

LABORATORIO POLITICO

## LA POLITICA NELL'ERA DELLA TELECRAZIA

Ho accettato l'invito del "Filo di Arianna" di tenere una lezione sul modello democratico nell'era della televisione, che tecnicamente si chiama telecrazia. Può darsi che rimaniate deluse da questa lezione per diversi motivi: uno è che questa lezione è neutra-universale, il secondo è che molte delle cose che dirò sono già note, in quanto appartengono al senso comune. Il mio sforzo è di renderle da "note" a "conosciute", ossia di inserirle in uno schema di spiegazione per cui non ci sfugga qual è il modello politico con cui abbiamo a che fare nel mondo contemporaneo.

Spiegherò tre modelli: il primo è il modello classico della democrazia, il secondo quello neo-classico della democrazia e il terzo è il modello della democrazia telematica, cioè telecrazia. Prima però occorre fare un accenno al modello che precede l'avvento della democrazia nella modernità.

Il modello "pre-moderno" è di tipo piramidale: il potere e il comando vengono dall'alto, quindi ha un andamento verticale dall'alto in basso, è un modello quindi alla base del quale stanno i "senza potere" e la cui verticalità si articola variamente in maniera molto complessa. Dobbiamo tener presente che questo modello ha una verticalità dall'alto al basso, è statico, non c'è nessuna elasticità né scambio, e in cui il consenso nei confronti del sistema di potere non costituisce problema perché tale ordine è ritenuto assieme naturale, divino e razionale e quindi non c'è bisogno di tecniche per ottenere il consenso - che vuol dire obbedienza al comando -. Ciascuno degli individui che è all'interno di questo modello, in qualsiasi posto sia, non è necessariamente ritenuto razionale e autonomo e ciascuno ha diritti, poteri e doveri diversi. In questa strutturazione gerarchica e piramidale, per differenze, il concetto di uguaglianza è assolutamente assente.

Il successivo modello classico della democrazia nasce come teorizzazione nell'Inghilterra intorno al 1600, si sviluppa molto in Francia e ha il suo trionfo nella rivoluzione francese e americana. E' un modello che ha come punto di partenza degli individui che stanno tutti alla base e quindi su una orizzontalità perfetta ed equivalente: ciascuno di essi è considerato un soggetto razionale, autonomo ed attivo, ossia capace di azione autonoma. Poiché sono su un livello di orizzontalità e il potere è caratterizzato da una verticalità, quindi comporta il comando di qualcuno su qualcun altro (qualsiasi situazione di autorità è una situazione verticale), il problema è trovare un meccanismo, a partire da questi che sono tutti eguali, per cui si possa

scegliere qualcuno che viene ad avere più potere degli altri, uguale di partenza, ma diverso e superiore in quanto investito del comando. Per questo viene trovato il meccanismo della maggioranza, puro meccanismo formale, vuoto, quantitativo, per scegliere qualcuno che andrà designato, verso il voto, andrà nel luogo del potere. Il movimento quindi non è più dall'alto verso il basso, ma al contrario, il processo di legittimazione del potere è dal basso all'alto.

La democrazia viene così ad essere un sistema formale di scelta dell'élite, quindi una forma di governo. Da forma di governo la democrazia ben presto, nel giro di pochi anni, diventa un valore. Quando parliamo di democrazia infatti non ne parliamo come una forma di governo, ma come un valore positivo il cui negativo sarebbe l'anti-democratico. Ciò non è iscritto nella realtà della cosa, ma passa nell'Occidente come un valore.

C'è qui un problema numerico: poiché coloro che sono tutti eguali sono moltissimi numericamente, perché la democrazia appartiene a uno Stato-nazione, quindi a un territorio molto esteso, per la scelta dell'élite vengono fatti dei collegi territoriali. La territorialità del sistema di elezione democratica (che fa parte di tutti i modelli democratici moderni ed antichi) è imposta dalla semplice questione del numero e però è sempre iscritta nel modello classico di democrazia, che è il concetto dei cittadini come agenti liberi, autonomi e razionali. In teoria nel modello si dovrebbe trattare di collegi razionali ristretti in cui i cittadini si conoscono tra di loro e quindi possono scegliere il migliore. Migliore perché? La democrazia non risponde a questo. Se dicessimo "il migliore perché rappresenta meglio i miei interessi" allora dovremmo ammettere che questi non sono proprio tutti eguali, ma che hanno interessi diversi; ma questo non fa parte del modello formale.

