

## Il Grande Fratello che batte la realtà

EDMONDO BERSELLI

**T**ORNIAMO a lunedì sera, alle ore successive alla morte di Eluana Englaro. Proviamo a uscire per un momento dai confini del dibattito sull'etica e la cronaca e a varcare la soglia dell'iperspazio mediatico. Sono le ore in cui fra il conduttore di Matrix, Enrico Mentana, e lo stato maggiore di Mediaset scoppia una guerra inaudita. E per la prima volta, con un colpo a sorpresa, la realtà virtuale sostituisce la realtà effettuale.

**È** come assistere a un colossale gioco di prestigio. L'universo di Eluana, il teatro di una tragedia umana infinita, lo spazio di uno scontro istituzionale e di un'aspra discussione civile, vengono fatti sparire. Voilà. La scatola della realtà viene sostituita dal format del *Grande Fratello*. Le lacrime scaturite da un dramma di crudeltà accecante cedono il passo al pianto di un'ex modella, che singhiozza per essere stata squallificata (ha tirato un bicchiere a un compagno di reality) e deve abbandonare la Casa.

Le tirate moralistiche non servono a niente. Qui non è questione di buon gusto o di solidarietà corporativa con Mentana. Non serve a molto stilare classifiche di qualità fra un reality e un talk show. Si resta senza fiato perché ad un tratto la rete ammiraglia della flotta televisiva di Silvio decide di abrogare la realtà, e di rifilare ai telespettatori la finzione esasperata del *Grande Fratello*.

Il direttore generale per l'informazione di Mediaset, Mauro Crippa, può raccontare la sua versione, magnificando «la lunga e impeccabile» diretta di Emilio Fede e aggrappandosi alla «finestra di Studio Aperto». Racconti quello che vuole. Ma sarebbe come spiegare con le leggi della fisica un illusionismo spettacolare. Il mondo si smaterializza, si dissolve, scompare. C'è il trucco? Ma il trucco è infinitamente meno interessante dell'effetto; ciò che conta è il risultato. Lo sbalordimento, la meraviglia,

lo stupore. Come nel film *Matrix*, il software costruisce e proietta nella mente un mondo "altro". Noi vediamo ciò che l'impaginatore della realtà virtuale ha deciso di farci vedere.

Ciò che sbalordisce è la logica radicalmente autoreferenziale di questo processo. La televisione mostra soltanto se stessa. Il signore e padrone di Mediaset, Silvio Berlusconi, aveva tutto l'interesse a passare direttamente all'incasso politico, qui e ora, dopo che i suoi media si erano mobilitati strenuamente nella campagna «contro la morte di Eluana». L'impegno era stato fortissimo, prolungato, addirittura feroce. E continua ancora, per cogliere tutte le implicazioni istituzionali che si sono create, gli spazi da occupare.

Lunedì sera si era visto un assistente formidabile per trasformare un convincimento morale in un ferreo principio di verità applicata, nell'invincibile dogma berlusconiano. Con quella conclusione segnata dal tragico si era spalancata un'opportunità irripetibile per approfittare politicamente degli eventi. E invece no, e invece niente. «Mentana conosce bene le regole della tv commerciale», conclude lo stratega dell'immaginario Crippa: e questo vuol dire che la realtà, gli eventi, la morte non possono toccare la sacralità del palinsesto, l'articolazione dei blocchi pubblicitari, la perfetta e fatua fusione di reality e spot.

Con questo, Alessia Marcuzzi vale Enrico Mentana, il pianto sguaiato di una figurante quanto la commozione di chi ha visto e seguito il caso Englaro. Perfetto: «The reality show must go on», è l'ultimo guizzo linguistico del conduttore di *Matrix*. E i numeri confermano: otto milioni di spettatori per il Grande Fratello, record stagionale, quasi il doppio del *Porta a porta* dedicato alla vicenda di Eluana Englaro (per l'impeccabile Fede, un milione e trecentomila spettatori).

Viene facile attribuire questi risultati a una sorta di ipnosi collettiva, esercitata dall'occhio magico e indagatore che campeggia nel teleschermo. Ma se esistono gli ipnotizzati, vuol dire che c'è un ipnotista. C'è un Grande Fratello, non il reality show, che vuole davanti a sé quelle che il filosofo Carlo Galli definì «immense platee implose nella privacy», quindi aliene da ogni impegno o discorso collettivo. Opacità assoluta. Pubblica opinione senza opinione ma con diritto di voto via sms. Audience tramortita, in

condizione vegetativa, a cui è negata la possibilità di un riscatto "politico", cioè pubblico.

All'interno di questo circuito, la stessa velocità con cui le dimissioni di Mentana sono state accettate rivela che la qualità giornalistica, e anche semplicemente la velocità e il ritmo dell'informazione, appaiono doti del tutto inessenziali. A mano a mano che l'antropologia futile del reality si combina in modo stabile con lo sguardo attento dello spettatore non reattivo, il giornalismo e l'informazione diventano merce senza qualità, notizia irriflessa, dato grezzo di cronaca, manipolabile senza problemi deontologici.

Per questo, poveri noi. Poveri noi che siamo chiamati a distinguere fra il reality show dei ragazzi tatuati, con le euforiche situazioni "hot", il sesso malandrino, i pianti inutili e le trame irrilevanti, da un lato. E, dall'altro, il reality sulla vita e la morte, sul dolore fisico e la sofferenza etica, recitato su fondali elettorali posticci, con il singhiozzo manierato, e la lacrima che cola dalle palpebre bistrate.

Da questi format, verrebbe da dire, "libera nos Domine".

The collage shows several pages from the newspaper 'la Repubblica'. The main headline on the left page reads 'Alfano: Eluana è morta di sentenza' (Alfano: Eluana is dead by sentence). Other visible headlines include 'Testa a testa in Israele, ma la destra avanza' and 'La stella nel paese di Voltaire'. On the right side, there is a large advertisement for a 20% discount on books, with the text '-20% su tutti i libri' and '500€ da 4 giorni per abbonati'. The advertisement also mentions 'la Repubblica' and 'la Repubblica' logo.