



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

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

Bianca Terracciano

Abstract

Il presente contributo è il risultato di un'approfondita analisi semiotica dei discorsi e delle pratiche social mediali di Matteo Salvini, svoltesi nell'arco temporale 2012-2019. Si è scelto di focalizzare l'attenzione sui post gastronomici pubblicati su Instagram, social network di riferimento per la pubblicazione di immagini che, insieme a Facebook e Twitter, si configura come un canale di opinionismo diffuso, spesso asservito a passioni puntuali, evanescenti e momentanee. Salvini fotografa ed esalta solo cibi genuini perché italiani, assiologia che viene intenzionalmente estesa, a mo' di alone semantico, alle isotopie della sua politica, di cui si trova traccia nei testi verbali pubblicati in forma di *caption*. Generalmente si tratta di esternazioni "nazionalpopolari" relative alla salvaguardia dell'heritage italiano, dove a farla da padrone sono le immagini 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. Le pietanze, inoltre, assurgono a figure delle configurazioni discorsive del suo programma politico, come ad esempio la torta a forma di ruspa o il fritto misto, metafora della mescolanza etnica e culturale.

1. Obiettivi, metodologia, mitologia

Matteo Salvini è il politico italiano più seguito su Facebook, le cui 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. Il corpus di analisi da cui prende vita questo contributo è frutto di una selezione dettagliata della comunicazione social mediale di Salvini dal 2011, cioè dai suoi primi passi sui social network sino a maggio 2019, periodo delle elezioni europee. Da questo agglomerato di discorsi sono stati presi in considerazione i post a tema alimentare, per cui si userà la denominazione *gastro-post* (Niola 2019), applicando gli strumenti semiotici alla loro componente visiva, verbale, per

esplicitare le marche del contratto enunciativo che lega il Salvini-autore ai follower-elettori e le isotopie tematiche di riferimento.

Di primo acchito si può affermare che la caratteristica invariante dei testi verbali di Salvini è la formularietà, ossia la ripetizione di epiteti, esornativi, qualificanti oppure offensivi, e di locuzioni sempre uguali, come ad esempio le domande retoriche “Che fate?”, “Che mi dite?”, “E voi?”, poste sempre alla fine della caption del gastro-post, in modo da spingere i follower a rispondere, intervenire, commentare, ottenendo un alto tasso di interazione. I social network sono stati creati per generare discorsi, non per essere mera vetrina di ostentazione, e per tale ragione un post viene considerato meritevole di attenzione o semplicemente efficace, quando riesce a coinvolgere mediante interazioni la maggior parte delle persone raggiunte.

Le interpellazioni dirette dunque costituiscono una tattica di una strategia social mediale di più ampio respiro, così come la linea “editoriale” tematizzata delle pubblicazioni, che in teoria, per essere seguita e creare attese, dovrebbe seguire in maniera sincronica e diacronica più micro-narrazioni del quotidiano. In effetti anche il feed Instagram di Matteo Salvini è organizzato per macro-temi di riferimento, vale a dire, in ordine crescente di occorrenza, incontri con l’elettorato e relativi reminder, giudizi di valore su eventi di cronaca, invettive dirette ai suoi oppositori, gastro-post (Niola 2018), foto di animali maltrattati, o semplicemente carini, per intenerire i follower. La svolta di “animalismo” intensivo è relativamente recente, più o meno corrispondente con la carica di Ministro dell’Interno, visto che in passato post del genere non comparivano nell’agenda dei contenuti ricorrenti. Con buone probabilità la genesi della nuova micro-narrazione a quattro zampe si può rintracciare nelle iniziative di protesta ironica nate sul Web, tra cui “gattini su Salvini” del 2015 che irritò non poco il diretto interessato. Gli anni passano, la comprensione dei meccanismi social aumenta, e così, il 21 novembre 2018, Salvini condivide sui suoi profili le fotografie più belle dei “bambini felini” inviategli dai suoi follower: il traffico cresce e di conseguenza anche il numero dei seguaci, i giornali scrivono articoli e la manovra bocciata dalla Commissione Europea passa in secondo piano. Il potere dei gattini ormai è stato assorbito, diventa una nuova arma dell’arsenale social da affiancare all’altro tormentone dell’utente medio: il cibo.

Fotografare il cibo e condividerlo istantaneamente sulle reti sociali, pubbliche e private, con hashtag o via Whatsapp, ormai è un’azione automatica, uno stimolo necessario, come bere e, appunto, mangiare. La fame non conta, né tanto meno il fatto che la pietanza possa diventare fredda, l’imperativo è condividere per generare like e commenti. Sembra quasi che mangiare sia subordinato al fotografare, perché bisogna bloccare quell’istante per rendere immortale il piatto o almeno il suo impiattamento. La digestione farà il resto, ma ciò che importa è cristallizzare l’atto del mero consumo a scopo di nutrimento, per innalzarlo a espressione di bellezza e di un momento di vita positivo.

