



N°. 236

11 SETTEMBRE 2014

POLITICA:
IL PRIMATO DEL MARKETING E LA SUA LOGICA PERVERSA
di Alessandro Corneli

Non scopriamo niente di nuovo se diciamo che **Matteo Renzi** è un maestro nel marketing politico, ma francamente – come scrive oggi *Libero* – questa ci mancava all'appello: tutti i ministri dovranno recarsi nelle scuole dove hanno studiato per solennizzare l'inizio del nuovo anno scolastico, ovvero per ribadire la centralità della scuola nel programma del Governo e dare risonanza alla riforma **Giannini**. Non è precisato se l'istituto prescelto dovrà essere quello della Scuola elementare, della Scuola media dell'obbligo o della Scuola media superiore poiché è possibile che lo stesso ministro bambino-giovanetto abbia cambiato istituto. Seguirà il cuore?

Che questa operazione, che comunque avrà un costo, anche se limitato, sia uno spot, non c'è alcun dubbio. Che profumi un po' di amarcord è altrettanto chiaro, avendo per obiettivo non tanto gli studenti che, in maggioranza, avendo di meno di 18 anni, non votano, ma i loro genitori e forse anche i loro nonni che invece votano, ecc. ecc.

Non voglio parlare di questo ma della logica intrinseca, e perversa, della riduzione della politica a marketing perché, nulla essendoci di nuovo sotto il sole, richiama direttamente i regimi che hanno inventato e praticato per primi, scientificamente, il marketing politico, cioè i regimi autoritari, di destra e di sinistra. Certe cose le ho viste solo in qualche spezzona di documentari di *Film Luce* relativi alle utilizzazione della masse scolaresche, in divisa bianca o nera, nelle parate di regime. Arriveremo all'inno nazionale e all'alzabandiera, ogni mattina, nel cortile di ogni scuola? Arriveremo a **“Sull'attenti! Entra il Direttore!”**? E poi sport e musica. L'educazione all'uso del computer sembra sostituire l'educazione militare. È già una piccola fortuna, ma per gli adulti spirano venti di guerra: contro l'ISIS (Stato Islamico), contro la Russia: **Angela Merkel** sembra avere indossato l'elmetto. Proprio la Germania che fa i maggiori affari con la Russia. C'è qualcosa di poco chiaro. Mentre la Francia è pronta a scatenare bombardamenti sull'ex mandato siriano, con la benedizione di **Obama**. A noi, la Libia, che non è più uno scatolone di sabbia, ma una distesa di pericolose sabbie mobili.





Juncker ha formato la Commissione Europea e si è circondato di commissari rigoristi: non è un bel segnale per l'Italia. La Francia ha visto così ridotto il successo della nomina del commissario Moscovici all'economia, ma ha reagito affermando che continuerà a sfiorare il deficit del **3%**. Adesso comunque tutta l'attenzione è concentrata sulla Scozia dove il 18 settembre si svolgerà il referendum sull'indipendenza. **Elisabetta II**, con grande stile, ha rifiutato di scendere in campo: i partiti hanno voluto la Monarchia neutrale, e neutrale sia. A lei non si può tirare la giacca. **“C'è nebbia sulla Manica: Il Continente è isolato”**.

C'è il timore, se vincessero gli indipendentisti, che anche Spagna (Catalogna) e Belgio (Fiandre) dovrebbero imboccare lo stesso percorso. E perché no anche la Padania? E come opporsi ad altre richieste di indipendenza da parte di regioni fortemente caratterizzate da precedenti identitari storici, etnici, linguistici, religiosi, e, non ultimi, precisi interessi economici? E se è vero che la secessione avrebbe dei costi, mobiliterebbe anche risorse, sotto forma di spese, per realizzarsi: una variante della politica keynesiana: separarsi per spendere.