Vediamo ora i problemi di questo modello. Uno lo abbiamo già visto ed è fondamentale. Sebbene il sistema sia preteso come formale, la forma non è che una griglia per far funzionare dei contenuti. Il sistema cioè di scelta delle leadership non avviene secondo il criterio "scegliamo fra di noi i migliori", ma secondo il criterio "scegliamo coloro che rappresentano meglio i nostri interessi". Ciascun individuo è ritenuto capace di essere portatore di un interesse e capace di scegliere qualcuno che vada a rappresentare nel luogo del potere questo suo interesse. Uno dei due contenuti fondamentali che guidano la scelta delle leadership, contenuto peraltro molto vecchio, è quello religioso. Il sistema piramidale che avevamo considerato prima crolla soprattutto per le guerre di religione. Il contenuto fondamentale che determina la scelta dell'uno o dell'altro leader è all'inizio senz'altro l'appartenenza religiosa (protestante o cattolico). Questo contenuto confessionale diventa il marchio di quelli che poi si chiameranno "partiti". Questi sono delle organizzazioni che rappresentano determinati contenuti e che quindi facilitano e semplificano il conflitto fra i vari contenuti, per cui ciascun individuo, avendo un interesse, si orienterà verso quel partito che meglio lo rappresenta. L'elemento religioso che è all'origine non lascia più i partiti, rimane sempre molto forte. L'altro contenuto è del tutto nuovo e fa parte della società in cui si verifica (siamo nella metà del 600, primi del 700, quindi alla nascita della borghesia). Siamo in un'epoca in cui

incomincia la cultura capitalistica, di mercato, certamente dove si definiscono interessi di tipo economico. Questi - determinano una diversità di interessi a seconda del posto che gli individui occupano all'interno del mercato del lavoro - per dirla con Marx i detentori dei mezzi di produzione e i lavoratori. Anche questo determina delle grandi ideologie partitiche che non tramonteranno più, se non nella confusione recente. La presenza di questi contenuti diversi diversifica i partiti, come cinghia di trasmissione per la scelta della leadership e fa sì che i partiti stessi divengano luoghi di "professionisti della politica". Non ci sono prima dell'età moderna professionisti della politica, cioè gente che vive di politica (il re comandava, ma non viveva di politica).

Quando si arriva nel '900 e questo sistema dal punto di vista storico è diventato pressoché perfetto, abbiamo la teoria neoclassica della democrazia, la quale non rifà il modello, ma lo reinterpreta, dicendo che era tutto sbagliato. Nonostante la reinterpretazione del modello, la democrazia come valore rimane attaccata al modello delle origini (liberté, égalité, fraternité). I neoclassici sostengono che non c'è nessun movimento verticale dal basso verso l'alto, ma esattamente il rovescio: c'è solo un movimento verticale dall'alto verso il basso. Perché se è vero che la democrazia consiste in una tecnica di selezione dell'élite, in sostanza il voto, allora la democrazia funziona nel modo seguente: ci sono delle élites che si propongono sul mercato del voto, fanno un'offerta di se stesse perché devono conquistarsi il voto, ossia devono essere comprate. L'elettore è un consumatore, il modello è il puro mercato: c'è corrispondenza tra il linguaggio del mercato e il linguaggio politico. L'elettore invece di pagare col denaro, paga col voto; per conquistarlo le leadership sono in concorrenza tra di loro per rendersi appetibili. Il cuore della democrazia è quindi la propaganda, la conquista del voto poiché la democrazia ha la sua massima radice nel momento elettorale. Notate che il modello del mercato è un modello perfetto, secondo i neoclassici, con delle conseguenze molto importanti. Le leggi del mercato sono le stesse che regolano il mercato politico e dicono che i prodotti devono essere molti, deve esserci cioè una pluralità di offerta. Allora la democrazia esiste là dove c'è una pluralità di partiti che si offrono; là dove c'è una sola offerta non c'è democrazia, tanto è vero che non c'è mercato, e quindi si chiamerà totalitarismo, despotismo, ecc. Dato che siamo appunto in un modello di mercato non basta che ci siano molti prodotti, ma occorre che ci siano molti padroni del supermercato, che è metafora dei mezzi di informazione. Non siamo ancora nel '900 contemporaneo con la telecrrazia che sarà il passo successivo, siamo già però in un'epoca con forte sviluppo dell'informazione. Allora: il movimento è verticale dall'alto in basso, funziona come un mercato, quindi per la vendita del prodotto la propaganda è fondamentale, perché siamo in democrazia e occorrono pluralità di prodotti e pluralità di supermercati, ossia pluralità di élite sul mercato e pluralità di mezzi di informazione, i quali non solo non possono essere posseduti dalle élites (il Dixan viene venduto nel supermercato ma non possiede il supermercato), ma devono essere in mano a proprietari diversi. Queste cose vengono capite agli inizi del '900 ed elaborate fra la prima e la seconda guerra mondiale e alla fine della seconda guerra mondiale sono talmente conquistate che diventa banalità parlarne. Il pluralismo delle leadership e dei mezzi di informazione, il non possesso di questi da

