

Rete, blog, social network

Così si è spezzato l'incantesimo: la grande sconfitta della televisione

Quorum quasi certo nonostante il blackout della tv generalista, voti in fuga nonostante interviste-spot, Berlusconi da Vespas e gli ascolti crollano. Colpa della «blog democrazia» e di un «sogno» andato in tilt...

ROBERTO BRUNELLI
ROMA

Sono oscure e tempestose le nubi che si addensano su quella incredibile simbolandia che è la televisione. Ha perso magicamente il suo potere, a quanto pare. Qualcosa di profondo si è incrinato. Prendete i referendum. La tv generalista praticamente non ne ha parlato, i pochi spot sono incomprensibili, i talk show stanno sulla luna, nonostante gli appelli dello stesso presidente della Rai e gli esposti all'Agcom. Eppure il «rischio» che si arrivi al quorum è elevatissimo. Cos'è successo? Come (e forse ancora di più) per le elezioni comunali, determinante è stata la cosiddetta «autocomunicazione di massa»: lo sono stati i social network, lo è stata la rete, la «democrazia dei blog». Insomma, la televisione è la grande sconfitta. È un sistema tecnologico e comunicativo ad entrare in crisi, a perdere la sua efficacia. Forse non c'è da stupirsi, se è vero che - come afferma uno studio di Stefano Epifani sul rapporto tra politica e web - che mentre la carta stampata ci mette 120 anni a raggiungere 50 milioni di utenti, Facebook ci mette solo 1 anno e mezzo (la televisione sta ben indietro: 13 anni).

Certi sintomi sono significativi. Vedi il Silvio Berlusconi che va a *Porta a Porta* e il Dio Auditel se la dà a gambe. Le interviste-spot, praticamente a reti unificate, che non attirano voti (e forse, anzi, li mandano in fuga). L'agguato in diretta tv della

candidata Moratti ai danni dell'antagonista Pisapia, punito nell'urna. Il cantante Gigi D'Alessio, sotto accusa per aver prestato la sua ugola a Moratti e Lettieri, subissato dai fischi ad uno show canterino da gonfiare di sponsor.

L'«egemonia sottoculturale» ha ricevuto un duro colpo, si potrebbe dire parafrasando un libro del politologo Massimiliano Panarari, che l'anno scorso fece molto scalpore, visto che sosteneva come i Signorini, i tronisti e i «grandi fratelli» avevano oramai raggiunto un posto ragguardevolissimo nella coscienza del paese, al posto della politica, degli intellettuali, fors'anche della religione. Ora qualcosa è cambiato. «La tv generalista si rivolge ad un pezzo di paese che a questo giro è rimasto a casa», ragiona Panarari. «Il vento che cambia, proprio come le «rivoluzioni gentili» della primavera araba, nasce tendenzialmente da una minoranza che ha trovato i canali per for-

Il politologo Panarari
«Tutto è nato da una minoranza che sa usare i nuovi mezzi»

Sintomi
Anche la fabbrica mediatica del premier è entrata in crisi

mulare delle proposte, come nel caso dei referendum, riuscendo a farle arrivare al maggior numero di persone. Una minoranza che è cresciuta annusando le energie riuscendo poi a canalizzarle: in pratica, il successo alle elezioni è il combinato disposto tra una nuova narrazione e i nuovi media. Un ambito nel quale il centrosinistra italiano finora ha segnato grandi ritardi».

Sul fronte opposto, invece, assistia-



Festa in Piazza Duomo per la vittoria elettorale di Pisapia

mo a quello che pare essere il repentino declino di un simbolo formidabile fino a poco tempo fa, Berlusconi. Senza parlare dell'inceppamento della sua macchina di propaganda, di quello straordinario «incantamento» prodotto consapevolmente attraverso la sua potenza di fuoco mediatica. Dice Panarari che il premier «è l'incarnazione di una delle tante autobiografie del paese», ma che oramai «la fase ascendente della sua spinta come interprete di un pezzo della nazione e di una fase della tecnologica comunicativa è una stella appannata». Probabilmente anche per colpa della crisi economica, la *fabula* silvesca mostra crepe sempre più vistose. «La tv generalista nell'ottica berlusconiana funziona solo finché il sogno non viene contestato, finché in scena non compare un progetto alternativo. Per ora è un progetto ancora frammentario, fatto finora di diverse narrazioni individuali (Pisapia, De Magistris, Zedda...), ma che finalmen-

te comincia a contrapporsi a quello del premier».

D'altronde non è certo un caso che Silvio, in questi anni, abbia mostrato di temere l'innovazione dei famigerati *new media*: «Così, mentre occupava militarmente lo spazio dell'immaginario degli italiani, ha cercato di tenere il paese lontano da Internet, dalla digitalizzazione della tv e dal pluralismo cattolico: un ambito nel quale l'Italia sconta un ritardo ventennale, che non a caso coincide con il ventennio del berlusconismo». Il bello è che il premier stesso è vittima del suo ritardo: obnubilato dalla propria *Weltanschauung* che s'identifica esclusivamente con la tv generalista, Re Silvio continua ad attaccare *Annozero* e gli altri programmi «di sinistra», secondo lui colpevoli di essere la causa del tracollo elettorale. Quella ormai è una battaglia di retroguardia. Ma di sicuro il suo è un mondo che si apre e si chiude dentro la tv. ♦