

L'annuncio

Corona si butta in politica. È l'opinionismo che cerca il potere

POLITICA

17_09_2026



**Tommaso
Scandroglio**



Platone sosteneva che i filosofi erano i più adatti a governare. Oggi parrebbe che siano gli influencer i più adatti. Influencer che, volendo, sono filosofi anch'essi, filosofi del nulla. E il nulla, per farsi ascoltare, deve strepitare.

Uno dei più noti strilloni – strilloni erano i venditori di giornali che gridavano per la pubblica via le notizie principali del giorno – è Fabrizio Corona il quale, forse, nel suo sempiterno anelito alla celebrità, lancia un proprio movimento politico, *Per la Verità – Corona*, che ha velleità di diventare partito. Lui, per precedenti penali, non è candidabile, ma non importa perché trattasi, con buona probabilità, di una mera operazione di marketing.

Corona, in un video apparso il 14 settembre scorso, con tono affettato e una imbarazzante *vis retorica* mono-tono, ha illustrato i punti programmatici del suo movimento antisistema e liberale, come lui lo ha definito, che vuole essere «la spina nel fianco di questo sistema politico». Questi i punti: guerre, immigrazione, media politicizzati, controllo sulle nostre vite da parte delle Big Tech, IA, giovani e anziani, padri separati, prostituzione («che diventi un business»), droga («legalizziamola tutta»), divario tra ricchi e poveri e molto altro. Una sommatoria stordente di stereotipi e banalità – «C'è bisogno di più umanità e di più soldi» *ex pluribus* – glassata con un linguaggio scurrile e con battute da spogliatoio. Populismo allo stato brado.

Qualche carotaggio tanto per saggiare lo spessore. L'ex paparazzo, ad esempio, dice di sé di essere «il nuovo Berlusconi, più bello, più giovane, meno inciucione, più pulito, più trasgressivo. [...] Io sono bravo a fare i soldi e quindi io sono qui per far fare i soldi al nostro Paese». E poi aggiunge, come se fosse una credenziale politica da esibire nell'agone pubblico, che «le donne vengono con me perché mi amano». Poi Corona cita il trionfismo Dio, Patria e Famiglia per dire che «Dio è morto, è morto quando ha visto questi politicanti», una lettura teologica della storia sicuramente inedita.

Il leader di Per la Verità, il quale prende le distanze dai politici attuali che etichetta come Fuffa Guru, chiude ammonendo l'uditorio digitale sul fatto che, se tra un paio di giorni dal lancio di questo video di presentazione i sondaggi lo daranno sopra il 3%, allora tutti sperimenteranno un'intima e assai intensa amarezza (Corona ha usato una locuzione, che nella sua genitalità, è ben più colorita della nostra). Insomma un ibrido tra Vannacci, Beppe Grillo e il "Baffo" Roberto Da Crema (celebre imbonitore televisivo). Uno stile demagogico elevato al cubo. Viste queste premesse e mimando il nome del partito, verrebbe da supplicare: per la Carità, Corona, non si butti in politica.

