

Le Fabbriche di Nichi. Fenomenologia di una comunità politica postdemocratica
di Onofrio Romano

1. Premessa

La crisi delle forme tradizionali di partecipazione politica nelle democrazie mature è da tempo oggetto di un ampio dibattito. Le aggregazioni di tipo partitico, in particolare, conoscono una diaspora interminabile, non ruotando più a sincro con la struttura sociale e con gli immaginari egemoni. La nettezza delle divisioni di classe *d'antan* permetteva di tarare i soggetti politici sulle aspirazioni e i bisogni di categorie ampie e omogenee di attori sociali, potendo giovarsi anche di repertori immaginari specifici e coerenti con quelle aspirazioni. Oggi invece assistiamo da un lato a una parcellizzazione delle coordinate esistenziali, che ostacola ogni tentativo di sintesi politica, dall'altro a una standardizzazione dell'immaginario condiviso, che scioglie le gerarchie sociali dentro un'ampolla di omogeneità virtuale, depotenziando il conflitto.

Emergono soggetti politici più leggeri, agili, "liquidi", i quali non agiscono sulla base di grandi costruzioni ideologiche contenenti una visione complessiva della società, ma per obiettivi puntuali e su questioni circoscritte.

Un ruolo cruciale assumono in questi mutamenti i mezzi di comunicazione di massa. E' opinione diffusa tra gli studiosi del territorio che si pone all'incrocio tra comunicazione e politica che i grandi media elettronici (la Tv, in particolare) abbiano contribuito non poco a raffreddare la partecipazione, a porre i cittadini occidentali in una condizione di passività rispetto ai processi politici. Le agenzie di socializzazione tradizionali, tra le quali si annoverano anche i partiti, soccombono di fronte alla strapotenza delle fucine mediatiche. Le forme di socializzazione da queste generate si pongono in contraddizione

con l'antropologia democratica: esse, infatti, si allineano maggiormente ad un modello neo-comunitario¹ o più propriamente "tribale"², in cui l'elemento affettivo prevale sull'atteggiamento raziocinante, deprimendo qualsiasi forma di consapevolezza civica e di attivismo politico³.

In questo quadro, irrompe un elemento di grande novità che promette di sconvolgere l'ambiente mediale finora esperito nelle democrazie mature: il web 2.0. Le nuove possibilità interattive offerte da internet lasciano intravedere una nuova morfologia sociale. Se la Tv decreta la primazia dell'emittente, con il web 2.0 è l'interazione a prevalere. Secondo molti autori, questo assetto scardinerebbe il meccanismo che ha generato la passivizzazione delle cittadinanze. Il nuovo medium ridarebbe la parola ai cittadini, ne stimolerebbe il protagonismo e l'attivismo. L'esistenza di una sorta di omologia strutturale tra la rete delle reti e l'assetto immaginario della modernità individuale⁴ è del resto innegabile. La cultura moderna lavora per la sovranità dei singoli individui, rendendo neutre le istituzioni in cui essi gravitano. Spesso la letteratura sul tema ha messo in risalto l'impianto verticistico della modernità, ma la sua vocazione autentica, il suo obiettivo finale, coincide con la perfetta immanenza orizzontalista, in cui viene massimizzata la sovranità individuale ed esaltato l'atteggiamento passivo e neutro delle istituzioni rispetto alle preferenze dei singoli. Il web 2.0, in questo senso, rappresenterebbe l'apoteosi della modernità orizzontale. E' per questo che nella diffusione di internet, e in particolare di alcune sue piattaforme, diversi autori intravedono la rinascita del soggetto consapevole e partecipativo⁵. Il soggetto antropologico che si ritrova alla base stessa del modello democratico. La rete, quindi, come amplificatore della cultura moderna.

Certo, c'è chi mette l'accento su alcune implicazioni neo-tribali nell'uso della rete ma il risultato finale non cambia di molto. La disciplina della modernità viene in molti casi ribaltata. L'emozionale vi ha preminenza e le possibilità edificanti sono molto limitate. C'è piuttosto un gusto della decostruzione tra gli internauti, una vocazione alla liquefazione e alla reversione dei contenuti,

¹ Meyrowitz J., *No sense of place: the impact of electronic media on social behavior*, Oxford University Press, New York, 1985.

² Maffesoli M., *Le temps des tribus. Le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*, Méridiens Klincksieck, Paris, 1988.

³ Castells, M., *The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. I, II, III, Cambridge, MA; Oxford, UK. Blackwell, 1996-1998.

⁴ Stephenson, J. B., «Is Everyone Going Modern? A Critique and Suggestion for Measuring Modernism», in *The American Journal of Sociology*, pp. 265-275, 1969.

⁵ Castells, M. (1996-1998), *The Information Age: Economy, Society and Culture*, op. cit. Per una lettura aperta ma anche critica rispetto a questa possibilità cfr. Formenti C., *Cybersoviet*, Raffaello Cortina, Milano, 2008.

incompatibile con la positività del moderno⁶. Ma, al fondo, tutti convergono sull'elemento della liberazione: il navigante è un soggetto sovrano, che si emancipa da ogni gerarchia e ricerca continuamente la propria soddisfazione-affermazione. In questo senso, è ultramoderno, a prescindere dall'uso più o meno edificante che egli fa della sua libertà. Se i mass media rappresentavano il grado zero della sovranità dell'individuo-spettatore, la rete ne sollecita il continuo *empowerment*.

Si è dunque portati a scommettere che la rete permetterà, nel medio-lungo periodo, di ricostruire degli spazi di aggregazione politica. Spazi nuovi, diversi certamente dal partito, poiché orizzontali e non gerarchici, ma che similmente al partito s'inseriscono a pieno titolo dentro il paradigma della democrazia, resuscitano la partecipazione attiva della cittadinanza, la consapevolezza civica, il protagonismo, la voglia di incidere sulla realtà e sulla costruzione del bene pubblico. Una prima prova empirica di questa possibilità è stata fornita dalle ultime presidenziali americane, che hanno incoronato l'outsider Barack Obama. Nella sua campagna elettorale, infatti, il web 2.0 (e in particolare i social network come Facebook e Twitter) ha avuto un ruolo, a dire di molti, fondamentale⁷: uno strumento di aggregazione (nonché di raccolta fondi) imprescindibile, grazie al quale il potere d'influenza delle televisioni è stato ribaltato. L'uso della rete, in questo caso, richiama l'epica del Davide vittorioso contro il gigante Golia.

Ma è effettivamente così? La rete delle reti stimola rigurgiti neo-moderni in contrapposizione ai tradizionali media generalisti? Ospita un soggetto sempre più individualizzato e autonomo? Ne incrementa la consapevolezza e la sovranità sul proprio mondo? Ed è proprio vero che il soggetto moderno⁸ era schiacciato dal partito e dalla TV, mentre oggi trova la propria casa nel web 2.0?

Per rispondere a queste domande, prenderemo in esame un caso interessante di aggregazione politica post-moderna, o meglio post-partitica, in cui il web 2.0 è diventato un elemento di primo rilievo: le "Fabbriche di Nichi", vale a dire l'organizzazione che si è formata a ridosso della campagna 2010 per la rielezione di Nichi Vendola a governatore della Puglia.

⁶ Per un'interpretazione entusiasta di questa possibilità si vedano Susca V. e De Kechkove D., *Transpolitica*, Apogeo, Milano, 2008. Per un'interpretazione critica, cfr. Magatti M., *Libertà immaginaria*, Feltrinelli, Milano, 2009.

⁷ Cfr. Cristante S., *Comunicazione (è) politica*, Bepress, Lecce, 2009; Mezza M. (a cura di), *Obama.net. New media, new politics?*, Morlacchi, Perugia, 2009.

⁸ Per una sempreverde anatomia di quel che s'intende per "soggetto moderno" si veda Riesman D., *The lonely crowd*, Yale University Press, New Haven, Connecticut, 1950.

Ci chiederemo se questa organizzazione e i soggetti che vi partecipano possano inquadrarsi dentro il “modello democratico”, secondo la definizione essenziale che ne dà Colin Crouch: “la democrazia prospera quando aumentano per le masse le opportunità di partecipare attivamente, non solo attraverso il voto ma con la discussione e attraverso organizzazioni autonome, alla definizione delle priorità della vita pubblica; quando le masse usufruiscono attivamente di queste opportunità; quando le élite non sono in grado di controllare e sminuire la maniera in cui si discute di queste cose”⁹.

Le Fabbriche possono dirsi espressione del “modello democratico”? Lo esaltano o lo mortificano? Ne sono la realizzazione o la negazione?