parte delle leadership sono principi così ovvi per designare una democrazia e distinguerla dalla non-democrazia che nei libri di politologia non si trovano più. Se vogliamo spiegare a uno straniero cosa succede in Italia, non possiamo riferirci ai libri di politologia sul sistema democratico, ma su quelli dispotici totalitari. Comunque secondo i neoclassici i cittadini consumatori, pur essendo bombardati dal mercato, sono sempre soggetti autonomi, razionali, attivi. Quindi non è cambiata nel modello l'idea del cittadino; è vero che questi è il cittadino-consumatore, ma mantiene le stesse caratteristiche di quello del modello classico.

Ma anche questo modello ha dei problemi e più dell'altro. Primo il parallelo tra il mercato dei consumi in generale e quello del consumo politico presenta delle ambiguità tremende. C'è una tecnica di propaganda che dice che Dixan è meglio di Dash: io posso essere convinta che Dixan è meglio di Dash, però poi Dixan me lo compro, lo provo e verifico se è meglio di Dash. Ossia: dei beni di consumo l'uso può essere in gran parte verificato e controllato. L'offerta politica al contrario è assolutamente incontrollabile, non consiste in bene di consumo con cui veniamo in contatto, ma consiste in messaggi così indeterminati e specialistici che escludono il controllo, lo dilazionano e fanno passare tanto di quel tempo, dall'offerta al controllo di quello che è successo, che il tempo fa dimenticare l'offerta.

Colui che offre la politica, una leadership, si pone come competente ed ha un linguaggio di questioni che non sono assolutamente alla portata della competenza degli elettori-consumatori; inoltre non si tratta di qualcosa che poi si usa, ma che non rientra mai nell'uso e nell'esperienza reale del consumatore. Quindi l'indeterminatezza dell'offerta rende quella politica molto diversa dai prodotti di consumo. Dice Giovanni Sartori: il cittadino non decide, il cittadino decide chi deve decidere, per definizione perché non si deve occupare dei contenuti della decisione politica stessa. Proprio perché la propaganda è l'elemento più importante, le sue tecniche sono molto sottili e del tutto incontrollabili da parte del consumatore. Prima ancora che scoppi la questione televisione, centrale nella politica, si comincia a profilare anche nel modello neoclassico un dubbio sul fatto che questo cittadino-consumatore sia un soggetto razionale, autonomo e attivo. Viene piuttosto considerato un cittadino poco razionale, piuttosto emotivo, non autonomo, facilmente manipolabile e poco attivo. Passiamo al modello della telecrazia.

La telecrazia è un modello che evidenzia il fatto che i problemi che trovavamo nel modello neoclassico erano veri, facendoli esplodere. La telecrazia è un modello di assoluta verticalità dall'alto, totalmente regolato dal cosiddetto "villaggio globale" multimediale, nel quale il soggetto non sono più i cittadini-elettori, ma - badate bene - nemmeno le leadership. Il soggetto è il sistema stesso, che ha una sua soggettività, sue leggi interne, "obiettive", che non funzionano per la volontà di qualche soggetto, ma fanno funzionare tutti i soggetti secondo la volontà del sistema e quindi il sistema telematico è il vero Grande Fratello ....., è complicatissimo e in esso alcuni hanno più autonomia e altri meno. Quali sono le caratteristiche del sistema telematico?