La prima a parlare di *food pornography* è stata l’accademica, giornalista e scrittrice Rosalind Coward nel suo volume *Female Desire* (1984) in cui definisce la cucina e la presentazione accurata di una pietanza come un atto di servilismo, votato al desiderio di donare affetto non per una semplice volontà di condivisione emotiva, bensì solo per esternare il sentire in modo gradevole e impeccabile. Secondo Coward ciò emerge con preponderanza nelle fotografie ritoccate o che espungono il processo di preparazione estremizzando il processo di estetizzazione della pietanza. Dunque pubblicare le immagini di cibo dovrebbe corrispondere a offrire una parte di sé stessi, quella migliore, esattamente come accade nei photoshoot di moda. Il collegamento tra cibo e pornografia sta, quindi, nel concedersi, nell’offrire un servizio, edibile o meno, a patto che sia senza sbavature. Anche se la posizione di Coward può risultare, a tratti, un po’ esasperata, è indubbio che la retorica dell’offrirsi si inserisce nel percorso tracciato da qualsiasi discorso politico, soprattutto in quello di Matteo Salvini, dove si puntualizza di continuo il dedicarsi anima, corpo e stomaco ai follower-elettori. Attraverso la rappresentazione visiva della pietanza si cerca di ammaliare l’osservatore mediante gli elementi plastici e figurativi, e, poiché gusto e olfatto non possono essere direttamente coinvolti, si prova a innescare una presa estetica, vale a dire l’attivazione della sfera sensoriale per provocare sensazioni nostalgiche rispetto alla volatilità di un manufatto, la cui proporzionalità tra tempo di preparazione e di consumo è spesso magnificamente sotto-dimensionata. Mangiare rappresenta l’atto di consumare *stricto sensu*, poiché la pietanza, per quanto bella, viene ridotta al nulla in virtù del bisogno primario di nutrirsi. A tale proposito “mangiare con gli

occhi”, uno degli usi figurati del verbo, serve a rendere l’idea del desiderio provato solamente tramite la vista, da ricondurre a una forma di *gusto oculare* che funziona secondo “il modo denominato aptico, attraverso il quale si ‘tocca’ la superficie e il modellato dell’oggetto con lo sguardo” (Fontanille 2003, pp. 165-166). Su Instagram immagini e video si propongono in qualità di mediazioni di natura visiva, affettiva ed esperienziale, dove l’ottico assurge ad aptico, determinando un vedere che sente, tocca, conosce, una visione *noetica*, così come propugnato da Jacques Derrida (2000), le cui riflessioni aiutano a capire il doppio legame tra seguito e seguace, tra personaggio-persona e pubblico, estrinsecato da una relazione di *mimesi*, cioè in cui due soggetti produttori si specchiano l’uno nell’altro, dispiegando la libertà di identificarsi (Derrida 1975, p. 48), di incarnare e rendere sensibili contenuti e valori condivisi.

2. Tavole sovrane

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 chiedere l’inserimento di piatti tipici dei loro paesi nel menu dei centri di accoglienza, commentandole con sdegno, anzi con “schifo”, leitmotiv della sua retorica, locuzione infantile legata al gusto non gradito di alcuni alimenti.

Lo schifo provato da Salvini è metadiscorsivo, poiché è dovuto al disgusto – o supposto tale – provato dai migranti nei confronti del cibo italiano, che pretendono di imporre le loro tradizioni culinarie “a casa nostra”, come nel caso dello chef specializzato in piatti africani assunto dal centro di accoglienza di Reggio Emilia, nonostante gli italiani alla fame (tweet di Salvini senza fonte del 3 maggio 2016). Andando ancora indietro con lo *scrolling* dei profili salviniani, balza all’occhio lo status Facebook del 16 marzo 2015 relativo alle proteste di 300 immigrati ospiti del centro di accoglienza di Isola Capo Rizzuto che decidono di occupare la statale adiacente perché scontenti del menu, soprattutto delle lasagne e della mancanza della connessione internet gratuita. Salvini liquida la questione con un secco “TUTTI A CASA”, ma neanche in questa esternazione cita le fonti della notizia. Grazie a una piccola ricerca sul Web si può agilmente scoprire che la versione di Salvini è effettivamente confermata da *Il Giornale*¹, mentre alcune testate locali, tra cui il *Corriere della Calabria*², scrivono della statale bloccata a causa della lentezza dell’attuazione della procedura di riconoscimento dello status di rifugiati. La vicenda accade nel 2015, un anno prima dell’incoronazione di *post-truth* come parola dell’anno del dizionario *Oxford*, evento che incomincia a destare maggiore attenzione sulle fonti delle notizie condivise sui social. Difatti, il 27 ottobre 2016 Salvini twitta un articolo di *coratolive.it* incentrato su una nuova protesta dei migranti a causa di cibo e mancanza di contanti a disposizione, commentandolo con “Il cibo gli fa SCHIFO”, mentre il 17 novembre 2017 esprime su Twitter il suo parere su nuova vicenda riguardante la relazione combattiva tra immigrati e cibo, questa volta, però, rigorosamente corredato di video: “PAZZESCO!!! Mentre tanti nostri anziani vanno a frugare tra gli scarti dei mercati, a Latina i presunti “profughi” africani, ospitati a spese degli italiani in hotel, protestano BUTTANDO IL CIBO per terra”. Il comune denominatore di questi tweet è la trascrizione dell’indignazione mediante il maiuscolo, corrispondente a un aumento di tono della voce per attirare l’attenzione sui punti focali degli eventi narrati, cercando di contagiare i follower con le passioni provate. Salvini si propone come Destinante onnisciente che instaura un contratto pedagogico con il suo pubblico, illudendoli di stare sullo stesso piano perché legati da un rapporto amicale, bidirezionale e non sbilanciato.

