

Dall'imprinting del modello Berlusconi ai social media delle campagne politiche e delle fake news attuali, un'analisi sociologica di come la comunicazione ha drasticamente cambiato il senso di fruizione e le strategie del fare politica. Questo il senso del saggio ROSSO DIGITALE di Vincenzo Vita, esperto di media e politico DOC che ha militato nelle file parlamentari partecipando attivamente ai cambiamenti legislativi e studiando quotidianamente, nel corso della sua longeva carriera (attualmente è presidente dell'AAMOD) il sistema e i meccanismi del modo di fare informazione. Pubblicato da Manifestolibri, il lavoro parte proprio dagli anni Ottanta, epoca in cui il predominio delle televisioni private, in mano al Cavaliere, portò alla sua fulminante ascesa politica attraverso il voto di telespettatori prevalentemente disideologizzati e trascinati da una rivoluzione passiva fondata su stereotipi ed espressioni pilotate nelle quale riconoscersi facilmente, per arrivare alla Rete, in mano a giovani influencer senza credo politico, in grado però, attraverso le nuove tecnologie digitali, di trascinare il pensiero del committente su una sfera globale, seppure individualizzata poiché resa democratica dall'accesso socio-geografico-generazionale indifferenziato. Uno svuotamento del messaggio politico che approda alla mancanza di progettualità, etica ed organizzazione di massa per concedere spazio ad una virtualità dei non valori in cui l'opinione del "nulla" tende a destrutturare più che ha costruire. Nella sua meticolosa disquisizione, Vita si avvale dei concetti di grandi filosofi contemporanei - da Augé a McLuhan, da Popper a Castells, per cercare nuove possibili soluzioni ad un ritorno ad autorevoli laboratori di cultura e politica, fucine del pensiero creativo e operativo, attraverso però i linguaggi dei nuovi social. E, tra una riflessione e l'altra, passa in rassegna una serie di case histories che hanno consentito alla comunicazione Internet (ivi inclusi tutti gli strumenti in costante evoluzione della società contemporanea) di prendere inesorabilmente, e inevitabilmente, il sopravvento sia sulla formula calda generata dai tradizionali mass media (radio, televisione, giornali), sia su colei che si ritiene la figlia più vivace ed espressiva della cognizione cerebrale, la Parola. Con tempo e spazio che, stravolti dal terremoto web, si fanno estranei anche alla più elementare percezione. Un saggio su cui riflettere per migliorare, e soprattutto tentare di ritrovare ideologie perdute con il talento di reinventarle proprio tramite la sintesi logo-videografica della rete.

Elisabetta Castiglioni