Quotidiano
08-12-2022
Pagina 1+17
Foglio 1 / 3

il Fatto Quotidiano

www.ecostampa.it

Watson Sinistra e "meme" *a pag. 17*

DA ADORNO AI SOCIAL MEDIA

PERCHÉ LA SINISTRA NON USA I "MEME"

COMUNICAZIONE E POLITICA Da anni assistiamo a una destra capace di accogliere – con successo – il surrealismo del web: da Trump a "Io sono Giorgia". La sinistra, invece, arranca scomposta. Vedi alla voce "Letta"

MIKE WATSON

Che i ragazzi appassionati di meme dell'*alt-right* abbiano potenzialmente aiutato Donald Trump a vincere la presidenza nel 2016 è un fatto ben documentato, anche se non necessariamente comprovato. Quello che sappiamo per certo è che la libertà messa a disposizione da Internet, in quanto piattaforma di pubblicazione, ha permesso a una forma deleteria di immaginario di destra di diffondersi a livello globale, trasformandosi in una chiamata all'azione per gli estremisti di destra, come abbiamo visto a Charlottesville e durante l'assalto al Campidoglio del 6 gennaio 2021. È possibile che, almeno in parte, Trump sia quello che succede quando tipi solitari comicamente fuori di testa cominciano a creare *meme* nelle loro camerette. Le conseguenze, però, sono state letali. (...)

La Lega di Salvini e il Movimento 5 Stelle di Di Maio si sono affermati entrambi come voci importanti nel panorama politico nazionale in seguito al loro ricorso ai *social media* per disseminare messaggi populisti, di primo acchito perlopiù innocui. Tuttavia, il fatto che Salvini pubblicasse incessantemente messaggi improntati alla retorica anti-immigrazione assieme a *post* in cui dichiarava la sua passione per la cucina estera ("Cenetta cinese da leccarsi i baffi" o "E adesso mi mangio un bel kebab...") ha portato alla luce il ventre oscuro dell'Italia (...). A quel punto, mi era sembrato che la risposta migliore al nazionalismo, alla xenofobia e al populismo mascolinizzato non poteva essere la disseminazione di *meme* di estrema sinistra che presentassero falce e martello, ritratti di Stalin e ghigliottine (anche se, nel frattempo, molti creatori di *meme* hanno seguito proprio questo modello). Piuttosto, mi sono tuffato nell'astrazione del nuovo panorama mediatico e ho seguito la scia dei *millennial* che si rifiutano di arrendersi al cinismo, ma piuttosto lo fissano dritto negli occhi e cercano di superarlo in fatto di stranezza (come, ad esempio, nel caso del movimento online Vaporwave e della serie YouTube *Don't Hug Me I'm Scared*). Così facendo, ho proposto un'alternativa all'approccio di destra di Steve Bannon e alla psicologia conservatrice di Jordan Peterson, e al loro desiderio di imbrigliare le generazioni perdute dei più giovani ponendo l'accento su un ritorno all'ordine e sul rifiuto delle conquiste progressiste che si sono susseguite in Occidente sin dalla fine della Seconda guerra mondiale. (...)

E PERÒ, È DAVVERO POSSIBILE SPERARE di affrontare le sfide dei nostri tempi con i *meme*? A questa domanda, mi sento di rispondere che i problemi di fronte a noi – comprese la catastrofe climatica, la xenofobia, la guerra e la crisi economica – sono tutti il risultato dei limiti del pensiero umano e di quello che Adorno avrebbe definito "pensiero dell'identità". Per dirla in poche parole, il nostro desiderio di identificare e controllare la natura allo scopo di scongiurarne la mi-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

120634

L'ECO DELLA STAMPA
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

il Fatto Quotidiano

www.ecostampa.it

naccia seguiterà a produrre conflitto e degrado ambientale fino a quando continueremo a non aver modo di mitigarlo. (...)

Dalle recenti campagne elettorali, si direbbe che la sinistra ha cercato di stare al passo con il successo della destra in fatto di *meme*. Negli ultimi anni, sia il movimento di Corbyn che il Partito democratico hanno tentato di creare un certo slancio tramite campagne sui *social media*. Durante le elezioni del 2019 nel Regno Unito, Momentum (un'organizzazione di campagna elettorale a supporto dei Labour il cui nome significa appunto "slancio") ha sviluppato un forum online centralizzato che invitava i simpatizzanti Labour a caricare *meme* video fatti in casa da twittare in risposta a temi e hashtag coordinati. Più di recente, durante le elezioni del 2022 in Italia, il Partito democratico ha lanciato la campagna elettorale "rosso e nero" che presentava due opzioni chiaramente binarie fra cui scegliere. La scelta "corretta", allineata a sinistra, era sovrapposta a uno sfondo rosso accanto al primo piano di Enrico Letta, mentre la scelta sbagliata, di destra, era sovrapposta a uno sfondo nero: con Putin o con l'Europa, lavoro sottopagato o minimo sindacale, e via dicendo. Sembra plausibile che la campagna originale sia stata ideata proprio perché diventasse virale e venisse alterata in maniera imprevedibile in corso d'opera. Il fallimento di entrambe le campagne era forse inevitabile. I *meme* non possono essere orchestrati, ma devono piuttosto svilupparsi in maniera organica. Nel caso in cui sorga il sospetto di un'orchestrazione, allora il messaggio originale viene spesso deragliato, come si è visto nel caso del *meme* "rosso e nero", che è diventato farsesco invece di esprimere un messaggio politico incisivo.