Il caso non può essere derubricato a fenomeno marginale (di mero interesse locale) o episodico (limitato all’esperienza elettorale pugliese). Vendola si è candidato a rappresentare la coalizione di centro-sinistra alle prossime elezioni politiche italiane e preme per ottenere le primarie. Tutti i sondaggi lo accreditano, ad oggi, vincente nel caso in cui queste dovessero essere celebrate. Per Vendola, le Fabbriche sono il futuro, mentre i partiti (compreso il suo, *Sinistra Ecologia e Libertà*) sono “il vecchio che non può più”, dunque delle semplici postazioni transitorie. Le Fabbriche rappresentano un prototipo delle forme di aggregazione politica che si annunciano in Occidente e che promettono di monopolizzare anche il campo del socialismo europeo, ultimo avamposto, secondo lo stesso Crouch, della tradizione democratica.

2. Dai comitati alle Fabbriche

Sugli eventi del 2005 ci siamo ampiamente soffermati in passato¹⁰: l’inaspettata conquista da parte di Nichi Vendola della presidenza della

⁹

Crouch C., *Postdemocrazia*, Laterza, Bari, 2007, p. 6. Riteniamo molto sensato e condivisibile, in Crouch, il richiamo a tener fermo il “modello” nella comparazione con la “realtà” (esercizio ormai fuori moda nelle scienze sociali), evitando, nella fattispecie, di alterare il significato della democrazia in dipendenza della sua evoluzione storica in determinati contesti. E’ il caso tipico di Almond e Verba, per i quali è democratico tutto quello che avviene nel sistema politico americano e anglosassone (sic!), anche se in alcun tratti e in alcune sue manifestazioni storiche esso tradisce palesemente il senso della democrazia. L’abitudine a forzare il significato e il valore di determinati principi (inequivocabili nella loro formulazione) viene rivendicata quasi sempre in nome dell’apertura al “nuovo”, al mutamento, ma in realtà si tratta solo di un’insopportabile forma di auto-indulgenza, ovvero di rimozione di quel che non ci piace ammettere del nostro essere.

¹⁰ Si veda il nostro “Virtù primarie. Note sul laboratorio politico pugliese”, in *Democrazia e Diritto*, n° 1 2005, FrancoAngeli, Milano, pp. 217-237 (poi ripreso in *Da Vendola a Prodi. I media nelle campagne elettorali 2005-2006*, a cura di Stefano Cristante e Paolo Mele, Besa Editrice, Nardò, 2006, pp. 23-49).

Regione Puglia, preceduta dalla rocambolesca vittoria alle primarie “anomale” contro Francesco Boccia. Un fatto di grande impatto simbolico.

In quell'occasione, Vendola è riuscito a bucare la mediasfera (tutta sbilanciata a favore dei suoi sfidanti) e il sistema delle alleanze politiche istituendo un legame diretto con la cittadinanza. Un rapporto costruito pazientemente e quotidianamente, comune per comune, piazza per piazza. Vendola ha offerto il proprio corpo al popolo, facendo anche riemergere l'eminenza della “parola” contro ogni “codice” (mediatico e politicante).

In questa prima esperienza elettorale si è avuto un apparente prologo delle Fabbriche, con i cosiddetti “comitati di partecipazione civica”, nati ovunque in Puglia spontaneamente a ridosso di gruppi della società civile già attivi sulle tematiche politico-amministrative locali. I comitati sono stati il vero traino della candidatura di Vendola e già in quell'occasione Internet ha fatto la sua parte, sebbene in maniera meno sofisticata. Il sito web di Vendola ha funzionato come strumento di collegamento tra i diversi comitati, sia sul piano della costruzione del programma elettorale (ciascun comitato ha inviato le proprie proposte programmatiche e poi queste sono state discusse e votate in un grande evento a Bari, cui hanno preso parte circa duemilacinquecento sostenitori di Vendola) sia sul piano dell'organizzazione degli eventi e della propaganda elettorale.

Questo lavoro alacre e puntiforme ha permesso l'ascesa alla presidenza della Regione di un “comunista omosessuale”, che ha avuto anche in campagna elettorale l'intelligenza di giocare ironicamente con la sua fama di estremista, auto-denunciandola nei manifesti di propaganda. In una Regione caratterizzata da forte contendibilità ed elevata vulnerabilità delle maggioranze¹¹, la sovra-mobilitazione di minuscole guarnigioni di militanti ha rappresentato un plus fondamentale per il successo.

Vendola, tuttavia, ha scelto di non mettere a valore il momento magico dell'inedita mobilitazione elettorale al fine di costruire una comunità politica, lasciando che i comitati chiudessero i battenti uno ad uno e che la forza popolare espressa durante le elezioni si disperdesse. A questo si sono aggiunte le vicende tumultuose che hanno riguardato la sua formazione politica di provenienza. Vicende sulle quali non è possibile indugiare in questa sede, ma il cui esito è noto: Vendola ha lasciato Rifondazione Comunista, successivamente a un tentativo fallito di assumerne la guida, e dopo il passaggio transitorio di MPS (Movimento per la Sinistra) ha dato vita ad un nuovo partito, molto malfermo dal punto di vista organizzativo e ideologico (Sinistra Ecologia e Libertà), che mette insieme pezzi di partiti di sinistra sopravvissuti a varie

¹¹Vassallo S. “Le elezioni regionali del 2005. Alternanze, personalizzazione e ricambio”, in *Le Istituzioni del Federalismo*, n. 6/2005, pp. 987-1006.

diaspore. Di fatto, durante l'esperienza di governo, Vendola si è progressivamente affrancato da ogni comunità politica. Questo non ha fatto che accentuare la sua vocazione movimentista e anti-partitica (già giocata in maniera strumentale, ovverosia come articolo di marketing elettorale, durante la campagna del 2005), radicalizzando posizioni politiche in realtà già espresse negli ultimi congressi di Rifondazione Comunista.

A fine mandato, com'è noto, i partiti della coalizione da lui guidata tentano di "spezzargli le gambe"¹², negandogli la ricandidatura in nome della costruzione di una nuova alleanza di centro-sinistra (allargata all'Udc e depurata dalle frange estreme), per la quale la Puglia avrebbe fatto da battistrada. Ma la manovra viene interpretata diffusamente nell'opinione pubblica come un atto di arroganza delle nomenclature di partito, insensibili alle sorti del territorio (ben amministrato dal governatore uscente) e preoccupate soltanto per la propria auto-riproduzione. Indossati i panni della vittima, Vendola si candida dunque unilateralmente a succedere a se stesso, riproponendosi come leader del centro-sinistra e chiedendo per questo a gran voce la celebrazione di primarie di coalizione, in ossequio alla procedura già adottata ufficialmente dallo statuto del neonato Partito Democratico. La ri-candidatura viene presentata ufficialmente il 15 novembre del 2009, con una grande convention a Bari.

E' in questa occasione che nasce l'idea della Fabbrica di Nichi e che si sperimenta per la prima volta la liturgia portante di quello che diventerà il nuovo soggetto politico, costruita sulla base di un singolare mix di rituali leaderistici e partecipazionistici¹³.

Le redini della campagna elettorale (sia per le primarie sia per la Presidenza della Regione) vengono prese saldamente in mano dal nuovo organismo della Fabbrica di Nichi, che assume da subito forte centralità e autonomia. Molto più che cinque anni prima, Vendola può far agio su una struttura tutta ritagliata intorno a sé, sganciata e senza debiti con i partiti, i quali sono o inconsistenti (come il suo, Sel) o, peggio, ostili. I sostenitori, quindi, si riuniscono sotto le insegne della Fabbrica, abbandonando in molti casi le rispettive aggregazioni partitiche. Per questo, pur essendo concepita come un semplice "comitato di scopo" limitato all'obiettivo della rielezione di Vendola, la Fabbrica diventa quasi naturalmente l'embrione di un soggetto politico nuovo e autonomo.

¹² E' l'espressione usata in un'intervista successiva a RadioRai dal Sindaco di Bari, Michele Emiliano, per lungo tempo indicato come successore di Vendola alla guida della coalizione di centro-sinistra nelle elezioni regionali del 2010.

¹³ Adunata degli "operai" in un grande spazio fieristico. Discorso di apertura del leader che annuncia ai suoi sostenitori le proprie mosse sullo scacchiere politico. Tavoli tematici in cui si raccolgono e si discutono le idee dei partecipanti circa le cose da fare per il bene comune. Discorso di chiusura del leader finalizzato a serrare i ranghi per la nuova impresa elettorale.

Creativi, spin-doctor, agenzie di comunicazione già presenti nella campagna del 2005, ma con un ruolo esterno, vengono ora “internalizzati” nello staff che guida la cosiddetta Fabbrica Zero (il quartier generale, ubicato nel centro di Bari). Non sono più al servizio di un committente politico, ma vi si mischiano e in gran parte lo sostituiscono. L’unico committente resta Nichi Vendola. Non promuovono il progetto politico partorito all’interno di un partito o di una qualsiasi altra comunità, ma costruiscono il progetto, senza renderne conto a soggetti collettivi.

