

Uniter Lamezia Terme

Maggio 2016

OSSERVANDO LA POLITICA ... QUALE PARTECIPAZIONE CONSAPEVOLE?

COMUNICAZIONE E POTERE IN POLITICA

Un saluto ai presenti e ringraziamenti ad Italo e Costanza per questa seconda opportunità. Un ringraziamento particolare agli ing. Matteo Pileggi e Paolo Misuraca: il primo mi ha preparato le slide e l'elenco dei video al computer; il secondo mi ha dimostrato tutta la sua disponibilità per coordinare il lavoro tra lettura, parola scritta e video. Mi auguro che l'iniziativa sia positiva come la prima. L'anno scorso ho visto con soddisfazione un uditorio attento che ha seguito con interesse gli argomenti. Spero vivamente che avvenga anche oggi allo stesso modo. Riprendo la frase "Qui non si fa politica" detta da Italo in occasione del passato intervento (Come eravamo e come siamo in politica ...), quasi a sottolineare che non si faceva propaganda elettorale. A volte la parola "politica" può indurre all'equivoco, considerandola nell'accezione (per me negativa) di prendere voti a tutti i costi e in qualsiasi circostanza. A tal riguardo oggi Lamezia non è in campagna elettorale e in certo qual modo siamo ancora più liberi da possibili condizionamenti e/o coinvolgimenti maldestri. Tuffiamoci adesso nel passato remoto da cui risalire al nostro presente per renderci conto che la comunicazione è stata sempre al primo posto per i politici.

Nel 1895, Gustave Le Bon, antropologo, psicologo e sociologo francese pubblicò "La psicologia delle folle" in cui la moltitudine viene considerata soggetto e oggetto dell'azione politica.

Studiò il comportamento delle folle, elaborando delle tecniche in modo da guidarle e controllarle. Alcuni stralci della sua opera: "Nelle folle,

l'imbecille, l'ignorante e l'invidioso sono liberati dal sentimento della loro nullità e impotenza, che è sostituita dalla nozione di una forza brutale, passeggera, ma immensa [...] Per il solo fatto di far parte di una folla, l'uomo discende di parecchi gradi la scala della civiltà. Isolato, sarebbe forse un individuo colto, nella folla è un istintivo, per conseguenza un barbaro". Badate che Le Bon è di una attualità evidente e conserva quasi intatto il suo fascino. Le reazioni suggestionate della folla permangono in linea di massima identiche. Magari anche davanti alla tv si crea la suggestione. Pensate al "branco" che ne commette di tutti i colori, anche tragedie. Se il giornalista di turno intervista i conoscenti di quei ragazzi (del branco) che magari hanno commesso delitti indescrivibili, si sente rispondere: "Ma sembravano dei bravi ragazzi! Non ci posso credere!". Allo stesso modo gli ultras di una squadra di calcio. La folla priva il singolo della propria capacità critica e privilegia l'istinto a discapito del ragionamento.

LA SUGGESTIONABILITA' DELLE FOLLE

La parte più importante del lavoro di Gustave Le Bon è quella riguardante la suggestionabilità delle folle: "Chi sa illuderle può diventare facilmente loro padrone".

Chissà se la sua opera favorì l'ascesa di alcuni leader totalitari e i disastri che ne seguirono. Forse la mia è una esagerazione. Tante altre furono le dinamiche, i fattori storici, economici, e politici. Fatto sta che Lenin e Stalin lessero la sua opera; Hitler la tenne presente scrivendo il *Mein Kampf (La mia battaglia)*; Benito Mussolini disse: "Ho letto tutta l'opera di Le Bon. Non so quante volte abbia riletto la sua *Psicologia delle folle*. E' un'opera capitale alla quale spesso ritorno". Ma venne letta anche da Theodore Roosevelt presidente USA dei primi anni del '900 (da non confondere con il 32^ Franklin Roosevelt, quello del New deal che superò la depressione economica degli anni '30). Premio nobel per la pace, Il 26^

presidente degli USA disse che sulla sua scrivania erano presenti soltanto due libri: *La Bibbia e La psicologia delle folle*. I due si incontrarono nel 1914. Quello di Le Bon fu senz'altro uno dei primi studi sul fascino esercitato dal leader verso le masse e sulla conseguente forza d'attrazione delle stesse. Non dimentichiamoci che in quel periodo nascono e i partiti di massa moltiplicano i suffragi. Grazie anche all'allargamento del voto in alcuni Paesi, specialmente in Gran Bretagna e negli USA tra il 1880 e il 1920. In Italia ricordiamo la riforma elettorale di Depretis, dal 2,2% al 6,9%) nel 1882. Nell'età giolittiana (1912) la legge sul suffragio universale maschile, anche per gli analfabeti che avevano compiuto 30 anni. Votò il 23,2%.

