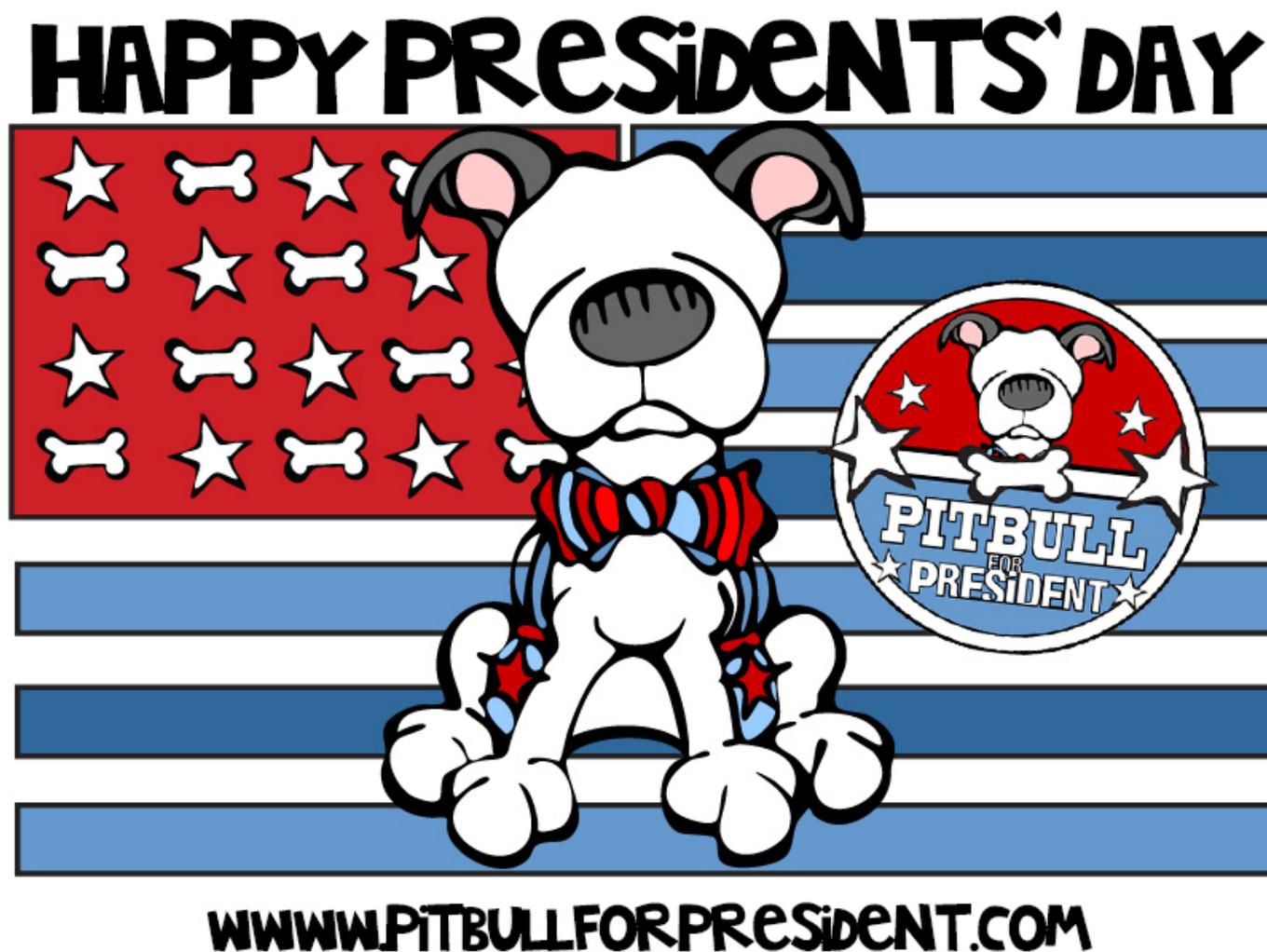


Le elezioni del Presidente, tra leaderismo autocentrato e plebiscitarismo acefalo

di Francesco Coniglione - 29, gen, 2015

<http://www.siciliajournal.it/le-elezioni-del-presidente-tra-leaderismo-autocentrato-e-plebiscitarismo-acefalo/>



