DOPPIOZERO

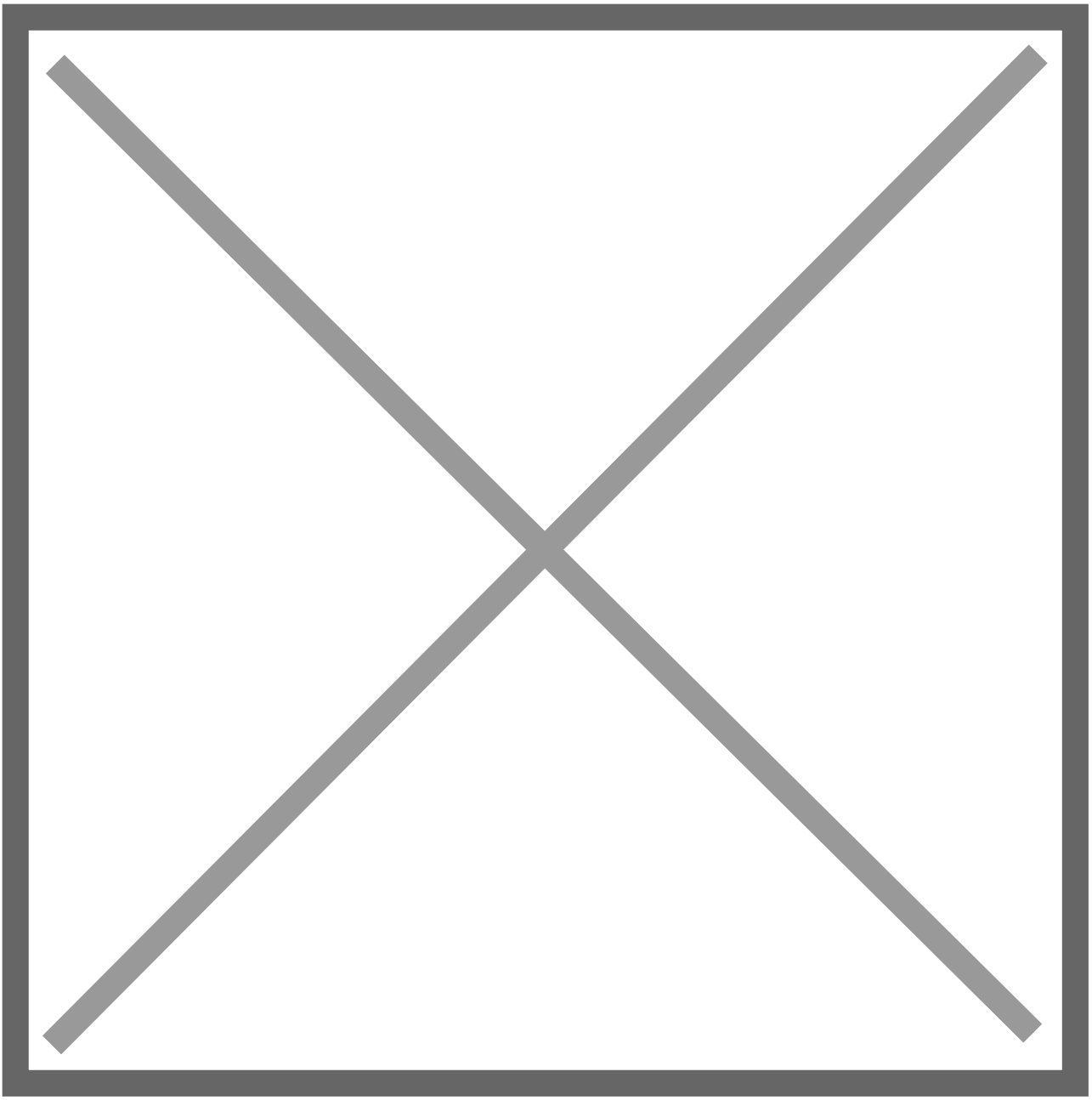
Il tocco della folla

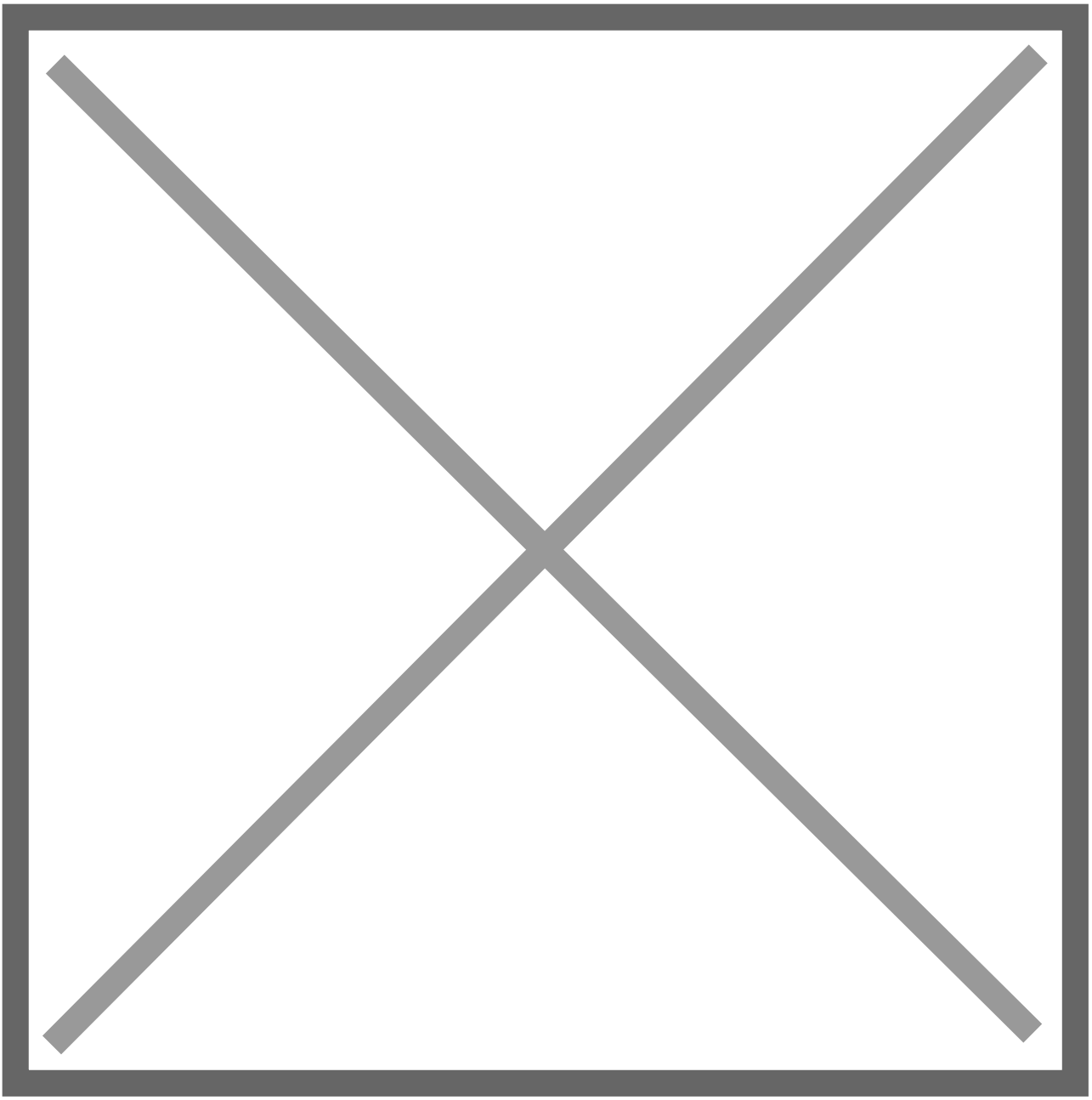
Marco Belpoliti

9 Dicembre 2013

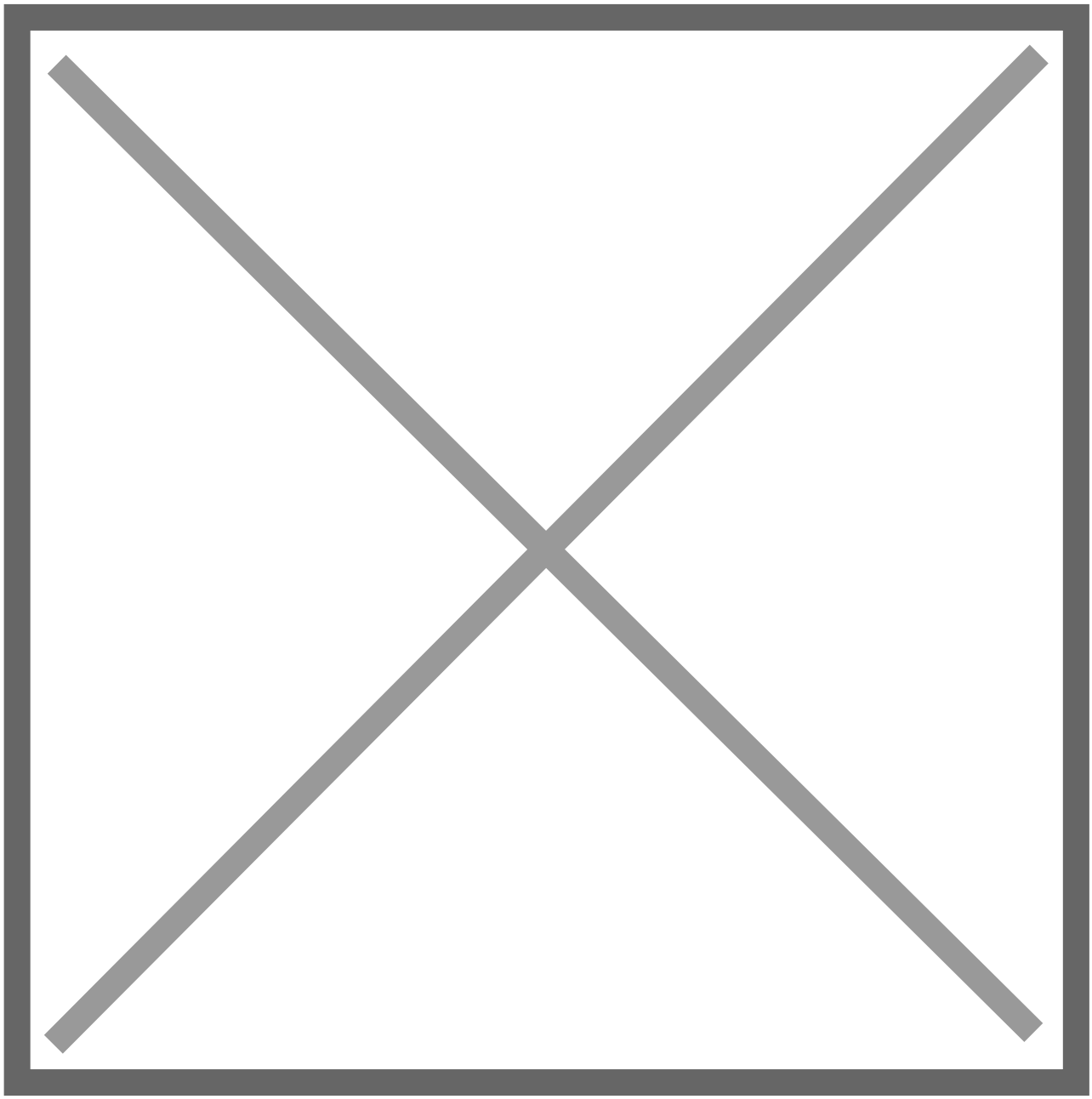
Un tempo le mamme alzavano i figli perché il Papa, o il leader politico, potesse toccarlo, quasi possedesse il tocco magico che un tempo s'attribuiva ai reali di Francia. Tutto avveniva in piazza, nel corso di una cerimonia, di un'inaugurazione o di un raduno. Da Mussolini a Stalin il bimbo in braccio, o il tocco della folla, erano d'obbligo e segnano il XX secolo, l'età della massa, come ha detto Elias Canetti, per cui la sua forza appare superiore alla somma delle singole parti, gli individui, che alla fin fine contano davvero poco. Il XXI secolo è probabilmente cominciato quando Andy Warhol ha detto o scritto – dove non si sa con certezza – che ciascuno poteva aspirare a quindici minuti di celebrità: l'età degli individui. Tutto è cominciato con la televisione, dove bastava apparire per "essere".