L'INGRESSO DELLE CLASSI POPOLARI NELLA VITA POLITICA

Ancora una citazione dell'opera di Le Bon: **“L'ingresso delle classi popolari nella vita politica è una delle più sorprendenti caratteristiche della nostra epoca di transizione”**.

Quindi, come guidarli. Non c'è dubbio, tuttavia, che i leader totalitari fecero tesoro delle idee di Le Bon, fondatore della psicologia delle masse. Pensate per un attimo a come si sia fatto infinocchiare il popolo tedesco, così protagonista nella cultura dell'Ottocento e del Novecento (filosofia, letteratura, musica e quant'altro). Hitler manipolò il popolo tedesco a tal punto che furono sterminati milioni di Ebrei; altri milioni di Europei e non solo morirono nella devastante Seconda guerra mondiale. Gabriel Tarde, prof di filosofia moderna al Collège de France, amico di Le Bon, considerava le folle o le masse, “il gruppo sociale del passato”, mentre il pubblico è

“il gruppo sociale del futuro” a cui collega la nascita e la diffusione della stampa che formerà l'opinione pubblica

Negli Stati Uniti la prima rivoluzione dei giornali cominciò nel 1833. Si pubblicavano più copie al costo di un centesimo grazie alle nuove tecnologie nella tipografia e nei trasporti, alla alfabetizzazione, alla pubblicità, alla cronaca nera, agli articoli di divertimento e svago. Dal 1880 in poi la seconda rivoluzione della carta stampata. Si arrivò al milione di copie distribuite e la pubblicità divenne fondamentale per abbattere i costi. All'inizio del secolo scorso diminuirono il numero dei quotidiani e aumentarono i lettori; magari qualche anno prima, verso la fine dell'Ottocento, iniziò "la tendenza verso le grandi catene editoriali". Pochi gestivano gran parte dell'informazione esercitando una consequenziale influenza. "La pubblicità divenne il primo metodo per l'acquisto e la vendita, e i giornali divennero i media". Una frase di Gabriel Tarde nel 1901: "Una penna è sufficiente ad azionare milioni di lingue". Robert Park, sociologo importante degli USA, nel 1904 scrisse *La folla e il pubblico*, portò Le Bon in America. Focalizzò la sua attenzione sull'opinione pubblica:

"La cosiddetta opinione pubblica è generalmente niente più che un semplice impulso collettivo che può essere manipolato dagli slogan [...] L'opinione si forma direttamente e simultaneamente alla ricezione dell'informazione".

Nel 1908, due opere con lo stesso titolo, "Social psychology", di due differenti autori, l'inglese William McDougall, psicologo, e l'americano Edward Alswort Ross, sociologo. Nacque ufficialmente la Psicologia sociale. Si resero conto che un vasto pubblico condivide (specialmente oggi) la stessa rabbia, allarmi, entusiasmi, orrori. Nello stesso anno Graham Wallas docente di Scienze politiche e di relazioni internazionali insegnante dell'allievo Lippman (che vedremo a breve). Alcune sue frasi degli inizi del secolo scorso che fanno parte del vocabolario del Terzo Millennio: "L'empirica arte della politica consiste largamente nella

creazione di opinioni, nel deliberato sfruttamento delle inferenze (conseguenze) subconscie e non razionali [...] l'arte di utilizzare l'abilità per la produzione di emozioni e opinioni si è talmente sviluppata, che l'intera condizione e i contesti politici sarebbero destinati a cambiare nel futuro". In Italia, Nella Prima guerra mondiale la stampa (*Corriere della Sera*) fu protagonista per quanto riguarda la campagna interventista. Negli USA venne creato Il Committee on Public Information per influenzare l'opinione pubblica in direzione interventista. E' sufficiente questa considerazione dell'economista statunitense Roger Babson per capire cosa avvenne dopo con il consumismo: "La guerra ci ha insegnato il potere della propaganda [...] adesso quando abbiamo qualunque cosa da vendere agli Americani, sappiamo come farlo".

FABBRICA DEL CONSENSO

Nel 1922 Walter Lippmann scrisse *Public Opinion* dove si legge "Fabbrica del consenso",

il neologismo di allora che introdusse la politica dei massa-media, l'utilizzo delle nuove tecnologie di comunicazione di massa; furono necessarie non solo la carta stampata, ma anche la fotografia e l'industria hollywoodiana. Abbiamo estrapolato quanto segue: "Il leader è capace di ottenere una volontà omogenea da una eterogenea massa di desideri". Per quando riguarda il cinema italiano, dal saggio "Cinema e Parlamento" di Lucilla Albano, docente di Interpretazione e Analisi del film all'Università degli Studi di Roma Tre, prendiamo alcuni titoli che fanno di satira attuale: *Il deputato e Come si fa un candidato*, entrambi del 1909; *Barillot si porta deputato* (del comico Ernesto Vaser) del 1916. Poi dal 1927 (in realtà dal '30), con l'avvento del sonoro, il cinema di propaganda del fascismo, l'Istituto Luce (che curava la propaganda del fascismo) con i suoi cinegiornali, e quello dei *Telefoni bianchi* (dal colore dei telefoni, distintivi rispetto a quelli neri, genere commedia). A proposito di fabbrica del consenso, corre l'obbligo ricordare "Gli anni del consenso", il IV

volume di *Mussolini e il fascismo*, la monumentale opera di Renzo De Felice che diede un impulso nuovo alla storiografia moderna. Negli anni '50 e '60, i primi decenni dell'era repubblicana, *La Settimana Incom* informava sulla politica italiana, prima della proiezione del film. Il 3 gennaio del 1954 debuttò la televisione per pochi abbonati. Dal saggio, "Radio, televisione e Parlamento", di Enrico Menduni, prof. di Cinema, Fotografia e Televisione all'Università Roma Tre, apprendiamo che

"le telecamere entrano per la prima volta a Montecitorio il 28 aprile 1955 per seguire in diretta l'elezione del presidente della Repubblica, che sarà Giovanni Gronchi".

Sarà poi ripetuta ad ogni elezione successiva. La trasmissione televisiva *Oggi in Parlamento*, era, più che altro, un resoconto di interventi parlamentari. *Tribuna elettorale* iniziò l'11 ottobre 1960 con il giornalista televisivo Gianni Granzotto. Successo immediato. I politici esponevano i programmi dei loro partiti, alla presenza di un giornalista Rai nella funzione di moderatore con i giornalisti della carta stampata. Per la prima volta i politici entravano in scena, passando prima dalla sala trucco. Menduni ci racconta che nello stesso anno in America "John F. Kennedy (abbronzato naturale) apparve maggiormente telegenico rispetto al pallido Richard Nixon nei duelli televisivi per la presidenza degli Stati Uniti. *Tribuna elettorale* diventò nel 1961 *Tribuna politica* ed entrò nelle case degli Italiani. A condurre le trasmissioni i giornalisti: Jader Iacobelli, Giorgio Vecchietti, Ugo Zatterin che dominano la scena della informazione in quel periodo. Negli anni Ottanta si diffonde la diretta tv e particolare attenzione viene data al *question time*. "*Ha vinto la tv*" del lametino Giandomenico Crapis con prefazione di Marco Damilano ci è molto utile per fare una sintesi dell'Italia politica televisiva. Negli anni Sessanta "nell'Italia del boom e dei partiti totalizzanti [...] la televisione del monopolio di Stato è canale pedagogico, intellettuale collettivo,

strumento con cui cattolici e democristiani provano a riconquistare l'egemonia perduta nelle case editrici, nei giornali, nelle università [...] La tv pubblica dà voce al sistema dei partiti (pp. 4,5)". Negli anni Settanta si moltiplica l'occupazione dei partiti nelle banche, nei giornali, negli enti pubblici e la Rai venne lottizzata.

LE TV PRIVATE NEGLI ANNI OTTANTA

Negli Anni Ottanta le tv private prendono il sopravvento

e conducono il gioco con nuovi protagonisti che hanno potere economico e mediatico; vengono fondati partiti che ricevono un aiuto non trascurabile. Le luci si accendono sui cittadini comuni e sulla società e sono accese anche dalla Sinistra; mi vengono in mente le trasmissioni di Gad Lerner e Michele Santoro. Marco Damilano parla di lottizzazione selvaggia. Tanto è vero che Rai 3 è assegnata alla Sinistra (Sandro Curzi). Agli inizi degli Anni Novanta continua la politica in televisione e degli spot in campagna elettorale. Alla fine di gennaio del '94 arrivò la notizia della discesa in campo di Berlusconi e delle sue tv. "Lunghe dirette, trasmissioni propagandistiche [...] un colpo di stato mediatico, per usare l'espressione del sociologo francese Paul Virilio (filosofo, scrittore, esperto di nuove tecnologie) [...] Divi come la Zanicchi, Castagna, Vianello, Mondaini e Mike Bongiorno, tanto per citare i più noti, utilizzarono le trasmissioni per promuovere il partito mediatico (p. 100)". Prende spazio l'informazione spettacolo; da quel momento in poi si svilupparono i talk show. La tele politica dilaga con i suoi salotti televisivi e le risse in tv con le parolacce in diretta. Tribuna politica è un lontano ricordo (era stata soppressa qualche decennio prima per il calo degli ascolti). Abbiamo visto la differenza l'anno scorso con i due video selezionati da Italo. Negli Anni '90 si tiene in gran considerazione l'opinione pubblica come si faceva oltreoceano e in Europa. Le nuove tecniche d'indagine si rivolsero ai comportamenti di voto; oggi vediamo sondaggi quotidiani. Informazione e comunicazione al primo posto. Il subliminale, il messaggio

inconsapevole, prese piede nelle trasmissioni d'intrattenimento. Nel contempo

iniziò a far capolino internet o come viene chiamato oggi da alcuni studiosi il processo di *internettizzazione*, in linea di massima dalla seconda metà degli Anni Novanta,

conquistando sempre maggiore spazio, specialmente negli ultimi tempi, dopo che i talk televisivi hanno perso l'importanza delle origini. Progressivamente sono entrate in politica le nuove parole del pc, del tablet, dello smartphone: account, link, face book, hacker, twitter, tweet, hashtag, blog... Un vocabolario minimo per comprendere al meglio la comunicazione della politica del web. Serve soprattutto a chi sta parlando, non essendo un nativo digitale, anche se usa quotidianamente il computer. Solo quanto basta come il sale nelle pietanze. E allora ecco i termini essenziali. Un account è formato da un nome utente (username) e da una parola d'ordine necessaria per accedere al sistema (password). Il link è un collegamento ipertestuale, tra pagine diverse (es. parola, frase, immagine con icona, colorazione del testo). Facebook è una rete sociale (social network), un gruppo d'individui connessi tra di loro. Purtroppo ci sono facebook fake, i falsi profili che si sostituiscono ai personaggi famosi o fanno altro di disonesto creando dei duplicati, oggi penalmente perseguibili. Il pericolo grave è rappresentato dagli hacker, altri disonesti esperti di reti informatiche capaci di introdursi in reti protette per propri tornaconti. Per evidenziare la scarsa protezione dei sistemi informatici, riportiamo solo una notizia, ce ne sono centinaia di altre, appunto, il gigantesco furto di dati a seguito di un attacco hacker, colpiti anche i servizi gmail (24 milioni di account), yahoo (40 milioni di account) e microsoft (33 milioni di account). Le altre parole che abbiamo scelto. Twitter, da to tweet (cinguettare), la piattaforma che fornisce una pagina personale su cui si scrivono i tweet, piccoli contenuti (microblogging),

messaggi di rete, messaggistica con massimo 140 caratteri che diminuiscono a 116 se viene inserito un link o un'immagine. Apprendiamo da Wikipedia che il termine hashtag deriva dall'inglese hash (cancelletto) e tag (etichetta); è stato introdotto su twitter per individuare parole chiave che richiamano l'attenzione degli utenti su temi particolari. E' usato come aggregato d'interesse nelle principali trasmissioni televisive. Permette l'interazione degli utenti che possono connettere in rete quanto appare sullo schermo televisivo e viene usato anche sulle testate giornalistiche. Sempre da Wikipedia, un blog è un particolare tipo di sito web in cui vengono visualizzati i contenuti multimediali in forma testuale o in forma di post, quasi simile ad un articolo di giornale. Se nel prosieguo incontreremo altra terminologia cercheremo di spiegarne il significato.

LA COMUNICAZIONE CON IL WEB

Noi oggi ci occuperemo dell'altra forma di comunicazione politica, quella attraverso il web. Ormai da qualche decennio ha occupato un posto importante conquistando ogni giorno che passa altri spazi digitali.

Si inserisce, l'abbiamo detto poc'anzi, negli ambiti dei media tradizionali. Tweet e hashtag li vediamo durante le trasmissioni televisive e sotto gli articoli dei giornali. Subentra alla crisi dei talk show che negli ultimi tempi ottengono percentuali di ascolto scarsamente significative. Sopravanzati anche da streaming che ci permette di vedere in diretta gli incontri tra i politici senza il giornalista. A camera fissa, sembra tv e teatro da camera nello stesso tempo, con gli attori, i politici che si vedono soltanto di profilo. Tanto per renderci conto della nuova situazione che si è venuta a creare, diamo un'idea che è soltanto indicativa (niente di più) e ci fa constatare l'enorme divario di share tra lo spettacolo di intrattenimento e il talk politico: nella prima serata del Festival di Sanremo di quest'anno gli spettatori sono stati 12 milioni e 516 mila (49,15% di share, la percentuale del pubblico che ha seguito il programma); nelle stesse ore *Ballarò* di Rai 3 ha trovato davanti al video 885 mila spettatori (3,53% di

share); contemporaneamente, *Di Martedì*, de La 7, ha registrato 719 mila spettatori (3,23% di share). Recentemente c'è stata una timida ripresa dei talk show. Ma come non ricordare che conduttori come Michele Santoro e Gad Lerner non si vedono più davanti alle telecamere. Mentre il "navigare" informatico della politica risulta in costante ascesa ed è sicuramente seguito da fasce giovanili sempre più numerose. Così si sostiene in certi ambiti universitari. Noi ce lo auguriamo. Poco fa si diceva del processo di internettizzazione a metà degli Anni '90. La ricerca italiana, nel merito, non si è fatta attendere troppo. Già nel 1999 *Gianfranco Pasquino*, professore di Scienza politica all'Università di *Bologna*, ne *La classe politica* edita da *il Mulino*, scriveva di democrazia tecnologica (pp. 106-110), già sottolineata nella relazione precedente. Nel 2002 un altro docente di Scienze politiche, *Francesco Raniolo*, dell'*Unical*, il nostro Ateneo calabrese, pubblicò *La partecipazione politica*, dove sostiene che lo sviluppo e la diffusione delle nuove tecnologie offrono delle opportunità di partecipazione e di innovazione delle forme di azione politica dei cittadini", citando testi di *Stefano Rodotà* (pp. 172-173), politico, studioso originario di Cosenza.

WEB 1.0 E WEB 2.0

Prima di procedere a proposito della politica sul Web, è opportuno considerare le due tappe della comunicazione in internet, schematicamente intese come web 1.0 e web 2.0.

Riguardo alla prima piattaforma, le informazioni sono pubblicate in maniera statica con testo e immagini. L'utente legge la pagina e se ne va senza alcuna interazione. La maggioranza (circa il 70%) naviga ancora con la piattaforma 1.0. Dal 2004 in poi è avvenuto il superamento della tradizionale fruizione dei contenuti. Sono nati i siti dinamici (forum, blog) e personalizzabili attraverso le applicazioni web (Tim O'Reilly). C'è stato un salto di qualità notevole. Alcune caratteristiche qualitative: i dati

provengono da sorgenti multiple; è una rete rivolta agli utenti e alla loro interazione sociale; permette la partecipazione attiva degli utenti.

L'avvento del web 2.0 ha cambiato completamente la comunicazione.

La ricerca più aggiornata che conosciamo è stata pubblicata l'anno scorso con il titolo *A colpi di tweet*. L'autrice, Sara Bentivegna, docente di comunicazione politica presso l'Università *La Sapienza* di Roma, ha messo in evidenza l'uso interessato della politica internazionale e nazionale verso la piattaforma 2.0. Potrebbe essere un aiuto, una guida, un modello di riferimento per comprendere le nostre campagne elettorali amministrative e quelle presidenziali americane. Il lavoro della studiosa è aggiornato fino all'anno scorso e nello stesso tempo si rifà a precedenti vicende della politica che hanno segnato il mutamento radicale della partecipazione del pubblico. I 140 caratteri della piattaforma sono risultate fondamentali per i fatti politici internazionali e nazionali. Si parlò di *Twitter revolution* (pp. 95-106) nel 2009 in occasione delle elezioni in Iran che videro la vittoria del presidente Ahmadinejad. Immediate le manifestazioni di protesta per i brogli. Twitter diventò protagonista denunciando tutto e diffondendo le notizie ridimensionando i tentativi di censura dei media tradizionali (stampa, radio e tv) controllati dal regime. L'ex consigliere per la sicurezza degli USA Mark Pfeifle propose "la candidatura di twitter al premio nobel per la pace". Sarà stata un'esagerazione e, però, gli avvenimenti furono narrati e diffusi in tutto il mondo. Si realizzò interamente l'incrocio tra broadcast (un solo messaggio a tutti gli utenti della rete a cui si è collegati) e social media (condivisione di contenuti testuali in immagini, video ed audio). Lo stesso accadde, nel 2011, con la *Primavera Araba* e con la nascita dei movimenti contestatari in Europa (*Indignados*) e negli USA (*Occupy Wall Street*). Passando alla politica meno agitata, quella degli appuntamenti con il voto, gli studiosi fanno continuo riferimento alle elezioni americane del 2008 e del 2012 vinte da Barack Obama. Durante le due tornate elettorali i vari strumenti del software, tra cui twitter, risultarono innovativi, anche

se è parere condiviso da gran parte dei docenti di Scienze politiche che non c'è stata mai discontinuità tra il passaggio delle campagne premoderne, alle moderne, alle post moderne. Basti pensare alla televisione, ai comizi, alla propaganda sui territori, pure nel recente passato, insieme a facebook e a twitter. Certamente nelle campagne elettorali degli ultimi tempi ha occupato spazi che prima erano dei media tradizionali. Si è tenuto sempre presente il modello tradizionale: si partiva dal candidato/partito e si concretizzava soltanto con lo strumento. Ciò quando c'era la piattaforma 1.0 formata da siti statici senza interazione con l'utente.

WEB 2.0 INTERAZIONE CON GLI UTENTI

L'AVVENTO DEL WEB 2.0 HA RIVOLUZIONATO TUTTO.

Oggi numerosi utenti partecipano con interventi dal basso a volte incontrollabili e, quindi a rischio boomerang (Moratti, Berlusconi pp.60-61). E però i vantaggi superano di gran lunga i rischi. Questo secondo momento della comunicazione politica online si contraddistingue per i materiali e/o i contenuti creati dagli utenti, diffusi ampiamente e in molti casi unanimemente condivisi. A proposito della piattaforma di twitter, Bentivegna riporta a pag. 38 la dichiarazione di Teddy Goff, direttore della campagna digitale di Obama nel 2012, pubblicata sul New York Times: "... ha cambiato interamente il funzionamento della politica. Non solo rispetto ai media, ma anche sul versante organizzativo di raccolta dei fondi e (...) sul sistema di relazioni che ogni campagna cerca di costruire". E per quanto riguarda quest'ultimo, entrano in scena i cittadini, non solo come elettori, ma, soprattutto in ruoli visibili e ben determinati: intervengono, esprimono opinioni e/o commenti. Ora gli attori delle campagne elettorali sono prevalentemente tre; cittadini, giornalisti, politici insieme alle performance dei divi dello spettacolo e dei personaggi dello sport. Sono stati contati circa 500 milioni di tweet al giorno, sicuramente non solo di politica.

IN ITALIA 4 MILIONI DI UTENTI ATTIVI REGISTRATI NEL 2013 Italia.

Per la politica ne segnaliamo, centinaia di migliaia, migliaia, a seconda dei casi e delle situazioni. Esistono anche i retweet già lanciati; famoso quello corredato dalla foto che ritraeva Obama e moglie abbracciati, assieme al testo, *Four more years*, immediatamente dopo la vittoria elettorale del 2012. I retweet furono 780 mila. E ci siamo ricordati del nicastrese *Tidoru*, quando abbiamo letto a pag. 24 di *A colpi di tweet* di Amerigo Bucciarelli che, armato di corno in ottone, girava per le vie del paese e le contrade portando le notizie dell'Amministrazione comunale" di Casalbordino in Abruzzo. Sara Bentivegna fa riferimento a questa figura, che appartiene a un passato ormai lontano, per evidenziare come un tempo comunicati, bandi, avvisi di governi locali raggiungevano tutti gli abitanti. Però le notizie erano divulgate da "qualcuno che alla comunità apparteneva". Pare preistorico. Oggi la comunicazione è nelle mani dei media. A pag. 84 sembra che la politologa rivolga l'attenzione ad alcune modalità della polemica politica lametina, passatiste ed inconcludenti: "... la dichiarazione di un soggetto politico (...) può avere una replica immediata tramite la pubblicazione di un tweet annullando il ritardo che un tempo accompagnavano le repliche e le controrepliche (...) annullando, anche, la possibilità di una riflessione sul valore e sul significato di quanto detto a causa dello spostamento dell'attenzione sul nuovo intervento, che rende immediatamente vecchi quelli precedenti (...) con il rischio che si verifichi un effetto polverone". Oggi la replica può essere affidata, semplicemente e velocemente, ad un tweet, anche se resta alto il rischio dell'attenzione dell'utente rivolta solo sull'ultimo tweet, senza traccia di "scambio discorsivo".

Colpi di tweet tra Giorgia Meloni e Matteo Renzi.

@matteorenzi: con Italicum preferenze e singoli candidati di collegio. Spariscono le liste bloccate. Ballottaggio è garanzia anti inciucio#lavoltabuona

@GiorgiaMeloni: con i capilista bloccati 2/3 dei deputati saranno ancora nominati dai partiti. Lo sai benissimo, ogni tanto racconta a verità

@matteorenzi: @GiorgiaMeloni nostra legge si basa su preferenze e candidati di collegio. Cancella la lista bloccata che avevate votato voi, ricordi?

@GiorgiaMeloni:@matteorenzi mai votato liste bloccate, io. Tu sì: la tua proposta fa nominare dai partiti il 70% dei deputati. Il resto sono chiacchiere

@matteorenzi: @Giorgia Meloni mai votato liste bloccate, io. Mai eletto in liste bloccate, io. Osservazione tardiva la tua, ma apprezzata. Ciao Giorgia

@Giorgia Meloni: @matteorenzi mai eletto e basta, tu. Almeno a capo del governo. Ciao Matteo e buona giornata.

Twitter narra gli avvenimenti direttamente agli utenti che possono intervenire immediatamente. Si diffonde un'autonarrazione che va dal chiacchiericcio al discorso impegnato, magari collettivo, sociale o politico. In molti casi le notizie politiche vengono riprese o rimbalzano su giornali e tv. Manuel Castélls (citato da Bentivegna), spagnolo, docente di Tecnologia della Comunicazione presso l'Università della California del Sud, è riferimento importante in quanto ritiene fondamentale per la politica "il controllo della comunicazione e della informazione (*Comunicazione e potere*)" che si può esprimere in controinformazione (o contropotere) nella società in rete a livello globale e locale. Comunicazione, informazione, potere e contropotere sintetizzano il modo di essere della politica contemporanea. Ultimamente Twitter arriva veloce prima degli altri media.

Altri tweet

@angealfa, 29/9/2013: sono berlusconiano e leale. Ma se prevarranno estremismi, sarò diversamente berlusconiano (p.78).

Alfano, vicepremier del Pdl ministro dell'Interno del governo Letta, si dissociò dallo strappo deciso da Berlusconi, subito dopo uscì insieme ad altri parlamentari del partito di FI e fondò il 15 nov. 2013 il Nuovo Centro Destra. Il messaggio, importante per le dinamiche politiche nazionali, venne lanciato senza informare i giornalisti e gli organi di partito, evitando chiarimenti o contraddittori. Come se il ministro avesse avuto un'agenzia di stampa personalizzata ridotta a tweet, senza fare comunicati stampa, né tantomeno conferenze stampa. Altro che repliche e controrepliche. E' sufficiente un tweet.

Nei prossimi tweet ci rendiamo conto della ibridazione tra tv, carta stampata, social network; tra giornalisti e politici. Cambia radicalmente il modo di fare giornalismo.

@matteorenzi 26/1/2015: trame, segreti, finti scoop, balle spaziali e retro pensieri: basta una serata alla tv e finalmente capisci la crisi dei talk show in Italia (p.9).

Il talk show di cui parla Renzi è *Piazzapulita* in onda su *La 7*. Ci sono stati commenti sul tweet durante la trasmissione. Tweet e tv insieme. Il giorno dopo su quotidiani nazionali e stranieri (The Guardian).

Tweet dell'utente che diventa protagonista. Domande dei cittadini, risposte del primo ministro.

@utente: cosa prevederà la riforma della dirigenza pubblica (in un tweet)? Grazie#matteorisponde

@matteorenzi: @utente. Più merito, più mobilità, più qualità (p.54).

Sulla interazione cittadino/presidente riportiamo le parole della studiosa: "La componente recitativa è sembrata prevalere sull' argomentazione e l'approfondimento (...) In estrema sintesi, si può dire che Twitter è la

versione moderna e tecnologicamente sofisticata del vecchio megafono che un tempo simboleggiava la presa di parola. Insomma vecchie pratiche con nuovi strumenti”.

Ma sta a noi realizzare un'altra democrazia adeguata al Terzo millennio con meno rappresentazione e più rappresentanza. Una democrazia che muova dal basso con istanze concrete realizzabili con la buona governabilità del bene comune.

Adesso soffermiamoci sul presidente del Consiglio commentando e/o analizzando un solo tweet (pp. 72-74). In proposito Bentivegna sottolinea il cambiamento dei rituali che è avvenuto quando si dovevano scegliere i ministri del governo Renzi. Cosa succedeva in passato? Scena principale con passerelle interminabili di segretari di partito abbottonati a microfoni e retroscena invalicabili di proposte, negoziati e quant'altro, a volte frenetici; in tale atmosfera i giornalisti cercavano di sapere qualcosa o riportavano all'esterno notizie non confermate, magari in politichese e, quindi di scarsa comprensione, almeno da una parte della cittadinanza. Totalmente diversi furono comportamento, scena e retroscena il 21 febbraio del 2014, quando Renzi si recò da Napolitano per concludere sulla lista dei ministri. Si stava in attesa davanti alla tv. Le telecamere inquadravano da tempo la porta da dove si passa per arrivare nel retroscena. Non si apriva. Già incominciavano ad avere spazio le interpretazioni e i sospetti di contrattazione. All'improvviso è arrivato il tweet di Renzi: “Arrivo, arrivo#lavoltabuona”. Le voci incontrollate si sono zittite. “La maestosa porta si è aperta; è stata agevolmente oltrepassata da un breve tweet prima dell'ingresso del neo presidente del Consiglio. In tal modo, come ha scritto Bentivegna di cui riportiamo brevissima sintesi, Renzi ha raggiunto “numerosi obiettivi”: ha avvisato giornalisti e quelli che seguivano alla tv, alla radio sul web che si stava concludendo la riunione; ha tranquillizzato tutti attraverso le parole usate; il tweet ha azzerato possibili illazioni ed eventuali narrazioni alternative. Ecco spiegata la rivoluzione di twitter con un unico episodio. Il giorno dopo così

hanno scritto le maggiori testate nazionali. *Il Corriere della Sera*: “Mossa senza nessun precedente”. *La Repubblica* ha evidenziato la rottura del protocollo istituzionale”. Bentivegna ha, però, paventato il sospetto che “si tratti di una rappresentazione della trasparenza piuttosto che di un’autentica trasparenza”. Noi ci auguriamo di no. Anzi, speriamo che la nuova comunicazione possa migliorare le campagne elettorali in funzione della scelta di un personale politico efficiente negli Enti locali e in Parlamento sia protagonista, in equilibrio e in dialettica costruttiva con un Esecutivo coeso ed efficace, per la buona governabilità di cui necessita il nostro Paese. Purtroppo la strada da percorrere per ottenere una sostanziale ed efficace democrazia elettronica è ancora lunga. Fino ad oggi i siti web, i blog, i profili su face book dei parlamentari diventano comunicativi, nella maggior parte dei casi, in periodo elettorale. Poi il sito e in genere i social network vanno in freezer.

DISTANZA TRA PARLAMENTO E CITTADINANZA SULLE DECISIONI CONCRETE

L’ASTENSIONISMO RIVELA PERCENTUALI PREOCCUPANTI

Nonostante l’avvento della partecipazione elettronica permane marcata la distanza tra Parlamento e cittadinanza. L’astensionismo rivela percentuali preoccupanti.

Eppure internet in politica, usato come strumento per confrontarsi ed esprimere opinioni, aprirebbe la via per una democrazia veloce dal basso con la formazione di gruppi in grado di seguire gli iter legislativi, di esprimere pareri fornendo eventuali contributi quasi in tempo reale. Sarebbe un inizio diverso di partecipazione che, se corroborato dai parlamentari, creerebbe un clima di fiducia fondata sulla legittimità democratica proveniente in primo luogo dai nativi digitali. Pensate un po’ all’hashtag e a twitter: il primo indirizza la conversazione, il secondo coinvolge nella discussione attraverso i tweet. Sono ormai entrati in politica. Avrebbero bisogno di maggiore concretezza ed efficacia per

eliminare l'autoreferenzialità, passando dalla comunicazione di ristretti gruppi a quella di molti in maniera costante. Se il parlamentare si confronta con l'opinione pubblica, compie un notevole passo in avanti; i passi in avanti aumenterebbero ulteriormente se gli elettori fossero messi nelle migliori condizioni per comunicare, addirittura sollecitati a dare la propria collaborazione all'attività legislativa. A volte succede che il Parlamento chiuda le porte ai cittadini, la riservatezza prevale per quanto concerne, trattative, patteggiamenti, mediazioni. Queste ultime vengono realizzate nelle commissioni. L'opinione pubblica rimane tagliata fuori; soltanto alcuni organi di stampa, per convenienze di certi parlamentari, ricevono notizie riservate. La trasparenza, di fatto, va a farsi benedire. Se, al contrario, si spalancassero pure le porte delle commissioni, dove avvengono i lavori parlamentari rinascerrebbero interesse e fiducia. In tal caso l'uso di internet sarebbe efficace e propositivo. Si realizzerebbe la democrazia elettronica. Sarebbe un buon inizio far conoscere l'agenda parlamentare per raccogliere le opinioni dei cittadini. Si creerebbero dei gruppi di pressione democratica sicuramente alternativi ai gruppi di interesse. A volte il Parlamento si avvita su sé stesso, diventa autoreferenziale o si appiattisce sull'esecutivo; mentre il rapporto equilibrato si concretizzerebbe mantenendo attivi i due vasi comunicanti: Parlamento che interagisce con l'esecutivo, da una parte; dall'altra mantiene i legami con la cittadinanza da cui viene legittimato. Per realizzare questo sostegno, bisognerebbe che gli elettori possano accedere facilmente a tutte le informazioni possibili in tempo reale e oggi con l'elettronica si può fare. Nel contempo i parlamenti del mondo democratico si potrebbero connettere. In tal caso la politica mondiale avrebbe la capacità di controllare e magari prendere provvedimenti su problematiche internazionali (ambiente, terrorismo ...). Insomma la politica tutta si dovrebbe convincere che viviamo in un mondo interconnesso. Oggi ci sono gli strumenti per legittimare democraticamente per tutto l'arco della legislatura l'attività dei

parlamentari all'interno degli Stati e, nello stesso tempo, tra i diversi Stati a livello internazionale. Sarebbe una globalizzazione democratica della politica mondiale. Sicuramente le emergenze del Terzo Millennio (crisi globale, Isis, profughi, guerre, terrorismo internazionale) si affronterebbero in maniera propositiva senza ritardi a rischio catastrofe. Ecco perché è necessario osservare politica e politici al di là delle appartenenze e/o convinzioni di ognuno per una partecipazione adeguata alle problematiche del Terzo Millennio. GRAZIE!

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Wikipedia, Propaganda

Lucilla Albano, Cinema e Parlamento, Storia d'Italia, Einaudi Editore

Enrico Menduni, Radio, Televisione e Parlamento, Storia d'Italia, Einaudi Editore

Gianfranco Pasquino, La classe politica, il Mulino

Francesco Raniolo, La partecipazione politica, il Mulino

Giandomenico Crapis, Ha vinto la Tv, Imprimatur editore

Sara Bentivegna, A colpi di#tweet, il Mulino

PINO GULLA'

Video You Tube

- 1) VII GABINETTO DE GASPERI
- 2) 11 OTTOBRE 1960 LA PRIMA TRIBUNA ...
- 3) ACHILLE LAURO SCENDE IN CAMPO
- 4) TRIBUNA POLITICA INTRODUZIONE JADER JACOBELLI

5) TRIBUNA POLITICA CON UGO LA MALFA

6) MARIO SCALBA TRIBUNA POLITICA

7) LO SHOW DEL CLOWN BERLUSCONI

8) PRIME PAROLE DI MARIO MONTI

9) INCARICO AD ENRICO LETTA

10) STREAMING CONSULTAZIONI PD M5S

11) MATTEO RENZI PORTA A PORTA