



CLAUDIA GIOCONDO

ESSERE VISIBILI NELL'ARENA POLITICA

La vulnerabilità del leader fra pubblico e privato: dalla gaffe allo scandalo



L'estesa mediatizzazione della scena politica tende sempre più a proporre personaggi pubblici non solo nelle loro vesti ufficiali ma anche in quelle più intime e casalinghe. Il confine tra ciò che appartiene di diritto alla sfera pubblica e ciò che invece è preservato da quella privata diviene assai labile e relativo, per la stessa gestione che i politici ne fanno, continuamente protesi alla conquista di nuovi spazi di visibilità. Accade però che uno scarso controllo o un basso livello di attenzione alle molteplici espressioni del corpo del leader, causato dall'invasione crescente del medium, contribuisce ad aumentarne la vulnerabilità fino a mettere in crisi un'intera strategia comunicativa. Gaffe e scandali hanno quindi il potere di interferire nel campo politico compromettendo il percorso di un candidato, tanto da poterne causare, talvolta, la stessa destituzione.

Ogni giorno i mezzi di informazione ci raccontano come cambia il modo in cui i politici comunicano ai cittadini, attraverso quali vesti, quali episodi, quale linguaggio, mettendo in evidenza una nuova soglia di accesso del gossip ai temi in agenda. Si assiste a una costruzione della "messa in scena" che però mostra tutta la sua fragilità, per la difficoltà manifesta dei suoi protagonisti nel saper gestire efficacemente la propria privacy rispetto alla continua estensione dello spazio pubblico, limite a volte impercettibile o semplicemente sottovalutato. Una proposta politica non si ferma infatti al partito o al candidato, raccontato attraverso il suo percorso istituzionale, ma tende sempre più a presentare l'uomo, con le sue fragilità e la sua esperienza di vita, al fine di raggiungere livelli impensati di prossimità con l'elettore. Di frequente i soggetti in competizione insistono nel sollevare il valore della famiglia, nel promuovere un'immagine pubblica più vicina possibile alla realtà dei sostenitori, così scendono in campo insieme ad affetti e aneddoti privati, nel tentativo di raccontare la "propria storia" attraverso immagini e dichiarazioni assai vicine alla quotidianità e ai valori del cittadino. È questo un modo di comunicare seguito dalla maggior parte degli attori della scena politica internazionale, che sfruttano ogni occasione di visibilità per rendersi popolari, talvolta strumentalizzando il gossip che le loro stesse condotte apparentemente private producono. Dalla Francia con il Presidente Sarkozy, il cui *love affaire* è stato protagonista dei tabloid di tutto il mondo, al Presidente Obama degli Stati Uniti, eletto insieme alla sua storia di vita personale e familiare, alla passata "discesa in

campo” di Berlusconi in Italia, è cambiato sia il modo di esprimersi della politica sia le linee di comunicazione partitica che, attraverso processi e peculiarità distinte per ciascun paese, hanno favorito un forte processo di personalizzazione. L'apparire, l'immagine, la costruzione del messaggio sono quindi elementi ineludibili per una buona comunicazione del candidato, la cui gestione diviene sempre più complessa rispetto al carattere invadente e trasparente del medium, a causa del quale il politico si muove con sempre maggiore precarietà tra spazio pubblico e spazio privato. Una dicotomia questa che da sempre caratterizza, seppur con accenti diversi, la storia politica di molti contesti culturali e risulta adesso più che mai cruciale per un efficace controllo della pubblicità dei politici al potere.

