



Foto Ansa



Con Bertolaso la conferenza stampa nella sede operativa della Protezione Civile

Ogni giorno da L'Aquila
Conferenze stampa
«operative» in perfetta
sincronia con i tg

Lo spot su Matrix
Lunga intervista con
immagini a loop
del premier che prega

do, dopo il primo consiglio dei ministri lunedì 6, mentre i cronisti aspettavano a Palazzo Chigi l'annunciata conferenza stampa, il premier ha scelto il messaggio a reti unificate, di fatto, nella ormai sempre più consolidata Raiset, dove i confini proprietari fra tv pubblica e privata sono slabrati. Le doppie telefonate, a *Matrix* e a *Porta a Porta*, per comunicare agli italiani che Lui era sul campo, aveva rinunciato ad andare a Mosca per volare a L'Aquila.

Una costante, dal giorno dopo. Sottolineata dalle conferenze stampa quotidiane, oculatamente previ-

ste in orario per il Tg1 e gli altri, mostrandosi come «l'uomo del fare» in maglione, con mappe e carte e casco accanto al nuovo angelo custode Bertolaso; annunci e correzioni sulle New Town, spot utili a far pre-digerire il Piano casa. Di mattina parla ancora a Canale5 con Belpietro (in corsa per il Tg1) e, da Roma, si esalta sul (suo) sondaggio che vedrebbe schizzare la sua popolarità oltre il 70 per cento, nonostante le gaffes delle tendopoli, cliché notati ormai solo dai giornali stranieri.

La prostrazione mediatica si ripete anche su Rai1: *La Vita in diretta* venerdì dispensa una lunga intervista con tono enfatico e compreso. E ancora ieri in tutti i tg l'immagine fissa di Silvio ha lanciato messaggi, nonostante sia entrata in vigore la par condicio. Ma l'uomo del «ghe pensi mi» è sfuggente quando deve associarsi a una denuncia del Capo dello Stato sulla responsabilità di costruttori. E oggi sarà di nuovo lì: dalle tendopoli alle tavole del pranzo di Pasqua degli italiani. ❖

Intervista a Alessandro Amadori

«Leader messianico e populista come era Peron»

Il sociologo e psicologo: «Berlusconi bypassa le mediazioni e crea un rapporto diretto con l'opinione pubblica. E le tv fanno un reality show»

NATALIA LOMBARDO

ROMA
nlombardo@unita.it

Il «fenomeno messianico» Berlusconi non è razionale, è pre-politico: bypassa tutte le mediazioni e entra in rapporto diretto con l'opinione pubblica. E i media si appiattiscono in un monologo, un reality show»: Alessandro Amadori, psicologo, semiologo e fondatore di Coesis Research; sulla strategia comunicativa di Silvio Berlusconi nel 2001 scrisse il libro «Mi consenta».

Secondo lei la sovraesposizione mediatica sul dramma del terremoto è stata voluta dal premier?

«A me è sembrato che Berlusconi abbia manifestato una parte reale del suo modo di essere. La parte che chiama e riesce a instaurare il contatto messianico con l'opinione pubblica. Esiste la categoria dei leader messianici, un leader che bypassa i filtri, supera i corpi intermedi di mediazione e cerca di entrare in risonanza diretta col proprio popolo. È la base del populismo. Questa volta credo Berlusconi sia stato spontaneo, non voluto o costruito. È così».

Quindi andare fra la gente al funerale, piuttosto che fra le autorità, non è stato un calcolo preciso?

«Lo escluderei. Esiste un meccanismo, sottovalutato, che porta al lungo successo di Berlusconi: questa capacità di risonanza diretta. Un grande punto di forza per lui, ma che espone a rischi di una deriva personalista, più che autoritaria. Non lo immagino aspirante dittatore».

Già ma il volere più poteri per il premier, il vivere il Parlamento come un freno, non sono rischi?

«Sì, ma non tanto per volontà autoritaria, quanto per questo rapporto messianico, diretto».

Vuol fare tutto da solo?

«In un certo senso sì. È una forma di empatia portata all'estremo, e questo lo rende insofferente per i processi di mediazione. Ma non lo accomunerei a Mussolini, a Stalin o a Hitler, quanto a leader come De Gaulle e Peron, soprattutto quest'ultimo. Berlusconi è più impulsivo che machiavellico».

Chi lo conosce dice che non fa niente a caso...

«Forse sì, ma più nella politologia classica che quando è in mezzo alla gente. In questo è davvero allievo di Bossi, si somigliano. Insomma, al funerale mi è sembrato un leader popolare, anche populista, con un rapporto stretto, diretto e reciproco con la sua opinione pubblica».

Berlusconi capisce la gente anche quando fa le battute del tipo: una vacanza "in campeggio" o "al mare"?

«Sì, anche se nel voler sempre sdrammatizzare gli sfuggono battute distoniche. Ma la gente glielo perdona, subito dopo il meccanismo si rimette in moto. Però nessun altro leader ha questo rapporto con i suoi elettori. Franceschini, infatti, oltre alla gravità del momento, ha capito che sarebbe stato fuori luogo attaccare o ironizzare su Berlusconi, semmai bisogna riflettere su questo rapporto».

Controcampo: le televisioni alimentano il culto della personalità?

«Ho notato un forte appiattimento dell'offerta televisiva. Tutto è raccontato nello stesso modo, senza capacità di elaborazione, quasi in "presa diretta". Ecco, i media hanno seguito il format del reality show. Un monologo visivo senza pluralismo delle voci, tutti gli altri sono scomparsi. Capisco che per le tv è difficile sottrarsi al fascino polarizzante di Berlusconi, ma la sce-