Renzi e Black Mirror

Tiziano Bonini
7 Aprile 2016

5 aprile 2026. Sono le otto di sera, mi arriva una notifica di FaceWorld (la società che ha rilevato Facebook due anni fa) sul mio paio di occhiali di realtà aumentata: è l'ora della consueta "conversazione" settimanale del presidente del consiglio in diretta su FaceWorld. Ho già usato l'"opt out" cinque volte nelle ultime due settimane per evitare una serie di spot e un discorso presidenziale e ho finito i crediti.

Ogni mese FaceWorld mi concede 10 crediti da spendere per "skippare" le notifiche di video promozionali in arrivo sulle mie lenti. Posso guadagnarne altri se guardo dei video a mia scelta dal paniere di opzioni quotidiane, ma non sono mai abbastanza e ogni giorno devo scegliere il male minore.
Da quando una serie di attentati ha colpito a raffica il mondo occidentale quattro anni fa, tutti i governi di Stati Uniti ed Europa hanno accesso a telefoni, orologi, occhiali interattivi e tablet e possono trasmettere quello che vogliono agli utenti, per la loro "sicurezza".
Vedo apparire la faccia simpatica e rubizza del mio presidente del consiglio, a pochi centimetri dalla mia retina, che inizia a parlare: "Miei cari amici… La civiltà è un albero vecchio: man mano che cresce aumentano i rami marci. I Radicali dicono abbattiamolo, i Conservatori dicono non tocchiamolo, noi Liberali cerchiamo il mezzo per salvare il tronco vecchio ed i rami giovani"

Potrebbe essere la sceneggiatura di un episodio di *Black Mirror*, la serie inglese ora prodotta da Netflix che tra poco inaugurerà la sua terza stagione e che racconta il futuro prossimo di una società molto simile alla nostra, solo un po' più distopica per via della pervasività delle tecnologie nella vita quotidiana.
Potrebbe essere l'inizio di un racconto di George Saunders, un autore americano di racconti distopici (*Nel paese della persuasione, Minimum Fax 2010*).
Oppure potrebbe essere il nostro mondo, tra dieci anni, l'evoluzione di un processo di mediatizzazione del leader politico iniziato con i Discorsi del Caminetto di Franklin Delano Roosvelt alla radio il 12 marzo 1933 e passati per i video dei politici in diretta su Facebook, come quello di Matteo Renzi del 5 aprile.

Questo processo di intermediazione tra la figura, il corpo, del personaggio politico e i suoi elettori, non è in sé né utopico e radicale, né distopico e pericoloso. L'uso della radio, di una cassetta VHS, di una cassettina audio o di Facebook per parlare direttamente ai propri elettori, non è di per sé né una novità né un pericolo o un elemento di apertura democratica.

Lo ha fatto Franklin Delano Roosvelt con il Facebook della sua epoca – la radio – lo ha fatto Khomeini diffondendo i suoi sermoni su cassette audio che circolavano in reti informali di sostenitori (leggete il bellissimo libro *Small media, Big Revolution*), lo ha fatto Berlusconi con il famoso videoclip trasmesso a reti unificate, e dal 5 agosto 2015 lo fanno musicisti, politici, sportivi e uomini dello spettacolo – figure pubbliche – su Facebook. Il 5 aprile lo ha fatto anche Renzi.
Tutti questi esempi hanno in comune una cosa: sono tutti media prima di tutto sonori: è la voce del politico a “bucare “ per prima, a fare il suo ingresso nel nostro spazio domestico o privato.

Televisione e Facebook aggiungono la mediazione elettronica del corpo del politico, la sua prossemica, ma la fruizione di questi messaggi non è mai quella dello spettatore affondato nel divano davanti la tv. Il video di Berlusconi in tv o quello di Renzi su Facebook sono stati ascoltati, prima che visti, perché mentre parlavano noi stavamo lavando i piatti o stavamo facendo multitasking sul pc o tenevamo in sottofondo la trasmissione di Renzi sul cellulare mentre eravamo in giro o facendo altro al computer. La maggior parte di noi ha ascoltato, non ha interagito. Tutti questi media sono potenti perché fanno risuonare la voce della figura pubblica dentro il nostro spazio privato, rendendo quella voce più intima e casalinga. Mentre viviamo nei nostri spazi domestici, mentre facciamo altro, la loro voce risuona nell'aria, sono ospiti in casa nostra.

La diretta su Facebook però ha aggiunto un elemento determinante rispetto ai precedenti stadi di mediazione della figura pubblica: la possibilità – spesso più l'illusione, come ricorda Boccia Artieri – dell'interazione, del feedback, il canale di ritorno della comunicazione. Renzi non trasmette, risponde. Renzi mette in scena lo spettacolo dell'interazione, come Pogba quando si offre ai fan in video chat per un'ora sul sito della Gazzetta dello Sport: Pogba, come Renzi, non svelerà nulla della sua vita, di quello che è *davvero*, non dirà mai se ha già firmato per il Barcellona, come Renzi non dirà mai se ha già deciso di non ritirare l'ambasciatore da Il Cairo, ma si limiterà a mettere in scena la possibilità di accorciare una distanza – tra potere e cittadino – che rimane tuttavia incommensurabile.