Internet vi gioca da subito una parte centrale, soprattutto grazie ai nuovi network sociali, Facebook e Twitter in testa. Il sito web della Fabbrica viene collocato all’interno stesso del sito personale di Nichi Vendola. La pagina Facebook del Governatore conosce una crescita esponenziale dei propri “fan”, stimolata dalle strategie di marketing virale condotte da giovani esperti inglobati nello staff. La campagna per le primarie è marcatamente differente rispetto a quella del 2005. E non solo per ragioni tempo (solo due settimane, visto il ritardo con cui la competizione viene convocata, per via delle resistenze dei vertici del PD). Vendola non batte tutte le piazze di Puglia, come cinque anni prima, non visita le sedi di partito, delle associazioni, i luoghi di lavoro ecc. Solo pochi grandi comizi nei capoluoghi di provincia. Se i vecchi “comitati per Nichi” nascevano spontaneamente sui territori, senza sollecitazioni esterne, a ridosso di aggregazioni civiche già presenti e radicate, nel 2010 le Fabbriche nascono per gemmazione dal centro, soprattutto attraverso il web. Per costituire una Fabbrica occorre, innanzi tutto, iscriversi sul sito e poi trovare un locale in città. Il meccanismo permette di avvicinare alla politica soggetti nuovi, in prevalenza privi di esperienze pregresse nei partiti, nell’associazionismo di base, nel volontariato. Si tratta di giovani internauti, che usano la rete per informarsi, per seguire gli eventi politici e reagire ad essi grazie alle piattaforme interattive: soggetti sostanzialmente impolitici e spesso sensibili alla retorica anti-politica (come si evince dai commenti che depositano sulle pagine Facebook). La Fabbrica di Nichi mette loro a disposizione l’opportunità di uscire, spesso per la prima volta, dallo schermo del computer per intraprendere un’attività di partecipazione reale. I soggetti che popolano le Fabbriche sono quindi marcatamente differenti da quelli che animavano i comitati. Sono sedotti dal personaggio Nichi Vendola, un possibile antagonista di quel Berlusconi che essi sono abituati a sbeffeggiare tramite le pratiche di *polbusting*, ma che contemporaneamente attinge alle medesime risorse carismatiche dell’avversario.

La Fabbrica Zero si mostra molto protettiva nei confronti dei nuovi “operai”. Accompagna e assiste le Fabbriche gemmate in tutto il loro percorso: ne definisce i principi istitutivi in un agile e accattivante decalogo (che nulla ha a

che fare con gli ingessati statuti di partito), offre un kit contenente materiale di propaganda, volantini, manifesti, slogan ecc. Suggerisce “buone azioni” da poter svolgere nella propria città.

Uno dei tratti qualificanti del nuovo soggetto è quindi la forte targetizzazione: nelle Fabbriche hanno cittadinanza soprattutto i giovani sotto i trent’anni, grandi fruitori di internet, *fluent* con i linguaggi e le piattaforme della rete. Una targetizzazione assente nel 2005, quando il fenomeno Vendola si caratterizzava per una ben maggiore trasversalità, soprattutto nella fase post-primarie. I luoghi frequentati da Vendola erano molteplici e i soggetti incontrati plurali per età, censo, cultura, classe sociale.

Vendola non scende più al livello orizzontale, fondendosi nel corpo del popolo. La sua figura diventa doppiamente “orbitale”: sia per il tramite della virtualizzazione operata dal web (si può intervenire nella sua pagina Facebook o sul suo blog) e dai media generalisti sui quali è sempre più presente, sia attraverso le sue “apparizioni” sopra i palchi delle grandi adunate. In ogni caso, egli non è più avvicinabile, rifugge da quella orizzontalità carnale grazie alla quale tempo prima era riuscito a sbeffeggiare l’immagine del suo vecchio avversario (Raffaele Fitto), imperatore triste rinchiuso nella torre eburnea del potere.

Un altro elemento rilevante è la profonda americanizzazione degli eventi elettorali. Nelle convention e nei comizi spariscono d’incanto le bandiere di partito (molto presenti nel 2005). Al loro posto, compaiono i cartelli rettangolari *ad personam* con su scritto semplicemente: “Vendola Presidente”, distribuiti dallo staff a tutti i partecipanti e sollevati a comando a beneficio di fotografi e cameraman prima e dopo il discorso.

Le Fabbriche si caratterizzano, rispetto ai vecchi comitati, per un’estetica forte e omogenea, disegnata dai creativi collocati al centro dello staff presidenziale e fondata sullo sviluppo di un vero e proprio *brand*, con annesso merchandising per l’auto-finanziamento (dalle borse ai teli mare, passando per le classiche magliette).

Com’è noto, la vittoria di Vendola alle primarie è stata schiacciante e non vi indulgeremo. Qualche considerazione va però fatta a proposito della sua rielezione a Governatore, poiché da essa emergono elementi utili per meglio comprendere il carattere delle Fabbriche. E’ indubbio che il successo elettorale di Vendola abbia suscitato una nuova grande ondata di entusiasmo, non solo in Puglia ma in tutto il paese, tra gli elettori del centro-sinistra. Data la generale e persistente *débauche* della coalizione a livello nazionale, la vicenda pugliese è risultata una dei pochi motivi di conforto. Vendola è apparso l’unico personaggio in grado di suscitare passioni e consensi a sinistra, attraverso una narrazione politica originale e creativa. Questo entusiasmo ha totalmente

oscurato la reale consistenza della vittoria di Vendola e anche la corretta interpretazione del dato elettorale. I numeri ci dicono, infatti, che il Governatore ha perso rispetto al 2005 quasi 129.000 voti, ovverosia l'11%. Più dell'astensione, aumentata del 9,5%. Se guardiamo al centro-sinistra, poi, scopriamo che la coalizione ha perso nel complesso il 14,5% dei consensi rispetto a cinque anni fa. Nel Lazio del caso Marrazzo, per intenderci, la sinistra ha perso "solo" l'11,7%, con un'astensione al +14%. Le liste del centro-destra pugliese, al contrario, non hanno perso quasi nulla (lo 0,2%), nonostante l'astensione alle stelle (come dire che hanno guadagnato consensi).

Insomma, vi è un palese arretramento elettorale che è stato nascosto dalla vittoria. Una vittoria ottenuta soprattutto grazie alla divisione nel campo del centro-destra che si è presentato con due candidati e due coalizioni diverse. Ma la domanda più importante, rispetto al tema che ci occupa, è: qual è stato il contributo delle Fabbriche al successo di Vendola? Questo è difficilmente calcolabile. Quel che appare chiaro è che esse abbiano funzionato bene nei confronti di un certo tipo di elettorato: giovani istruiti, magari precari ma in una situazione generale di agiatezza garantita dalla famiglia, avvezzi alle tecnologie, non legati da rapporti particolaristici con i politici ecc. Vendola ha così operato una netta divisione di ruoli all'interno delle forze che lo appoggiavano. La lista del suo neonato e malfermo partito (Sel) è stata disseminata di personaggi dalla lunga esperienza politica, che potevano contare su bacini personali di voti costruiti nel tempo, sia su base reputazionale, sia grazie a rapporti particolaristici alimentati dai diversi incarichi amministrativi ricoperti. Nel PD questo fenomeno è apparso ancor più accentuato. Vendola ha dunque puntato la sua vena espressiva e le grandi petizioni di principio verso i soggetti forti della società civile, inclusi i giovani internauti intercettati dalle Fabbriche, mentre la cattura del popolo (ovverosia, la parte più consistente dell'elettorato) è stata affidata alla vecchia politica, dagli ultimi sopravvissuti al sistema dei partiti, ai collettori di preferenze di sempre, che gravitano nei territori meridionali, laddove la ristrettezza degli spazi di mercato amplifica le forme di acquisitività politica¹⁴. E' grazie a questo puzzle e ai passi falsi degli avversari che Vendola è riuscito a spuntarla.

La forte caratterizzazione delle Fabbriche, nel senso sopra evocato, il loro ripiego su un genere di elettorato così circoscritto è possibile solo in quanto esse svolgono un ruolo molto specifico all'interno di un sistema politico più articolato e complesso, rispetto al quale esse risultano del tutto funzionali pur stigmatizzandone le derive.

¹⁴ Cfr. Trigilia C., *Sviluppo senza autonomia*, Il Mulino, Bologna, 1993.

3. Organizzazione, attività, ideologia del nuovo soggetto

La fine delle elezioni non segna la fine delle Fabbriche, come avrebbe dovuto essere per un “comitato di scopo”. Il successo dell’esperienza condotta consente di ambire a qualcosa di più. Certo, vi è incertezza circa il loro destino e sulla possibilità di sopravvivere al momento elettorale, ma la convinzione è diffusa che esse possano rappresentare l’embrione di una forma di aggregazione politica inedita e del tutto *sui generis*. Per questo Vendola annuncia già a caldo la celebrazione in tempi brevi degli Stati Generali delle Fabbriche per deciderne il futuro.