1) Inversione di senso fra fatto e immagine. Il senso e la realtà delle cose non è più nei fatti, ma nella loro immagine teletrasmessa. Questa è un principio di verità e di esistenza: ciò che c'è in televisione esiste e ciò che non c'è in televisione non esiste. Nel teleutente, specialmente giovane, la realtà dell'esperienza quotidiana fattuale è molto minore di quella virtuale televisiva. Quest'ultima ha una grande forza e l'esperienza quotidiana sembra inadeguata rispetto al suo modello.

2) Sociologia delle emittenti. L'emittente - i professionisti del grande villaggio informatico - seleziona delle notizie, delle immagini piuttosto di altre, tuttavia la tecnica ha delle leggi che sono superiori alla volontà del selezionatore e che lo costringono a una determinata logica. Ad esempio la narrazione di un fatto dev'essere a flash, non indaga quindi né i motivi né le conseguenze del fatto stesso. Il modello cognitivo tradizionale - secondo cui una cosa si sa quando se ne conoscono le cause - viene completamente soppiantato; non c'è un'indagine sulle motivazioni, il consumo è velocissimo. In sintesi c'è un intervento volontario (selezione ideologica, costruzione del messaggio, ecc.) e quello che viene chiamato dai sociologi un "pregiudizio involontario": la legge stessa della tecnica delle immagini costringe le notizie a confezionarsi in un determinato modo, quindi il senso delle notizie non è determinato tutto dall'elemento umano, ma in gran parte dovuto al mezzo.

3) L'effetto agente. Si lega al primo aspetto, ma sottolinea l'elemento della ripetizione: la realtà effettiva viene confermata dal fatto che l'immagine si ripeta. La sua cumolazione non produce noia, ma un senso di realtà. La ripetizione è legittimazione. Dato che esiste solo ciò che appare in televisione, ciò che appare mille volte esiste mille volte di più di ciò che è apparso una volta e quindi ha uno statuto ontologico di realtà fortissimo. Ad esempio opinione comune è in Italia che il femminismo non esiste: per il fatto che esso non compare in televisione, non subisce la ripetizione dell'immagine, ha questo statuto di totale inesistenza. Essendo la televisione leader nel villaggio comunicativo la televisione, la stampa si adatta alla logica televisiva, normalmente non va a informarsi sull'esistenza del femminismo, nonostante produca un'editoria fortissima in Italia.

La comunicazione politica in senso stretto prevede un leader che parla alla televisione; in effetti l'efficacia di questa comunicazione politica è molto bassa rispetto a quella non politica che supporta la politica stessa. Tutte le altre forme di comunicazione televisiva quindi determinano una formazione della mentalità del teleutente che è molto più forte del messaggio politico diretto. Questo significa che il politico, che deve conquistarsi il mercato del voto, può essere efficace se imita il potere comunicativo della televisione non politica; non è la pubblicità del Mulino bianco che si adatta a Berlusconi, ma è viceversa, cioè è l'immagine del Mulino bianco che è molto efficace e che quindi deve essere adottata dal leader politico. I leader non vengono scelti dal cittadino, ma neanche all'interno delle élite o all'interno dei partiti, perché verrebbe scelto allora con un criterio weberiano, ossia che il leader è bravo, parla bene, ed è carismatico. Questo viene invece scelto in base alla sua telegenicità e

per determinare la sua adeguatezza al mezzo televisivo ci sono staff di esperti che studiano questo problema. Appena Prodi è sceso in campo la questione è stata: è telegenico, comunica o non comunica, non è conosciuto dal 50% degli italiani. La sorte della coalizione che forse avrà come capo Prodi, tutti i politologi sono d'accordo, dipenderà dalla sua telegenicità. Questo in Italia è in una fase recente e accelerata; in America questi meccanismi sono notissimi, qualsiasi leader è creato semplicemente da uno staff di studiosi pubblicitari.

