



Editoriale - Tra Machiavelli, Lavitola e la prevalenza dell'homo googlis

Roma - 16 ago 2026 (Prima Notizia 24) La vicenda di Ranucci e Lavitola mette in luce come la percezione pubblica, influenzata dai social, possa trasformare identità e narrazioni.

Non sappiamo come andrà a finire questa storia; se ci saranno processi, condanne, vincitori o vinti ma, francamente, interessa poco. Perché la vicenda ha già un suo protagonista che, anche se non se ne rende conto appieno, è il fulcro di quanto accaduto e accadrà ancora: è il nuovo essere, ancora umano, che collettivamente forma quel popolo della rete a cui sono demandate immediate, immotivabili e inappellabili sentenze. Non sappiamo neppure i possibili risvolti giudiziari della vicenda che vede Sigfrido Ranucci vittima di un attentato e Valter Lavitola, suo amico e fonte, confessare di esserne il mandante. Ci sono indagini in corso, interrogatori, dichiarazioni, ricostruzioni e zone d'ombra. Saranno magistrati e investigatori a stabilire i fatti e le eventuali responsabilità. Ma oggi nessuna vicenda pubblica si svolge soltanto nelle aule giudiziarie, sui giornali, i social o nelle sedi politiche, ma si svolge contemporaneamente in un enorme habitat di percezione nel quale fatti, persone e responsabilità vengono trasformati in prodotti da offrire a un popolo che chiede soprattutto personaggi riconoscibili, inquadrabili, giudicabili; meglio se divisivi e, ovviamente, preconfezionati. Niccolò Machiavelli, mi perdoni se lo scomodo, aveva intuito il meccanismo con qualche secolo di anticipo e senza bisogno di una connessione Internet. Nel capitolo XVIII del Principe scrive una delle frasi più moderne della storia del pensiero politico: "Ognuno vede quel che tu pari; pochi sentono quel che tu sei." Cinque secoli dopo abbiamo costruito un gigantesco sistema industriale intorno a quel "pari". Oggi non basta essere. Bisogna apparire o, meglio ancora, essere percepiti. La differenza non è linguistica. È politica, economica e sociale. Internet prima, i social network poi e infine gli algoritmi hanno progressivamente trasformato la reputazione da conseguenza delle nostre azioni a prodotto. Ciò che sei conta. Ma ciò che gli altri credono che tu sia conta molto di più. È il mondo dell'Homo Googlis, di una metamorfosi dell'Homo Sapiens che vive in un ecosistema nel quale conosce persone che non ha mai incontrato, giudica fatti che non ha verificato, attribuisce intenzioni che non può conoscere e prende posizione spesso dopo aver letto un titolo, visto trenta secondi di video o contato, magari inconsapevolmente, quanti altri abbiano già approvato quella posizione. Il like non certifica la verità; certifica il consenso. Ma quando milioni di like, commenti e condivisioni si accumulano intorno a una rappresentazione, il confine tra consenso e verità diventa sempre meno evidente. Ecco la prevalenza dell'Homo Googlis. Quella che cercano i nuovi aspiranti Machiavelli. E non perché l'utente sia necessariamente stupido, manipolato o incapace di ragionare. Sarebbe una spiegazione troppo comoda. Ma perché il sistema nel quale vive gli chiede continuamente di scegliere, reagire, approvare, indignarsi, identificarsi. E di farlo velocemente. Da una parte o dall'altra: guelfi o ghibellini; Coppi o Bartali; Peppone o Don Camillo. Categorie in cui noi italiani, oltretutto, siamo veri campioni. Occorre il personaggio e la presa di

posizione. Lo hanno capito perfettamente influencer, comunicatori e professionisti della rete. Vincenzo Schettini non è soltanto un professore di fisica. Chiara Ferragni non è stata soltanto un'imprenditrice digitale. Intorno alla persona reale è stata costruita una figura pubblica, riconoscibile immediatamente attraverso linguaggio, immagini, comportamenti e aspettative. Naturalmente i personaggi possono anche cadere. Internet costruisce piedistalli con la stessa velocità con cui organizza lapidazioni. Ma persino la caduta può diventare parte della storia. Il personaggio può essere rivisto e corretto, riposizionato, trasformato. Può rialzarsi dalla polvere perché la reputazione digitale non è una fotografia. È un racconto continuamente riscritto. Ma fin qui siamo ancora dentro Machiavelli: qualcuno che cerca di governare ciò che appare e offre consigli come il segretario fiorentino o un Kissinger adattato al web. Oggi il caso Ranucci ci porta davanti a una possibilità ancora più interessante e, per certi versi, più inquietante: che il personaggio venga costruito anche dagli altri. Ranucci possedeva già una potentissima identità pubblica prima dell'attentato. Giornalista investigativo, conduttore di Report, uomo sotto scorta, protagonista di scontri, polemiche, denunce, attacchi e difese. Per alcuni un simbolo del giornalismo che non si piega. Per altri una figura fortemente caratterizzata e divisiva. Proprio come la vuole il popolo dei social. Poi arriva l'attentato. La persona rimane la stessa, ma il personaggio acquisisce un elemento ulteriore: la vittima. Ed essere vittima di un attentato modifica inevitabilmente la percezione pubblica. Ma poi arriva Lavitola. Sembra la scena di Fantozzi che cerca di camuffare la voce sì con sciarpa, molletta, secchio, accento svedese. Ma, a parte il richiamo cinematografico, accade qualcosa di narrativamente straordinario, indipendentemente da quello che sarà l'esito giudiziario della vicenda: la vittima dell'attentato rischia di diventare anche la vittima dell'attentatore. E non dell'attentatore nemico. Dell'amico attentatore. Quello che, secondo la propria ricostruzione resa agli inquirenti, avrebbe agito addirittura pensando di proteggerlo e rafforzarne la sicurezza e che, secondo quanto emerso dalle carte, ragionava anche sulla possibile proiezione politica della figura di Ranucci. Sembra una sceneggiatura respinta da un produttore perché eccessiva: più prevedibile di una pellicola degli errori Anni Settanta. Ma è proprio qui che la vicenda smette di riguardare soltanto Ranucci e Lavitola. Perché la domanda diventa "Chi vincerà nella percezione pubblica?" Non necessariamente chi avrà costruito l'argomento logicamente migliore, ma probabilmente chi riuscirà a imporre il racconto più semplice e che otterrà più like. Per alcuni Ranucci rimarrà comunque l'eroe perseguitato. Ogni nuova circostanza confermerà questa interpretazione. Per altri diventerà la dimostrazione opposta. Anche qui ogni elemento finirà per confermare ciò che già pensavano. È uno dei meccanismi fondamentali dell'ambiente digitale: non utilizziamo necessariamente il fatto nuovo per rimettere in discussione la nostra opinione. Molto spesso utilizziamo il fatto nuovo per rafforzarla: prima scegliamo il personaggio. Poi interpretiamo il fatto. Machiavelli aveva davanti corti, ambasciatori, eserciti, principi e popoli. Noi abbiamo timeline, algoritmi, reel, commenti, visualizzazioni e milioni di individui che esprimono continuamente il proprio gradimento o la propria disapprovazione. Il Principe doveva conquistare il favore del popolo. All'epoca dell'Intelligenza Artificiale, dell'Homo Googlis e dei social, il personaggio contemporaneo deve conquistare l'algoritmo che porta al popolo. Non è esattamente la stessa cosa come Lavitola non è Machiavelli. Ma l'algoritmo non chiede se una storia sia vera o falsa; importante o

utile. Misura soprattutto se quella storia riesca a mantenerci lì. E quindi meglio se viene costruita proprio come l'Homo Googlis la vuole. Una storia dove indignazione, paura, appartenenza, eroismo e tradimento sono materie prime formidabili. Ranucci vittima di un attentato è la storia, ma Ranucci vittima dell'amico che avrebbe fatto organizzare l'attentato, è una storia ancora più potente. È il punto in cui la realtà rischia persino di diventare comprimaria della propria rappresentazione. Immagino un processo in cui Ranucci viene "assolto per non aver compreso il fatto." Machiavelli, però, almeno una cosa l'aveva capita perfettamente: governare l'apparenza è un mestiere difficile. Richiede intelligenza, conoscenza degli uomini, prudenza, capacità di prevedere le conseguenze delle proprie azioni. Se le ricostruzioni investigative saranno confermate, tra Niccolò Machiavelli e Valter Lavitola rimarrà dunque una differenza considerevole. Il primo ha scritto Il Principe. Il secondo sembra aver tentato di applicarlo con la grazia operativa di Fantozzi in uno scenario degno di Alvaro Vitali. Ma con un risultato paradossale. Una strada che avrebbe dovuto contribuire, secondo la ricostruzione attribuita a Lavitola, a rafforzare l'immagine pubblica di un uomo potrebbe aver prodotto una metamorfosi ancora più efficace: dalla vittima dell'attentato alla vittima dell'amico attentatore. Poi decideranno Internet e l'Homo Googlis.

di Gianni Dell'Aiuto Domenica 16 Agosto 2026