

## La democrazia d'opinione e l'autoreferenzialità dei media Il punto di vista di Carlo Marletti

En el present número monogràfic d'ANÀLISI, dedicat a l'opinió pública, hem volgut oferir, tant al món científic en general com al nostre propi en particular, les opinions de Carlo Marletti, eminent especialista europeu en temes de comunicació política, sobre algunes de les qüestions que són actualment rellevants.

La teoria normativa desenvolupada, que tan influent ha estat en els àmbits universitaris, és judicada amb lucidesa per Carlo Marletti, que la situa en els contextos històrics i culturals en què va sorgir. D'altra banda, també comenta críticament la manera com el sistema polític actual utilitza les tècniques demoscòpiques. Marletti fa, doncs, l'esforç de situar el tema de l'opinió pública en el marc de les societats complexes actuals, cosa que el porta a considerar poc explicatives les distintes visions que se n'han fet només tenint en compte la primera etapa de la societat burgesa o, a tot estirar, la societat de masses. D'aquesta manera, podem dir que supera tant els enfocaments purament empírics, com els basats en posicions normatives, i es declara a favor d'una recerca exercida críticament, lluny de les deformacions administratives que pateix. Una recerca que cada vegada és més difícil que es pugui realitzar des de les universitats per falta de mitjans i per tant que, de manera més i més important, és a mans de les grans corporacions.

Marletti deixa molt clara la participació dels mitjans de comunicació en la confecció i difusió dels temes objecte d'opinió, però descarta totalment una descripció conspirativa en l'ús d'aquests mitjans. Contràriament, ell fa èmfasi en les rutines que segueixen els professionals. Considera que els periodistes realitzen la seva tasca d'una manera que podríem considerar mecànica i, fins i tot, inconscient. Comptat i debatut, en una societat tan complexa com l'actual, el públic té nombroses possibilitats d'escapar al setge del qual pugui ser objecte per part dels mitjans de comunicació. D'acord amb això, els corrents d'opinió tenen un component d'indeterminació que sovint els fa aparèixer com els fenòmens climàtics.

Marletti adopta una posició realista i crítica en el tractament d'un tema tan fugisser com és el de l'opinió pública. Parafrasejant-lo, direm que no hi ha

cap entitat social que es pugui identificar com a opinió pública, sinó que la formem tots nosaltres, persones reals, amb la nostra acció social.

Carlo Marletti és professor de Sociologia a la Facultat de Ciència Política de la Universitat de Torí. Col·labora amb Filippo Barbano, Norberto Bobbio i Paolo Farneti en el Centro Studi Paolo Farneti d'aquesta universitat d'ençà de la seva fundació. Fou catedràtic extraordinari UNESCO a la Universitat Autònoma de Barcelona, durant el curs 1997-1998.

Marletti ha desenvolupat una tasca reconeguda en el camp de la teoria social i de la sociologia política. Hem de destacar que ha dirigit nombroses investigacions sobre temes de reconeguda importància per al coneixement del paper que fan els mitjans de comunicació a Itàlia. Al costat de la seva tasca d'investigador, i, naturalment, en estreta relació, tenim el seu mestratge com a professor universitari.

Fruit de la seva actuació com a investigador i com a docent, ha estat la publicació de nombrosos assaigs i recerques. D'entre les seves obres destacarem: *L'informazione tematizzata* (1982); *Media e Politica* (1984); *Prima de Dopo. Tematizzazione e comunicazione politica* (1985); *Emancipazione e liberazione* (1987); *Fra sistematica e storia* (1991); *Extracomunitari. Dall'immaginario quotidiano al visuto del razzismo* (1991), i *Televisione e Islam. Immagini e stereotipi dell'Islam nella comunicazione italiana* (1995).

En tota la seva activitat com a investigador i docent destaca, ultra el seu pregon coneixement de l'obra dels sociòlegs antics i moderns, una sana tendència a agermanar la metodologia rigorosa en el camp purament teòric amb un pregon sentit de la vida real, que no dubtarem a qualificar de característic de la civilització llatina de tots els temps. És per això que ens proporciona una visió de l'opinió pública realista i funcional, que supera tant les posicions reduccionistes de l'empirisme anglosaxó, com les pures argumentacions racionalistes pròpies dels autors centreeuropeus.

Hem de remarcar, també, la posició crítica que manté enfront de les tendències actuals favorables al neoliberalisme. Marletti lluita per restablir el paper preponderant de la universitat en la recerca científica.

## Quale è il tuo punto di vista sul dibattito relativo all'opinione pubblica e in particolare che cosa pensi della teoria normativa elaborata da Jürgen Habermas?

L'opinione pubblica, ha scritto Judith Lazar (*L'opinione publique*, Sirey, Paris, 1995), è uno dei soggetti più controversi che vi siano nelle scienze sociali. Il dibattito contemporaneo su questo tema dura da molto tempo, almeno sin da quando Walter Lippmann pubblicò nel 1922 *Public Opinion* (Harcourt Brace, New York), un testo ormai considerato un classico. E' un dibattito complesso, che attraversa più di una generazione di studiosi ed esperti; e prima di esprimere un giudizio su di esso mi sembra doveroso storicizzarne i momenti più importanti. Lippmann è stato tra i primi a dichiarare che l'opinione pubblica, come veniva concepita sino ad allora nella teoria democratica liberale, altro non era che un mito, un vero e proprio «fantasma» sociologico, fatto di molte teste e mai identificabile con qualcuna di esse in modo sicuro. Di questo mito gli editori dei giornali e le agenzie di stampa si appropriavano per i loro fini economici e politici. Non è un caso che Lippmann abbia aperto proprio negli Stati Uniti il dibattito su come l'opinione pubblica può essere condizionata e strumentalizzata. Nei paesi di tradizione anglosassone l'influenza del giornalismo e della stampa veniva considerata come un contrappeso democratico all'esercizio del potere, sin dalle origini del regime parlamentare, nel XVII secolo. Ma le dimensioni ipertrofiche che gli apparati delle comunicazioni di massa avevano ormai assunto negli Stati Uniti facevano capire che era in atto una mutazione genetica, un cambiamento profondo, tale da stravolgere la concezione sino allora corrente dell'opinione pubblica. Il merito di Lippmann fu di spostare il dibattito dal ruolo dell'opinione pubblica come contropotere al problema del controllo su di essa da parte di poteri oligarchici esterni. Oggi è forse venuto il momento di imprimere un'altra svolta al dibattito e di considerare l'opinione pubblica non soltanto come oggetto di controllo e manipolazione, ma anche come fattore di accrescimento dell'incertezza e della irresponsabilità sociale. Ma su questo punto tornerò più avanti.