Epic fail L'ultima campagna del Pd "Rosso e nero". La sinistra è incapace di sfruttare vizi e virtù del web
FOTO LAPRESSE

D'ALTRO CANTO, il caso di Giorgia Meloni è esemplare del modo in cui la destra trae vantaggio dalla bizzosità della cultura dei *meme*. Nel 2019, il discorso anti-Lgbtq di Meloni "Io sono Giorgia" è stato mixato su una base dance. (...) L'effetto voluto era forse quello di rendere comico il discorso di Giorgia Meloni, ma nei fatti l'intenzione importa poco perché la tendenza della destra a esercitare controllo si traduce nel fatto che i suoi politici sono semplicemente in grado di cavalcare l'onda dei *meme* per poi rincarare la dose della loro retorica bigotta, sicuri del fatto che il mondo ha gli occhi puntati su di loro. (...) La dichiarazione di Meloni "Io sono Giorgia..." è un esempio *par excellence* di pensiero dell'identità. Meloni è talmente insicura da sentire il bisogno di ribadire il suo nome, il suo genere e la sua religione, a voce alta e in pubblico, come se Dio stesso la osservasse e avesse bisogno di farselo ricordare. In maniera analoga, il video pubblicato su TikTok alla vigilia delle elezioni del 25 settembre, in cui Meloni regge due meloni di fronte al petto e dice "25 settembre, ho detto tutto", è una manifestazione volgare del suo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
120634
L'ECO DELLA STAMPA
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

il Fatto Quotidiano

www.ecostampa.it

bisogno di autoaffermazione in quanto donna e in quanto "Meloni".

Si direbbe che ha avuto luogo un'inversione dei ruoli, con la destra che accoglie il surrealismo di Internet, mentre la sinistra arranca scomposta. Tuttavia si tratta di un'illusione. La destra si limita ad agire nel suo modo caratteristico e cerca continuamente di asserire il proprio dominio sulla forma caotica dei *meme* (come abbiamo visto quando Trump ha fatto sua l'immagine di *Pepe the Frog*, un fumetto che, all'epoca, era già stato rivendicato dall'estrema destra). La sinistra, invece, dovrebbe arrendersi all'imprevedibilità della cultura dei *meme* e farla propria in maniera fine a se stessa, come promozione esemplare del pensiero non identitario, in un desiderio di mettere fine ai danni causati dalle categorizzazioni in termini di razza, genere, sessualità e classe sociale.

Il desiderio di controllo di Meloni è evidente, ad esempio, nel nome del movimento giovanile di destra che ha fondato in prima persona nel 1998, ossia Atreju: il nome deriva infatti dal protagonista del film *La storia infinita*, un bambino che combatte per fermare la diffusione del Nulla prima che inghiotta il mondo di Fantàsia (una chiara metafora della lotta dell'umanità contro natura e mortalità). (...)

Mentre scrivo questa prefazione, Giorgia Meloni sta formando un nuovo governo in Italia dopo che il suo partito populista di destra, Fratelli d'Italia, ha ottenuto una vittoria schiacciante sulla sinistra. Per prosperare, la sinistra ha ora bisogno di tutte le risorse creative di cui dispone sia nelle piazze che online, secondo modalità che possono essere sia dirette che esoteriche. Ma soprattutto, deve accettare la diversità e l'incertezza, che hanno la meglio in natura, piuttosto che cercare di sconfiggerle.

© MIKE WATSON 2018 - © 2022 MELTEMI PRESS SRL

IL LIBRO

» Perché la sinistra non impara a usare il meme?
Mike Watson
Pagine: 128
Prezzo: 12 €
Editore: Meltemi

CHI È
MIKE WATSON
è curatore di mostre, critico d'arte e teorico dell'arte e dei media di origini britanniche. Scrive regolarmente per "Art Review", "Jacobin", "Artforum", "Radical Philosophy". Attualmente vive in Finlandia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

120634

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE