



INTERNET  
Nel flusso seducente  
del nazionalpopolare

FRANCESCO ANTONELLI / PAGINA 10

# Interferenze pop in flusso costante

*Mentre si rovesciano le categorie novecentesche che hanno definito la realtà del potere e della comunicazione, la vita quotidiana appare sempre più dilaniata dalle disegualianze. Un percorso di letture, dalla telepolitica ai Social*

Francesco Antonelli

**L**a società industriale, specialmente nella sua fase fordista, si è costruita attraverso un'idea di ordine sociopolitico che all'individuazione e alla separazione dei soggetti sociali, aggiungeva una loro gerarchizzazione: le classi dominanti e dirigenti da una parte, i «diretti» dall'altra, in una posizione di subordinazione e dipendenza. Questo ordine gerarchico e dualista della modernità ottocentesca e novecentesca trovava nei mass media il suo puntello e il principale luogo di rappresentazione: giornali, radio, cinema e poi la prima televisione degli anni Cinquanta, erano canali unidirezionali. I pochi - politici, giornalisti, manager, registi ecc. - decidevano i contenuti, i molti - il pubblico - li fruivano.

Politica e media erano così avvolti in un'aurea magica: la distanza, la separatezza, la sproporzione nelle capacità decisionali e nella visibilità, contribuivano a rendere quelle dimensioni dei luoghi sacri, animati da figure quasi sacerdotali. La realtà di tutti i giorni, quella esperita dalle persone «comuni» non era la Vera realtà: la realtà più profonda, ove la Verità di manifestava, era

quella di questi luoghi lontani, rappresentati «dall'alto verso il basso» dai mass media, con l'intento di illuminare i comuni mortali. Lo stile sobrio dei politici, il fascino misterioso dei divi del cinema, il linguaggio colto e forbiti degli intellettuali: quella la Verità e la sapienza.

## Aurea sacra

Tre libri recentemente pubblicati e apparentemente dissimili tra loro per la tematica trattata, ci aiutano a comprendere quanto questo scenario sia ormai totalmente superato: mentre comunicazione e politica perdono del tutto la loro aurea sacra e nuove disegualianze si consolidano, le gerarchie che hanno plasmato la realtà del potere e della comunicazione nel Novecento si ribaltano.

È la vita quotidiana con il suo senso comune, i suoi personaggi, le sue emozioni «di pancia» e le sue miserie a presentarsi ed essere presentata come la realtà. Il primo libro di questo percorso ideale è *La democrazia del talk show* (Carocci, pp. 252, euro 18) scritto dal sociologo Edoardo Novelli che ci trasporta in quel mondo della televisione dal quale questa mutazione ha avuto inizio. At-

traverso un linguaggio chiaro e una ricostruzione puntuale, il libro analizza la genesi e le trasformazioni della telepolitica in Italia: l'ipotesi interpretativa è che non siano gli spot o il marketing elettorale ad aver plasmato l'identità della politica e della sfera pubblica contemporanee, ma il talk show. Un dato cattura immediatamente l'attenzione: l'Italia è il paese europeo nel quale la presenza dei talk show politici è quantitativamente più significativa.

## Agone mediatico

La comunicazione televisiva italiana è quasi un ininterrotto talk show che ruota sempre attorno alle medesime figure che abitano ormai permanentemente l'agone tele-mediatico (un esempio su tutti, quello di Matteo Salvini).

La chiave interpretativa scelta da Novelli è quella incentrata sul binomio televisione/politica: se fino agli anni Settanta la politica era autonoma e più potente della televisione, in grado di comunicare ai cittadini principalmente con la militanza, le sezioni, i comizi, gli approfondimenti degli intellettuali e dei giornali di partito, con gli anni Ottanta il rappor-

to comincia ad invertirsi.

La Repubblica dei partiti cessa di esistere e le tradizionali forme di integrazione e comunicazioni si sgretolano: i leader in quanto persone e personaggi vengono in primo piano e cercano disperatamente un canale di comunicazione più veloce, immediato e in grado di fargli raggiungere velocemente gli elettori.

## Tele-tribune

La televisione diventa gradualmente più potente rispetto alla politica, ma non è una televisione animata da giornalisti «cani da guardia», avversari del potere, ma da professionisti dello spettacolo, mossi principalmente dalle esigenze degli ascolti: politica e televisione stringono un patto di reciproca convenienza, così che la politica diventa televisione, melodramma, commedia e la televisione rappresentazione continua della politica; non più secondo i codici sacrali e pedagogici di «Tribuna politica» ma attraverso quelli decisamente «pop» di «Porta a Porta».