¹ [Http://www.ilgiornale.it/news/cronache/capo-rizzuto-immigrati-bloccano-statale-vogliamo-wifi-e-i-1105626.html](http://www.ilgiornale.it/news/cronache/capo-rizzuto-immigrati-bloccano-statale-vogliamo-wifi-e-i-1105626.html)

² <https://www.corrieredellacalabria.it/cronaca/item/31418-conclusa-la-protesta-degli-immigrati-al-sant-anna/>

3. Un (super)uomo comune

Tramite Instagram Salvini fornisce degli aggiornamenti in tempo reale sulla sua vita, nutrimento compreso, rassicurando tutti che, nonostante gli impegni sta bene e ha tempo per mangiare, pur se a orari non canonici come dimostrano le svariate pietanze esplicitamente consumate a cavallo della mezzanotte, orario messo in risalto col fine di documentare il termine reale della sua giornata lavorativa.

Salvini manifesta le sue debolezze, le sue imperfezioni proprio in relazione al cibo, a cui non riesce a resistere, dimostrando che l'ideologia dietetica non gli appartiene tanto quanto quella di sinistra. "Pranzetto leggero a La Maddalena: gnocchetti sardi con funghi, zafferano, salsiccia, aggiungo pecorino! Mi volete bene anche se ingrasso??" È il 17 febbraio 2019, Salvini sta portando avanti il tour elettorale per le elezioni regionali, che a colpi di pasti saporiti e soprattutto tipici vedrà concludersi positivamente con la vittoria del suo candidato Christian Solinas. Gli elettori, consci dell'importanza del quesito, rispondono puntuali "Ovvio che ti vogliamo bene Matteo noi non molliamo avanti tutta..", oppure "Squisitezza! Chi mangia bene ITALIANO avra' un bel futuro", "Si piaci anche cicciotto"³. Il sovrappeso non può inficiare sull'affetto dei suoi sostenitori, l'importante è mantenere saldo il buonsenso e mangiare italiano, sembra quasi che il surplus di cibo italiano possa avere effetti magici sulla bontà del governo di Salvini e sui suoi risultati elettorali, tanto che, come osserva anche Niola (2019) il peso corporeo sembra essere proporzionale a quello sociale. Non a caso l'adagio di Anthelme Brillat-Savarin "Dimmi cosa mangi e ti dirò chi sei" è riproposto di continuo in molteplici ambiti, così come "l'uomo è ciò che mangia" di Ludwig Feuerbach: il cibo determina la struttura del corpo, il suo aspetto, la sua estetica, influenza non solo il peso, ma anche la grana della pelle, la lucidità dei capelli, la forza delle unghie, il biancore della dentatura. Lo stesso vale per quello consumato da Salvini che, in qualità di "plusvalore simbolico" (Belpoliti 2009, p. 26) costruisce il suo corpo, un corpo morbido, padano, il corpo icona dell'italiano medio che può campeggiare addirittura seminudo sui rotocalchi.

Il riferimento è al "Salvini desnudo" pubblicato su *Oggi* del 3 dicembre 2014 – peloso e con la pancetta – che posa a letto, avvolto da un candido e morbido piumone, a torso nudo, con indosso solo una cravatta verde padania, o i braccialetti di gomma della Lega. Una finestra sulla vita privata di Salvini, quella della camera da letto, dove il piumone è rima plastica con il colorito della sua pelle e le rotondità del suo corpo. Lo sguardo è languido, per nulla imbarazzato, da "piacione" compiaciuto delle sue qualità estetiche e caratteriali. Sulla copertina di quel numero di *Oggi* campeggia la domanda "affidereste l'Italia a quest'uomo?", e già all'epoca Salvini veniva presentato in qualità di leader anti-Renzi. La risposta evidentemente era già affermativa forse proprio grazie al suo volto mobile, capace di interpretare più ruoli tematici – il *celodurista*, il *pater familias*, il Capitano, il tifoso del Milan, il piacione... – lontano dalla fissità artefatta di Berlusconi e dal *voler essere* a tutti i costi alla mano di Renzi, ma con cui condivide il "narcisismo traboccante" (Belpoliti 2009, p. 15) espresso dallo sguardo rivolto verso l'alto come si conviene ai politici della tradizione (cfr. *ivi*, p. 37), ma velato dalla brillantezza sognante della triglia, innamorata di sé stessa e dei suoi ideali. Lo sguardo e il volto di Salvini non sono trasformati dal trucco – almeno visibilmente – sfoggia fieramente borse, occhiaie, barba e capelli ingrignati, spesso scarmigliati a causa di un taglio non più fresco. È l'aspetto dell'uomo che dà precedenza al lavoro, non ha tempo da dedicare ai belletti. Nelle foto del servizio di *Oggi*, similmente a tutte quelle in cui la sua posa è studiata, Salvini sorride sornione, aggettivo riferito a chi "sa dissimulare i propri sentimenti e le proprie intenzioni sotto un'apparenza bonaria e indifferente; che sa fingere abilmente, calcolatamente" (vocabolario Treccani). Si tratta dell'aria sorniona di chi la sa lunga – come scriveva Cesare Pavese –, del sorriso di un giovanottone robusto e sano, curato al punto giusto, per non apparire artefatto, che rimanda alle corse a perdifiato sui campetti dell'oratorio. In realtà il giovane Matteo – comunista padano – non è cresciuto da chierichetto, ma ha passato la sua adolescenza al Leoncavallo, e probabilmente l'esperienza gli ha insegnato a modulare il sorriso in base al suo interlocutore, come se fosse una superficie riflettente, al pari dei suoi contenuti social, strutturati in base alle inclinazioni di qualsiasi tipologia di follower.