Limiti e problemi di visibilità: la nuova fragilità del politico

Lo sviluppo dei mezzi di comunicazione ha rapidamente accelerato l'estensione degli spazi tramite cui il leader promuove se stesso al pubblico, aumentando così l'attenzione sui personaggi di una scena politica primariamente gestita all'interno del medium televisivo, che guida le forme e i tempi della visibilità. Questa esprime una forma di potere a metà strada fra media e politica, come esito di una continua negoziazione che ne stabilisce i modi, i tempi e i luoghi¹; la politica ha bisogno dei media per comunicare se stessa alla cittadinanza e quindi acquisire un potere elettorale, mentre ogni medium ha bisogno dei politici per arricchire la propria agenda, inoltre i primi possono gestire strategicamente la propria immagine e i secondi possono condizionarne le forme appunto offrendo o sottraendo occasioni di visibilità. Essa tende sempre più di frequente ad avvalersi di episodi di vita privata, normalmente al riparo dai media, come relazioni sentimentali, extraconiugali, tendenze e abitudini sessuali, notizie sui membri del nucleo familiare, fatti personali e tutto quello che di più allettante fa parte della condotta privata di un soggetto politico adesso viene titolato dalla cronaca quotidiana. Questi temi offrono vulnerabili occasioni di pubblicità, sia a danno che a favore del leader, nel primo caso denunciato come trasgressore e nel secondo tutelato come vittima di una “aggressione mediatica”. Il mantenimento del controllo del messaggio politico, in tutte le sue espressioni, è quindi il primo obiettivo di un candidato, al fine di proporsi sempre in maniera coerente rispetto al mandato di rappresentanza per il quale concorre o di cui è investito, costruendo in questo modo la propria “competenza” nell'ottica di un saldo rapporto di fiducia con l'elettorato.

Un'analisi condotta da Vaccari e Grandi², in particolare, permette di scomporre proprio quest'ultimo concetto, al fine di focalizzare le principali caratteristiche che un politico deve essere in grado di tutelare durante i suoi numerosi e frequenti passaggi mediatici. La competenza di un leader politico si basa innanzitutto su credibilità e affidabilità, che dovrebbe essere in grado di dimostrare e mantenere; nel primo caso, il riferimento va alla capacità di rendersi permeabile alle questioni di natura pubblica, sulla base di una formazione personale utile alla soluzione delle questioni sollevate; inoltre strettamente connesso è un altro

¹ F. RIZZUTO, *La casa bianchissima. Politica, informazione e immagine negli Stati Uniti*, Editori Riuniti, Roma 2000.

² R. GRANDI, C. VACCARI, *Elementi di comunicazione politica, marketing elettorale e strumenti per la cittadinanza*, Carocci, Roma 2007.

aspetto, quello della leadership, come insieme di tratti caratteriali che lo rendono capace di determinazione e di assunzione di responsabilità, nell'eventuale gestione di uno stato di crisi. L'altra componente della competenza è l'affidabilità, sintesi di integrità ed empatia. La prima caratteristica è quella più fragile, rispetto alle peculiarità del contesto mediatico recente, che riguarda la moralità e la sincerità, i valori e le convinzioni etiche del soggetto politico; se queste entrano in contraddizione con avvenimenti di evidente rilevanza pubblica, creando così una discordanza tra la condotta ufficiale del leader e quella privata, la carriera può subirne gravi conseguenze. L'affidabilità però si nutre anche dell'empatia, fondamentale per un buon rapporto con l'elettore, attraverso cui il leader si propone come uomo comune, vicino al cittadino. Da qui matura quel processo di identificazione, di condivisione e di vicinanza fra candidato ed elettore, che costruisce una sorta di familiarità mediata fra i due, fondamentale soprattutto in periodo di campagna, per il confezionamento di una proposta politica vicina alle reali esigenze sociali. Casi esemplari di simili strategie comunicative provengono tanto dagli Stati Uniti quanto dall'Italia, come ricordano gli autori sopra citati, nel 1992 il Presidente Clinton al fine di accrescere il divario umano e politico con Bush mostra agli elettori, durante una convention, un video che racconta la sua vita, difficile e non privilegiata come quella dell'avversario³. L'efficace presentazione di un percorso familiare complesso, tra violenza e difficoltà economiche, annulla il distacco con l'elettorato comunicando il leader come "uno di loro", un uomo che può comprendere davvero i problemi della gente comune perché li ha vissuti in prima persona. Un altro caso esemplare è quello dell'opuscolo distribuito alle famiglie italiane, in occasione della campagna del 2001 da Silvio Berlusconi: *Una storia italiana*, una biografia che parte dal racconto dei compagni di scuola, dagli aneddoti del passato fino alle conquiste professionali, dalla Fininvest alla politica, in memoria della sua "discesa in campo" (1994) sancita dal messaggio: «L'Italia è il Paese che amo». Questi esempi mostrano chiaramente come lo spazio entro cui si gioca il consenso diviene sempre più quello del privato, talvolta concesso altre sottratto; i soggetti si muovono quindi fra accessibilità e segretezza, fra visibilità e invisibilità, rispetto alla crescente e costante tendenza a rendere manifesto ciò che normalmente non lo è, sia ad opera del medium che del politico stesso.