Il talk show è il genere che guida e rende possibile questa telepolitica all'italiana mettendo al centro il politico come personaggio e soprattutto la gente chiama-

ta continuamente ad intervenire, votare, esprimersi, testimoniare. Prevalentemente secondo i linguaggi del senso e del luogo comune piuttosto che dell'argomentazione razionale. Così, l'ultima metamorfosi del talk show politico è quella della *social tv*: la televisione chiama in causa i social network e i loro utenti commentano e intervengono sulla e nella televisione.

Alla caduta della distinzione tra «uomo pubblico» e persone comuni, corrisponde l'ascesa dell'*interrealtà*, una realtà nella quale la vita fuori e dentro lo schermo, sia di una televisione sia ancor di più di uno smartphone, si intrecciano strettamente. Questo è il tema del libro dello psicologo Giuseppe Riva *I social network* (il Mulino, pp. 192, euro 13). Si tratta di un volumetto che ha due chiavi di lettura: la prima e più immediata è quella di una guida che spiega con chiarezza, semplicità e rigore scientifico tutti i meccanismi che caratterizzano il funzionamento e gli effetti sociopsicologici di Facebook, Twitter e così via.

Con l'obiettivo di rendere più consapevole ed attento il loro uso, un uso che ha totalmente destrutturato i confini tra pubblico e privato, tra emittente e riceven-

te, tra i luoghi un tempo separati della politica e della vita quotidiana. Il secondo piano di lettura è meno immediato: il lavoro di Riva analizza una «rete pop» che nasce, si sviluppa e prolifera oltre gli ideali libertari e le contro-culture che avevano animato i tempi pionieristici della prima Internet, quella animata dai pochi e nella quale era possibile non solo immaginare nuove utopie democratiche ma anche vivere una vita virtuale totalmente separata da quella reale.

Il web 2.0 di «facebook e gli altri» è il dominio di grandi imprese commerciali: la possibilità di rappresentare e rappresentarsi la propria vita come una «magnifica» epopea da reality show e quella della politica e dei cittadini di rapportarsi orizzontalmente e immediatamente l'uno all'altro, sono pagati con l'appropriazione a fini di marketing delle proprie informazioni e si svolgono secondo le regole dettate da soggetti commerciali.

### Interrealtà

La frantumazione dello spazio pubblico operato dalla telepolitica si prolunga così nella Rete, che se da una parte offre nuove opportunità di partecipazione e auto-organizzazione, dall'altra rischia di veder soffocato questo potenziale a causa della debolezza delle istituzioni nel regolamen-

tare secondo principi democratici le dinamiche dei social network: a questo problema è dedicato il terzo libro del nostro percorso di lettura, *Internet, i nostri diritti* (Laterza, pp. 136, euro 12), di Anna Masera e Guido Scorza, giornalista la prima e giurista il secondo.

L'intento di questo breve libro è principalmente quello di presentare e discutere la «Dichiarazione dei diritti in Internet», approvata con due mozioni dalla Camera dei Deputati il 3 Novembre 2015. L'idea della Dichiarazione è quella di stabilire dei principi di base atti a ispirare non solo la successiva produzione legislativa in materia ma anche altri futuri documenti nazionali e internazionali con l'intento di costituzionalizzare e rendere più democratica l'«interrealtà».

Anche questo testo è scritto in modo chiaro ed essenziale e mette al centro l'idea che il rilancio della cittadinanza passa oggi non solo per la costruzione di nuovi diritti e doveri che tengano conto delle evoluzioni tecnologiche e culturali della società; ma anche per l'acquisizione di una rinnovata consapevolezza degli effetti sulla propria vita dell'uso dei social network (pensiamo alla completa ridefinizione della privacy o della libertà di espressione).

### Trasparente e solo

L'epoca della telepolitica o dell'interrealtà, della continuità tra televisione e internet, dell'integrazione tra sfera pubblica e privata, tra vita quotidiana e potere è innanzitutto l'epoca della *gente*: l'uomo comune che si mette ed è messo costantemente in vetrina e che assurge al rango di unico personaggio attraverso il quale i politici e in generale le classi dirigenti possono e debbono legittimamente presentarsi. Tutto sembra ormai estremamente trasparente e democratico. Eppure, contemporaneamente, quelli che compaiono, pubblici e politici, giornalisti e audience, sembrano tutti le grandi comparse di uno spettacolo preparato in un altrove ancora più remoto e tuttavia realissimo.

Allo stesso tempo, i fautori della retorica più radicale della sovranità della Rete e dell'interrealtà sono spesso quelli che più si sottraggono alla sua presunta trasparenza: Gianroberto Casaleggio o anche Mark Zuckerberg ne sono due chiari esempi. Questo mondo che mette al centro la gente e la vita quotidiana sembra allora vivere nell'illusione del Vero e del verosimile ma vede sempre più sfuggente l'orizzonte della Verità e la possibilità reale di incidere sul Potere, nonostante le possibilità offerte anche dalle tecnologie digitali.