Allo stesso modo di come è accaduto in tanti altri casi di rilievo pubblico, si confondono anche nel caso della elezione del Presidente della Repubblica aspetti e giudizi che appartengono a **piani di discorso categorialmente diversi**. E così accade che quando si domanda (ad es. in un famoso talk show televisivo che di queste confusioni è ricco) il nome del futuro presidente, le persone rispondono o col nome che loro aggrada, o con quello che ritengono sia il più probabile o con quello che sarebbero disposti a votare. E così **confondono tra aspetti diversi del problema**, un po' come è avvenuto a proposito della celebre frase di papa Francesco sul **pugno che "si deve aspettare"** chi insulti sua madre: è chiaro che questa espressione non voleva certo essere una giustificazione o – peggio – un imperativo morale del "pugno",

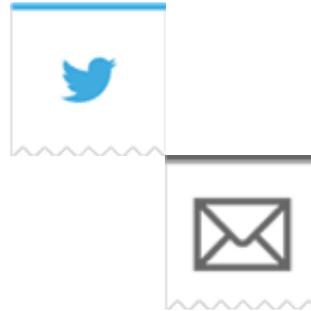
ma enunciava piuttosto una sorta di legge empirico-sociologica. Una cosa è infatti dire che se ci si butta dalla finestra ci si sfracella al suolo (legge empirica), un'altra è suggerire o dire che è buono e giusto buttarsi dalle finestre (legge o valutazione di tipo etico).

Analogamente, una cosa è esprimere il proprio presidente ideale, quello che piacerebbe fosse eletto; un'altra cosa è prevedere chi sarà eletto, anche se tale nome risultasse personalmente ripugnante; ancora un'altra è esprimere la propria disponibilità ad accettare (e quindi a votare nel caso si fosse nelle condizioni di farlo) un dato nome. **Nel primo caso siamo nel mondo dei sogni**, dell'ottativo del cuore, di ciò che risponde al nostro ideale e che sarebbe possibile nel migliore dei mondi possibili, se non ci si dovesse confrontare con gli attriti e le lordure della politica praticata. **Nel secondo caso ci poniamo sul piano dell'analisi delle forze in campo**, dei dati di fatto, delle esigenze contrapposte e quindi dobbiamo far uso dell'intelligenza delle cose, in una quanto più possibile asettica e spassionata valutazione della realtà della politica, facendo la tara alle passioni e alle sozzure di cui essa è intrisa. **Nel terzo caso, infine, ci poniamo il problema di ricordare** al meglio le nostre aspettative (appartenenti al primo livello di discorso) con la realtà di fatto (appartenente al secondo) e quindi cerchiamo di risolvere la difficile equazione consistente nella scelta del nome che è, ad un tempo, di fatto possibile e quanto meno lontano dalle nostre aspirazioni ideal-utopiche. Ed è quest'ultimo il piano in cui propriamente si deve porre la politica se non vuole rinchiudersi o nel velleitarismo inefficace o nella semplice e pura contemplazione dei fatti, che accadrebbero indipendentemente e indifferenti alla nostra volontà.

È questo lo sforzo che deve essere richiesto a tutte le forze politiche che vogliono realmente incidere sulle elezioni del presidente e che non vogliono rassegnarsi al nome che potrebbe scaturire dall'accordo a due tra Renzi e Berlusconi. Ma questo impegno a distinguere i diversi piani del discorso, prima tratteggiati, deve in generale poter caratterizzare l'attività di una forza politica che voglia **coniugare il reale cambiamento con l'efficacia progettuale**, l'attaccamento a nobili ideali con la loro concreta implementazione. Ed è proprio di questa "sapienza" che è sinora mancato il movimento diretto da Grillo; una sapienza che non può scaturire da votazioni plebiscitarie, appunto perché queste il più delle volte tendono a mischiare i diversi piani del discorso. È questo invece il compito di **un accorto e pensante gruppo dirigente**, che nei partiti e nelle organizzazioni che funzionano dovrebbe possedere il difficile mestiere della elaborazione e della mediazione. Proprio quello che sembra oggi mancare a gran parte dei **partiti sulla scena, sballottati tra leaderismo autocentrato e plebiscitarismo acefalo**.

Diffondi la notizia!





google_ad_client = "pub-2341405682917738"; google_ad_width = 728; google_ad_height = 90;
google_ad_format = "728x90_as"; google_ad_type = "image"; google_color_border = "#FFFFFF";
google_color_bg = "#FFFFFF"; google_color_link = "#d57807"; google_color_text = "#000000";
google_color_url = "#f91020";