Ad oggi, sulla carta (o meglio sul foglio elettronico) si contano quasi 450 Fabbriche. La concentrazione maggiore si ha ovviamente in Puglia, ma esse sono diffuse uniformemente (sebbene con una densità ben minore) sul tutto il territorio nazionale e oltre: ve ne sono in quasi tutti i paesi europei e qualcuna pure in altri continenti (dall’Africa alle Americhe). Non è possibile calcolare quanti siano gli operai che vi aderiscono, poiché come ogni struttura iperleggera, le Fabbriche non fanno tessere. Ma soprattutto non è possibile dire quante delle Fabbriche registrate siano effettivamente attive e quante siano quelle fisicamente esistenti. Quel che è certo è che moltissime sedi, soprattutto dei piccoli comuni di provincia, hanno chiuso i battenti dopo le elezioni per mancanza di finanziamenti, ma continuano ad avere un’esistenza virtuale, che si consuma totalmente in una forma di mediattivismo in rete.

Le elezioni sono finite ma il momento elettorale resta per le Fabbriche un imprinting ineludibile. Esse, in qualche maniera, cercano di rendere permanente l’energia profusa durante la campagna elettorale, lo spirito volontario degli attivisti, la spinta alla mobilitazione che durante il periodo si è manifestata. Si tende cioè a perpetuare l’emergenza, similmente alla strategia della guerra a bassa intensità che, in molti casi, sembra aver sostituito la politica nelle relazioni internazionali. Ciò che si tende a mantenere sono soprattutto i plus organizzativi: la rapidità del comando dal centro, la gerarchia non formalizzata, ma indiscussa, la tensione all’obiettivo concreto che dà fluidità ai movimenti della struttura, dal nodo centrale alle cellule periferiche. E soprattutto l’enfasi sull’azione. Le Fabbriche implementano, anzitutto, azioni concrete. Il lavoro politico è tutto sbilanciato su questo versante. I *core beliefs* condivisi alla base dell’aggregazione vanno più promossi, manifestati pubblicamente, che costruiti o rielaborati. Questa precessione del prodotto politico (che è tipico dei momenti elettorali, dove viene considerato un “dato”) si ritrova come connotato naturale anche nelle Fabbriche post-elettorali.

L'elemento della personalizzazione persiste. Le Fabbriche si aggregano intorno a "Nichi". Vendola rimane la figura carismatica che fa da perno al soggetto politico, anche a elezioni chiuse. Questo connotato personalistico viene ribadito e si pone in linea con la tendenza sempre più marcata nel nostro tempo alla costituzione di partiti o, comunque, aggregazioni politiche "personali". Un tratto cesaristico tipico della cultura di destra che viene trasferito senza imbarazzi dentro lo schieramento di sinistra e mal si concilia con la stessa ideologia di fondo dei partecipanti.

Alla testa delle Fabbriche, permane uno staff di circa trenta persone, formatosi sul campo nel corso della campagna elettorale. Si tratta di soggetti la cui biografia personale, politica e professionale è profondamente intrecciata a quella di Vendola, avendone sempre seguito il percorso, anche negli slalom degli ultimi anni. Le Fabbriche restano un luogo aperto alla partecipazione di tutti e molto spesso vengono convocate riunioni presso la sede centrale di Bari, ma non è in queste sedi che vengono assunte le decisioni, né ovviamente vi sono procedure codificate per assumerle. Lo staff raccoglie tutte le suggestioni che emergono (comprese quelle provenienti dal web) ma detiene sovranità indiscussa sulle scelte e sulle iniziative da adottare (anche se l'ultima parola spetta sempre a Vendola). Sempre in nome dell'imprinting emergenziale. All'interno dello staff, quali membri, per così dire, "di diritto" figurano, come detto, un buon numero di giovani esperti di comunicazione e marketing elettorale. A parte la giovane età e una forma di radicalismo che tuttavia non rinuncia a innestarsi nelle pratiche di consumo mainstream, soprattutto quelle mediate dalle tecnologie della rete, i gestori della Fabbrica Zero hanno in comune il fatto di essersi ritrovati precocemente, nei rispettivi campi di attività (dalla politica, all'impresa, alla libera professione ecc.), in posizioni di elevata responsabilità, senza aver attraversato stagioni formative di particolare rilievo o gavette in retrobottega. Quasi tutti, inoltre, hanno un rapporto di carattere professionale con la Regione Puglia: in gran parte si tratta di consulenti gravitanti all'interno degli assessorati più significativi, ma ci sono anche liberi professionisti che intestano all'ente una quota consistente delle loro parcelle, nonché membri di società e associazioni che lavorano con progetti finanziati dalla Regione. Di fatto, parte dell'attività professionale finanziata dall'ente viene condotta a beneficio delle Fabbriche. Uno schema che ricorda da vicino la logica aziendale utilizzata da Berlusconi alle origini del suo movimento politico: gli uomini più vicini al cavaliere giocavano spesso nel doppio ruolo di dirigenti Fininvest e di quadri di Forza Italia. La differenza è che in questo caso il serbatoio da cui si attinge non è un'azienda privata ma un ente pubblico, sostenuto dalla fiscalità generale. Essendo un organismo informale, non

disciplinato per statuto, né eletto grazie a procedure democratiche, lo staff è di fatto inamovibile.

Tuttavia, nel decalogo già citato viene riconosciuta alla Fabbrica Zero il ruolo di dominus dell'organizzazione, che si esprime soprattutto nell'autorizzare l'apertura di nuove sedi o nel revocare il marchio a quelle esistenti in caso di violazione dei principi base del decalogo stesso. Il problema, però, è che il soggetto "Fabbrica Zero" non viene definito, né nei suoi componenti né nelle procedure elettive. Resta formalmente un'entità fantasmatica e apersonale, sulla quale gli "operai generici" non hanno alcun potere d'influenza. Tra la numero Zero e le altre Fabbriche non esistono ulteriori articolazioni gerarchiche e territoriali. Si tratta dunque di una rete, orizzontale, con un solo nodo centrale. Non ci sono né cariche, né semplici portavoce. Chi parla a nome della "Fabbrica di Nichi" sul sito web e su Facebook, postando commenti, annunci o rispondendo agli operai, non ha né nome né volto. Gli operai decidono solo sulle iniziative condotte a livello locale dalla Fabbrica cui partecipano. Possono ovviamente suggerire via internet delle iniziative, ma la possibilità che il suggerimento sia ascoltato e tenuto in conto è a discrezione dello staff centrale, il cui giudizio è inappellabile.

Una regola essenziale enunciata nel decalogo e ribadita pubblicamente in più occasioni coincide paradossalmente con il motto: "le Fabbriche non fanno politica". Questo imperativo è un punto chiave. Esso non va solo inteso come divieto di presentarsi in competizioni elettorali (cosa del tutto comprensibile), ma ciò che più specificamente viene interdetto con esso è il collegamento tra le Fabbriche e le istituzioni. E' questo il punto di differenza più lampante rispetto al partito. Le Fabbriche non sono un partito nel senso definito dalla Costituzione: corpi intermedi, attraverso i quali si articola il rapporto tra la società civile (la cittadinanza) e le istituzioni. Esse mancano a questo ruolo fondamentale, che dovrebbe essere quello più proprio di un'organizzazione politica "democratica".

Se non è il partito (nel suo senso costituzionale), il modello di riferimento non è nemmeno il "movimento". Questo agisce sulla base di obiettivi specifici, temi di interesse comune sui quali sollecitare l'attenzione della comunità e dialogare – ma in quanto soggetto autonomo – con i pubblici poteri. Il movimento trova la propria cifra caratteristica nell'autonomia da referenti politici e istituzionali. E' evidente che questa dimensione è del tutto assente nelle Fabbriche "di Nichi", nate apposta cioè per sostenere un attore politico e promuoverne l'ascesa dentro le istituzioni. La loro stessa esistenza è legata a filo doppio alla vicenda politico-istituzionale di un singolo soggetto, nominativamente identificato. Esse però, per statuto, non possono avere voce in capitolo sulle scelte politiche adottate da questo soggetto e dalla compagine di

governo che egli guida. Le Fabbriche servono un soggetto e un progetto politico sui quali, tuttavia, non possono esercitare alcuna forma di sovranità o di mero controllo. Il vincolo ha carattere puramente morale, ma in questo senso è del tutto simile al vincolo che un rappresentante istituzionale ha con un suo generico elettore: ciò che viene quindi esplicitamente negato, nelle Fabbriche, è il carattere di corpo intermedio. Quali sono le attività che un operaio può condurre in Fabbrica? Egli può muoversi sostanzialmente su due livelli: quello reale delle attività nella propria Fabbrica locale e quello virtuale dell'attività in rete.