La relatività di tale confine non è quindi esclusivamente il risultato dello stabilirsi di nuove *guidelines* nella narrazione giornalistica, ma anche della difficoltà del soggetto nel mantenere piena consapevolezza del suo corpo mediatico, dei canali attraverso cui parla agli elettori, dei messaggi diffusi intorno alla sua persona, soprattutto durante il complesso passaggio fra scena e retroscena⁴. La gestione dello spazio entro cui si comunica è poi uno degli elementi di maggiore criticità, la scena mediatica occupata è il luogo della rappresentazione per eccellenza, nel quale il candidato propone una leadership, un ruolo sorretto da un canovaccio che suggerisce azioni, comportamenti e retoriche utili a un'efficace comunicazione volta al consenso. La loro pianificazione appartiene a un'area di apparente invisibilità, a quel "dietro le quinte" in cui i perso-

³ R. BUSBY, *Defending the American Presidency: Clinton and Lewinsky scandal*, Palgrave Macmillan, New York 2001.

⁴ R. WILKES, *Scandals. A Scurrilous History of Gossip*, Atlantic Books, London 2002.

naggi abbandonano la loro veste ufficiale per una più intima o semplicemente informale, lontana dal rigore esatto dalla condotta pubblica. La distinzione tra scena e retroscena⁵, crea spesso ambiguità e sfugge al controllo del soggetto, come appare chiaro nell'esempio della diretta televisiva, occasione che più di altre mostra la vulnerabilità di un leader. In questo caso avviene infatti uno sdoppiamento dei luoghi di produzione e di fruizione, due o più scene in spazi diversi con rispettivi retroscena in comunicazione fra loro, un sipario quindi sia per ciascun fruitore sia per coloro che operano direttamente nel luogo della produzione audiovisiva. Considerando l'estesa diffusione di un contenuto mediatico, appare evidente come la mancanza di condivisione di un comune palcoscenico possa in qualche modo interferire con l'interpretazione dell'evento in sé, soprattutto il mancato controllo della loro separatezza può causare gaffe o fughe di notizie tali da provocare una grossa interferenza con il messaggio del candidato. Rivelatore di questa vulnerabilità è lo spazio intermedio descritto da Meyrowitz, un'area di passaggio fra visibilità e invisibilità mediatica, che si pone a verifica della coerenza nonché della credibilità politica del soggetto richiedendo «un comportamento privo dell'estremo formalismo del comportamento da primo piano e, nel contempo, dell'estrema informalità del comportamento tradizionale da retroscena»⁶. Accertata l'indispensabilità dei contenitori mediatici per una buona comunicazione politica, il leader deve adesso mettere in conto il rischio di rimanerne succube, poiché gli stessi meccanismi capaci di garantire una vetrina mediatica e quindi popolarità possono anche provocare l'esatto contrario, l'immagine trasmessa può sfuggire al controllo del candidato o essere inficiata da informazioni inaspettate. È questo il caso di gaffe o “eccessi”, una perdita di controllo della situazione o del proprio corpo, tramite un gesto sconveniente catturato da un'immagine che rimbalza rapidamente fra i media senza possibilità di riparazione; le “apparizioni controproducenti” sono invece quelle occasioni di visibilità inaspettata o quando il soggetto non può controllare le forme e i tempi della trasmissione cui prende parte o non conosce bene il pubblico cui si rivolge, risultandone molto spesso danneggiato, relativamente al grado di distanza con lo spettatore. La “fuga di notizie” è poi la perdita di controllo più grave che, come detto prima, deriva dalla cattiva gestione dello spazio intermedio e porta alla luce rivelazioni sconvenienti o riservate, la cui gravità può talvolta essere causa di “scandalo”; quest'ultima è una delle forme più note di interferenza con il campo politico capace di far emergere interi sistemi di corruzione e clamorose incoerenze⁷. Gli scandali politici, per ciclo di vita e conseguenze assai relativi al contesto socio-culturale di riferimento, riguardano la denuncia di una trasgressione che rivela gravi disattenzioni rispetto alla carica ricoperta dal personaggio pubblico coinvolto, relativamente alle norme comportamentali richieste dall'assetto istituzionale e valoriale di una società⁸. La gravità dipende poi dalla tipologia dei soggetti, dalla sensibilità dei temi sollevati e da tutte quelle caratteristiche che deter-

⁵ E. GOFFMAN, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Garden City, N.Y., Doubleday 1959, tr. it. *La vita quotidiana come rappresentazione*, Il Mulino, Bologna 1969.

⁶ J. MEYROWITZ, *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, Oxford University Press, New York 1985; tr. it. *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale*, Baskerville, Bologna 1993, pp.448-449.

⁷ J. B. THOMPSON, *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Il Mulino, Bologna 1995.

⁸ C. CEPERNICH, *Le pietre d'inciampo. Lo scandalo come meccanismo sociale*, Aracne Editrice, Roma 2007.

minano la notiziabilità del fatto, da cui scaturisce la salienza necessaria a far divenire la notizia, appunto, uno scandalo mediatico. Questa forma di fallimento, spesso inevitabile, nella gestione della visibilità da parte di un leader politico, è certamente la più dannosa, capace di arrecare cambiamenti irreversibili nel percorso di un candidato, che quindi reagirà nel tentativo di minimizzare l'attenzione sul caso e alleviare il peso della rivelazione pubblica. Le immagini che fluiscono attraverso i canali mediatici hanno quindi la forza di intervenire attivamente nel rapporto fra cittadini e politici, generando crisi tanto quanto affidabilità.

Gaffe, apparizioni controproducenti, scandali

Ambiti usualmente legati alle relazioni private divengono pubblici e aneddoti personali sono titolati nelle principali testate nazionali, sia quando lo scandalo sorprende il politico sia quando quest'ultimo decide di promuovere se stesso utilizzando il gossip. Se è vero che la visibilità mediata rende il potere politico più controllabile, è altrettanto evidente la frequente azione strategica del leader nel rendere flessibile alle proprie esigenze tale visibilità. Tuttavia, l'amplificazione mediatica del corpo può comportare un abbassamento della soglia di consapevolezza della popolarità raggiunta e dei suoi effetti.

Come detto prima, in accordo con le teorizzazioni di Thompson⁹, la perdita di controllo dello spazio entro cui si muove un soggetto politico può essere causa di situazioni imprevedibili e talvolta incontrollabili, che aiutano a delineare le peculiarità della scena politica di un paese. Nel caso italiano, ad esempio, la cronaca politica accoglie di frequente le gaffe dei suoi personaggi, spesso poco attenti al peso sociale delle parole pronunciate in pubblico. A tal riguardo, possono essere ricordate le dichiarazioni dell'attuale Premier, Silvio Berlusconi, rilasciate durante il suo discorso in occasione del comizio di chiusura delle elezioni regionali della Sardegna, il 13 febbraio 2009, in cui cita in maniera ironica la tragedia dei *desaparecidos*: «non farò come quel dittatore argentino che faceva fuori i suoi oppositori portandoli in aereo con un pallone, poi apriva lo sportello e diceva: c'è una bella giornata fuori, andate un po' a giocare. Fa ridere ma è drammatico»¹⁰. A questo si aggiunge l'ironico commento sul Presidente degli Stati Uniti, poco prima della sua elezione: «Barack Obama? Bello, giovane e abbronzato», battuta ripresa anche dopo mesi in occasione di una convention del Pdl: «Vi devo portare i saluti di uno che è abbronzato e si chiama Obama»¹¹; o ancora la dichiarazione rilasciata a proposito della violenza sessuale sulle donne: «dovremmo avere tanti soldati quante sono le belle ragazza italiane, credo che non ce la faremo mai»¹², parole pronunciate in un momento in cui il tema era particolarmente caldo, rispetto ai recenti casi di cronaca. Si tratta di frasi, ampiamente titolate dai media nazionali, che rivelano un basso livello di consapevolezza del valore, etico e morale oltre che istituzionale, della carica ricoperta come anche del potere dell'amplificazione mediatica, non-

⁹ J. B. THOMPSON, *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*, Polity Press, Cambridge 2000.

¹⁰ O. CIAI, «Gaffe di Berlusconi sui desaparecidos», in «La Repubblica», 19 febbraio 2009.

¹¹ R. SALA, «È abbronzata pure Michelle. Le battute spericolate di Silvio», in «La Repubblica», 28 settembre 2009.

¹² P. DI CARO, «Stupri, battuta di Berlusconi. Veltroni: offende le italiane», in «Corriere della sera», 26 gennaio 2009.

ché delle controversie politiche e sociali in grado di sollevare. Alle gaffe si aggiungono le cosiddette “apparizioni controproducenti”, momenti di vita privata che divengono inaspettatamente pubblici o avvenimenti in cui la percezione della mediazione si abbassa o sfugge al controllo del soggetto, creando situazioni imbarazzanti e sconvenienti. Questo può essere il caso dell'incontro privato tra D'Alema e Tremonti, smascherato dalle telecamere impegnate nella ripresa della fiction *Caterina e le sue figlie*, nel marzo 2009. Una riunione organizzata con discrezione, presso l'Hotel Majestic di via Veneto a Roma e lontana da una ribalta in cui ricoprono il ruolo di antagonisti politici, viene improvvisamente resa pubblica dalle riprese del set. Un episodio che ha destato curiosità, perché avvenuto a seguito di un litigioso incontro televisivo fra i due, suggerendo una clamorosa incoerenza fra il comportamento tipico da scena e quello del retroscena politico, o meglio, fra la rappresentazione offerta agli spettatori e un inconsueto dietro le quinte¹³. Un altro caso di grave instabilità del confine fra spazio pubblico e spazio privato è quello della “fuga di notizie”, talvolta in grado di dare il via al complesso e spesso irreversibile processo dello scandalo. Ad esempio, nel 2008 il Presidente del Governo spagnolo Zapatero, prima di ricevere il suo secondo mandato, ha inconsapevolmente generato una breve crisi a causa di un fuori onda non previsto. A conclusione di un'intervista in diretta televisiva, infatti, non cosciente che i microfoni fossero ancora accesi, continua a rispondere alle domande del giornalista a proposito della suo percorso elettorale: «credo che a noi convenga che ci sia tensione», «comincerò a partire da questo fine settimana a drammatizzare un po'. Ci conviene molto. Se no la gente [...]»¹⁴. Queste dichiarazioni, sfuggite al politico, sono state causa di tensioni con i Popolari tanto da farne seguito una tempestiva giustificazione, diffusa via radio il giorno successivo. Le parole di Zapatero avrebbero insinuato una scarsa trasparenza nella conduzione della campagna politica, una strumentalizzazione dell'elettore tale da inficiare il rapporto fiduciario; tuttavia la popolarità ed il largo consenso del politico, maturato durante il precedente mandato, insieme alla capacità di reagire prontamente alla fuga di notizie, hanno permesso di circoscrivere l'episodio limitandone i danni. Questo è un chiaro esempio di come sia difficile mantenere il controllo del corpo politico in spazi in cui, per loro stessa natura, la differenza tra pubblico e privato è impercettibile e assai vulnerabile. A metà strada fra le prime due categorie, si può collocare invece il caso italiano legato al nome di Silvio Sircana, ex portavoce del governo Prodi (2006-2008), che ha titolato le maggiori testate nazionali nel marzo 2007. Nell'ambito dell'inchiesta di Vallettopoli¹⁵, durante le indagini condotte dalla Procura di Potenza, avviene una fuga di notizie inizialmente camuffata da gossip che annuncia l'esistenza di una foto, rintracciata attraverso alcune intercettazioni telefoniche, che ritrae Sircana a bordo della sua auto mentre accosta al ciglio della strada per rivolgersi a un transessuale. La notizia di una possibile trasgressione sessuale, nel mezzo del dibattito sui Di-

¹³ A. BARKER, *The Upturned Stone. Political Scandal in Twenty Democracies and their Investigation Process*, Department of Government, University of Essex, Colchester 1992.

¹⁴ M. FARINA, “Fuori onda di Zapatero: la tensione ci conviene”, in «Corriere della sera», 15 febbraio 2008.

¹⁵ Inchiesta aperta dalla Procura di Potenza nel giugno 2006, che coinvolge personaggi dello spettacolo e della politica in una complessa rete di estorsioni, spaccio di stupefacenti e istigazione alla prostituzione.

co e sul Family Day, crea clamore e richiama l'attenzione dei media. L'immagine fotografica solleva poi il problema della privacy, cui il Garante risponde vietandone la pubblicazione. Si tratta quindi di una notizia che sfugge al controllo istituzionale, solleva un acceso dibattito politico, accende una protesta giornalistica contro la censura, assumendo così le forme di uno scandalo. Nonostante il clamore, le diatribe sulla libertà d'informazione, le insinuazioni sulla possibile incoerenza fra condotta pubblica e condotta privata, la richiesta di dimissioni non viene soddisfatta e il caso non provoca gravi conseguenze sul protagonista. Questo grazie a una efficace gestione politica del caso, che trova conclusione in una lettera da parte di Sircana divulgata dal quotidiano «La Stampa», in cui egli stesso chiede la pubblicazione delle foto e definisce l'episodio «un momento di stupida curiosità», senza offrire ulteriori spiegazioni.



Fig. 1. Articolo del quotidiano «La Stampa», 21 marzo 2007.

L'utilizzo di silenzi, di mancate risposte e la capacità di porsi come vittima di una violazione della sfera più intima e privata, oltre che la scelta di schierarsi contro il Garante, si sono rivelate azioni funzionali nel limitare e condizionare lo sviluppo dello scandalo. Simili episodi possono poi subire evoluzioni differenti in periodo elettorale e con caratteristiche diverse rispetto al Paese nel quale si svolgono i fatti, da cui appunto dipende la reazione sociale e politica allo scandalo. Un caso non troppo lontano proviene dalla lunga campagna elettorale che ha condotto all'elezione del Presidente Barack Obama negli Stati Uniti. Il politico coinvolto dallo scandalo è stato l'ex Governatore di New York (2007-2008) Eliot L. Spitzer, soprannominato dalla stampa “Mr Clean”, come elogio al suo percorso umano, a una carriera legata al valore della famiglia e alla lotta contro la prostituzione, la criminalità organizzata, gli illeciti finanziari. La sua integrità morale viene però improvvisamente messa in crisi dalla pubblicazione di intercettazioni telefoniche, provenienti da un'indagine dell'FBI, che lo denunciano come principale cliente di un giro di prostituzione internazionale. Lo scandalo irrompe nel pieno della campagna presidenziale, nella quale ha il ruolo di superdelegato del partito democratico, per tale motivo la posizione di Spitzer appare da subito critica e il caso cattura l'attenzione della scena mediatica internazionale. Data la credibilità della fonte da cui proviene la rivelazione, sembra non esserci spazio per una reazione alle accuse, pertanto, nonostante l'iniziale dichiarazione di pentimento in diretta televisiva con a fianco la moglie, il partito induce il democratico a rassegnare le dimissioni già al terzo giorno (Fig. 2). Una conseguenza inevitabile, necessaria ad abbassare l'attenzione mediatica sul governatore, limitando in questo modo le possibili ripercussioni sull'andamento della cam-

pagna, in particolare sulla candidatura di Hilary Clinton, sul cui nome già pesava uno scandalo del passato. Si tratta di un evento che quindi avrebbe potuto provocare un calo di consenso all'interno del partito democratico e per questo viene rapidamente portato a termine con le dimissioni, sfidando le cosiddette fasi della parabola dello scandalo individuate da Thompson; dalla sua irruzione nella scena politica si passa solo dopo tre giorni alle conseguenze, senza che lo stadio intermedio del “culmine” abbia avuto il tempo di svilupparsi dando spazio al dibattito politico o ad ulteriori rivelazioni.



Fig. 2. Eliot Spitzer insieme alla moglie, durante la conferenza stampa in cui annuncia le dimissioni.

Una delle problematiche sollevate dal caso viene messa a fuoco da un articolo del Washington Post, che titola: «Spitzer’s behavior shocking, but personal»¹⁶ focalizzando l’attenzione sul problematico confine fra ciò che può essere ritenuto pubblico piuttosto che privato in un soggetto politico, sui limiti o le estensioni del diritto di cronaca. La rivelazione di trasgressioni imputate ad un leader politico hanno però caratteristiche, significati, evoluzioni e conseguenze differenti nei vari contesti socio-culturali di riferimento. Se negli Stati Uniti lo scandalo è storicamente il primo strumento di lotta politica, capace di intercettare con efficacia eventuali incoerenze nella condotta dei politici, sino alla destituzione della loro carica, al contrario la scena politica italiana sfugge spesso a tale rigore. Simili rivelazioni sembrano pesare poco sulla carriera del candidato, la “colpa” iniziale slitta su soggetti terzi o su problematiche collaterali, la credibilità delle fonti viene messa in crisi, lo scandalo negato e il politico si propone come vittima di un sistema, sia esso politico o mediatico. È questo un atteggiamento ricorrente, tipico di molti episodi, fra cui il recente scandalo legato al nome di Silvio Berlusconi. Durante l’ultima campagna per le elezioni europee, è comparsa sui giornali italiani la notizia dell’improvvisa visita del Presidente del Consiglio a una ragazza di Casoria, in occasione del suo diciottesimo compleanno, il cui nome è rimbalzato rapidamente nella sfera mediatica, Noemi Letizia (26 aprile 2009). A lanciare la copertura del caso è stato il quotidiano «La Repubblica», con il racconto di una ragazza minorenni che chiama “Papi” il Premier e riceve in dono monili pregiati. Questa in-

