

## POLITICHE DEL GUSTO

mondi comuni, fra sensibilità estetiche e tendenze alimentari

XLVI congresso dell'Associazione italiana di studi semiotici  
 Palermo, Museo internazionale delle marionette  
 30 novembre – 2 dicembre 2018

# Il sovranismo è servito: la retorica salviniana del buono made in Italy

**Bianca Terracciano**

Università degli Studi della Tuscia  
 biancaterracciano@alice.it

Matteo Salvini è il politico italiano più seguito su Facebook, le sue metriche di Twitter spesso e volentieri sbaragliano la concorrenza, ma è su Instagram che raggiunge il culmine della retorica sovranista grazie a delle apparentemente inoffensive foto di specialità regionali collezionate durante la sua campagna elettorale permanente. L'idea alla base del contributo è analizzare con strumenti semiotici i discorsi e le pratiche di Salvini a partire dalla sua comunicazione visiva a sfondo alimentare su Instagram, social network scelto in quanto canale di opinionismo diffuso, facilmente incasellabile dal punto di vista cronologico, spesso asservito al sentiment dettato dallo slancio passionale del momento. La genuinità dei cibi ritratti vuole essere intenzionalmente estesa, a mo' di alone semantico, alle isotopie della politica salviniana, di cui troviamo traccia nei testi verbali usati come caption. Generalmente si tratta di esternazioni "nazionalpopolari" relative alla salvaguardia dell'heritage italiano, dove a farla da padrone sono le fotografie del bello e del buono made in Italy: Salvini sa che un bel paesaggio o un piatto di pasta valgono più di mille parole per affermare il suo ruolo da difensore della patria e per attirare l'attenzione dei follower. Il corpus è frutto di una selezione dettagliata della comunicazione social mediale di Salvini dal 2012 al 2018 prendendo in considerazione, oltre alla componente visiva, quella verbale, le marche del contratto enunciativo che lega Salvini-autore e x utenti-fruitori. A una primissima analisi possiamo affermare che la caratteristica invariante dei testi verbali di Salvini è la formularietà, visiva e verbale, ossia la ripetizione di epiteti, esornativi, qualificanti oppure offensivi, di locuzioni sempre uguali, come ad esempio le domande retoriche "Che fate?", "Che mi dite?", "E voi?".

Il senso comune si convince, per dirla con Bourdieu (1997), usando evidenze nazionalmente condivise, di immediata comprensione e illusorietà, meccanismi ben conosciuti da Salvini, che applica la retorica dell'opponente e ragiona per antitesi, in modo da dirigere i suoi proseliti verso una scelta biunivoca direzionata, un aut aut. La logica di Salvini si basa sul principio del *tertium non datur*, poiché oltre il manifesto, il bianco vs il nero, non sono contemplati termini medi, sfumature, soluzioni altre. Il meticcio non significa creatività come in Brasile, ma contaminazione radioattiva.

La sovranità nazionale si conquista a tavola, dove l'antieuropeismo e il razzismo sono serviti come portate principali della ricetta per la preservazione di una specie chiamata #primagliitaliani, da difendere per le sue virtù, soprattutto da coloro che sbarcano sul territorio nazionale non solo per seminare terrore in qualità di emissari dell'ISIS, ma anche per contaminare e distruggere una cultura ricca nella sua purezza, proprio a partire dal cibo rifiutato perché italiano. Infatti, dal 2012 a oggi, Salvini ha più volte riportato notizie in cui si racconta di migranti che scioperano per ottenere la preparazione di piatti tipici dei loro paesi, commentandole con sdegno, anzi con "schifo", leitmotiv della sua retorica, termine di cattivo gusto generalmente associato al disprezzo infantile proprio nei confronti del cibo.

## Bibliografia

- Bourdieu, P., 1997, *Méditations pascaliennes*, Paris Le Seuil; trad. it. 1998 *Meditazioni pascaliane*, Milano, Feltrinelli.  
 Franzi, A., Madron, A., 2018, *Matteo Salvini #ilMilitante*, Firenze, goWare.  
 Terracciano, B., 2018, "Note sulla lettura del cloud salviniano", in A. Caporale, *Il ministro della paura*, Roma, PaperFIRST.

**Bianca Terracciano** ha conseguito il dottorato di ricerca in Semiotica presso l'Istituto Italiano di Scienze Umane di Firenze (SUM) e l'Università di Bologna. Svolge attività didattica dal 2009, attualmente è docente di "Cultura Digitale e Social Media" presso l'Università della Tuscia ed è cultrice della materia in "Semiotica della Moda" presso la Sapienza Università di Roma. Dal 2014 scrive per *Doppiozero*, con cui ha pubblicato nel 2016 l'ebook *Mitologie dell'intimo*. La sua ultima monografia si intitola *Social Moda. Nel segno di influenze, pratiche e discorsi* (FrancoAngeli 2017), mentre la sua ultima curatela *Geoaffetti. Narrare la nostra terra* (CMEA 2018).