La questione della telegenicità è fondamentale anche per i contenuti della politica. Da un punto di vista critico e intellettuale si nota che spesso non si parla di programmi; ma non se ne deve parlare, perché lo spettacolo non politico, che è quello che guida le forme che la politica deve darsi, non parla mai di programmi, non c'è mai il discorso riflessivo, ragionato. Il non parlare di programmi non è un difetto del leader quindi, è una qualità politica: significa che non si è noiosi, che non si usa un linguaggio che respinge l'appetibilità del leader. Non parlare di programmi è un dettato dell'immagine.

**4) Scomparsa dell'elettore.** L'elettore vota, ancora per poco, ma in una situazione paradossale dove si dimostra la sua totale inutilità. Egli infatti si sente quotidianamente replicato e anticipato dai sondaggi: c'è una schiera di elettori fantasma, che siamo tutti noi proiettati in avanti, che vota ogni giorno. Questa replicazione fantasmatica fa sì che l'elettore sparisca o che ci sia ancora ma come la più inutile delle cose della politica. Notate bene che non è del tutto inutile; è utile a testimoniare ancora una volta, se ce ne fosse bisogno, il potere della televisione. Essa dice: domani si vota e ci sarà il 50% così, il 30% così, ecc. Noi andiamo a votare e vediamo che al di là di ben poco la televisione ci aveva proprio azzeccato: quindi abbiamo dimostrato l'inutilità del voto, ma ancor più drammatico, abbiamo rafforzato il potere televisivo. La televisione dice la verità, è realtà. Questo è un elemento sconvolgente della telecrazia; in alcuni paesi, per esempio in Germania, cominciano a vietare i sondaggi preelettorali. E' anche un dramma perché l'elemento fondamentale della democrazia classica, da cui eravamo partiti - tutti uguali, autonomi, attivi - sparisce. Un sistema dove gli elettori scelgono le élite diventa un sistema dove l'elettore è superfluo, disgregando così tutti gli elementi fondamentali della democrazia stessa.

**5) Mutazione antropologica.** Il soggetto, che qui è il cittadino teleutente, non è più né razionale, né autonomo, né attivo; è invece vittima di una narcosi e di una passività, nel senso che rinuncia all'azione e per il primato di una contemplazione di tipo assorbente. Stanno saltando tutti i modelli, quello classico e quello neoclassico. Egli risulta incapace di articolare un esercizio, un discorso razionale sui suoi stessi interessi. I partiti erano dei collettori semplificatori degli interessi economici per cui si presupponeva che gli elettori fossero capaci di articolare un discorso razionale sui propri interessi; ora è dimostrato che la maggioranza dei cittadini è assolutamente incapace di articolare un discorso razionale sui propri interessi, perché questi sono troppo vicini, troppo concreti e appartengono troppo all'esperienza e quindi sono molto più deboli della forza delle immagini. Secondo il modello precedente, un discorso fatto

da un grande capitalista non poteva interessare lavoratori, classe operaia, piccoli borghesi; ora si è dimostrato esattamente il contrario. Il grande supporto elettorale per esempio del fenomeno Berlusconi è costituito dai piccoli commercianti al dettaglio. Rimane una capacità residua, ma non conta più niente.

6) Dissimmetria dei vari ceti. Nel modello premoderno c'erano ceti diversi (il re, il barone, i valvassori, ecc.): il modello democratico li ha tendenzialmente cancellati, ma dato che lo ha fatto solo formalmente, il modello democratico (art. 3 della Costituzione italiana) tende a diminuire le differenze sociali tra le persone e tra i ceti, tende cioè a far sì che i poveri siano meno poveri e, soprattutto con l'istruzione obbligatoria, che le risorse intellettuali dei cittadini siano tendenzialmente simili. Questo è tipico di tutti i paesi democratici.

La telecrazia determina esattamente il rovescio. Ci sono fondamentalmente tre ceti: gli esperti di comunicazione, chiamiamolo ceto informatico, ha padronanza del mezzo tecnico, conoscenza dei linguaggi subliminali, delle tecniche seduttive ecc. possiede quindi il vero sapere di fine millennio. L'analfabetismo della popolazione rispetto a questo sapere è quasi totale.