¹⁶ S. AIYAR, “Spitzer’s behavior shocking, but personal”, in «Washington Post», 11 may 2008.

formazione fa da eco alla notizia sulle candidate “veline”, commentata dalla moglie Veronica Lario come «ciarpame senza pudore»¹⁷ e a cui reagisce, successivamente, con una pubblica richiesta di divorzio.



Fig. 3. Articolo del quotidiano «La Repubblica», 29 aprile 2009.

Il dibattito sull’atteggiamento di Berlusconi verso le giovani donne dello spettacolo era già stato aperto in passato da una lettera di sconforto e indignazione diffusa a mezzo stampa dalla moglie¹⁸. In questa fase è in discussione il ruolo del Premier come padre e come marito, la sua integrità morale e da questo egli stesso si difende chiamando in causa la famiglia: «Caso Noemi. Berlusconi giura sui figli: mai avuto rapporti piccanti con lei»¹⁹, «mi dispiace per i miei figli ma stavolta è finita»²⁰. Lo scandalo parte rapidamente, con il caso Noemi e le dichiarazioni di Veronica Lario, che inizialmente ne guida la copertura, per poi lasciare spazio a più gravi rivelazioni legate al nome di Patrizia D’Addario. Grandi feste, istigazione alla prostituzione, escort, fanno infatti seguito all’appellativo “Papi”, che inaugura questo complesso itinerario scandalistico non ancora giunto a conclusione. L’elemento di maggiore interesse in questa sede, riguarda le implicazioni del caso con la campagna elettorale allora in corso, al fine di mettere in evidenza quanto in Italia uno scandalo possa incidere sul consenso elettorale. Frammenti di vita privata hanno infatti invaso l’informazione quotidiana, inizialmente imprigionati nel frame del gossip, abbassando così il valore dell’informazione o almeno la sua rilevanza politica. La gravità delle rivelazioni viene però supportata da prove e testimonianze, nonché dal procedere dell’inchiesta aperta dalla Procura di Bari, solo dopo la metà di giugno a seguito della testimonianza della D’Addario. Durante il periodo elettorale invece a suggerire lo scandalo è la vicenda Noemi, scarsa di prove ma potenzialmente capace di desacralizzare la figura del leader, attraverso una copertura a tratti sorretta da un giornalismo d’inchiesta, vivace e provocatorio. Lo scoop arriva però in un momento in cui l’agenda mediatica appare già particolarmente ricca, con il terremoto in Abruzzo del mese di aprile, con la campagna per le elezioni europee ed infine anche rispetto alla notizia del divorzio tra Silvio Berlusconi e Veronica Lario. Avvenimenti che hanno visto il leader atti-

¹⁷ S. BUZZANCA, “Veline in lista. Veronica contro Berlusconi. Ciarpame senza pudore in nome del potere”, in «La Repubblica», 29 aprile 09.

¹⁸ V. BERLUSCONI, “Veronica Berlusconi: mio marito mi deve pubbliche scuse”, «La Repubblica», 31 gennaio 2007.

¹⁹ A. SIGNORE, “Caso Noemi. Berlusconi giura sui figli: mai avuto rapporti piccanti con lei”, in «Il Giornale», 29 maggio 2009.

