

La satira non fa propaganda

Date : 30 novembre 2019

E anche [l'ultima vignetta di Yama ha ricevuto la sua bella dose di commenti indignati](#).

Stavolta ad offendersi sono stati i millennial, che si sono sentiti presi di mira da una satira che “non rappresenta la realtà”, che aumenta il pregiudizio nei loro confronti e che pertanto non fa ridere. Si stigmatizza poi il giornale per aver dato spazio a questo genere di propaganda denigratoria.

E' vero, raramente chi viene “preso in giro” trova la cosa divertente, e quasi sempre l'accusa è quella di distorcere la realtà dei fatti. Certo, ma distorcere la realtà, estremizzare le situazioni, partire da un pregiudizio strisciante talmente grossolano che nessuno può pensare che si stia parlando seriamente, caricaturare grottescamente i personaggi sia col tratto sia attraverso situazioni paradossali e palesemente inventate, sono la base della satira stessa, che però contiene sempre un granello di verità, il punto di partenza di una riflessione che dovrebbe servire a dimostrare “per l'assurdo” tutta la “sbagliatezza” del difetto che si vuol colpire, e cioè proprio il pregiudizio, il paradosso di certe situazioni, o una semplice coincidenza strana e un po' buffa.

Ecco, forse è questa seconda parte che manca, la quale sboccia solo dopo riflessione sulle panzane usate dalla vignetta per scuotere gli animi, ma non ci si arriva, e non per pochezza intellettuale, al contrario. Ci si ferma prima perché guarda caso il meccanismo della satira assomiglia pericolosamente, tanto da non distinguerli, ai moderni modi della politica e delle ideologie, di qualsiasi colore. Solo che in quest'ultimo caso si pensa seriamente di spacciare insulse falsità per verità cristalline allo scopo di istigare odio verso chi la pensa diversamente e tirare acqua al proprio mulino. Il fenomeno delle fake news è ben noto. L'inverso degli scopi di una vignetta satirica. Vi è al giorno d'oggi questa mania di voler inquadrare sistematicamente ogni elemento di “informazione” nell'una o nell'altra corrente, per poterlo decodificare e dando per scontato che comunque si tratta di propaganda.

E allora ecco che nei commenti alle vignette spuntano i “voi”, come se il vignettista facesse parte di qualche fazione ideologica e avesse qualche secondo fine. Inoltre si capisce bene che non si capisce più cosa sia la satira da commenti come “se questo è il vostro modo di fare giornalismo”, o ancora meglio “questa è disinformazione!” e “con questi articoli diffondete il pregiudizio”. La satira non è informazione, non è un articolo, e non è neanche giornalismo anche se a modo suo racconta, seppur in modo deforme, il mondo e le sue contraddizioni.

Se la vignetta che accostava due realtà antitetiche di Venezia, i danni al patrimonio artistico e culturale dell'acqua alta da una parte e le ricorrenti polemiche sulle occasionali mazzate inflitte ad ignari turisti dall'altra, si è attirata le ire bigotte di chi gridava al sacrilegio, quella sui millennial dei Black Fridays ha stimolato commenti da parte degli stessi che invece meritano una riflessione.

La prima considerazione mi è venuta da quegli strani hashtag e da quel Gif riferiti al “boomer

humor” apparsi nei commenti. Non sapevo di cosa stessero parlando! Fatta la mia brava ricerca su Google, ho innanzitutto la conferma di appartenere alla categoria dei “baby boomer” detti comunemente “boomer”, cioè i nati tra il 1945 e il 1974, e che effettivamente, rispetto ai millennial, sono pieno di luoghi comuni e di pregiudizi. Le tipiche barzellette che spiegano ad un millennial cos’è un libro, o un telefono analogico, o sui primi acciacchi dell’età, faranno scompisciare i vecchi rimbambiti come me ma risultano altamente irritanti per gli interessati, che invece sono tutto meno che idioti e sanno perfettamente cos’è un libro, un telefono, un giornale, mentre siamo noi che molto più spesso abbiamo difficoltà con la tecnologia digitale. Quelle battute sono deprimenti e non fanno ridere. Touché.

La seconda considerazione è invece rassicurante: nulla è cambiato nel difficile rapporto tra le generazioni, con i giovani ad accusare i vecchi di non capire ed i vecchi ad accusare i giovani di non sapere. Tutto bene, segno che le cose progrediranno nel verso giusto.