Le singole Fabbriche sul proprio territorio si gestiscono in maniera autonoma, libere di concepire e realizzare iniziative che in qualche modo si ispirino ai *core beliefs* condivisi. Sono possibili diversi generi di iniziative. Innanzi tutto, le “buone azioni” concepite e promosse dal centro soprattutto in funzione della campagna elettorale¹⁵. Oppure le conferenze-dibattito organizzate nei locali delle Fabbriche. Molti esponenti dell'amministrazione Vendola, durante la campagna elettorale, hanno presentato e discusso nelle Fabbriche locali le politiche condotte negli anni precedenti. Insieme a loro, hanno girato anche diversi intellettuali legati alla sinistra e in particolare all'esperienza Vendola. Quel che se ne ricava, tornando alla fase della campagna elettorale, è che le Fabbriche, al contrario dei vecchi comitati, hanno avuto una scarsa propensione esterna. Mentre i comitati organizzavano spesso il tour di Vendola o incontri con la cittadinanza, le Fabbriche hanno pensato soprattutto ad auto-coltivarsi. A coltivare il pubblico interno reperito tramite internet: si è trattato di un'esperienza (anche esaltante, in molti casi) di auto-formazione, ma con un carattere di auto-referenzialità. Per quanto riguarda le azioni, invece, pur avendo esse una proiezione esterna, non sono mirate a specifiche categorie sociali, a incontrare interessi e bisogni ben identificati oppure legate a specifici problemi locali, ma hanno un carattere orbitale, perseguono un astratto bene pubblico, si indirizzano alla città *en général*. Il valore di queste azioni è dunque molto spostato sul coefficiente simbolico e tutto risolto nel momento dell'happening, che fa il verso alla forma del *flash mob* oggi diffuso tra i giovani internauti. Qualcosa che accade puntualmente e che passa.

L'attività in rete si snoda principalmente all'interno del social network Facebook, dove quasi ogni Fabbrica ha un suo profilo. La Fabbrica Zero ha

¹⁵ Ad esempio, il “caffè per Nichi”, che consiste nell'invitare degli amici a prendere il caffè in un locale pubblico per parlare delle politiche realizzate da Vendola, apponendo un cartello fuori dal locale al fine di segnalare pubblicamente l'iniziativa in corso. Oppure il *guerrilla gardening*, attinto da alcune esperienze di attivismo civico, in cui gli operai si adoperano per risistemare gli spazi verdi pubblici della città, piantando nuovi semi di fiori e piante.

oltre 50.000 iscritti. La pagina di Nichi Vendola oltre 253.000. Recentemente egli è diventato il politico più amato (vale a dire, col maggior numero di fan) su Facebook, scavalcando Berlusconi. E' evidente che lo staff lavora alacremente per promuovere l'immagine di Nichi su internet e questo lavoro specifico di promozione è pressoché unico in Italia.

La pagina di Nichi viene usata per comunicare gli appuntamenti (manifestazioni pubbliche, partecipazioni televisive ecc.) cui parteciperà il Governatore e soprattutto per diramare i suoi commenti sulla vita politica o semplici dichiarazioni di principio, idee generali, pensieri e asserzioni che costituiscono una sorta d'infinito manifesto politico aggiornato in tempo reale. I fan della pagina sono continuamente sollecitati: mediamente ad ogni post di Vendola seguono circa 1000 "mi piace" e oltre 100 commenti (incitamenti generici al leader, manifestazioni di approvazione e in qualche caso appunti critici). Nichi Vendola non risponde mai ai commenti. A dispetto delle possibilità interattive del web 2.0, lo stile di comunicazione adottato dal Governatore è top-down, unidirezionale. Le sue esternazioni sono apparizioni auratiche, verticali: è un nuovo modello di trespolo quello su cui si erge Vendola.

Ovviamente è molto diffusa la pratica del *polbusting*, vale a dire il ribaltamento ironico dei messaggi politici degli avversari (anche quelli interni alla coalizione di centro-sinistra). Le Fabbriche sposano in pieno la postura "servile" dell'internauta: il servo che deride il padrone, in assenza di possibilità di dialogare alla pari con lui.

Il concetto di democrazia espresso dalle Fabbriche è quello tipico dell'aziendalismo postdemocratico¹⁶. Il prodotto politico non è frutto di una procedura formalizzata di partecipazione. Esso viene confezionato da un'entità creatrice (Vendola, lo staff ecc.) e poi piazzato sul mercato: a quel punto, il prodotto sarà tanto più democratico quanti più soggetti lo sceglieranno. Ovviamente, affinché il prodotto sia dotato di appeal, occorre disattivare la democrazia, il cui output, essendo la sintesi di diversi punti di vista, è sempre inguardabile. Un patchwork mostruoso, diverso in ogni caso dall'idea di ogni singolo partecipante. Il creatore unico, invece, dà coerenza stilistica al prodotto e lo rende accattivante. Si mantiene quindi l'unicità del genio creatore. La misura del suo valore non è il fatto che incarni un processo democratico, ma il suo successo tra i cittadini-consumatori. Vendola disegna una sua propria narrazione politica (perfezionata esteticamente dal suo staff) e poi la promuove attraverso i canali a sua disposizione: più estimatori attirerà, più essa sarà giudicata "democratica". Certo, la produzione non si risolve nel singolo

¹⁶ Crouch C., *Postdemocrazia*, op. cit.

prodotto, ma nella creazione di un *brand*, uno stile unificante per un insieme di prodotti (dal telo mare della Fabbrica, alle politiche di promozione delle energie alternative), che promette di creare intorno ad esso una vera e propria comunità. Sono i dettami del più recente marketing tribale o comunitario. Ci si assicura così non il singolo cliente sul singolo prodotto, ma una comunità che si aggrega intorno ad un insieme di simboli¹⁷.

Quel che si realizza in Fabbrica è un'estetizzazione dei cliché della sinistra: alcuni valori che vagamente possono essere ricondotti alla cultura politica di sinistra vengono esposti al fine di aggregare persone intorno alla loro adorazione. Qual è l'ideologia di fondo che anima le Fabbriche? Per scoprire le diverse stratificazioni ideologiche delle Fabbriche occorre innanzitutto ripercorrere alcune tappe recenti del pensiero politico di Vendola, che in questa esperienza trovano espressione.

Già all'epoca della sua militanza in Rifondazione Comunista, Vendola aveva manifestato ufficialmente (anche attraverso documenti congressuali) la sua convinzione che dovesse essere superata la forma partito e che il Prc avrebbe dovuto fare in questo senso da battistrada, mettendo a rischio tutto, anche la propria stessa esistenza. Più recentemente egli ha più volte chiaramente sostenuto che Rifondazione andasse sciolta già dopo il G8 di Genova del 2001. Dal suo punto di vista, solo il "movimento" ha cittadinanza, quello che resta permanentemente nella dimensione dell'orizzontalità e il cui obiettivo unico dev'essere, foucaultianamente, la "critica del potere", a ogni livello e in ogni circostanza. Il potere può essere solo criticato, giammai riformato. Le Fabbriche, dunque, devono restarne fuori e agire solo ad un livello orizzontale meramente "espressivo"; limitarsi ad essere fucina di idee. Ma se il movimento deve restare nella dimensione delle *grassroots* per non "sporcarsi le mani" col Potere, allora diventa problematico auto-legittimare la propria presenza dentro le istituzioni. Questa esperienza diventa per Vendola necessariamente solitaria e carismatica: egli si ritiene per implicito una persona dalla cifra morale superiore, in quanto tale impermeabile al tritacarne del potere.

In questa visione non si contempla il riempimento dello iato tra il popolo (come entità astratta e fantasmatica) e l'autorità. Non c'è possibilità di interporre corpi intermedi che riarticolino il rapporto tra istituzioni ed elettori. Il movimento deve solo vociare contro il Potere e osannare il suo "infiltrato" dentro le istituzioni, nella fattispecie Nichi Vendola.

In questo modo viene saltata a piè pari tutta la fatica della mediazione, sia all'interno sia all'esterno del soggetto politico. All'interno, ognuno può esprimersi liberamente senza dover incontrare le asserzioni dell'altro,

¹⁷ Maffesoli M., *Le temps des tribus*, op. cit.

confrontarle e aspirare a sintesi, poiché tanto le espressioni dei singoli non devono mirare alla potenza, ovvero a incidere sulla realtà. Nell'istituzione, poi, l'azione di Vendola è immediata e solitaria: egli non deve confrontarsi con la sua comunità politica, né con le Fabbriche, né con i partiti che lui stesso contribuisce a fondare e, al contempo, a delegittimare, in quanto ontologicamente corrotti dal potere, mere aggregazioni di interessi particolari, di caste interessate solo alla propria autoriproduzione.