Venendo alla teoria normativa di Habermas, per discuterne adeguatamente credo sia opportuno prima di tutto inquadrarla nella tradizione tedesca degli studi sulla comunicazione di massa e riportarla alla congiuntura politica e sociale nella quale venne elaborata. Come ha spiegato Leon Bramson nel suo noto saggio *The Political Context of Sociology* (Princeton University Press, Princeton, 1961), la tradizione tedesca degli studi sulla comunicazione ha sempre trattato l'opinione pubblica come coscienza di massa, facendone un'entità collettiva, qualcosa di simile allo spirito di un popolo, mentre la tradizione americana l'ha studiata come insieme variabile di atteggiamenti che si compongono e si scompongono a seconda delle congiunture. Elizabeth Noelle-Neumann che ha tentato una ricostruzione filologica e storica del concetto (*Die Schweigespirale: Oeffentliche Meinung-unsere soziale Haut*, Munich und Zurich, 1980), sostiene che il termine tedesco *Meinung* non ha lo stesso significato del termine inglese *opinion*, derivato dal latino. Mentre quest'ultimo si

richiama al problema politico del consenso o del dissenso intorno ad una idea, il termine tedesco si richiama al problema gnoseologico della verità o non verità di una idea, e in base alla contrapposizione aristotelica tra Aletheia e Doxa considera le opinioni come idee discutibili, che hanno un valore inferiore alle idee vere. E' insomma quello che nelle lingue neo latine si definisce come «opinabile».

Tra gli autori di lingua tedesca che hanno affrontato il tema della manipolazione nel periodo fra le due guerre, ricorderò qui soltanto Karl Mannheim (*Mensch und Gesellschaft im Zeitalter des Umbaus*, Leida, 1935), la cui analisi degli usi simbolici della politica e delle conseguenze che il controllo dei mezzi di comunicazione può avere nella società di massa è da considerarsi tuttora attuale per molti aspetti. Ma il punto da sottolineare è che negli anni trenta il contesto nordamericano delle grandi metropoli con le loro folle solitarie era assai diverso, politicamente e storicamente, da quello mitteleuropeo della conquista delle masse popolari da parte della propaganda totalitaria. E ciò anche se un grande moralista come Adorno sostenne che negli Stati Uniti la violenza e la pervasività sociale della pubblicità era soltanto l'altra faccia della violenza della propaganda nazista che manipolava la coscienza di massa. Secondo il suo punto di vista, la Germania totalitaria di Hitler e gli Stati Uniti democratici di Roosevelt sarebbero stati praticamente uguali. Una equazione difficile da accettare, per chiunque consideri il ruolo importante e per certi aspetti decisivo che Hollywood e l'industria dello spettacolo nordamericano ebbero nella propaganda antifascista e nella mobilitazione bellica. E oltre a ciò, si deve ricordare che nel dopoguerra molti registi e attori progressisti furono vittime del maccartismo (A. Barbato, *Come si manipola l'informazione. Il maccartismo e il ruolo dei media*, Editori Riuniti, Roma, 1996). Del resto, lo stesso Habermas che pure, in continuità con la scuola francofortese e nel contesto della critica del neocapitalismo, aveva ripreso il tema della manipolazione dei media all'inizio dei suoi studi, ha alquanto attenuato e sfumato la radicalità del pensiero catastrofista di Adorno.

Quando egli scriveva la sua tesi di dottorato, che avrebbe poi pubblicato con il titolo *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (Luchterhand Verlag, Neuwiel, 1962), in Europa la televisione era ancora ai primi passi. Basterebbe questo, mi pare, a farci capire che rifarsi oggi a questo testo, a quarant'anni di distanza da quando fu pubblicato, per criticare sociologicamente un sistema come quello dei media, in rapida e continua trasformazione, sia poco incisivo. Ciò non significa per altro sminuire il merito storico di Habermas e l'influenza intellettuale che la sua opera ha avuto su più di una generazione di studiosi. Per capirlo, bisogna tenere conto del clima politico che si viveva allora in Germania, e dello scontro fra tendenze autoritarie e coscienza democratica. I dati mostrano che in quegli stessi anni era in atto nella Repubblica Federale Tedesca un preoccupante fenomeno di concentrazione, che portò in breve alla creazione dell'impero editoriale di Axel Caesar Springer, un «monopolio intoccabile», come allora venne definito, che basava la propria influenza su *tabloid* popolari molto diffusi, come *Welt* e *Bild*, che intervenivano pesantemente nei

conflitti sociali, come avvenne in occasione dello sciopero dei metalmeccanici nel 1963. E' stata la fase in cui lo scenario della Repubblica Federale era dominato dalla politica conservatrice e reazionaria di Franz Joseph Strauss, orientata ad un anticomunismo viscerale, che portò in certi momenti alla sospensione di alcune libertà costituzionali (Giorgio Backhaus, *Springer, la manipolazione delle masse*, Einaudi, Torino, 1968). In queste circostanze, Habermas emerse fra gli intellettuali tedeschi come uno dei più autorevoli interpreti della coscienza democratica, un ruolo che egli ha conservato successivamente in tutti i più gravi momenti di crisi della Germania, dagli anni di piombo del terrorismo, sino al dibattito attuale sui rapporti fra diritto, politica e morale (*Faktizität und Geltung*, Surkamp Verlag, Frankfurt a.M., 1992).

Oltre a ciò, va anche riconosciuto ad Habermas un significativo *merito teorico*: quello di aver introdotto negli studi sulla comunicazione il concetto di «sfera pubblica», che ha successivamente stimolato l'attenzione di molti altri autori, ed ha aperto nuove prospettive di analisi nella teoria e nella ricerca. Si tratta però di un concetto tanto suggestivo quanto impreciso: la sua connotazione oscilla fra quella propria della tradizione giuspubblicistica europea e in particolare tedesca, la rivalutazione compiuta da Hannah Arendt dell'idea classica di *agorà* come spazio di discussione e di confronto aperto a tutti i cittadini, e infine la concezione della sfera pubblica come mercato politico, nel senso attribuito da J. Schumpeter a questo concetto, poi rielaborato dai politologi nordamericani. Il merito teorico di Habermas si accompagna però ad un limite di prospettiva storica: dopo aver mostrato tutta l'importanza della sfera pubblica da lui definita «borghese», ed averne costruito l'idealtipo, Habermas nel suo libro del 1962 ne descriveva l'inevitabile degenerazione e ne preannunciava la fine ormai imminente nello scenario dello «Stato forte» e della crescente manipolazione del pubblico. In questa previsione fatta allora da Habermas l'elemento normativo si intreccia e si sovrappone all'elemento cognitivo; e la critica dell'esistente finisce per confondersi con la postulazione del divenire storico. In altre parole, un conto è delineare un idealtipo normativo, ossia un ideale di sfera pubblica libera e democratica, al quale dobbiamo ispirare la nostra azione, altro è fornire elementi di conoscenza relativi alle tendenze politiche future delle elites e delle masse. Habermas riesce bene nell'affrontare il primo aspetto ma fallisce nell'analisi del secondo. E ciò è tanto vero che successivamente Habermas ha attenuato il proprio giudizio ed ha finito per trattare la *Oeffentlichkeit* alla stregua di quello che Kant chiamava un «ideale regolativo», ossia un valore che deve orientare la nostra azione, anche se ben difficilmente ci si può approssimare ad esso in modo soddisfacente. Che cos'è infatti la teoria dell'agire comunicativo che Habermas ha delineato nei suoi anni maturi, se non una rielaborazione in termini di filosofia morale e di teoria politica del problema, abbandonando in gran parte ogni pretesa di analisi sociologica e politologica?

Comunque, un'altro merito da riconoscere ad Habermas, è che con la svolta compiuta passando dalla critica storica della *Oeffentlichkeit* alla teoria dell'agire comunicativo, egli si è posto al di fuori della tradizione romantica tedesca,

che sostanzializzava l'opinione pubblica, facendone un soggetto reale e considerandola come una forma inferiore della coscienza collettiva. Egli ritorna invece alla fondamentale distinzione kantiana tra mezzi e fini, applicandola in modo originale alla fondazione dell'atto comunicativo e stabilendo il principio secondo cui nella comunicazione si deve partire dalla comprensione e dal rispetto verso i presupposti di valore ed i codici simbolici dell'Altro senza strumentalizzarlo, ossia trattandolo sempre come un soggetto dotato di ragione e mai come una cosa. La rilevanza filosofica di questa posizione, ispirata alla tolleranza ed al dialogo è tanto grande —specie in una società come la nostra che deve affrontare i processi di globalizzazione economica e di costruzione di una convivenza multiculturale— quanto invece è scarsa e pressoché nulla la sua utilità per l'analisi sociologica e politologica. Se si riconoscesse questo semplice stato delle cose, molte controversie accademiche e molte incomprensioni su Habermas si potrebbero sicuramente evitare.

### **Quale funzione attribuisce dunque ai mezzi di comunicazione di massa e che cosa pensi del preteso studio «scientifico» degli atteggiamenti e delle opinioni?**

Restando sul piano dell'analisi sociologica e storica, ritenere che la funzione politica dei media sia fundamentalmente quella di portare al conformismo di massa e ad una crescente integrazione delle masse nello Stato autoritario, o Stato forte, è da considerarsi semplificatoria e sbagliata. Proprio qui, a mio avviso, sta il principale *caput mortuum* della scuola francofortese, nella quale Habermas va incluso solo per il suo periodo giovanile. Ciò che è accaduto storicamente nell'ultimo ventennio del secolo non è stato il rafforzamento dello Stato ma al contrario una colossale deregolamentazione, che ha portato allo sviluppo della competitività dei mercati e all'indebolimento delle istituzioni pubbliche. Tutto ciò ha permesso al neocapitalismo di rinnovarsi e vincere la sua competizione col socialismo burocratico e statalista, ponendo le premesse per i processi attuali di globalizzazione dell'economia. Questa strategia della deregolamentazione, sostenuta dai teorici della Scuola di Chicago, primo fra tutti Milton Friedman, e fatta propria dall'*establishment* tatcheriano e reaganiano, ha avuto non poche conseguenze perverse, tra cui la più rilevante è forse quella dell'abbassamento dei confini tra legalità e illegalità in molti settori della società civile, il che a sua volta ha portato a uno sviluppo senza precedenti della criminalità organizzata su scala mondiale, con l'espansione dei consumi di droga e dei mercati illegali, da quello della prostituzione a quello delle armi, fino al traffico di organi. E oltre a ciò, si è avuto un generale accrescimento delle diseguaglianze sociali all'interno delle società sviluppate, e una sempre maggiore distanza fra questi paesi e il sud del mondo, sempre più impoverito, in preda a guerre, epidemie e carestie.

La strategia di deregolamentazione delle istituzioni e dei mercati che è stata giocata dalle elites conservatrici ha potuto servirsi dei media, ma nella maggior parte dei casi questo risultato è stato ottenuto senza bisogno di un controllo

diretto, semplicemente giovandosi delle routine dei mezzi d'informazione e sfruttando la *media logic* stessa, ossia l'insieme di quei requisiti di semplificazione, di sensazionalismo e di spettacolarizzazione degli eventi e dei temi, che i media per loro natura sono inclini a seguire. In questa fase la funzione sociale dei media è stata quella di aumentare la differenziazione sociale, non l'integrazione. Oggi più che «massificare» essi creano le «folle solitarie», come aveva ben intuito David Riesman. Le conseguenze perverse prodotte dai media sono il dissolvimento delle identità sociali, la perdita della memoria storica, la diffusione dell'allarmismo e delle paure collettive nei confronti degli stranieri. Più che «apparati ideologici di Stato», al servizio di un progetto autoritario, come li definiva Louis Althusser negli anni settanta, i grandi media come la televisione, la radio e la stampa, sono agenzie in cui l'organizzazione del lavoro è fortemente condizionata dalla automaticità e dalla casualità delle routine, per cui finiscono spesso per agire in termini di irresponsabilità sociale. Chi conosce bene le modalità di funzionamento dei media può approfittarne per i propri scopi. E' questo il terreno su cui avviene attualmente la manipolazione dei media da parte di elites dirigenti, di potenti *lobbies* e interessi organizzati.

Si dirà che in fondo quelle che io contrappongo altro non sono che le due facce di una stessa moneta, due dimensioni complementari dell'alienazione sociale complessiva. Ma non è così: la concezione dei media come apparato ideologico avente la funzione di integrare le masse nei regimi autoritari del tardo capitalismo, così come l'hanno formulata i teorici francofortesi, è un punto di vista «epocale», che non lascia alcuno spazio a chi vuole modificare la *media logic* e rimanda soltanto ad un'antropologia radicale e all'escatologia rivoluzionaria, senza indicarne i percorsi e le tappe. Viceversa, la concezione dei media come apparati che agiscono sovente in modo irresponsabile e sono dominati da routine organizzative di cui non possono fare a meno (Mauro Wolf, *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani, Milano, 1985), consente di interagire con i professionisti della comunicazione, di confrontarsi con essi e di operare insieme ai migliori fra di loro per una diversa strutturazione delle pratiche comunicative. Ciò è molto importante nella fase attuale di globalizzazione, considerati i rischi e i pericoli che essa comporta, in primo luogo quelli della concentrazione transnazionale dell'industria della comunicazione nelle mani di corporazioni oligarchiche.