I leader politici sono stati veloci a capirlo, e poiché a loro non bastano quei quindici minuti, ma aspirano a tempi ben più lunghi, hanno cominciato a studiare strategie differenti per apparire dopo il tramonto dei capi taumaturghi. Il nuovo maestro nel campo della comunicazione, del far notizia con il minimo sforzo, è certamente Papa Francesco. Si chiama *low profile*: andare senza scorta al Quirinale; partecipare a un incontro in parrocchia senza annunciarlo; usare automobili qualunque; viaggiare con il finestrino abbassato nel traffico romano, e tante foto di gruppo con giovani e bambini.





Un nuovo modo per fare notizia, senza troppa pompa, anzi proprio per questo. L’ha capito Enrico Letta, che si presenta per l’incarico di Presidente del Consiglio, arrivando con l’utilitaria di famiglia e i seggiolini dei bambini sul sedile posteriore. Oppure il presidente francese François Hollande, che fa uscite senza preavvisi e si materializza giorni fa in un’associazione di genitori in difficoltà. Il consenso, nell’epoca dei “quindici-minuti” ce lo si procura così, perché ovunque il Capo vada ci sarà sempre qualcuno che, munito di cellulare, scatta subito una foto, e la posta sulla sua pagina Facebook, o nel profilo twitter, e così fa il giro del mondo (salvo essere ripresa utilmente dagli addetti stampa, come per Cameron l’altro giorno). La popolarità è virale nell’universo dei social network.



Il tocco magico ora ce l’ha il popolo della Rete, e il leader si fa ungere da Pinterest, o dall’uccellino TW, invertendo il procedimento tradizionale. Warhol alla rovescia: diventare famosi grazie a coloro che possono esserlo solo per quindici-minuti. Il papà di Emile, tre anni, ha fatto clic, e subito l’immagine del presidente francese è entrata nell’universo mediatico degli Smarthphone. Non è tanto un mettersi al posto della gente comune – il solito: Anche io sono come voi –, bensì ricevere l’energia per rilanciarsi – l’immagine moltiplicata – proprio da loro. Meno lavoro per uffici stampa e apparati di propaganda. Ora il “lavoro” lo facciamo tutti

(Facebook produce non “cose”, bensì i suoi iscritti).

Basta andare, per fare un altro esempio, come ha fatto Obama sabato scorso in un negozio di libri a Washington, sceglierne alcuni, mettersi in fila e pagare. Subito tutti alzano il cellulare e l’immortalano regalandogli altra popolarità. L’investitura al tempo dei social viene dal basso, basta che il Capo scenda tra la folla per subito risalire attraverso la notizia virale. La fotografia ha assunto un ruolo decisivo. I leader l’hanno probabilmente imparato dal cinema e dalla moda, dove l’aura, l’alone della celebrità, da qualche decennio si alimenta con la prossimità e non più mediante la distanza.

Solo Berlusconi, come del resto Putin, uomini del XX secolo, hanno paura delle persone, di farsi “toccare”, e perciò giocano con il cagnolino Dudu nel corridoio della loro casa-fortezza. La copertina sul settimanale ce l’hanno lo stesso, e anche la citazione, ma sono soli. La solitudine del leader, icona del passato, non va più di moda. Siamo entrati nell’epoca della Moltitudine.

Questo articolo è apparso su La Stampa

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