³ I refusi e gli errori ortografici sono riportati volutamente.

Il suo sorriso sornione sarà ispirato al “metasorriso” (Belpoliti 2009, p. 58) allusivo di Berlusconi o ne è l’evoluzione “naturale”?

Il corpo di Salvini non è modellato da ferree regole e cure mediche come quello di Berlusconi, l’apparenza e l’estetica non importano quanto il suo mantenimento dall’interno attraverso il cibo, si tratta di un corpo naturale perché nutrito da alimenti genuini in quanto italiani, che gli permettono di incarnare appieno lo stereotipo dell’italiano medio, allevato con sani principi, magari all’aperto e a terra, non in gabbia. La nutrizione è diventata importante non solo per giudicare gli alimenti da acquistare – come le uova – ma anche le persone da votare.

Il servizio pubblicato su *Oggi* nel 2014 aveva senso prima del boom di Instagram, quando il pass per il dietro le quinte non veniva fornito dai diretti interessati tramite insta-storie o video in diretta. L’illusione referenziale ed enunciazionale generata da queste forme brevi di narrazione del quotidiano contrae ulteriormente i tempi già stretti della politica contemporanea, governata dal mutamento delle interazioni e della loro intensità: il fattore rapidità determina la relazione con il pubblico, la cui attenzione deve essere costantemente ingolosita con contenuti all’altezza. La vetrinizzazione permanente del personaggio politico fa sì che venga percepito come persona (cfr. Niola 2019), soprattutto se si struttura il suo fare attraverso la configurazione discorsiva della normalità, scegliendone accuratamente figure e passioni: i cibi dell’orto, la camera da letto, le rotondità, le imperfezioni, gli improvvisi accessi di ira, l’allegria contagiosa, ecc. I follower-elettori hanno la fortuna di avere un punto di vista privilegiato su tutto questo, allo stesso modo i detrattori, che possono attingere a piene mani dai profili social per generare ulteriori discorsi su Salvini. La camera da letto e la nudità ormai non sono più un’esclusiva, sono a un tocco di distanza, lo sa bene anche l’ex fidanzata Elisa Isoardi, la quale, oltre ad aver annunciato la fine della storia d’amore proprio con un’immagine della loro intimità condivisa su Instagram, ha dichiarato alla stampa che Salvini “è diventato ministro con Instagram”⁴. Insomma, la *tirannia dell’intimità* descritta da Richard Sennet (cit. in Belpoliti 2009, p. 75) può essere imputata a una volontà di sovraesporsi e svelarsi per mettersi a nudo, proprio come titola l’articolo di *Oggi*, per stabilire una connessione autentica con il pubblico e indossare la maschera della normalità da superuomo comune (cfr. Niola 2019).

4. Universi tematici: felpe e Nutella

Gli elettori di Salvini condividono lo stesso sentire di chi, dopo la Prima guerra mondiale ha supportato Mussolini: delusione, senso d’inferiorità, voglia di affermare la supremazia e l’identità nazionale (Belpoliti 2009, p. 21), bisogno di una guida che sappia dare voce e risolvere le loro paure. Le politiche sociali del nuovo millennio imboccano una direzione oscurantista, oltre che sovranista, perché sembra attuarsi una regressione al grado zero di alcune questioni risolte dall’attivismo degli anni Sessanta e Settanta, come confermano, anche oltreoceano, i movimenti pro-famiglia tradizionale, o il dibattito sugli aborti, Alabama *docet*. Quindi non più *transpolitica*, ma restaurazione del celodurismo mascolino e maschilista di bossiana memoria (o, per estensione, mussoliniana) di cui Matteo Salvini rappresenta un simulacro dagli angoli smussati, adattabile a tutti i gusti. Le (insta)storie(s) e le foto di Salvini si rivolgono indiscriminatamente a giovani, adulti e anziani, giocando sulla naturalità della porzione di realtà rappresentata, quindi pose ed espressioni del volto non artefatte, perché, in pieno accordo con lo *Zeitgeist*, catturano il momento nel suo farsi, quello che “parla di ogni cosa” (Blanchot 1955, cit. in Belpoliti 2009, p. 137). Una strategia social mediale studiata per esercitare il predominio sullo spazio simulato della tribuna elettorale, da soggiogare comunicando in modo verosimile una realtà più che tangibile come persone, animali, luoghi, cibo e felpe. Queste ultime – rigorosamente geolocalizzate – vengono indossate da Salvini come divisa da trasferta o per sottolineare il tema del giorno, sono l’acme del travestimento da uomo normale, che rinuncia alla camicia con le maniche rimboccate di Renzi (cfr. Co-senza cit. in Franzi e Madron 2018), rinnegando lo status sociale di riferimento per promuovere brand