Questo paradossalmente conferisce a tutti, agli operai in primo luogo, una sensazione di grande libertà e leggerezza nel condurre un'esperienza di tipo politico normalmente associata con la noia e le lungaggini dei dibattiti. La vena anti-partitica di Vendola si è molto sviluppata negli ultimi tempi, subendo un'accelerazione sia dopo la sua fuoriuscita da Rifondazione sia dopo la rielezione a Governatore di Puglia. In un'intervista immediatamente successiva alla vittoria, egli ha esplicitamente affermato che occorre sbarazzarsi dei partiti, vecchi residui del bellicoso Novecento (dove era prevalente la logica amico-nemico, a cui occorre sostituire invece l'irenismo della cooperazione tra tutte le classi, poiché non vi sono interessi contrapposti ma un unico bene comune), per dare spazio alle "virtù civiche", così come declinate nell'esperienza delle "sue" Fabbriche. Questo significa che egli intende chiamare alla politica prioritariamente, se non esclusivamente, i "virtuosi", coloro che potendo contare su di una posizione personale di forza e agio sono in grado di elevarsi al livello dell'interesse generale, vocandosi alla cura del bene comune (e magari occupandosi all'occorrenza dei più deboli). Persone, cioè, che non hanno bisogno della politica per risolvere i loro problemi. Una prospettiva che ribalta il quadro culturale della "sinistra". Questo atteggiamento ha prodotto quella schisi elettorale, sulla quale ci siamo soffermati in precedenza, tra i virtuosi delle Fabbriche e il popolo affidato in comodato d'uso alle vecchie logiche di reperimento particolaristico del consenso, quindi condannato a rimanere ostaggio del potente di turno.

In questo nuovo quadro ideologico, in realtà, non c'è più spazio per la dicotomia destra-sinistra. Non c'è più spazio per il conflitto. Quella che si tende a istituire immaginariamente è un'arena neutra, dove non ci sono classi e interessi contrapposti, ma solo buone e cattive idee, buoni e cattivi comportamenti. E' così che ritorna ossessivamente il riferimento cardinale all'architettura dei "diritti umani" (molto ricorrente nei commenti su Facebook). L'obiettivo della nuova sinistra dovrebbe essere quello di garantire concretamente i diritti umani così come articolati nelle relative carte. Un obiettivo chiaramente impolitico, che salta a piè pari tutta la storia del movimento operaio e del socialismo, per attestarsi a ritroso sulla realizzazione degli ideali della Rivoluzione francese.

Molto istruttive, in questo senso, sono le parole d'ordine che di recente Vendola ha adottato: la Puglia "migliore" (e ora anche l'Italia migliore), le eruzioni di "buona" politica (in riferimento agli Stati Generali delle Fabbriche, di cui parleremo nel prossimo paragrafo), il discorso della "luce" (quello con il quale Vendola ha lanciato la propria candidatura a leader del centro-sinistra italiano e così da lui stesso intitolato), la politica della "bellezza", i "giovani" delle Fabbriche ecc. Il vocabolario politico di Vendola si arricchisce ogni giorno di nuove dicotomie impolitiche: migliore/peggiore, buono/cattivo, luminoso/oscuo, bello/brutto, giovane/vecchio ecc. Tutte riconducibili, in ultima analisi, alla coppia archetipica "bene vs. male". Ha, inoltre, definito squallide e sporche le sezioni dei partiti: "una donna incinta non vi potrebbe mettere piede"¹⁸. Pulito vs. sporco.

Tutto questo equivale ad annunciare la fine della politica. Non vi sono più visioni alternative che si confrontano nella pubblica arena, ma un mondo che è già là, dato e immutabile nella sua struttura. La politica si limita a lucidarlo. E può farlo bene o male. Non significa, come si dice spesso, che non c'è più differenza tra destra e sinistra. Ma che la destra ha messo solide radici in ogni campo politico, anche in quello avverso. Una destra profonda, intesa soprattutto come matrice culturale, devota all'idea che l'autonomia umana è nulla rispetto alle forze dell'eterno (la tradizione, la natura, il divino ecc.).

Uno dei principali effetti dell'egemonia di questo immaginario è la volontà di secessione: se non posso cambiare il mondo, ne confeziono uno a mia misura, selezionando solo il meglio di quello che trovo sul terreno. La complessità cacofonica dell'esistente, le contraddizioni, le parti marce ecc. diventano insopportabili, proprio perché considerate immutabili. Dunque, un progetto politico non deve più farsi carico della totalità dei piani e delle componenti del reale, al fine di promuoverne una nuova sintesi, ma può limitarsi a selezionare solo il buono e il bello, gettando in discarica tutta la zavorra. La metafora della "luce", utilizzata dal Governatore nel suo discorso di auto-investitura alle primarie nazionali, è in questo senso rivelatrice. Il grande antropologo Gilbert Durand ci ha insegnato che la luce è simbolo del desiderio di tenere a distanza il reale, un antidoto contro la confusione, il composito, la disarmonia della vita¹⁹. Un vero e proprio ribaltamento dello stile pasoliniano, così come riletto da Franco Cassano²⁰, del quale lo stesso Vendola si è fatto interprete politico per lungo tempo: quella pratica dell'ossimoro grazie alla quale la diversità, rifiutando ogni confortevole auto-ghettizzazione, si presenta a viso aperto nel

¹⁸ Frase pronunciata da Vendola nel discorso di apertura degli Stati Generali delle Fabbriche.

¹⁹ Durand G., *Le strutture antropologiche dell'immaginario*, Dedalo, Bari, 1995.

²⁰ Cassano F., *Il pensiero meridiano*, Laterza, Bari, 1996.

cuore stesso delle istituzioni e degli spazi pubblici. E' così, schiudendosi all'altro, che la comunità politica cresce e si civilizza.

In una recente intervista, Vendola ha di fatto rinnegato Pasolini, lamentando che quel percorso è generatore di un insopportabile senso di colpa. Un impiccio incompatibile con la liberazione del desiderio, l'espansione senza freni dell'autonomia individuale, lo scatenamento narcisistico. Ma la colpa non è altro che un effetto collaterale dell'incontro con l'altro. Rifiutare la colpa, significa rifiutare l'altro, il limite, ovvero sia rifiutare l'incontro con la realtà. Un altro topos della cultura di destra, nella sua versione liberale.

Al di là delle petizioni di principio, l'ideologia vendoliana travasata nelle Fabbriche è stata squadrata chiaramente durante gli anni di governo della Regione Puglia. Pur nell'incoerenza della narrazione e per molti versi nella sua improvvisazione, Vendola ha badato sostanzialmente alla cura di un'idea generalissima di "bene comune": energie alternative, grandi piani paesaggistici, normative innovative sul lavoro e sulla politica sociale ecc. Questa narrazione è sganciata da interessi concreti di categorie sociali ben individuate e riconoscibili, organizzabili dentro dei circuiti, dei corpi intermedi. E non è nemmeno "alternativa", cioè non prefigura un altro mondo, rispetto al paradigma neoliberale egemone. Si tratta della realizzazione di un'idea di società buona, ordinata, igienica, con il giusto mix tra cooperazione e competizione, carburata da energie efficienti e al contempo pulite, con un buon sistema di servizi ecc. Non è un'altra narrazione, è la buona società europea, già vagheggiata dai burocrati di Bruxelles.

In questo assetto di fondo, che occorre solo rendere il più possibile aperto e neutro, i singoli (da soli o in consorzio) possono poi fare impresa creativa. Lo scarto politico è tutto rimandato alla creatività personale cui il politico fa spazio. Non c'è un progetto collettivo, ma la realizzazione di un'arena neutra in cui i singoli possano esprimersi al meglio. Sulla creatività giovanile, infatti, Vendola ha puntato tutto, attraverso sia politiche di incremento del capitale umano (borse di studio per master all'estero), sia di promozione della progettualità imprenditoriale e/o socio-culturale dei giovani.

Si tratta della realizzazione del modello delle tre T elaborato a livello teorico (ed empiricamente testato) dal sociologo americano Richard Florida²¹: Tecnologia, Talento, Tolleranza. Vendola, ispirandosi alle enclaves più avanzate del pianeta, ha dato impulso a queste tre dimensioni, puntando sul ruolo trainante di una nuova "classe creativa". La stessa classe che riempie oggi le sue Fabbriche.

²¹ Florida R., *L'ascesa della nuova classe creativa*, Mondadori, Milano, 2003.