Il secondo, il ceto politico, è quello di coloro che hanno risorse di vario tipo - potere, denaro - per comprare, pagare il ceto informatico. Quello non ha il sapere informatico, è ignorante rispetto al grande sapere dell'epoca, però ha i soldi per comprarsene l'efficacia.

Poi c'è il ceto intellettuale, formato da coloro che hanno sufficienti risorse per decodificare parte del messaggio telematico. Questo ha una capacità parziale di decodifica e delle chances di resistenza al messaggio telematico, che provengono da letture, istruzione, esperienze politiche.

Questi sono i tre ceti fondamentali che hanno gioco: gli informatici ne hanno fortissimo, i politici hanno buon gioco, gli intellettuali sono un ceto a parte, che resiste. Questi hanno "discorso", capacità di parola, logos, e si pongono in maniera diversa nel villaggio globale informatico, mantenendo una residua capacità di scelta e soggettività.

Poi c'è il quarto ceto che in genere viene chiamato dai politologi "senza discorso", che non ha più la facoltà del soggetto razionale, autonomo e attivo. Questo è costituito da coloro che sono vittime di un sistema che non conoscono; la loro distanza cognitiva e culturale dal ceto informatico è più grande di qualsiasi altra mai verificatasi nella storia umana. Il gap tra il teleutente e il sapiente informatico è infatti più profondo di quello tra lo schiavo e il libero ateniese, superiore a quello tra l'analfabeta e l'alfabetizzato durante tutta la storia umana. Infatti l'alfabetizzato per la sua conoscenza dello scrivere e del parlare poteva imbrogliare il poveretto, ma non gli toglieva la capacità di un'esperienza diretta, non manipolata dall'Azzeccagarbugli stesso; anche il povero contadino, che non capiva la legge e ne veniva imbrogliato, aveva pur tuttavia un ambito di

esperienza - il lavoro, la casa - dove il discorso non arrivava e manteneva quindi una sua realtà. Il villaggio informatico tende invece a narcotizzare questa realtà e quindi la mutazione antropologica è molto più forte.

Riassumendo: questi "senza discorso" sono distantissimi dal potere che li domina, quindi distantissimi dal ceto informatico; da quello politico, perché non hanno risorse per comprarsi gli informatici e quindi sono tagliati del tutto fuori da questo gioco politico del villaggio globale.

E verso gli intellettuali? Questo ceto senza logos è ostile agli intellettuali. Questi ultimi vengono ritenuti legati al vecchio, cioè all'uso della parola, e il ceto di teleudenti è stato educato al disprezzo per la parola. Il discorso razionale, l'argomentazione appartengono alla democrazia preteleviviva. La parola è dei sapienti, degli intellettuali che la usano per ingannare; è distante da chi non è educato alla parola stessa, è distante da chi parla ma è incolto; l'immagine al contrario è vicinissima, è a portata di mano e comprensibilissima. In più viene confezionata in modo da essere chiara e comprensibile - questo famoso corto circuito si chiama audience: le esigenze dell'audience abbassano il livello culturale della comunicazione, ma questo crea un effetto di ritorno per cui il livello culturale stesso è sempre più basso. L'immagine è accessibile e fidabile, la televisione abbatte i privilegi, la televisione la capiscono tutti. I discorsi politici degli intellettuali li capivano in pochi invece e quindi il ceto dei "senza logos" coltiva un'ostilità nei confronti degli intellettuali.

Pongo delle domande a noi e a me, delle domande radicate rispetto alla mia e alla nostra esperienza femminista. Se così stanno le cose, è meglio la nostra resistenza intellettuale, la felicità della nostra esperienza ci basta, oppure è meglio partire da questa esperienza per conquistare strategicamente i mezzi del villaggio globale?

Ce ne possiamo infischiare della realtà politica, della comunicazione multimediale; la tipica ostilità femminile per la tecnica e per la sua evoluzione informatica è un valore da difendere o è l'ennesima spia dell'esclusione delle donne da parte del sistema fallocentrico, che noi invece leggiamo come un valore positivo di estraneità?

Il femminismo esiste e noi lo sappiamo: ma quante altre lo sanno?