Da questo punto di vista, anche l'opposizione tra ricerca amministrativa e sociologia critica mi pare inadeguata alla fase che stiamo attraversando. Abbiamo bisogno di capire meglio come funzionano i media, come si sviluppano i cicli tematici, qual'è l'impatto degli eventi rispetto ai temi e più in generale come l'opinione pubblica si forma e quale impatto può avere sulle elite dirigenti e sui processi di decisione politica. Abbiamo bisogno cioè di ricerche che producano un valore aggiunto conoscitivo su questi problemi e siano delle buone ricerche, capaci di rispondere criticamente ad interrogativi di fondo sulla democrazia e la società civile. Al contrario, gran parte della ricerca che oggi si fa nelle nostre università nel campo delle scienze sociali è una ricerca di routine,

a volte accademica e astratta, poco utile per capire il mondo in cui viviamo. Il rischio di una ricerca strumentalizzata dalle grandi *corporations* certo esiste, basti pensare al caso dell'ex commissario europeo Bangemann, che meriterebbe uno studio a sé. Ma dobbiamo tener conto che anche nel campo della ricerca è in atto un processo di differenziazione. Ormai le grandi *corporations* sono in grado di fare a meno delle università; esse dispongono di laboratori e di *equipes* di specialisti che nessuna università potrebbe finanziare. Tranne qualche potente università americana che può permettersi di trattare da pari a pari con le grandi *corporations*, i ricercatori universitari e gli intellettuali —ossia gli specialisti *pubblici*— sono tagliati fuori da questo tipo di ricerca. Quindi il problema da affrontare oggi non è solo quello dell'*autonomia* universitaria dalle pressioni del mercato, ma anche quello del rapporto fra università e società civile. Tra i nodi da sciogliere, certo uno dei più importanti è quello dell'autofinanziamento della ricerca universitaria, che rischia di rimanere sempre più sterile e isolata.

In particolare, un caso da discutere è quello dei sondaggi d'opinione. A questo proposito, nel dibattito attuale viene spesso richiamato, per sostenerlo o per confutarlo, il punto di vista espresso agli inizi degli anni settanta da Pierre Bourdieu, il quale ha affermato categoricamente che «l'opinione pubblica non esiste» (in *Les Temps Modernes*, n. 318, janvier 1973). Anche qui, è necessario storicizzare: quello di Bourdieu era uno scritto d'occasione, un intervento a una conferenza del 1971, che è poi diventato quasi una sorta di slogan, che oggi viene citato anche da tanti che non l'hanno letto. In esso, Bourdieu prendeva di mira soprattutto l'*uso politico* dei sondaggi e la concezione dell'opinione pubblica che è implicita in quest'uso. Riletto a distanza di quasi trent'anni, l'intervento di Bourdieu assume un valore quasi profetico, se si pensa a quanto esteso sia oggi in tutte le democrazie il ricorso ai sondaggi, ed a quanti pericoli di manipolazione politica esso comporti.

Non si deve però dimenticare la situazione politica francese nel momento in cui questo testo di Bourdieu è stato scritto. Tale situazione era caratterizzata dalla fine della fase carismatica impersonata da De Gaulle e dal suo ritiro dalla scena politica, causato dalla contestazione del '68. Dopo De Gaulle, i suoi successori si trovarono nella necessità di confrontarsi con i requisiti propri delle democrazie presidenzialistiche, delle quali la Francia rappresentava il solo caso in Europa. E tali requisiti comportavano appunto un ricorso frequente ai sondaggi come metodo per stabilire la popolarità dei leader nelle diverse congiunture politiche. Il valore polemico dell'affermazione di Bourdieu va riportato a questa congiuntura, ed alle ricerche che egli stava allora compiendo, sulla trasmissione dell'eredità culturale attraverso le istituzioni scolastiche, come fattore di diseguaglianza sociale. La critica metodologica e politica dei sondaggi da lui abbozzata nel suo scritto, resta fondamentale anche oggi; ma affermare puramente e semplicemente che «l'opinione pubblica non esiste» crea confusione. Che cos'è l'opinione pubblica? Bisogna preliminarmente essere d'accordo su che cosa intendiamo con questo termine, altrimenti si finisce per parlare di cose diverse. In questo modo otteniamo soltanto il risultato di

bloccare la ricerca universitaria, che è la ricerca *pubblica* senza per questo scoraggiare la proliferazione dei sondaggi di agenzie private e il loro uso politico.

### **In che modo allora proponi di definire l'opinione pubblica e che cosa pensi della cosiddetta «democrazia d'opinione»?**

Insisto a dire che nelle scienze sociali le questioni puramente definitorie vanno subordinate alla ricerca, e sia chiaro che sto parlando della ricerca criticamente orientata, quale è possibile fare nelle università. Soltanto facendo delle ricerche che abbiano un senso storico e politico, e che non siano indagini di routine, rinchiuse entro la cerchia del dato e prive di ogni respiro interpretativo, noi possiamo far progredire la teoria sociale e approfondire la nostra conoscenza dei fenomeni. E' attraverso la conoscenza derivante dalla ricerca che possiamo far compiere un «salto evolutivo» alle questioni definitorie, sciogliendone i veri nodi senza attardarci su aspetti formali e senza coinvolgerci in discussioni accademiche astratte.

Ma detto questo, è anche evidente che ci servono alcuni chiarimenti preliminari circa il problema che stiamo trattando. Mi pare che quando si parla di «opinione pubblica» bisogna distinguere almeno due aspetti fondamentali. Il primo è di carattere per così dire sociologico, ossia: che attore sociale e politico è l'opinione pubblica? Il secondo attiene invece al dibattito politico ed alla teoria democratica, ossia: quale autonomia ha l'opinione pubblica nella nostra società, in cui è grande l'influenza dei mezzi di comunicazione di massa, e quale impatto essa può avere sulle decisioni politiche? E' bene discutere separatamente questi due problemi, perché la loro sovrapposizione conduce facilmente a incomprensioni.

Circa il primo problema, il tentativo di riassumere sommariamente il dibattito contemporaneo che ho fatto in precedenza dovrebbe essere servito almeno a chiarire un punto, ossia la mancanza di fondamento sociologico di qualsiasi teoria *sostanziale* dell'opinione pubblica e cioè di ogni teoria che interpreta l'opinione pubblica come volontà del popolo sovrano, o come coscienza di massa. Quello che voglio dire è che non esiste alcun «soggetto collettivo» unitario che possiamo identificare senza riserve con questo termine. Pertanto, chiunque pretenda di fare appello e parlare in nome dell'opinione pubblica, della gente, del popolo e così via, sta cercando di manipolarci e si autopropone come rappresentante politico della maggioranza senza aver avuto alcuna delega dimostrabile da essa. Basti pensare all'emergere di forme di neopopulismo quale quella di Haider in Austria, di Le Pen in Francia o di Bossi in Italia, per avere chiara tutta l'importanza di questo punto. Il concetto sostanziale di opinione pubblica, anche quando sia di derivazione illuministica e razionalistica, deve comunque venire abbandonato senza rimpianti nello stesso cimitero teorico dove già riposano altri supposti soggetti collettivi di derivazione romantica ed hegeliana, come l'anima del popolo, o *Wolkgeist*.