4. Gli Stati Generali delle Fabbriche

Nel luglio del 2010 si sono tenuti gli Stati Generali delle Fabbriche, non solo per deciderne il futuro, ma con l'obiettivo ambizioso di riformulare il vocabolario della sinistra. L'evento contiene in sé tutti gli ingredienti caratteristici del nuovo soggetto e ne rivela la collocazione rispetto al modello democratico. Per questo è importante farne cenno. Lo staff ha deciso integralmente la struttura dell'evento, nonostante il suo leit motiv fosse proprio la partecipazione: a conferma della preminenza della forma aziendalista di preconfezionamento del prodotto rispetto a qualsiasi contenuto valoriale. Sono stati allestiti due modelli differenti di discussione: i seminari e il Fabricamp. I seminari erano incentrati sui grandi temi *mainstream* del dibattito politico: dal lavoro alla comunicazione, dall'economia all'urbanistica ecc. e ospitavano quattro o cinque relatori per sessione (scelti tutti da Vendola su suggerimento dello staff). La targetizzazione generazionale delle Fabbriche è stato in questo caso ostentata, apponendo nel programma l'anno di nascita di ciascun relatore, affinché tutti potessero apprezzare la presenza di una stragrande maggioranza di studiosi under quaranta. Questo tipo di organizzazione non permetteva ovviamente di presentare visioni generali della società, ma solo esercizi di rimasticazione degli schemi di pensiero irradiati dai centri del sapere globale su temi specifici.

Il Fabricamp si è svolto invece secondo il modello americano del Barcamp, definito come una *unconference* (una non conferenza), in cui, in omaggio alla logica dell'orizzontalità partecipazionista, è abolita la gerarchia tra relatore e uditore: "nessuno spettatore, tutti partecipanti". Che può essere ritradotto anche con il motto: tutti parlano, nessuno ascolta. Una forma molto diffusa dentro le logiche del partecipazionismo civico, che rivela un forte pregiudizio anti-intellettuale: il detentore del sapere è visto come un ostacolo alla libera espressione di ognuno. Nella *unconference* non c'è un tema prestabilito. C'è solo un luogo e un'ora dell'incontro e poi coloro che vi si ritrovano decidono di che cosa parlare in forma assolutamente paritaria. Questo metodo non è stato applicato pedissequamente ma mobilitando gli operai in anticipo, via internet, sui temi dei dibattiti. Lo staff ha formulato un invito agli operai a proporre idee, temi e soprattutto "esempi di buona politica" di cui discutere collettivamente. Le proposte ricevute sono state poi raggruppate per temi omogenei (corrispondenti alle parole del "vocabolario" della sinistra annunciato), a ciascuno dei quali è stata poi dedicata una sessione presso il Fabricamp degli Stati Generali.

L'evento del Fabricamp suscita due ordini di riflessioni. Innanzi tutto, l'enfasi sul fare. L'evento è stato pensato soprattutto come scambio di "esperienze", di best practice, esempi di buona politica. Questa preferenza emerge tipicamente quando l'assetto generale del mondo viene considerato dato e immutabile. Non vengono sollecitate e discusse idee su come cambiare i meccanismi sistemici che sovrintendono all'ordine contemporaneo. Il sistema è dato. All'interno di esso, poi, ciascuno può inventarsi un modo originale per accomodarvisi meglio e più piacevolmente. L'occasione di discussione serve a confrontare questo tipo di esperienze, a condividerle e a suggerirle agli altri. Una postura profondamente conservatrice, che fa il paio con l'abolizione dell'intellettuale, il quale classicamente è colui che aiuta a intravedere altri mondi e a sovvertire l'esistente. Qui c'è invece una profonda accettazione dell'esistente. Non c'è più all'ordine del giorno il mutamento della totalità, ma le piccole secessioni individuali o di gruppo, l'esposizione del modello di zattera che ciascuno si è auto-costruito per salvarsi dal naufragio.

In secondo luogo, il vocabolario promesso non è stato licenziato. Tutti gli interventi prodotti non sono serviti a definire posizioni di sintesi rispetto alle parole-chiave individuate. Poiché questo è contrario alla logica del Barcamp. La sintesi dimidierebbe l'espressione individuale. Il fine della discussione non è l'opera o la decisione collettiva, ma fornire a ciascuno una possibilità d'espressione. Saranno poi altri a effettuare le scelte concrete che incidono sulla realtà. Vendola ha portato la sua parola in apertura e in chiusura dell'evento. E qui ha annunciato la propria candidatura alla guida della coalizione di centro-sinistra alle prossime elezioni politiche italiane, rivelando il senso vero dell'appuntamento: la sua discesa in campo. E' solo di questo che i media accorsi all'evento hanno parlato nei giorni successivi. Il futuro delle Fabbriche era quindi già stato definito prima degli Stati Generali: impegnarsi in una nuova, più grande, campagna elettorale. Della costruzione del vocabolario della sinistra non c'è stata più traccia. L'impressione è che gli operai siano stati in realtà convocati per fornire un pubblico all'annuncio di Vendola, mettendoli di fronte al fatto compiuto. L'impressione persistente è che i luoghi della decisione siano separati e nascosti rispetto ai luoghi della discussione collettiva. E che questi ultimi siano stati ridotti a nient'altro che ludoteche per giovani idealisti, dove tutti possono esprimersi liberamente senza però pretendere di interferire con la realtà. Ciò che resta è il rito comunitario di aggregazione intorno ai simulacri ideologici della sinistra.

5. Conclusione: la reversione tribale

Agli Stati Generali delle Fabbriche è stato dato il nome *Eyjafjallajökull*, il ghiacciaio islandese contenente il vulcano che ha tenuto in scacco l'intera Europa, facendo saltare il sistema dei trasporti aerei. Una metafora per significare l'energia della nuova politica messa in campo, che con la sua eruzione manda in tilt la vecchia politica e i suoi rituali lisi, creando nuove pratiche e nuove visioni. La metafora va forse presa sul serio. Come il vulcano islandese, le Fabbriche di Nichi eruttano contro la vecchia Europa. Eruttano contro la culla della cultura e della politica moderna, ne sono la negazione. Al di là della consistenza del fenomeno, esse rappresentano un prototipo, che è cartina di tornasole dello spirito del tempo. Una delle tante crepe nello spazio liscio della modernità. Le Fabbriche rispondono con una strategia paradossale al paradosso del moderno: dimora della giustizia – dimora invivibile²². Invivibile proprio perché giusta. Il moderno è il sogno di uno spazio orizzontale, desacralizzato, senza centri, senza poteri, senza sensi predeterminati, senza trascendenze. Tutti cittadini sovrani sul proprio progetto di vita, interrelati agli altri per via contrattuale e deliberativa. Il potere si trasforma in governanza, al solo fine di regolare il traffico tra liberi individui. Pura immanenza e apertura illimitata. Ma questo assetto si è rivelato soffocante. Gli uomini reclamano intimamente una casa, una comunità in cui annullarsi come soggetti, sancita da entità sacrali, vale a dire sottratte agli uomini (alla democrazia). Rifuggono dalla libertà. Questo desiderio inconfessabile viene oggi soddisfatto in forme surrettizie. Ed è a questo desiderio che rispondono le Fabbriche. Non in maniera esplicita, ma tramite, per l'appunto, una strategia paradossale: condurre l'immaginario della modernità alla sua sublimazione retorica, al fine di separarsene. I valori del moderno vengono traslati in un'orbita retorica e ivi rinchiusi, mentre il funzionamento reale delle Fabbriche ne costituisce l'esatto capovolgimento. Nelle parole d'ordine si ritrova tutto l'armamentario illuminista del buon cittadino, aperto all'altro, partecipativo, razionale, consapevole, alieno a ogni forma di eteronomia ecc. Nella realtà siamo di fronte ad una tribù conchiusa, fondata sull'omogamia socio-culturale e sorretta da un feroce razzismo generazionale (del tutto speculare alla gerontocrazia contro cui pretende di erigersi e ad essa funzionale), il cui ordine estetico, ideologico, programmatico è interamente allestito per via eteronoma da uno staff di invisibili, i quali vegliano a che la partecipazione emozionale degli operai non sfoci mai in deliberazione.

E' opportuna qui una breve digressione. Magatti, rileggendo Castoriadis²³, evidenzia un'interessante dinamica che viene a istituirsi nella modernità tra

²² Romano O., *La comunione reversiva*, Carocci, Roma, 2008.

²³ Castoriadis C., *L'institution imaginaire de la société*, Seuil, Paris, 1975.

*legein, teukein e pathos*²⁴. Il *legein* ha a che fare con la parola, il ragionamento, l'argomentazione, il discorso, tutto quello che serve a rappresentare la realtà e a interpretarla nel suo complesso, a dare quindi ad essa un senso; *legein* sta anche per legame e quindi ricerca delle relazioni tra le cose e gli uomini, al fine di estrarne una dinamica sistemica complessiva e coerente. La modernità è l'epoca nella quale gli uomini accedono al senso e pretendono di vivere sulla base di questo. La democrazia è costruzione collettiva del senso. Il problema è che la libertà di costruire il senso genera necessariamente la moltiplicazione delle visioni: in potenza, ciascun individuo è portatore di un proprio senso. Non è quindi più pensabile che un consorzio umano moderno e democratico si modelli a partire da una sola ed unica visione, poiché questa sarà sempre contestabile, mai aderente a quella partorita da ciascuno. L'arena pubblica deve quindi necessariamente assumere un aspetto neutro, apparentemente passivo di fronte alla pluralità infinita delle visioni di cui ciascun individuo è portatore. In fondo, nessuna delle visioni partorite può pretendere di realizzarsi e quindi di ricomprendere tutto il resto dei cittadini, detentori ciascuno di una visione diversa.

