

di CRISTIANO PROIA

Media, cambia il vento: o è già cambiato?

LE RINNOVATE TENDENZE
DI UN PUBBLICO
ANCORA SPESSO
"OGGETTO MISTERIOSO" PER
I MEZZI DI INFORMAZIONE

Qualche anno fa, con una collega, stavamo preparando un'inchiesta sul fenomeno dell'indebitamento da rateizzazione per acquisti di beni di consumo: dallo smartphone ultra costoso al tv piatto, grande come un tavolo da biliardo. Emerse che l'impennata delle vendite con questo metodo di pagamento era direttamente proporzionale al crollo del potere d'acquisto di quella fascia di consumatori. Meno puoi, più compri. Il lusso, o ciò che viene percepito come tale, diventava un (bene di) rifugio psicologico, un colpo di coda per non arrendersi all'evidenza. Evidenza che arriva dopo, quando i conti che si fanno sono - a quel punto - più realistici che ottimistici. E allora, solo allora, subentra la rassegnazione, e il conseguente adeguamento dello stile di vita. Spesso dunque i gran-

di cambiamenti sembrano essere preceduti da transizioni inconsapevoli. Sei con i piedi in una nuova situazione, ma la tua testa è ancorata a quella che ti stai già lasciando alle spalle. È un po' quello che sta accadendo nel caos dell'arena mediatica in questo momento storico. Dal web alla televisione, ecco uno spostamento dell'audience, ossia della massa critica (che è da sempre tale per criticità, molto più che per senso critico) verso i populismi, la sommarietà del giudizio, il paladinismo da ira funesta del sottomesso-al-sistema. Sono numeri importanti: sono la massa che guida i consensi, i cui consensi sono guidati dalla massa. Un caos autocratico, un flusso veloce in cui è semplice far gocciolare un elemento, che in un contagio che qui fa comodo definire virale, si diffonde velocemente e senza controllo. Eppure, il mondo dell'informazione sembra ancora guardare a questa platea magna con la sufficienza di chi ha a che fare con un pubblico pressapochista di cui si può tranquillamente non te-

ner conto. Perché lo spirito critico è altrove; le menti illuminate sono altrove. Sì, ma dove? Mentre Diogene le cerca, quella massa vota (come sappiamo); quella massa porta in trionfo nuovi beniamini, sulla cui legittimità si può inarcare il sopracciglio ma la cui legittimità è sancita da numeri solidi. E allora c'è chi chiama in causa l'analfabetismo funzionale o la crisi. È tutto vero, ma forse non lo abbiamo compreso fino in fondo. Quel pubblico ora pubblica; da passivo diventa attivo, anche se crediamo che lo diventi passivamente. Con quel pubblico dovremmo confrontarci, adeguando un linguaggio che preveda l'eventualità che all'inizio, indicando la Luna, si sollevi una marea di gente ipnotizzata dal



dito. Nella Storia questo è accaduto spesso, e in modo non sempre tempestivo. La riforma liturgica, ad esempio, sancì la fine dell'esclusività del rito in latino in funzione della finalità 'divulgativa' della celebrazione. Diversamente, oggi le messe sarebbero cenacoli assai ristretti. Il pubblico cambia, l'errore più grande oggi sarebbe quello di credere che certi contenuti smettano di riguardare le masse solo

perché nessuno comprende più il latino, o lo comprendono davvero in pochi. La sensazione talvolta è che chi ci sia arrivato per primo abbia vita relativamente facile, e non sia sempre animato dalle intenzioni più nobili. Specie se queste intenzioni mirano, senza troppi complimenti, alla pancia di uno spettatore fiaccato. Che crede che

in fondo informarsi correttamente, verificando le fonti, sia una scomoda appendice dell'intrattenimento. Così come quella che, quando si infiamma, viene asportata chirurgicamente in quanto inutile retaggio filogenetico, ancestrale, della nostra evoluzione. ■