Per altro ciò non significa affatto che «l'opinione pubblica non esiste». Al contrario dovremmo dire che *l'opinione pubblica siamo noi*, gli attori sociali

che fanno storia, a volte intenzionalmente ma per lo più senza saperlo, per combinazione e per caso, tramite l'accumulo discontinuo delle loro micro azioni individuali che intersecandosi e sovrapponendosi producono effetti macro sociali e tendenze collettive. Dal punto di vista sociologico l'opinione pubblica va considerata alla stregua di un «effetto emergente», per usare la terminologia di Raymond Boudon, ossia come una conseguenza non intenzionale, che si produce a causa dell'interdipendenza esistente tra gli attori sociali in una data situazione o sistema di azioni. Dunque, si dirà, l'opinione pubblica si riduce soltanto ad un effetto meccanico? No, perché il volontarismo sociale interviene in molti modi e per molte vie a modificare le strutture dell'interdipendenza sociale e ad accentuare od a limitare il peso delle configurazioni di atteggiamenti e modi di pensare che si producono in conseguenza di esse. In primo luogo, la comunicazione politica e i media vanno considerati come dei fattori importanti che accrescono o dissolvono gli effetti emergenti di opinione, contribuendo a renderli più o meno visibili e attribuendo loro un senso, o al contrario privandoli di senso. E' appunto questo che i media fanno tutti i giorni, non in modo intenzionale, e magari complottistico, ma in modo per lo più casuale ed irresponsabile. Ed il problema sta proprio qui; è qui che si gioca lo scontro tra le forze a cui giova accentuare l'irresponsabilità sociale dei media, al fine di servirsene per i loro scopi economici e politici, ed i gruppi e i movimenti che puntano invece ad una loro maggiore responsabilizzazione per migliorare la qualità della democrazia.

In quanto effetto emergente l'opinione pubblica non è una forza consapevole e autoriflessiva, ma nello stesso tempo non è neppure una forza meccanica che operi secondo principi fissi e sia prevedibile nei suoi effetti. La si deve considerare una tendenza spontanea, che si forma a volte in modo imprevedibile e che in certe circostanze può cambiare molto rapidamente. L'analogia più prossima —con tutta la cautela che occorre avere nel comparare tra loro fenomeni naturali e forze sociali— è con la meteorologia. Ed è una constatazione comune che molte volte i fenomeni climatici sfuggono al controllo umano. Oggi l'opinione pubblica va concepita metaforicamente alla stessa stregua. Contrariamente a quanto si è spesso sostenuto, il controllo degli apparati ideologici sulla formazione degli atteggiamenti collettivi tramite i media è da ritenersi assai più forte ed efficace quando la comunicazione di massa è ai suoi inizi e i pochi mezzi di diffusione esistenti sono tutti o quasi nelle mani di un'oligarchia ristretta di notabili, che non in una società complessa e molto differenziata, dove vi è una grande offerta di comunicazione ed informazione, e si produce una sorta di rumore o di «inquinamento» comunicativo. Non sto sostenendo che una società complessa sia più democratica o più «vivibile» di una società meno differenziata. Ma ipotizzo che in essa il controllo sugli atteggiamenti collettivi sia per l'appunto più complicato e meno facile che in una società avente una complessità minore. Il che, sia ben chiaro, può avere tanto conseguenze virtuose quanto conseguenze perverse. Solo una concezione radicalmente «anarchica» della vita collettiva, basata su un ottimismo antropologico maggiore di quello che ispirava Rousseau, può ritenere sempre e comunque

positiva la spontaneità sociale. Ma all'opposto non c'è neppure bisogno di trincerarsi nella sfiducia e nel pessimismo verso tutto ciò che è casuale, imprevisto e dunque spontaneo.

E' da questo punto di vista che va affrontato, secondo me, il problema della democrazia d'opinione. Questa espressione, o altre espressioni ad essa equivalenti, sono oggi abbastanza correnti nel dibattito attuale. Ma per lo più con essa si intende parlare di una democrazia dei sondaggi o sondocrazia, come anche la si chiama, o comunque ci si vuol riferire al fatto che apparati di manipolazione e controllo sempre più sofisticati e dotati di mezzi sempre più efficaci, tengono in ostaggio l'opinione pubblica, la fanno loro «prigioniera». Ad esempio in Francia Patrick Champagne riprende la critica dei sondaggi fatta da Pierre Bourdieu, per disegnare uno scenario assai più generale (*Faire l'opinion, le nouveau jeu politique*, Les Éditions de minuit, Paris, 1990); e negli Stati Uniti Benjamin Ginsberg ha definito in un noto saggio l'opinione pubblica come *The Captive Public* (Basic Books, New York, 1986). Al contrario, secondo me, il fenomeno davvero nuovo e da mettere in evidenza è che l'opinione pubblica in questa fase sta diventando in una certa misura incontrollabile, nel senso che ne è aumentata l'imprevedibilità, l'umoralità, la mutevolezza, il che mi sembra dimostrato dal moltiplicarsi degli effetti boomerang, dal sempre più frequente fallimento dei sondaggi nel prevedere gli esiti elettorali, dall'accresciuta circolazione di rumori, voci, leggende metropolitane. I circuiti di comunicazione informale che si servono del cosiddetto «passa parola», i mercati neri delle notizie, l'abbassamento continuo della credibilità e dell'autorevolezza dell'informazione ufficiale e del giornalismo. Il pubblico della comunicazione, in altre parole, sta «scappando» tra le maglie della rete mediatica. Dagli Stati Uniti all'Europa si leggono sempre meno giornali e si guarda sempre meno la televisione. Le conseguenze di questi fenomeni, per i quali manca una teoria capace di farne un quadro organico e di spiegarli in maniera complessiva, non sono rassicuranti ma preoccupanti: essi rischiano di peggiorare ulteriormente la qualità della democrazia, se non si saprà tematizzarli adeguatamente.

Come dicevo agli inizi, è forse ora di compiere un'altra svolta teorica: e cioè quella di considerare l'opinione pubblica come un fattore di accrescimento dell'incertezza politica e dell'irresponsabilità sociale. Il mio punto di vista è che l'espressione «democrazia d'opinione» assume un senso e non è ridondante soltanto se con essa si vuole indicare una fase storica in cui l'opinione pubblica è diventata in una certa misura incontrollabile e sfuggibile, per cui non si riduce più ad un mero sottosistema delle relazioni fra media e politica, o ad una costruzione simbolica di realtà, fatta per legittimare il potere dei governanti, ma diventa una sorta di arena aperta, dentro la quale prima o poi tutti i leader ed i partiti sono costretti a passare con loro rischio e pericolo, per quanto essi cerchino appena possibile di evitarlo. Nella democrazia d'opinione il potere diventa più visibile ed è più facile constatare che il re è nudo. Le conseguenze di questa nuova situazione, ripeto, sono ancora in gran parte da esplorare. Da una parte è evidente che i governanti e tutti i detentori del potere

escogitano forme nuove e più sottili di copertura; ma dall'altra essi sono costretti a tener conto delle reazioni del pubblico molto più che in passato. Persino la loro vita privata è continuamente sotto gli occhi di tutti. Per ora tutto ciò sembra produrre prevalentemente delle conseguenze negative. Aumentano le forme di spettacolarizzazione e di voyeurismo sociale (si pensi anche solo al caso della principessa Diana); e questa maggior visibilità dei potenti porta ad un uso estensivo degli scandali politici (il caso Monica Lewinski). Ma soprattutto questa maggior visibilità dei governanti, la necessità in cui si trovano di dover rendere conto al pubblico di molte azioni che preferirebbero tenere nascoste, scatena ondate di emotività e di populismo, nelle quali ad esempio la televisione può essere usata come una sorta di gogna pubblica o, com'è stata definita, di «ghigliottina elettronica».