Qual è l'effetto di tutto questo? Il *legein* finisce d'incanto in un'orbita puramente espressiva, retorica e, soprattutto, intima: ciascuno è libero di esprimere la propria visione, nessuno può pretendere di realizzare la propria visione. Si realizza un paradosso: il moderno è l'epoca nella quale chiunque è stimolato a ricercare un senso, ma di fatto a tutti è impedito di tradurre quel senso in una costruzione collettiva. Questo cortocircuito del *legein* favorisce la primazia del *teukein* e del *pathos*. Se il *legein* evoca la parola, il *teukein* fa riferimento al "fare", all'azione, agli strumenti per intervenire sul mondo realizzando finalità utili al benessere dell'uomo. Fa riferimento, in sintesi, alla tecnica. Lo sviluppo prometeico della capacità di fare, di agire sul mondo, è un altro leit motiv della modernità che si muove parallelamente alla liberazione del *legein*. Se per quest'ultimo è impossibile il "passaggio alla realtà", per il *teukein* la legittimità viene garantita dalla forza dimostrata sul campo, dal semplice fatto che una tecnica funziona meglio di un'altra. Se essa incrementa la capacità di fare degli uomini più di qualunque altra, otterrà cittadinanza, potrà essere accettata e sposata da tutti. Di fatto, quindi, nella costruzione della vita collettiva il *legein* viene sostituito dal *teukein*: non c'è una decisione collettiva sul senso da adottare: si adotta semplicemente il sistema tecnico. E' la tecnica che di fatto governa.

La primazia del *teukein* si accompagna alla primazia del *pathos*: l'emozione, l'affettività ecc. Queste ultime dimensioni sono sempre state guardate con

²⁴ Magatti M., *Libertà immaginaria*, op. cit.

sospetto nell'era moderna, in quanto considerate elementi di disturbo per un coerente dispiegamento del *legein*, dell'argomentazione razionale. Oggi tornano in auge e diventano preponderanti proprio a causa della "inefficienza" del *legein*, del suo confinamento in una sfera tutta intima e retorica, non pubblica. Il *pathos*, come il *teukein*, invece, agisce come una forza che non richiede dimostrazioni, che è valida solo se funziona: un simbolo, un soggetto carismatico, un oggetto se hanno la capacità di suscitare un'emozione diffusa sono sol per questo legittimi, hanno diritto di cittadinanza. Se qualcuna di queste entità riesce a catalizzare una comunità di soggetti, costruendovi intorno un'ampolla emozionale, non ci sarà bisogno di argomentare: la cosa funziona e basta. Il *legein* fa promesse che non può mantenere, mentre *teukein* e *pathos* dimostrano immediatamente la propria efficienza.

Questo discorso può risultare una chiave interpretativa preziosa per comprendere la dinamica dei nuovi soggetti politici e, nella fattispecie, delle Fabbriche. In esse si può leggere chiaramente la dinamica tra *legein*, *teukein* e *pathos* che viene a svilupparsi nelle società tardo moderne. In Fabbrica, il *legein* è un fondamentale articolo di fede. La liberazione delle visioni di cui ciascun operaio è portatore è continuamente stimolata: attraverso le ricorrenti chiamate ai tavoli tematici, i seminari interni, le piattaforme del web 2.0 e in particolare Facebook. Il tutto in piena libertà e senza dover sottostare alle gerarchie del sapere (imposte da intellettuali, capipartito ecc.). Ma questa esplosione di *legein* non lascia nulla sul terreno. Non serve a definire politiche, a governare, a incidere sulla realtà. E' un puro esercizio espressivo che strutturalmente non potrà mai giungere a una sintesi e produrre effetti sulla realtà. Un affastellamento informe di pensieri sparsi. Hanno la meglio invece il *teukein* e il *pathos*. La primazia della tecnica che tiene insieme gli operai, vale a dire le piattaforme tecnologiche del web 2.0. E' lo strumento falsamente neutro di Facebook a riunificare i partecipanti dentro un sistema comune. L'ambiente in cui essi gravitano non è allestito dai partecipanti stessi attraverso una procedura discorsiva democratica. L'ambiente coincide con il mezzo tecnico: esso funziona come aggregante ed è quindi al suo interno che ci si aggrega. Ma il collante vero è il *pathos*: quello generato innanzi tutto dalla figura carismatica di Vendola. Nichi è l'altro l'elemento unificante in quanto in grado di suscitare un'emozione collettiva. A cascata, tutta l'attività della Fabbrica diviene legittima non perché ottemperante alle procedure di articolazione del *legein*, ma in quanto le iniziative lanciate, i prodotti costruiti dallo staff di creativi sono in grado di suscitare attaccamento, di emozionare gli operai e permetterne quindi l'aggregazione. Si tratta di una sorta di "tecno-

magia”²⁵: la rete non viene utilizzata per agevolare la sovranità del logos, bensì per amplificare a dismisura la forza del pathos. Tecnica e pathos sono i veri ingredienti che fanno la forza delle Fabbriche. Mentre il legein viene spedito in un’orbita separata, astratta e conchiusa.

Ne discende l’enfasi speciale sul fare, sull’azione, della quale abbiamo ampiamente riferito nel paragrafo che precede. Ogni obiezione critica alle Fabbriche circa il suo quoziente democratico viene respinta dallo staff non con l’argomentazione ma attraverso una prova di forza, una dimostrazione di efficiente funzionamento²⁶.

A questo punto è facile rispondere alla domanda inaugurale. Le Fabbriche, in tutta evidenza, non si inquadrano in un modello di tipo democratico. Non incrementano le possibilità del popolo di condizionare la vita pubblica, di decidere sulle questioni collettive. Non impediscono alle élite professionali e agli esperti in tecniche di persuasione di avere supremazia nelle scelte politiche e nella conduzione del dibattito politico. Ospitano un soggetto completamente demodernizzato, quindi lontano dall’antropologia democratica. Esse sono, seguendo ancora il lessico di Crouch, delle espressioni di postdemocrazia. Quel contesto in cui “anche se le elezioni continuano a svolgersi e a condizionare i governi, il dibattito elettorale è uno spettacolo saldamente controllato, condotto da gruppi rivali di professionisti esperti nelle tecniche di persuasione e si esercita su un numero ristretto di questioni selezionate da questi gruppi. La massa dei cittadini svolge un ruolo passivo, acquiescente, persino apatico, limitandosi a reagire ai segnali che riceve”.²⁷

L’operaio di Nichi è un soggetto liofilizzato all’interno di un organismo semi-tribale, in cui lo stile comunitario prevale sullo spirito societario, in cui l’emozionalità e l’estetizzazione hanno la meglio sulla scelta consapevole e ragionevole. Le Fabbriche sono un fenomeno che s’inquadra in quella trasfigurazione della politica di cui parla Maffesoli²⁸. E come in ogni organismo comunitario, tra i partecipanti prevale l’omogamia sociale. Il soggetto che lo abita non è in grado di sostenere la fatica della relazione: oscilla tra il narcisismo e l’eteronomia, due estremità apparentemente inconciliabili ma accomunate da un connotato di autismo che agevola la rimozione dell’Altro, della realtà, della necessità della mediazione. La Fabbrica

²⁵ Susca V. e De Kechkove D., *Transpolitica*, op. cit.

²⁶ Umberto Bossi, in occasione del sorpasso di Vendola ai danni di Berlusconi in termini di fan iscritti alla relativa pagina Facebook, ha insinuato dubbi circa la veridicità del dato. La Fabbrica Zero ha risposto invitando tutti gli operai a ritrarsi in foto con un cartello davanti: “Auguri Nichi. Io non sono virtuale”. E a mettere poi in rete la fotografia nel giorno del compleanno di Vendola. E’ la perfetta congiunzione di teukein e pathos, a scapito del legein.

²⁷ Crouch C., *Postdemocrazia*, op. cit., p. 6.

²⁸ Maffesoli M., *La transfiguration du politique*, Grasset & Fasquelle, Paris, 1992.

permette a ciascun operaio di eruttare a piacimento (come il vulcano) e, al contempo, gli costruisce attorno un mondo conchiuso, artificiale che ne stimola il godimento.

L'importante è fuggire dalla relazione discorsiva. Ovverosia, sfuggire alla politica.