Non è di particolare interesse per noi comprendere cosa sia questo movimento politico e quali siano le sue finalità. Ciò che invece potrebbe essere rilevante è un fenomeno sociale che l'iniziativa politica di Corona mette molto ben in evidenza. Alla fine degli anni Settanta e durante il decennio seguente si assiste al fenomeno sociale del riflusso nel privato. Finiti gli anni dell'impegno pubblico del privato cittadino, questi si ripiega in se stesso, abbandona le lotte politiche, i cortei, le manifestazioni di piazza, le contestazioni, i gazebo, le raccolte di firme, lascia tutto questo per rifugiarsi nell'apatia politica, nel civismo debole e soprattutto nell'astensionismo elettorale. Vince l'individualismo, il guicciardiniano *particolare*. Vince il privato sul pubblico. Anzi, stravince perché il pubblico, il politico viene fagocitato dal privato. Questi informa e struttura il politico. L'interesse del privato deve diventare pubblico, comune. Il bene privato è il bene comune. Un caso paradigmatico fu il Movimento 5 Stelle che si vantava di proporre per cariche politiche chi di politica non capiva un'acca e che poteva portare ai vertici della politica le istanze della base perché i suoi aderenti ne facevano parte. E così nelle liste elettorali, orgogliosi della loro ignoranza politica e guidati da un comico che divenne così capo comico, ci finirono informatici, camerieri e steward, esperti in comunicazione, imprenditori, etc. La politica era sinonimo di corruzione, il privato di verginità, di purezza, di onestà. Va da sé che la chiave del successo del M5S stava, in origine, in Grillo e nella narrazione antisistema, cioè antipolitica. La chiave è quindi avere un bacino di utenza di fan, oggi follower, che dovranno trasformarsi in elettori. Così è stato per Roberto Vannacci, la cui discesa in politica è stata originata da un libro di successo.

Corona non vuole sottrarsi a questo schema e anzi, come è nel suo stile, spinge al parossismo questa dinamica che proietta nella politica il non-politico, colui che, a differenza dei politici della Prima Repubblica, non ha fatto la gavetta nelle sezioni giovanili del partito, non ha trascorso notti a ciclostilare, non ha fatto l'attacchino dei manifesti elettorali, non ha sbobinato i discorsi del tal onorevole e soprattutto non ha studiato alcuni pensatori di riferimento del partito. Oggi il principale e spesso unico requisito per tentare di entrare in politica è la fama, che è la degenerazione inevitabile della democrazia intesa come consenso: più voti-like ricevi, più potere ricevi. Quindi, più che un voto ad un programma, questo nuovo sistema che vede la politica privatizzarsi promuove la vendita di un volto, promuove il voto al volto.

Una prova empirica della validità di tale conclusione, seppur non sociologicamente inoppugnabile, è la seguente: l'elettore spesso non esprime un giudizio su ciò che dice il politico, figuriamoci sul programma che quasi nessuno conosce, ma sul politico stesso. Il

“Mi piace lui come persona”, mimesi del like dei social, è il criterio fondante il voto. La democrazia quindi trova fondamento nella soggettività della persona del politico, nella sua individualità, nella dimensione privata che infatti, anche pubblicamente, viene privilegiata indagandola per appurarne virtù e incoerenze. La centratura è quindi sul singolo, non sul ruolo pubblico.

Corona è un raccoglitore compulsivo e massivo di follower – infatti accanto al suo prodotto politico ha lanciato anche una piattaforma on line dal nome *King Tv* – è un influencer che vuole fare politica, anzi vuole fare della politica un social (e un mezzo di marketing). Le sue idee, le sue pose, la retorica, la fraseologia sono quelle del popolo delle discoteche e dei bar: si registra sulla sua frequenza d’onda non solo per contenuti, ma anche per forma di comunicazione dei contenuti. Il piano privato e politico si confondono, si fondono. Ecco allora che la famosissima liquidità sociale destruttura anche la politica perché non c’è più un confine netto tra un influencer che parla di politica e un politico che sui social fa l’influencer. Un comico è già figura politica, così anche uno scrittore di successo o un campione dello sport. Il privato, se è diventato personaggio pubblico, è già virtualmente personaggio politico. Basta che lo voglia. E così il pubblico, anzi il mediatico è potenzialmente politico.

Il partito, percepito come vetusta gabbia formale troppo ingessata, si diluisce poi nel movimento che si scolora in forum, in pagina social (vi ricordate la democrazia partecipata e diretta dei grillini?). Infatti Corona, dopo aver illustrato i suoi punti programmatici, non invita ad iscriversi al movimento, ma alla sua piattaforma. Le due realtà sono ormai quasi sovrapponibili e di certo identiche nella percezione collettiva. È la morte della politica come l’intendeva Platone. È la nascita dell’opinionismo che governa.