### **Potresti fornire qualche esempio storico e politico che aiuti a capire questo punto di vista?**

A questo proposito vorrei in primo luogo ricordare il caso italiano di Tangentopoli. Si tratta di un caso importante, perché ha destabilizzato un sistema politico la cui struttura era rimasta intatta per quasi mezzo secolo, e perché in esso i media hanno avuto un ruolo decisivo, suscitando però delle reazioni popolari che giornalisti e politici non avevano previsto. Uno studio sistematico di questo caso, dal punto di vista delle relazioni fra media, politica ed opinione pubblica sarebbe molto importante ma, per quanto ne so non è ancora stato effettuato. Ho spesso pensato che per spiegare le conseguenze inattese che sono state provocate dalla pubblica rivelazione e dalla denuncia sui media della profonda corruzione dell'élite politica italiana e dei maggiori dirigenti dei partiti di governo, si dovesse ricorrere alla teoria della spirale del silenzio enunciata da Noelle-Neuman, integrandola e ove necessario riformulandola. Questa teoria si colloca a metà fra la tradizione americana e quella tedesca d'ispirazione francofortese; essa aspira ad avere una capacità critica del conformismo di massa, ma nello stesso tempo non rinuncia allo studio sociopsicologico ed empirico degli atteggiamenti e dei comportamenti attraverso inchieste d'opinione. Noelle-Neumann è stata infatti direttrice di uno dei più importanti istituti tedeschi di sondaggi. Com'è noto, l'ipotesi di questa studiosa si è formata analizzando le ragioni che spingono le persone a parlare pubblicamente od a tacere su un argomento. Essa ritiene che dato l'isolamento e la frammentazione in cui si trovano di solito i singoli individui che compongono un pubblico, quando i media danno una versione degli eventi diversa da quel che a ragione o torto essi credono, il loro atteggiamento prevalente sarà quello di tacere, perché la «verità ufficiale» enunciata dai media esercita una forte pressione verso il conformismo. Quello che l'ipotesi di Noelle-Neumann spiega è però solamente una delle facce della medaglia. Che cosa accade infatti quando i media stessi, per l'una o per l'altra ragione, sono costretti a ritornare sui loro giudizi ed a smentirsi, fornendo una nuova versione dei fatti che sostanzialmente conferma quanto già precedentemente i cittadini pensavano? E' il

problema della rottura della spirale del silenzio, a cui pure Noelle-Neumann ha pensato, senza però dargli tutta la rilevanza teorica e critica necessaria. Forse una spiegazione di questo limitato approfondimento del fenomeno si può spiegare con il fatto che la teoria è stata formulata nel corso degli anni settanta, un periodo cioè in cui accadeva piuttosto raramente, specie in Germania, che i media fosse costretti a smentirsi, pur se la trasformazione delle relazioni tra media, politica ed opinione pubblica si stava già profilando negli Usa e per certi aspetti anche nei maggiori paesi europei.

Anche in Italia sarebbe stato alquanto difficile, in quello stesso periodo, cogliere quello che definirei il lato nascosto del conformismo di massa. In ogni caso, questo problema si rivelò in tutta la sua evidenza agli inizi degli anni novanta. Scoppiato dapprima a Milano per una denuncia quasi accidentale di corruzione d'un funzionario minore, lo scandalo delle tangenti pagate ai politici si allargò ben presto a macchia d'olio, coinvolgendo alcuni fra i maggiori leader di governo, e destando insieme sentimenti di preoccupazione e di indignazione. Mentre la televisione pubblica, condizionata dai partiti, trattava dapprima questo caso con una certa cautela, la stampa se ne impadronì subito, dandogli grande evidenza con titoli martellanti in prima pagina, e con il conio di espressioni come «tangentopoli» (ossia la città/il paese delle tangenti) o come «Mani Pulite» (riferito ai magistrati che indagavano), che entrarono ben presto nel linguaggio comune. Fu soprattutto la stampa orientata a sinistra a soffiare maggiormente sul fuoco; tanto fra i giornalisti di *la Repubblica* quanto fra i dirigenti del Partito Democratico di Sinistra, cioè gli ex comunisti, vi era infatti la convinzione che lo scandalo avrebbe danneggiato soprattutto i partiti di maggioranza, aprendo la via ad un governo guidato dalle sinistre. E oltre a ciò, lo scandalo sarebbe anche servito a regolare i conti degli ex comunisti con il socialismo craxiano, con il quale vi era stato un decennio di contrapposizione e di duro scontro, ideologico e politico. Viceversa questo calcolo si rivelò in gran parte sbagliato. Anziché spingere gli italiani a sinistra, lo scandalo fece emergere un risentimento populista di massa, che favorì prima il rafforzamento della Lega del Nord, un partito localista con forti tendenze scioviniste e umori razzisti; e successivamente portò alla formazione di Forza Italia, un partito nuovo in cui confluirono ex democristiani ed ex socialisti craxiani, che venne capeggiato da Berlusconi. Per completare questa strategia Berlusconi si alleò anche con i neo-fascisti di Fini, legittimandoli, e la coalizione così formata ottenne la maggioranza alle successive elezioni politiche del 1994 e portò ad un governo di centro-destra.

Queste reazioni imprevedute dell'opinione pubblica (intesa come dicevo prima soltanto come effetto emergente e non come un soggetto collettivo consapevole), si possono ricondurre all'ipotesi della spirale del silenzio ove si consideri che gli italiani sapevano benissimo da tempo che le elites politiche erano corrotte e che i politici rubavano. E non solo lo sapevano, ma se lo dicevano gli uni agli altri, senza che queste mormorazioni venissero raccolte dai media e si desse loro evidenza. Dunque il fenomeno delle tangenti, ossia della quota di denaro richiesta illegalmente per ottenere favori e facilitare qualsiasi

transizione, licenza o appalto richiesto a funzionari pubblici, era abbastanza noto nelle sue linee generali, sebbene molti abbiano poi affermato che non avrebbero mai potuto credere che questo sistema illegale avesse radici così profonde e fosse esteso in così grande misura. Resta il fatto che sino ad allora della corruzione politica si parlava solo informalmente e intorno al fenomeno si era instaurata una spirale conformista del silenzio, proprio nel senso ipotizzato da Noelle-Neumann. La rottura della spirale ha però scatenato pulsioni latenti nel corpo sociale, facendo emergere un radicalismo di destra che nello scenario politico italiano era sino ad allora rimasto latente, tranne in piccole minoranze. Per mostrare la rilevanza del fenomeno, si potrebbe fare una comparazione con lo scandalo dei pedofili in Belgio, che ha avuto poi un seguito di indagini e di scandali in quasi tutti i maggiori paesi europei. Anche qui, vi è stata una rottura della spirale del silenzio che ha portato a reazioni d'opinione in pratica incontrollabili dai media e dalle agenzie che operano nel campo dell'informazione. Basti pensare a quanto è avvenuto in Italia, ove la messa in onda durante il *prime time* di immagini assai crude di bambini seviziati e stuprati, ricavate da Internet, ha provocato un'ondata di proteste e costretto alle dimissioni il direttore del Tg 1, Gad Lerner, noto come figura progressista e come valido professionista del giornalismo italiano.

