

1. La televisione che per anni è stato il principale mezzo di informazione, oggi si confronta con la Rete che dà forma a nuove modalità comunicative.

Secondo Lei qual è la distanza tra ciò che emerge in termini di giudizi sulla politica da parte dei cittadini attraverso i social media e, invece, quello che emerge nell'informazione elaborata dalla tv?

La tv, e prima ancora la radio, hanno realizzato una piccola rivoluzione nella comunicazione politica. Che potremmo sintetizzare così: la voce e il corpo assumono un valore assoluto. Noi non conosciamo la voce di Napoleone o di Giolitti, ma quelle di Mussolini, Hitler e Churchill sì. Il corpo, che è sempre stato importante, a sua volta è un formidabile mezzo di comunicazione, che entra totalmente e prepotentemente in scena coi nuovi media "caldi". Volete un altro esempio? Pensiamo alla straordinaria fabbrica di immagini e di simboli che è il Papato romano. Nella modernità, dagli anni Venti del Novecento in poi, i Papi sono stato il loro fisico, il loro corpo. La bonarietà di Giovanni XXIII, la sofferenza di Paolo VI, il sorriso di Papa Luciani e così via... Per contrasto pensate al destino dei copri di Mussolini e Hitler. Parto da questa premessa storica, o meglio diacronica, per dire che i giudizi sulla politica da parte dei cittadini sono andati formandosi all'interno di certi schemi, come esito di uno specifico immaginario, prima affidato e per lungo tempo alla sola parola scritta.

Per restare alla distinzione classica aristotelica- tomistica fra emozione e sentimento, i media caldi del Novecento inseriscono forti elementi emotivi nel giudizio, a scapito di sentimenti e razionalità, che per così dire devo no indietreggiare di fronte all'incalzare dei nuovi modi.

I social media rappresentano un passaggio ulteriore: nella forma della comunicazione corpo e voce restano ma è come se (penso alla definizione di Zygmunt Bauman) fossimo tutti sempre immersi in un pulviscolo informativo, dove la circolarità della reazione immediata, del feedback, e la libertà assoluta del soggetto di comunicare cambiano fortemente i criteri stessi di giudizio. Da sempre l'informazione ha a che fare con la formazione. In questa fase la comunicazione sta cambiando così rapidamente che la formazione non si è ancora adeguata alle

nuove forme di persuasione. Dunque la comunicazione dei social e della rete richiede una nuova formazione.

2. La disintermediazione è una caratteristica della comunicazione in Rete. Gli esponenti del mondo della politica gradiscono l'opportunità di rivolgersi agli elettori senza una mediazione giornalistica professionale. **Tuttavia la comunicazione attraverso i social media ha delle specificità e complessità non banali, quali sono dunque i rischi in cui si incorre affidando la propria comunicazione politica all'universo social?**

E' vero, su questo terreno c'è un grosso cambiamento. I leader politici di oggi si rivolgono direttamente ai cittadini. Lo fa il presidente Trump (peraltro già lo faceva Obama), in Italia Renzi, Salvini e Di Maio lo fanno con grande naturalezza. La comunicazione politica, come lei ha detto, è disintermediata. E spesso noi giornalisti, insieme agli stessi grandi gruppi media, siamo allo stesso tempo identificati con l'establishment. La nostra professionalità come appunto una mediazione inutile e quasi dannosa, rispetto al politico che parla direttamente. Ovviamente c'è del vero se queste critiche hanno tanto successo. Ma il punto è, secondo me: per orientarsi, per capire la politica, per comprendere le conseguenze di una legge o di una dichiarazione, c'è ancora bisogno di qualcuno che abbia il tempo di studiare informarsi, documentarsi? C'è ancora bisogno di qualcuno che faccia domande, domande basate su conoscenza, sensibilità, esperienza?

Io sono ancora convinto di sì. Il mio mestiere sta cambiando profondamente; per certi versi deve reinventarsi, ma ci sarà sempre bisogno che qualcuno passi delle ore a lavorare su un tema per comunicare poi un minuto di televisione per i cittadini che non hanno avuto e non hanno il tempo di informarsi approfonditamente.

Se guardo i giornali Usa o inglesi vedo che sono sopravvissuti proprio perché offrono quello che la Rete di per sé non può dare: un'interpretazione, una lettura,

un criterio. Torno al concetto di formazione. Per essere investito dal messaggio diretto del politico io cittadino devo essere pronto, per essere informato davvero devo essere formato. Questa è secondo me la sfida attuale. Non è detto per niente che la comunicazione professionale del quarto o quinto potere (per rinverdire una definizione di fine Settecento) abbiano ancora senso. E' un futuro aperto, incerto, drammatico ma noi abbiamo il dovere di pensarlo.