

Gli immigrati in catene e la normalità del male

VIOLA ARDONE

Immigrati in catene costretti salire a bordo di un aereo diretto in Guatemala. Uomini in fila indiana caricati su un autobus per essere rimpatriati mentre sotto va in loop un allegro motivetto: “Na Na Hey Hey Kiss Him Goodbye” hit degli anni Sessanta degli Steam.

La Segretaria alla Sicurezza Usa, Kristi Noem, che posa sorridente come in un Safari umano davanti a un gabbione pieno di venezuelani espulsi dagli Usa. **Irregolari trattati alla stregua di terroristi, dileggiati ed esposti come trofei di una guerra parallela, quella dell’amministrazione statunitense contro i migranti.**

Espulsioni di massa riprese dai media di governo e pubblicate sul profilo Instagram ufficiale della Casa Bianca (www.instagram.com/whitehouse), come l’ormai virale video realizzato con l’Intelligenza artificiale in cui la terra ancora sanguinante di Gaza diventa un resort esclusivo per ultraricchi in cerca di svago.

Oscenità instagrammabili del nuovo disordine mondiale, diffuse globalmente affinché raggiungano in maniera capillare tutti noi. Possono suscitare approvazione o sdegno ma in ogni caso hanno il potere, da un lato, di spostare l’attenzione del mondo dall’economia e dai problemi reali degli elettori ai parossismi delle iniziative trumpiane, e, dall’altro, di costruire un nuovo linguaggio, in cui la lancetta dell’etica vira implacabilmente verso un punto di non ritorno.

Un punto che si trova al di là anche di quella “banalità del male” teorizzata da Hanna Arendt a proposito dei crimini nazisti. Le scene diffuse da Trump e dai suoi colleghi sovranisti, le frasi utilizzate, l’estetica disforica da esse costruita sono il terreno di coltura di una “normalità del male”, **un male che perde la sua eccezionalità non solo perché perpetrato da persone ordinarie** (come nel caso dei gerarchi nazisti) ma anche perché entra a far parte della vita quotidiana, ci contamina tutti, in qualche modo.

Passa sui nostri telefonini con il sottofondo di musicchette orecchiabili tra un contenuto pop, i consigli per la dieta, l’ultimo flirt di una star di Hollywood, il meteo del weekend. **E, tra una scena e l’altra, l’uomo in catene, la donna in ginocchio, il migrante ingabbiato.**

È il Manifesto della Nuova Disumanità che passa davanti ai nostri occhi sempre più assuefatti, spostando di un fotogramma alla volta il confine dell’osceno, alzando di reel in reel l’asticella dell’indicibile, dell’inguardabile, dell’innominabile. In questo Manifesto della Nuova Disumanità, l’altro non esiste, è un ostacolo da eliminare, un problema da risolvere rispedendolo nel posto da cui è venuto, possibilmente.

In questo Manifesto della Nuova Disumanità, il fine unico è il profitto, le regole sono non aver regole, se non quelle che massimizzano il risultato

personale. In questo Manifesto della Nuova Disumanità, vige il monologo del capo o dei suoi fedelissimi, e anche i social network, nati originariamente per consentire lo scambio, la socializzazione, per l'appunto, dei contenuti, diventano dei "privat network", come X, come Truth (il social di Trump dal nome evidentemente antifrastico), come i vari social di Meta, il cui fondatore con una giravolta opportunistica si è genuflesso ai voleri del nuovo padrone di Casa Bianca.

Nel 1938 venne pubblicato in Italia il Manifesto della razza. Si trattava di un trattato con pretese scientifiche che aveva l'ambizione di dare fondamento a teorie razziste, antisemite e discriminatorie le quali avrebbero fatto da supporto alle leggi razziali emanate a partire dall'autunno dello stesso anno.

Il Manifesto, redatto pare con il contributo dello stesso Mussolini e controfirmato da docenti universitari di comprovata fede fascista, contribuì ad alimentare il clima d'odio nei confronti degli ebrei, degli stranieri, degli esponenti di altre etnie. «È tempo che gli Italiani si proclamino francamente razzisti», si dichiara al punto 7 del documento.

Il Manifesto della Nuova Disumanità propagandato da Trump e dai suoi omologhi nel mondo non è molto diverso, si basa sullo stesso principio: dare voce al tabù, legittimare il pregiudizio, rafforzare la paura, stigmatizzare l'estraneo come elemento di disturbo, eliminando il quale si eliminano i problemi del Paese. Non ci sarà bisogno, questa volta, di leggi razziali, di olio di ricino e di camicie nere.

Le leggi che contano di più, oggi, sono quelle che passano attraverso i media, quelle che ci raggiungono sul telefonino mentre scorriamo i feed nella nostra timeline. Sono quelle, le leggi che ci convincono di giorno in giorno, in maniera subliminale, e che silenziosamente ci trasformano, mentre eravamo occupati a tenerci distratti.