Si potrebbe forse dire che l'emergere di forme di risentimento di massa neo-populista è il risultato di una strategia di *covert propaganda*, e di campagne *law and order* abilmente orchestrate da agenzie multinazionali, allo scopo di gettare il discredito sulle classi dirigenti democratiche e preparare l'avvento di governi orientati a destra. Un'ipotesi di questo genere mi sembra tanto azzardata quanto dietrologica e priva di evidenza. Essa porta dritto dritto a una concezione cospirativa della storia e all'abbandono di ogni rigore metodologico nelle scienze sociali, per correre dietro alle proprie paure. Se, continuando con il metodo comparativo, si guarda a quanto è avvenuto in Germania recentemente, con la scoperta di casi di corruzione politica in cui è risultato coinvolto lo stesso Kohl, si vedrà che tanto i partiti di governo che l'opposizione democristiana si sono sforzati insieme di circoscrivere la portata dello scandalo e di evitare una dinamica esplosiva all'italiana; e se Kohl è stato costretto a dimettersi da Presidente del partito, la sua figura di leader storico è stata in qualche modo salvaguardata, malgrado le dichiarazioni molto amare che egli ha rilasciato successivamente. In Italia, a Craxi, Forlani e ad Andreotti, sottoposti alla «ghigliottina elettronica dei media» era toccato ben di peggio.

Quando possiamo dare una spiegazione semplice dei fatti, è inutile ricorrere ad una spiegazione più complicata, almeno finché la prima non si sia dimostrata erronea. In questo caso, la spiegazione più semplice è che l'opinione pubblica, a causa dello sviluppo della differenziazione e della complessità sociale, è diventata meno controllabile di quanto fosse in passato. Ragionando in termini di giudizio di valore, ciò potrebbe essere un bene, e potrebbe significare un aumento della libertà e della democrazia. Ma sfortunatamente questa incontrollabilità dell'opinione pubblica —ben inteso quando essa si manifesta, il che non sempre avviene— opera come una forza cieca,

e in certi momenti è come una sorta di uragano che può devastare un intero sistema politico, lasciando dietro di sé soltanto delle macerie istituzionali, delle quali nessuna parte politica può avvantaggiarsi.

**Quali sono, a tuo avviso, le cause principali di questa situazione, e che cosa è possibile fare per contrastarne le conseguenze negative? In particolare, quale ruolo possono avere le nuove tecnologie di comunicazione?**

Credo che una delle cause maggiori che portano a quella che ho chiamata la «democrazia d'opinione», e cioè la fase in cui l'opinione pubblica diventa almeno in parte incontrollabile, consista nella *autoreferenzialità* dei media. Il termine, com'è noto, è stato introdotto nelle scienze sociali da Luhmann, il quale lo definisce come la capacità di un sistema di prendere se stesso ad oggetto, e di mantenere la propria identità rispetto all'ambiente, selezionandone la complessità. Ma esso nel dibattito italiano ha finito per significare la chiusura di un sistema. Un punto importante, che ho già più volte sottolineato, è che i media, anche se hanno la funzione *manifesta* di essere dei canali di *comunicazione con il pubblico*, molto spesso non si rivolgono affatto ad esso, e malgrado ciò che i giornalisti sempre affermano, non ne tengono nessun conto. Per autoreferenzialità è da intendersi il fenomeno per cui i politici ed i giornalisti si servono dei grandi media per parlarsi fra di loro, escludendo di fatto il pubblico dai loro discorsi. Ciò avviene a volte intenzionalmente, come strategia di occultamento e di insabbiamento, dunque come forma di manipolazione; ma la maggior parte delle volte l'autoreferenzialità si produce inconsapevolmente a causa delle routine produttive dominanti nell'ambiente giornalistico; anzi, può accadere che i media credano di coinvolgere il pubblico più intensamente proprio quando invece sono maggiormente autoreferenziali e distanti da esso.

Il principio che spiega l'autoreferenzialità è che in ogni professione il lavoro compiuto ed i suoi meriti o i suoi limiti sono più visibili e più facilmente individuabili dai propri colleghi che non dal pubblico, il quale è per lo più all'oscuro delle sottigliezze e delle malizie che formano il *know how* della professione. Fin qui, nulla di strano; ma il fatto è che l'opinione dei colleghi finisce poi per essere più temuta di quella del pubblico a cui la prestazione professionale dovrebbe essere destinata. Il professionista interiorizza il giudizio dei suoi pari come una sorta di tribunale. E' appunto questo principio che porta al fenomeno cosiddetto dell'autocensura: piuttosto di rischiare di essere giudicati negativamente da qualcuno che consideriamo importante o potente, preferiamo essere noi stessi a sopprimere certe affermazioni o a non compiere talune azioni che riteniamo potrebbero spiacerli, anche se ciò non è provato e non si sono ricevute pressioni o censure esterne in questo senso. Sebbene tutti i giornalisti dichiarino di sapere «che cosa vuole il pubblico», in realtà ciò che essi chiamano il pubblico, la gente e così via, è solo una costruzione simbolica di realtà che affonda le sue radici nell'ambiente professionale e nelle interazioni che lo strutturano, e non in una effettiva conoscenza degli umori e delle domande

collettive. Mauro Wolf ricordava in proposito una vecchia indagine sulla notiziabilità, divenuta ormai classica. Intervistati sul perché non abbiano pubblicato una certa notizia, i direttori di giornale affermano di solito che lo hanno fatto perché essa «non interessava al pubblico». Ma continuando ad interrogarli si scopre poi che ciò che conta veramente per ciascuno di essi è il giudizio degli altri direttori di giornale concorrenti. Tutti i quotidiani vivono, come si sa, nella continua paura del «buco», più ancora che nella ricerca dello *scoop*. Ciò che conta per loro è pubblicare quelle notizie che gli altri quotidiani giudicano importanti, perché è di esse che si parlerà l'indomani. E questo fa sì che i giornali si assomiglino sempre più spesso fra di loro.