²⁰ M. CALABRESI, “Mi dispiace per i miei figli ma stavolta è finita”, in «La Stampa», 4 maggio 2009.

vamente impegnato nel suo ruolo istituzionale, “vittima” di un divorzio pubblico, per il quale la moglie è facilmente divenuta capro espiatorio, “vittima” inoltre di un attacco mediatico attraverso il gossip, cui reagisce con accuse di complotto politico in periodo di campagna: «Berlusconi: contro di me un progetto eversivo»²¹. Un momento quindi di saturazione informativa, con il Presidente protagonista su più fronti, che forse non ha permesso allo scandalo di influire in maniera significativa sull'esito elettorale, che seppur non corrispondente alle iniziali aspettative si è concluso a favore del centro-destra. La minaccia di presunte trasgressioni non ha destabilizzato l'immagine del candidato anche per mezzo di un *coverage* che inevitabilmente risente della complessa commistione fra sfera politica e sfera dei media, tipica del contesto nostrano. Le notizie sul caso Noemi-Berlusconi sono state spesso oscurate o declassate, sia attraverso l'alibi del gossip, sia a seguito del sopraggiungere di altri temi con una maggiore salienza. Ad ogni modo, si tratta di una parabola ancora in evoluzione, che solo dopo le elezioni europee riceverà nuovi input provenienti da ulteriori rivelazioni, proseguendo così la sua irruzione nella scena politica italiana.

Conclusioni

Lo scandalo, le gaffe, le apparizioni controproducenti, suggeriscono cosa accade quando la mediatizzazione del corpo politico rende vulnerabile il confine tra pubblico e privato. Indipendentemente dal contesto di riferimento, si assiste all'innalzamento del valore informativo del gossip, come conseguenza del costante uso politico della vita privata da parte del leader²². Accade che le notizie sui retroscena della condotta politica di un soggetto invadono le testate nazionali ed appaiono sempre più spesso come il principale modo tramite cui gestire il consenso elettorale. La prossimità con l'elettore, raggiunta grazie alla popolarità concessa dal medium, se da un lato favorisce un processo di identificazione dall'altro lede l'autorevolezza del soggetto politico, rendendolo fragile e vulnerabile come un uomo comune. Questa costante espansione dello spazio di visibilità rende sempre più frequente la rivelazione di menzogne, eccessi, incoerenze, abusi di potere, che offrono alle emergenti forze dell'antipolitica o all'elettorato in genere o ancora all'informazione *watchdog*, strumenti utili al controllo e alla costante valutazione dell'operato dei rappresentanti al potere²³. È a rischio il rapporto di fiducia tra il leader e il cittadino, fragilità a partire dalla quale lo spazio privato è sempre più spesso oggetto di indagine, in una continua tensione alla ricerca della veridicità dell'azione politica. La sua coerenza, anche oltre la soglia della visibilità pubblica, diviene pertanto l'elemento di maggiore criticità con ripercussioni politiche diverse rispetto al percorso storico e sociale di un paese. Quegli avvenimenti titolati come scandalo o semplici gaffe portano con sé la notizia di un malessere sociale e annunciano la debolezza di un percorso politico, se non elettorale. La loro copertura è quindi utile, oltre che indicativa, e rientra nell'area di visibilità esatta dal diritto all'informazione del

²¹ F. SANSA, “Berlusconi: contro di me un progetto eversivo”, in «La Stampa», 14 giugno 2009.

²² G. MAZZOLENI, A. SFARDINI, *Politica Pop. Da «Porta a Porta» a «l'Isola dei famosi»*, Il Mulino, Bologna 2009.

²³ M. CASTELLS, “Communication, Power and Counter-power in the Network Society”, in «International Journal of Communication», Vol.1, 2007.

cittadino, almeno rispetto alle linee guida del mainstream del giornalismo politico suggerite da Sabato e Stencel²⁴. Se accade che un candidato abusa del potere di rappresentanza per fini personali, se esiste il sospetto di possibili incoerenze, se fa o dice qualcosa capace di ledere la credibilità del suo messaggio politico, appare legittima la copertura informativa allo scopo di interrogare l'opinione pubblica su simili episodi. Sempre più spesso il medium si rende trasparente e flessibile a contesti prima inusitati, sempre più spesso il candidato usa a fini politici la sua vita privata, di conseguenza la problematicità del rispetto di tale confine, tra pubblico e privato, si acuisce sino a ridurre drasticamente il diritto all'invisibilità di un uomo politico.

²⁴ L. J. SABATO, M. STENCEL, S. R. LITCHER, *Peepsbow. Media and Politics in an Age of Scandal*, Rowman & Littlefield Publishers, New York 2000.