⁴ <http://www.ilgiornale.it/news/spettacoli/elisa-isoardi-votavo-salvini-ora-non-so-1696861.html>

e ideali, basta pubblicare un'immagine pungente corredata da un testo verbale interlocutorio, col fine di innescare commenti e condivisioni. La felpa, da indumento sportivo per eccellenza, diviene corazza magica di adattamento all'ambiente, e strumento per sopperire alla mancanza del *physique du rôle* (cfr. Belpoliti cit. in ivi) da leader, da costruire ex novo su fondamenta rinnovate. Le felpe di Salvini fanno e parlano il monaco (Eco 1972), sono intessute di ideologia e di appartenenza territoriale, servono a mimetizzarsi tra i suoi amici-elettori, a normalizzarsi quel tanto che basta per mettere a loro agio la pe-scivendola e il panettiere, come succede con Biagio, con cui prepara la focaccia al formaggio di Recco indossando la t-shirt "Zena".



Fig. 1 – Zena e focaccia

In calce al gastro-post pubblicato su Instagram il 29 maggio 2017 si legge anche un commento sulla fisicità di Salvini "Da vicino è un bellissimo uomo. Di grasso non ha niente, calcolando i quasi due metri di altezza. Avvicinati...Magari è la volta buona che ti mette a posto", probabilmente parte di un acceso scambio di idee tra follower con visioni opposte, che dimostra quanto gli *Amici* del Capitano siano disposti a difenderlo dagli *haters* di ogni risma e specie, adoperando una retorica in linea con quella del loro beniamino. Il popolo gli riconosce il ruolo tematico junghiano di "capovillaggio" e lo sancisce anche attraverso il cibo, come, ad esempio, succede a Caravaggio il 15 maggio 2016, un comune in provincia di Bergamo dove gli portano in dono una pizza con su scritto "Matteo Leader" e la "birra del capitano".

Se le felpe che indossa sono *geo-brandizzate*, anche alcuni gastro-post salviniani ostentano marchi sinonimo di italianità, come a Pasqua 2019: "Dolce Pasqua a voi Amici! E una bella fetta di pane e Nutella (che oggi compie 55 anni, auguri!) ai simpatici, buonisti e accoglienti milionari di sinistra Fazio e Saviano". Una caption densa, dove non manca né la celebrazione della festività religiosa, né quella laica, della divinità del focolare Nutella, farcita con l'invettiva contro i suoi principali detrattori del panorama mediatico, formulata mediante la figura retorica dell'antifrasi. Salvini non vuole che Fazio e Saviano siedano idealmente alla sua tavola, ma, come conferma una minima conoscenza del contesto e il collage di immagini pubblicate – tre annunci a stampa vintage e una sua foto mentre addenta una fetta di pane e Nutella – usa e ostenta il marchio di casa Ferrero, rendendolo testimone storico e osservatore esterno del suo discorso politico, costruito "parlando come si mangia" per rendersi comprensibile a tutti (cfr. Niola 2019). Salvini in realtà intende mangiare pane e Nutella "alla faccia" di Fazio e Saviano, rifacendosi a una delle locuzioni più ricorrenti che accompagnano i gastro-post pubblicati dal senso comune, perché i momenti di vita più piacevoli vanno condivisi per far impallidire gli invidiosi, ossia "chi ci vuole male". È così che si evita la decodifica aberrante della massa, usando il suo linguaggio, pensando e agendo come i componenti della sua moltitudine, affermando un'eguaglianza – fittizia – di posizioni. Salvini non esalta l'edonismo del consumo legato all'universo tematico della marca, ma la

genuinità e l'italianità delle tradizioni famigliari, di cui non vuole far parte collocandosi in una parentela di primo grado, bensì si propone in qualità di nipote o cugino, un legame affettivo intermedio che rispetta la buona distanza adatta ai subalterni.

5. Assiologie: dai meme all'agenda

Applicando l'assiologia di carattere generale proposta da Jean-Marie Floch (1990) si possono individuare quattro tipologie di valorizzazione nei gastro-post di Matteo Salvini: un cibo *pratico*, quello che serve a ricordare gli appuntamenti dell'agenda elettorale, uno *critico*, veicolo di propaganda e di invettiva, arma contro il non-Made in Italy, uno *utopico* per figurativizzare le passioni del Matteo umano, padre, amante, lavoratore, e quelle della sua comunità di intenti. Le cotolette cucinate per i bambini rispecchiano la *mater familias* che sancisce i momenti tipici del focolare con manicaretti in cui sono racchiusi non solo valori nutrizionali, ma anche tradizionali e affettivi, strutturando l'identità del Salvini superuomo normale per assimilazione alla famiglia. L'ultima valorizzazione in gioco è quella *ludica*, mediante cui il cibo diventa premio, coccola quotidiana, *meme* e conforto.