Da Roosvelt a Renzi, questa distanza si è andata virtualmente accorciando: il politico appare più confidenziale, più umano, più simile a noi, entra nel nostro palinsesto, tra una notifica di un amico che aspetta un figlio e quella di Vice sulla storia di chi si fa trapanare il cranio per sballarsi meglio.
Non siamo più noi a doverlo cercare nel palinsesto della radio o della tv: è il messaggio del politico che si mescola al flusso della nostra attività quotidiana e ci viene a cercare lì, a stanarci nella nostra zona di conforto. È comunicazione *push*, non *pull*. Eppure una volta scomparsa la sua immagine in movimento dentro i nostri schermi, ci accorgiamo che la distanza rimane e che non c'è stata alcuna disintermediazione. Non lo abbiamo incastrato, non lo abbiamo costretto a rispondere a domande imbarazzanti. Era soltanto l'ennesimo spettacolo, dove il potere ci ha illusi per un attimo di essere più orizzontale, per poi tornare a

mostrare tutta la sua asimmetria: le domande a cui rispondere le sceglieva Renzi.

Avrebbe potuto orientare questa nuova forma di mediazione della figura pubblica verso un uso più democratico, promettendo ad esempio di fornire una risposta alle prime dieci domande arrivate, o promettendo di raccogliere tutte le domande ricevute e pubblicare in seguito delle risposte per ognuna. Poteva non prendere posizione sul referendum, dimostrando imparzialità verso un meccanismo di democrazia popolare, poteva trasformare l'evento in un appuntamento fisso, anche breve, in cui mostrare agli utenti elettori aspetti della sua vita quotidiana. Obama, in questo campo, avrebbe potuto insegnargli qualcosa.
Allo stesso tempo però, questo stesso strumento, si presta ad usi molto meno democratici di quelli adottati da Renzi, vedi il racconto immaginario che apre questo pezzo.
In un prossimo futuro in alcuni paesi tipo la Turchia di Erdogan o gli Stati Uniti dell'FBI, potremmo essere costretti a ricevere sul nostro telefono video messaggi quotidiani del nostro caro leader.

La differenza tra quel futuro distopico à la *Black Mirror* e uno scenario più democratico sta nel come decidiamo di governare il rapporto tra media e società, nelle regole che decidiamo di darci, nelle leggi che accettiamo che vengano approvate, non sta nei media in sé.
Possiamo permettere che vengano installati altoparlanti nelle piazze per diffondere il messaggio del Terzo Reich, o possiamo spingere affinché tutti possano accedere alla comunicazione – trent'anni fa aprendo una radio libera e oggi battendosi per la neutralità della rete.
"*La police vous parle tous le soirs a 20 heures*" è la scritta che campeggia su un famoso manifesto che comparve sui muri della capitale francese nei giorni del maggio del '68, per criticare l'uso propagandistico della radio di stato francese – la ORTF – da parte del governo contro le manifestazioni in corso.
Possiamo accettare che la polizia del karma ci parli tutte le sere alle otto in diretta radiofonica o su Facebook, oppure riappropriarci di quei mezzi e usarli a nostro vantaggio.

Vale ancora e sempre il vecchio Walter Benjamin: i media possono essere orientati verso quello che lui chiamava l'estetizzazione della politica o verso la politicizzazione dell'arte, che tradotto semplicisticamente significa verso la propaganda oppure verso la democratizzazione degli strumenti.
Di fronte al volto di Renzi che si agita dentro lo schermo del mio telefonino a me

vengono in mente solo scenari distopici, ma la storia dei media ci insegna che per un potere che si appropria di un medium per comunicare se stesso, prima o poi emerge sempre un contropotere che tende a riequilibrare le forze. Durante il maggio francese furono le radio a transistor portate sulle barricate a controbilanciare la propaganda della radio pubblica francese. Ai tempi di Facebook potevano essere ancora i giornalisti a porsi come quarto potere, ma, come ricorda Claudia Vago, hanno abdicato ad esercitare questo potere. Siamo ancora in tempo per appropriarci degli stessi strumenti di Renzi e iniziare a trasmettere: a favore o contro di lui, non importa. Quello che importa è farsi medium anche noi. Non odiate la diretta di Facebook, siate voi la diretta, verrebbe da dire, remixando il mio mantra preferito della fine degli anni '90: *don't hate the media, be the media*. Peccato che stavolta l'abbia capito prima Renzi di noi.

p_matteo-renzi.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO