvero manovre segrete che si compiono lontano dall’occhio dei sudditi. Il potere è tutto nella visibilità. L’immagine ha un ruolo fondamentale. Qualche giorno fa Massimo Gramellini ha ricordato su “La Stampa” che sia Matteo Renzi, come il leghista Matteo Salvini e anche il grillino Corrado Tedeschi, hanno partecipato ai programmi televisivi dell’era berlusconiana. Renzi, come ricordano le sue biografie, ha vinto una bella cifra alla “Ruota della fortuna” di Mike Bongiorno.

La tv commerciale ha fatto da levatrice della nuova generazione dei politici? In una certa misura sì. Chi è stato giovane negli anni Sessanta reca il marchio della neonata televisione di Stato, di “Carosello” e di “Topo Gigio” – è la generazione di Walter Veltroni –, i “ragazzi” che hanno oggi trenta e quaranta anni sono stati i fedeli telespettatori di Canale 5 – “Drive in” e nonno Mike.

Tra tutti questi Renzi sembra avere una marcia in più. Certamente ha afferrato al volo, in modo intuitivo non istruttivo, che la televisione è, come dice Marshall McLuhan, un medium tattile e che privilegia i primi piani. La televisione è medium freddo, cool, e così appare anche Renzi, che incarna nel modo migliore l’effetto smart di questo strumento di comunicazione, che per il guru canadese non è tanto un medium di azione quanto di reazione. Renzi è esattamente questo: fa leva sulla reazione più che sull'azione. La sua abilità consiste in questa capacità di interpretare le necessità reattive della società italiana.

Milioni di persone lo sostengono non per ragioni ideologiche (parola obsoleta, per il momento), non perché bello (non lo era neppure Berlusconi), non perché programmatico (chi ricorda solo una sua proposta?), ma perché reagisce allo stato di cose presente. Reagisce alla casta (una parola vale più di mille discorsi), alla staticità del sistema politico, alla sua lentezza, alla sua inerzia, ai suoi privilegi, ai dinosauro della burocrazia.

Reagisce, non agisce. Intercetta tutto questo. È alla moda, ovvero smart. Per la prima volta dopo cinquant'anni appare sulla scena un politico che cerca di trasformare la realtà non indicando un progetto, bensì utilizzando le attese delle persone. Il vero guru dell'universo web non è infatti Grillo, bensì l'ex boy scout di Rignano sull'Arno. Un confronto che presto si farà.

Questo articolo è apparso su L'Eco di Bergamo

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO


VIA
DEL
PARLAMENTO