Tra i fattori strutturali che possono portare i media all'autoreferenzialità, forse il più importante è costituito dalla *articolazione duale del clima d'opinione*. Questo problema, che è stato affrontato per la prima volta da Noelle-Neumann, nella mia interpretazione va riportato a quello classico del *two step flow of communication*. Vi è sempre una fascia d'opinione più esposta ai media e più attenta e interessata all'informazione sugli eventi e alla discussione dei temi che formano l'agenda politica. Questa fascia è costituita da coloro che leggono più di un quotidiano e che ascoltano più frequentemente radio e televisione, oltre ad acquistare settimanali ed a seguire pubblicazioni specializzate. Non si tratta di persone qualunque, ma di soggetti sociali che per la posizione in cui sono collocati nel loro lavoro o per lo status che hanno, debbono necessariamente essere più informati. Compongono questa fascia politici, manager, professionisti e tenici con responsabilità pubbliche, dirigenti collocati a vari livelli nelle istituzioni, intellettuali, sindacalisti, attivisti, e così via, sino ai cosiddetti leader informali d'opinione. E naturalmente, ne fanno parte in primo luogo i giornalisti stessi. E' in un certo modo inevitabile che i media si rivolgano prima di tutto a questa fascia più ristretta di soggetti interessati che non alla massa dei cittadini la cui attenzione è sporadica e intermittente; e che nella fascia più attenta e più ristretta di pubblico finiscano per venir scelti come interlocutori coloro che fanno parte della cerchia più interna e sono più spesso in contatto con i giornalisti, ossia i politici, i manager o i sindacalisti più in vista, oltre ad alcuni pochi intellettuali di moda. La maggior parte delle volte è *per loro* e non per il pubblico che il prodotto informativo viene confezionato. Si dichiara di voler parlare all'*opinione pubblica* tutta quanta, ma in realtà è soltanto a una cerchia piuttosto ristretta di essa che ci si rivolge e con cui si interagisce comunicativamente.

L'articolazione duale del clima d'opinione è un fenomeno di differenziazione strutturale del flusso di comunicazione. Essa si manifesta in quanto gli eventi ed i temi che attraggono l'attenzione al primo livello —quello della fascia ristretta di cui si è detto prima— non sono necessariamente gli stessi che interessano al secondo livello d'opinione, quello che comprende la maggior parte dei cittadini. Avviene anzi abbastanza di frequente che, al contrario, fra questi due livelli vi sia una completa distonia, uno iato che quanto più è profondo tanto più produce autoreferenzialità. Normalmente il fenomeno è vissuto in modo passivo dalla maggioranza della popolazione, che non legge i

giornali o li legge poco e si aspetta poco da loro, facendo attenzione solo a certi casi di cronaca e di costume evidenziati nei telegiornali, e disinteressandosi quasi completamente delle notizie politiche. Altre volte invece, lo scarto fra i due livelli dell'opinione pubblica è vissuto conflittualmente, e ciò fa calare la credibilità e l'autorevolezza delle fonti d'informazione. E infine, vi è in terzo luogo la possibilità di una fusione tra l'uno e l'altro livello, quello ristretto e quello allargato, che però si verifica soltanto nei momenti di emergenza e di crisi che coinvolgono tutta una collettività.

Anche se viene perlopiù vissuta passivamente, come dicevamo, e dà luogo solo in casi particolari a reazioni di protesta esplosive, l'autoreferenzialità dei media è uno dei mali che possono far degenerare la qualità della democrazia, in quanto rendono un sistema poco capace di apprendere dall'esterno e lo portano a involversi e a rinchiudersi in se stesso. Come i personaggi di un celebre film di Bunuel, l'Angelo Sterminatore, giornalisti e politici autoreferenziali dicono in continuazione di voler uscire all'aperto, di stare per prendere provvedimenti importanti, di essere intenzionati a cambiare le cose che non vanno, ma finiscono poi per starsene fra di loro e parlare soltanto gli uni con gli altri, come se la soglia che li separa dal mondo, tanto invisibile quanto solida, fosse una soglia incantata. E quanto più l'autoreferenzialità dei media cresce, tanto più aumenta l'incontrollabilità dell'opinione pubblica e si moltiplicano i circuiti della comunicazione informale, le voci, i rumori, i mercati neri delle notizie, l'inquinamento comunicativo della società complessa. E' una sorta di cerchio magico quello che si viene a stabilire tra autoreferenzialità dei media e incontrollabilità dell'opinione pubblica, che porta alla fine all'accrescimento della irresponsabilità sociale complessiva.

Come spezzare il cerchio? dove trovare il cane nero che come nel Faust roda un angolo del pentagramma? La risposta critica che possono fornire gli intellettuali è solamente parziale, ed è quella di proporre dei modelli di *tematizzazione*, in base ai quali dialogare con i professionisti della comunicazione maggiormente sensibili ai rischi che abbiamo esposto e più disponibili di altri a cercare di cambiare le routine organizzative dei media. E naturalmente compito degli intellettuali che studiano questi problemi è di combattere a loro volta l'autoreferenzialità degli ambienti accademici e le routine didattiche e scientifiche che li condizionano, per fornire dei *kit* conoscitivi, completi di dati e di categorie interpretative, che aumentino la consapevolezza degli ambienti professionali. E' poco, ma comunque non è facile farlo.

Quanto alle nuove tecnologie, la lunghezza ormai raggiunta da questa intervista è già tale che non mi è possibile entrare in merito a questo problema adeguatamente. Dirò solo poche cose, rinviando ad un'altra occasione un intervento più completo. In primo luogo, mi pare evidente che la sempre maggiore diffusione della rete, e la crescita ormai quasi esponenziale degli internauti anche in Europa, è destinata a moltiplicare l'incontrollabilità delle reazioni collettive ed a rendere ancor più mobile e mutevole quel fenomeno che chiamiamo «opinione pubblica». Personalmente non credo che la computerizzazione dell'economia e delle relazioni sociali porti a forme maggiori di controllo; al con-

trario essa aumenterà la spontaneità del sociale. Ma contemporaneamente aumenterà anche l'informalità della comunicazione, con tutti i rischi degenerativi che essa comporta: si pensi ai siti dei pedofili, a quelli neonazisti, ai terroristi che insegnano a fabbricare bombe, all'uso dell'informatica fatto dalla mafia e dalle organizzazioni criminali che operano su scala internazionale, oltre alle mille e mille insidie che si nascondono nelle pieghe della rete.

E tuttavia, malgrado questi rischi, dobbiamo considerare che Internet significa anche più libertà, maggiore interazione, maggiore conoscenza socialmente incorporata, dunque maggiori possibilità di accesso alla sfera dei diritti civili e politici, più diffusa trasparenza, più *chances* di modificare le routine che condizionano il lavoro e la vita sociale. E soprattutto, come mostra il movimento di Seattle, le nuove tecnologie offrono canali assai più efficaci che in passato per la mobilitazione politica. Anche qui però gli intellettuali, di fronte ai nuovi movimenti politici che possono emergere tramite la rete, hanno innanzitutto il dovere di offrire dei modelli critici di tematizzazione. Come ricorda Weber, la sentinella sulle mura dice: fa buio per adesso, la notte non è ancora passata. Tornate a chiedere un'altra volta.

*Jordi Berrio*