



## Gli sconti del «voto a rendere»

Sconti e offerte speciali per chi ha votato. Li promette anche il sito [www.votoarendere.it](http://www.votoarendere.it) che riunisce commercianti, esercenti e ristoratori di tutta Italia, per chi si presenta con la tessera elettorale timbrata. Solo a Roma hanno aderito 25 attività commerciali, tra gallerie, hotel, enoteche e ristoranti.



### I PAZZI SIETE VOI

Quattro ragazzi chiusi in una stanza-bunker. Nessun contatto con l'esterno a parte Internet. Un reality in diretta streaming per mettere in scena la vita al tempo del nucleare



### V PER VENDETTA

Migliaia di persone hanno cambiato le foto dei loro profili su Facebook



### SCATTA IL QUORUM

Inviti a teatro da parte di numerosi autori. Da Emma Dante a Paolo Rossi

# «Da blogger vi dico su Internet vincono le idee e l'autenticità»

Come ogni successo, anche questa affermazione della rete ha avuto le sue parole chiave: passaparola, creatività, ecc... Ma è la sincerità il vero valore aggiunto: qui non siamo in tv

## Il punto

**ALESSANDRO CAPRICCIOLI**

<http://metilparaben.blog.unitait/>

**A** questo punto mi viene il dubbio di averla sottovalutata, la rete: quella che non solo i soliti commentatori autorevoli e scettici, ma anche coloro che come me ci sguazzano dentro da un bel po', hanno sempre considerato un strumento di nicchia, un luogo d'incontro per pochi, un ambiente riservato alle solite élite di radical chic che sono uno sputo e credono di essere il mondo.

Invece, per una volta, le cose non sono andate così. Non che il quorum sia stato raggiunto soltanto grazie al voto di quelli che bazzicano su

Facebook o leggono i blog, ci mancherebbe altro: anzi, dati alla mano non si può non continuare ad essere convinti che i cosiddetti "internauti" siano poco più di una minoranza ristrettissima rispetto ai milioni di persone che si sono prese la briga di andare a scrivere i loro quattro sì e ad infilarli nelle apposite fessure.

Mi pare incontrovertibile, però, che stavolta la rete abbia svolto un ruolo propulsivo straordinario nell'attivazione di iniziative, nella diffusione incessante del passaparola, nell'elaborazione di idee innovative e divertenti per ricordare a tutti che andare a votare era un fatto importante, oggi più che mai.

Qualcuno dirà, non senza più di una ragione, che l'aria era già cambiata a prescindere, che Berlusconi e il berlusconismo avevano esasp-

rato gli animi oltre ogni ragionevole misura, che gli italiani non ne potevano più di sentirsi ripetere la stessa tiritera dal 1994 (il '94, non so se rendo, roba che ai mondiali giocavano Baggio e Massaro e costoro, proprio come oggi, promettevano la riforma fiscale): eppure continuo ad essere convinto che senza la rete non ce l'avremmo fatta.

Come ogni successo, anche questa affermazione del web ha avuto le sue brave parole chiave: "passaparola", "creatività", "inventiva". Ma quella più importante, per come la vedo io, è stata "autenticità". Erano autentiche le intenzioni di chi si limitava ad invitare gli altri ad andare a votare scrivendo due righe sullo status di Facebook o twittando una quarantina di caratteri; erano autentici i propositi di chi denunciava sul proprio blog le grottesche incongruenze di quelli che prima avevano scritto le leggi e poi blateravano che i referendum per abrogarle non servissero a niente; era autentica la passione di chi faceva partire un'iniziativa al giorno, scervellandosi per dare ad ognuna di loro quel minimo di originalità che avrebbe consentito l'uscita dal recinto della rete e la mobilitazione nel cosiddetto "mondo reale".

Non è un caso che sia proprio l'autenticità, tra tutti gli elementi che caratterizzano la comunicazione in rete, quello che i nostri politici hanno fatto più fatica a recepire e fare propri; tranne rarissime eccezioni i loro

blog, i loro interventi sui social network e le loro newsletter sono palesemente ispirati a un principio che dalle parti di internet non vale più da un bel pezzo: quello per cui c'è uno che parla e tutti gli altri che ascoltano, acclamano e fanno massa critica.

Invece no. La trasposizione telematica della visione dei cittadini come serbatoi di voti non funziona: così come non funziona - e molti dei nostri politici se ne stanno accorgendo a proprie spese - la visione di internet come strumento di propaganda convenzionale, al quale si possono applicare con disinvoltura gli stessi criteri che valgono per i manifesti sui muri, per i comizi e per le comparsate televisive. Qualcuno di loro, ne sono convinto, ha già iniziato ad accorgersene, e adesso si trova davanti a una scelta che potrebbe diventare cruciale: rinunciare definitivamente al web, nella trepida attesa che qualche legge illiberale gli metta il bavaglio e lo trasformi in una specie di televisione, oppure decidersi ad interpretarne autenticamente lo spirito. Mettendosi in discussione, accettando il confronto e sforzandosi, come tutti gli altri, di inventare qualcosa di diverso ogni giorno. Chi vuole davvero tirare fuori il meglio dalla rete, insomma, si ficchi in testa una cosa: prima deve diventare - autenticamente - uno di noi.

Alzi la mano chi se la sente. ♦

### CHIARA PRISCO

Si vince uniti cercando e mantenendo intese volte al bene pubblico: BASTA con stupidi e inutili partitismi che sminuzzano le forze! Abbiamo dimostrato di essere una grande forza! Gli italiani ci sono tutti!!!

### MANUELE SCIARRA

La rete ha dimostrato solo una cosa: che l'informazione in Italia è malata e fa male alla democrazia

### STEFANO BIANCHI

Facebook, Twitter, Youtube for ever: mai più Rai, mai più Mediaset. La rete è libertà