Il cibo meme parla il linguaggio dei social, augura il buongiorno, o meglio il buongiornoissimo con la tazzina di caffè – da pubblicare rigorosamente il lunedì – è ben augurante perché serve a poter compiere le prove qualificanti, rappresentando una sorta di rito apotropaico per affrontare la giornata. L'oggetto di valore in gioco è l'accettazione sociale, in quanto il meme culinario – pubblicato forse inconsapevolmente – si fa bandiera di una forma di vita ed è latore di ideali.

Le pietanze dei gastro-post curano anche gli sgarbi dell'opposizione, confortando l'animo sensibile di Salvini, come accade il 26 gennaio 2019: "Per dimenticare insulti e delusioni una bella cassoeula con polenta, piatto tipico lombardo con le parti povere del maiale, verza, cipolla, sedano e carote.

Come passate la vostra serata Amici?". Solo gli amici con la A maiuscola possono comprendere lo stato d'animo del Ministro, all'epoca quasi sulla soglia di San Vittore per il caso Diciotti e duramente attaccato per la sua linea sulla politica venezuelana. Una giornata difficile, a cui porre rimedio con le delizie della terra natia, la sua amata Lombardia: cosa c'è di meglio delle tradizioni di casa propria, quella vera? È un assunto facile che comprendono anche i non padani, a cui però bisogna spiegare in cosa consiste la cassoeula, arricchendo il contratto enunciativo dal punto di vista pedagogico.

Tali esempi e il loro inserimento in tassonomie, dimostrano che il cibo condiviso da Salvini a volte si configura in qualità di essere del fare poiché tramite per ottenere le competenze atte a manifestare la carica di leader, mentre altre esprime l'essere dell'essere, cioè sancisce vittoria e gloria.

Dunque una determinata tipologia di cibo diventa figura della configurazione discorsiva prescelta: prodotti e pietanze genuine stanno per l'attendibilità, il cibo dell'*infraordinario* (cfr. Marrone 2017), familiare e casalingo, per la trasparenza veridica – le cotolette preparate da papà Matteo guardando Napoli-Inter il 21 ottobre 2017 –, mentre quello dialogico e interlocutorio mira all'organizzazione contrattuale dell'intersoggettività (Greimas, Courtés 1979, p. 59) da determinare sulla base delle posizioni modali dei soggetti coinvolti (ivi, p. 231). In quest'ultimo caso le pietanze non significano attraverso la loro *componente tassica*, cioè mediante le loro differenze inter-categoriali, bensì vengono risemantizzate, trasformate in base al regime di intersoggettività installato – *comunicazione, violazione, dissimulazione*, – diventando qualcos'altro a partire dalla loro *componente funzionale* – l'occasione d'uso – e da quella *configurativa*, relativa ai loro tratti caratterizzanti. Ad esempio, il fritto misto del 17 aprile 2017 viene mangiato "per non far arrabbiare la Boldrini", rimarcando ironicamente le posizioni della sinistra italiana nei confronti dell'immigrazione e ritorna il 6 agosto 2018, confermandosi come figurativizzazione della contaminazione razziale incontrollata, per evidenziare che durante la fiera di San Fermo a Nerviano nella moltitudine solo una persona gli ha urlato "razzista, fascista" ed "è stato compatito e spernacchiato da tutti". Il fritto in sé non ha alcuna accezione politica, ma Salvini lo rende tale per via della sua configurazione peculiare, ovvero il riunire in una sola pietanza più alimenti dalle differenti componenti tassiche.



Fig. 2 – Fritto misto

In questo modo cibo, alimenti e bevande subiscono un processo di *matteizzazione*, termine inserito nella sua forma aggettivata nei neologismi Treccani per definire ciò che viene “assimilato a Matteo Salvini e alle sue posizioni politiche”, il cui suffisso installa un fare trasformativo, a tratti imitativo, espressione della colonizzazione centrifuga messa in atto dal Matteo-interiore, quello insito nel coinvolgimento patemico teso ai bisogni primari, alla banalità e ai luoghi comuni.

6. Presenza/assenza

La presenza/assenza di Salvini dalle immagini dei gastro-post è direttamente correlata a determinate strategie enunciazionali. La sua assenza e la sola presenza del cibo si ritrova nelle occasioni familiari e nell'estetizzazione delle specialità italiane. Nel primo caso non è presente perché ha preparato il pasto, mettendosi alla prova – nonostante i suoi impegni – per donare del tempo di qualità ai suoi cari, proprio come fanno le persone comuni. Nel secondo caso il cibo diviene protagonista in quanto le sue qualità come freschezza, unicità, bontà e gusto, bastano e significano da sole. In tale contesto le foto pubblicate da Salvini rimediano il *food porn* e affermano l'unicità del cibo ritratto: solo nello spazio della rappresentazione perché unico al mondo. Inoltre, c'è una terza modalità dell'assenza che unisce la sfera familiare a quella delle eccellenze italiane, dato che spesso l'esaltazione delle specialità locali viene spesso messa in correlazione con le abitudini casalinghe di Salvini, specialmente con le sue pratiche televisive come dimostra il gastro-post del 10 febbraio 2017 in cui racconta la sua serata passata tra “Un bicchiere di mirto, gelato coi bimbi e Quarto Grado alla tele. Buona serata Amici!”.

Quando Salvini compare nelle foto dei gastro-post l'intento è prettamente polemico o, nelle circostanze più generiche, propagandistico: il "metterci la faccia" serve a lanciare invettive dirette contro i suoi oppositori, la maggior parte delle volte l'Europa e la sinistra antropomorfizzata da Boldrini e Renzi, finalizzate in base alla funzione definitoria noi vs loro. Il 5 marzo 2018, ad esempio, festeggia le dimissioni di Renzi con una bottiglia di vino a cui è apposta un'etichetta personalizzata con la sua faccia e la scritta "IL MIO PREMIER E' LUI", corredata dalla caption di rito "Vi voglio bene Amici".

Grazie alla cucina Salvini dà un volto alle proposte di legge di per cui si batte: Mario, proprietario di un'osteria a Casaleto Lodigiano è sotto processo per essersi ribellato all'aggressione notturna di alcuni ladri per difendere "se stesso, la sua famiglia e i suoi nipotini"... chi non farebbe di tutto per salvare dei bambini innocenti? Nella foto, pubblicata su Instagram il 17 marzo 2017, Salvini abbraccia Mario, posa una mano sulla sua candida giacca da chef, e sembra chiederci: "quest'uomo dalla pelata onesta merita davvero un'accusa di colpevolezza o una legge che tuteli lui e i suoi cari dai cattivi?".



Fig. 3 – Salvini e l'oste

Salvini sa su quali valori profondi insistere, la famiglia e la preservazione della specie sono un argomento che in teoria potrebbe mettere d'accordo chiunque, soprattutto se antropomorfizzato, reso veritiero e sinestesico. Le foto "in presenza", quindi, gli permettono di porsi sullo stesso piano dell'elettorato, sedendosi alla sua tavola, come fa il 22 maggio 2017 con i "leghisti-camperisti di Grezzana (Verona) mangiando pasta al ragù, formaggio di monte e vino bianco delle colline veronesi". Non c'è nessun impegno istituzionale più importante del confronto diretto con gli italiani, quelli messi al secondo posto dal PD, per cui "vengono prima gli immigrati".



Fig. 4 – Leghisti-camperisti

Tra gli oppositori più vessati non c'è solo il PD, ma anche l'Europa "che ci riempie tavole e negozi di schifezze che arrivano dall'altra parte del mondo, senza nessun controllo" (Instagram, 20 ottobre 2018). Allora si avrà l'esaltazione del gusto normale, del gusto giusto, quello del Cannonau "l'unico "rosso"" a lui gradito, o dello "yogurt al miele e melissa per Renzi, Boschi e tutti gli amici del PD, per digerire meglio le storiche sconfitte di Trento e Bolzano" (22 ottobre 2018), della "spremuta di melograno e agrumi (siciliani) al Santuario di Santa Rosalia. Alla faccia delle assurde direttive europee e degli interessi delle multinazionali, mangiamo e beviamo i frutti della nostra terra!" (17 dicembre 2016). Le eccellenze regionali sono contrapposte al gusto "adulterato" delle ciliegie turche – da far mangiare a Renzi, come recita la caption del 10 luglio 2016 –, dell'olio tunisino, degli agrumi provenienti da qualunque posto che non sia l'Italia. Il sovranismo del gusto si riflette anche sull'assenza nel gastro-feed salviniano di pietanze esotiche, le cui uniche rappresentanti sono la birra austriaca bevuta a Innsbruck (11 luglio 2018), l'hamburger e patatine mangiato in aeroporto a Mosca (18 ottobre 2018), e il panino *cheesesteak*, specialità locale mangiata da Geno's il 26 aprile 2016, un ristorante a conduzione familiare italo-americana di Philadelphia, noto non solo per la qualità del cibo, ma anche per posizioni apertamente sovraniste e Trumpiane, tanto che Salvini lo visita proprio grazie alla lobby degli italoamericani repubblicani, in modo da non tradire il patriottismo culinario neanche all'estero. Questi cibi di multiculturale e globale non hanno molto poiché sono stati normalizzati e inglobati dalla cultura italiana – come hamburger e patatine – quindi contemplabili nella dieta di Salvini, che conserva il suo scetticismo nei confronti degli alimenti-vegani, accusati di trarre in inganno per il loro aspetto "normale" (vd. cotoletta di seitan pubblicata il 14 gennaio 2017), per poi deludere perché il gusto non è dei migliori. La polemica si accende con cibi anti-halloween, tra cui il mont blanc o il "raviolo di burrata, pomodorino piennolo del Vesuvio, pesto con basilico e pistacchi di Bronte", pietanza multi-regionale consumata il 31 ottobre 2018, "alla faccia di Halloween".



Fig. 5 – Raviolo tricolore

Il sincretismo regionale culinario sembra essere molto gradito a Salvini, soprattutto serve per scrollarsi di dosso anni di federalismo padano che non può giovare a chi ha deciso di capeggiare l'intera nazione, come dimostra il gastro-post del 13 novembre 2016 dove campeggiano "orecchiette pugliesi al ragù, vino rosso dell'Umbria e mele della Valtellina: uno splendido Giro d'Italia a tavola! Abbiamo il cibo e il gusto migliori del mondo, difendiamoli!".

L'elettore modello viene costantemente convocato dalla convivialità per far parte di una comunità di intenti di cui Salvini si fa portavoce e latore di soluzioni, il cui tratto comune è la difesa della specie mediante la rimozione radicale del problema, generalmente con una ruspa per i grandi e una ruspetta per i piccini. La ruspa è una delle figure più potenti e durature della comunicazione salviniana, la cui rilevanza è tanto fuori discussione da essere esaltata anche nei gastro-post: ne sono dimostrazione la "torta RUSPOSA" del 9 marzo 2016 e il cappuccino con "le idee chiare" con su scritto "ruspa", bevuto da Salvini a Santa Maria di Sala l'8 giugno 2017.

7. Conclusione: il gusto del buonsenso comune

Il Salvini dei gastro-post è sapiente nel senso etimologico del termine, possiede sapere e sapore poiché in grado di discernere secondo un criterio di verità, di stabilire connessioni tra causa ed effetto grazie a un *gusto attivo*, spinta percipiente e chiarificatrice.

Lo slogan delle europee del 2019 non avrebbe potuto essere più chiaro: "Prima l'Italia! L'Italia del buonsenso in Europa/ Towards a common sense Europe". Nella traduzione inglese del motto, di respiro internazionalista, si nota che il termine usato per buonsenso è *common sense*, affine per significato, ma al contempo locuzione da cui deriva il *sensu comune* filosoficamente inteso, che bisogna ghermire con costanti dosi di reciprocità e identificazione, somministrate da Salvini più volte al giorno nei suoi feed.

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.



I gastro-post attuano un processo di delegittimazione (cfr. Lorusso Violi 2015, p. 82) dell'opponente nel caso delle invettive, mentre legittimano l'autorità di Salvini contribuendo a renderla accessibile agli occhi dei follower come nel caso della crostata di frutta della vittoria, consumata la notte del 3 giugno 2018, da neo-ministro "stanco morto ma felice", pietanza-premio per aver portato a termine il programma narrativo di base, la sanzione positiva del sé destinante che incarna i voti e la fiducia dell'elettorato. Salvini, con il suo peculiare linguaggio e la sua identità culturale, mescola le sue opinioni con l'informazione per costruire una comunità d'intenti (cfr Marrone 2017), in modo da diffondere, in maniera trasparente, l'etica e l'estetica che lo caratterizzano, mettendo in scena – almeno apparentemente – il suo quotidiano senza filtro, convincendo i follower di vivere uno stesso presente verosimile.



Bibliografia

- Belpoliti, M., 2009, *Il corpo del capo*, Parma, Guanda.
- Blanchot, M., 1955, *L'espace littéraire*, Paris, Gallimard; trad. it. *Lo spazio letterario*, Torino, Einaudi 1967.
- Bourdieu, P., 1997, *Méditations pascaliennes*, Paris, Seuil; trad. it. *Meditazioni pascaliane*, Milano, Feltrinelli 1998.
- Coward, R., 1984, *Female Desire: Women's Sexuality Today*, London, Palidan.
- Derrida, J., 1975, "Economimesis", in *Mimesis des articulations*, Paris, Flammarion; trad. it. *Economimesis. Politiche del bello*, Milano, Jaca Book 2005.
- Derrida, J., 2000, *Le toucher, Jean-Luc Nancy*, Paris, Galilée; trad. it. *Toccare, Jean-Luc Nancy*, Genova, Marietti 2007.
- Eco, U., 1972, "L'abito parla il monaco", in AA.VV., *Psicologia del vestire*, Milano, Bompiani.
- Floch, J-M., 1990, *Sémiotique, marketing et communication*, Paris, Presses Universitaires de France; trad. it. *Semiotica, marketing e comunicazione*, Milano, Franco Angeli 1992.
- Fontanille, J., 2003, *Soma et sema. Figures du corp*, Paris, Maisonneuve et Larose; trad. it. *Figure del corpo. Per una semiotica dell'impronta*, Roma, Meltemi 2004.
- Franzi, A, Madron, A., 2018, *Matteo Salvini #ilMilitante*, Firenze, goWare.
- Greimas, A.J., Courtés, J., 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette; trad. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano, Bruno Mondadori 2007.
- Lorusso, A. M., Violi, P., 2004, *Semiotica del testo giornalistico*, Roma-Bari, Laterza.
- Marrone, G., 2017, "Social media e comunione fática: verso una tipologia delle pratiche in rete", in R. Finocchi, I. Pezzini, a cura, *Gli schermi dell'apparire. Tecnologie, immaginazione, forme di vita fra semiotica ed estetica*, "Versus", n. 125, Bologna, Il Mulino.
- Niola, M., 2019, "Il superuomo qualunque", *la Repubblica*, sabato 20 aprile 2019.
- Terracciano, B., 2018, "Note sulla lettura del cloud salviniano", in A. Caporale, *Il ministro della paura*, Roma, PaperFIRST.