Mi scuso quindi coi millennial per averli vigliaccamente tirati in ballo, sfruttando ignobilmente lo sgualcito pregiudizio che li vede incostanti e in preda alle contraddizioni. E’ falso, lo sappiamo tutti. Ma sarà falso del tutto, o qualche granello di verità si annida nella calunnia? Prendiamo ad esempio uno degli argomenti usati nella vignetta per ironizzare sui millennial, il telefonino, o “smàrfon” come ortografato nel disegno col chiaro intento di propagare l’ulteriore pregiudizio riguardo alla loro presunta ignoranza: nessuno di loro però vi rinuncerebbe, e sono oltre il 94% ad utilizzarlo costantemente, contro “solo” il 68% dei boomer tanto disprezzati, colpevoli di aver consegnato alle nuove generazioni un pianeta inquinato e corrotto. Ecco, parliamo di ambiente e inquinamento: secondo un rapporto di Greenpeace del 2017, dico “Greenpeace” non la solita propaganda dei potenti, tra il 2007 e il 2017 sarebbero stati prodotti più di 7 miliardi di telefonini, con un impatto ambientale e sociale devastante. Solo una minima parte delle infinite tonnellate di rifiuti elettronici viene riciclata, ma per produrli sono stati impiegati oltre 500 TerraWatt di energia “sporca” in paesi poco inclini a preoccuparsi di tali aspetti. Le condizioni di lavoro di chi li assembla sono spesso assimilabili alla pura schiavitù, con gravi rischi per la salute, specie nel comparto della produzione di semiconduttori. I materiali impiegati sono a rischio esaurimento entro pochi anni, e alcuni di loro sono al centro dei finanziamenti dei conflitti in atto in Congo e nei paesi africani limitrofi.

Per il nostro diritto ad essere connessi, per questo nostro privilegio di possedere e usare uno smartphone inquiniamo e impoveriamo il pianeta, fomentiamo guerre fratricide che arricchiscono le solite lobby e le multinazionali della morte, e riduciamo in schiavitù intere popolazioni. Non mi sembra meno grave del chiudere gli occhi sul consumo di carne che contribuisce alla devastazione dell’ambiente. Forse qualche contraddizione c’è, e neanche di poco conto.

Al vignettista che sono, che non farà ridere e che propina informazioni false, questo scendere in piazza per scuotere le coscienze riguardo alla salvaguardia del pianeta ed esigere che si agisca subito, perché non c’è più tempo, pare molto nobile e degno di sostegno, ma noto anche i telefonini, le schiere di telefonini branditi come estensioni dei propri arti e del proprio essere, e mi

saltano agli occhi l'ironia della cosa, il paradosso e la contraddizione di questa situazione degna di una tragedia greca, e non posso far altro che cedere alla mia natura, perché si è quel che si è, e inizio a disegnare. Senza nulla togliere alla mia simpatia per la loro causa e al mio condividere le loro ragioni.

Chiudo notando come si sia travisato il vero argomento della vignetta, o almeno quello che era nell'intenzione originale dell'autore. In ciò è stato determinante anche il modo di presentarla da parte dell'editore, che ha parlato esplicitamente della prospettiva di Yama sui giovani ambientalisti. In realtà i giovani ambientalisti sono solo una "vittima collaterale", poiché il tema era diverso: l'idea è nata dalla buffa congiunzione, il medesimo giorno, del "Black Friday" e dei "Fridays For Future", due concetti diametralmente opposti, che rappresentano valori totalmente antitetici, che però convivono nello stesso mondo, nello stesso istante. Questo il paradosso che volevo evidenziare, e che è contenuto tutto nel titolo "Black Fridays For Future". La vignetta ipotizza quindi un gruppo di giovani ambientalisti in preda per un giorno alla follia dello shopping futile e compulsivo, piantando lì una Greta furiosa e fumante, tra l'altro attualmente in mezzo all'oceano. Anche questo "falso" è stato rimproverato, senza accorgersi che di fatto stava a simboleggiare l'abbandono degli ideali a favore degli idoli luccicanti dell'edonismo. Ecco, questa la vera genesi della vignetta. Sento di aver fallito, perché se la devi spiegare, vuol dire che non funziona. Come dice una sdegnata lettrice alla redazione di Varesenews, "avete toppato". Vero, e visto il clima attuale temo che "topperò" sempre di più, e a questo punto non so più se valga ancora la pena continuare a raccontare il mondo con gli occhi e il cuore di chi non ha mai smesso di rimanere affascinato dall'essere umano, con le sue passioni, le sue contraddizioni e anche i suoi pregiudizi.