

POLITICA, INFORMAZIONE, POPULISMI

*Lectio Magistralis per l'apertura dell'anno accademico facoltà di Scienze Politiche,
Università di Cagliari*

THE FAKE PRESIDENT

Partirò da una tv del martedì sera, ma non partirò da Ballarò e da Rai tre, temi cui penso di arrivare più tardi. Parto da un martedì sera di una tv americana, e per la precisione dal Martedì 15 giugno 2010, quando le televisioni Usa trasmisero un discorso alla nazione di Barack Obama. Tema: la marea nera che da settimane devastava l'ecosistema del Golfo del Messico, la fuga di petrolio da un pozzo della British Petroleum che stava squassando l'economia degli Stati del Sud. Obama convince qualcuno, non convince qualcun altro, ma tempo ventiquattro ore e dal video arriva il contro- discorso alla nazione. **Rachel Maddow, anchorwoman liberal**, californiana, gay dichiarata, elettrice convinta dello stesso Obama, ricostruisce in scenografia lo Studio Ovale e fa il suo messaggio alla nazione, ovvero il discorso che lei avrebbe voluto ascoltare da Obama. Stessa durata (venti minuti circa) ma ovviamente un contenuto più

chiaro e radicale: «Primo» scandisce Rachel, che si definisce the fake president (il falso presidente) «mai più nessuno potrà mai trivellare in posti dove è incapace di gestire le conseguenze di cosa fa. Secondo: ho creato un nuovo posto di comando federale per ripulire dal petrolio l'intero Golfo del Messico. Terzo: il Senato quest'anno approverà la riforma sull'energia che ci consentirà di liberarci dal greggio». E già che c'era, a fine discorso, la fake president ha annunciato che chiuderà il carcere di Guantánamo.

Venti minuti per risolvere il problema dell'anno, e in più “ti ci metto” (direbbero nelle televendite nostrane) la via d'uscita all'annosa questione dei prigionieri di al Qaeda. Ci voleva tanto, Obama?

La politica dalla Tv può essere una cosa facile, facilissima, e di sicuro lo è se sei un anchorman in grado di far costruire uno Studio Ovale intorno al tuo discorso.

Una frase come “nessuno potrà mai trivellare in posti dove è incapace di gestire le conseguenze di cosa fa” oppure una frase come “il Senato quest'anno approverà la riforma sull'energia che ci consentirà di liberarci dal greggio” sono parole semplici,

impegni immediati, **sono però parole ed impegni svuotati da quello che non può che essere l'elemento fondante anche di un discorso politico, la responsabilità.**

In Italia come nel resto del mondo un anchor man può recitare con semplicità assoluta il ruolo del politico. Si elencano i problemi, si sottolinea la lentezza della politica nell'affrontarli, si rivendica e denuncia la volontà di girare pagina. Poi si spengono le telecamere e si gira pagina davvero, e si prepara la puntata della settimana successiva.

IL CASO DI ROSS PEROT

Ma la politica in Tv può essere molto facile anche per i politici, o per i politici che fanno finta di non essere tali: i politici populistici. Restiamo negli Stati Uniti ma andiamo indietro nel tempo, e arriviamo alla campagna elettorale del 1992. Sfidanti Bush padre e Bill Clinton. Nel marzo del 1992 irrompe nel seguitissimo *Larry King Live* della Cnn Ross Perot, un poco conosciuto candidato miliardario che lancia la sua candidatura. Subito è trionfo mediatico... tutti se lo contendono per averlo in trasmissione, diventa la star della campagna offuscando per qualche tempo le news degli altri... aiutato in questo da un linguaggio politico ruspante all'insegna del populismo più viscerale. Subito si parlò del fenomeno Ross Perot, ed il populista americano ebbe in seguito successo in più tornate di elezioni presidenziali. Ho rintracciato in rete alcuni cavali di battaglia del messaggio politico di Ross Perot:

egli chiese una profonda revisione della costituzione, soprattutto per quando riguardava gli aspetti economici. A chi contestava questa sua teoria, sostenendo che la Costituzione andasse rispettata come disegnata dai padri fondatori, rispondeva più o meno: considerate che la nostra costituzione è stata scritta ben prima della rivoluzione industriale. I nostri padri fondatori non conoscevano l'elettricità, il treno, il telefono, la radio, la televisione, l'automobile, l'aeroplano, il razzo, le armi nucleari, il satellite, e l'esplorazione dello spazio. Loro erano culturalmente molto preparati, ma vissero prima delle scoperte delle cose che ho appena elencato. Sarebbe molto interessante sapere che tipo di carta costituzionale avrebbero scritto se fossero vissuti

nei nostri tempi. Una cosa è certa: avere una costituzione congelata ed immutabile non giova a nessuno”. Il tema della riforma costituzionale insomma può essere trattato in maniera piuttosto rude anche fuori dall’Italia.

E se da noi è ovviamente Roma la città ladrona, il cuore della cattiva politica, Perot se la prendeva ovviamente con Washington, descrivendola più o meno come “una città mangiata con grandi morsi, dove non si fa nulla di concreto, dove si producono parole e non fatti”.

Quando gli veniva chiesto in conclusione quali fossero gli obiettivi del suo impegno in politica spiegava che il suo obiettivo era “risolvere problemi. Che come la gente normale non sopportava gli ingorghi, il vagabondaggio, l'assenteismo, il non adempimento dei problemi. Non tollerava i fannulloni e la non competitività. E soprattutto la corruzione dilagante.

Non c’è dubbio, Perot avrebbe potuto candidarsi anche in Italia, e ovunque nel mondo. Le cose da fare per il populista sono semplici, le soluzioni immediate, i colpevoli di tutto sono davanti agli occhi di tutti: e se non si interviene significa che si ha poca voglia di fare davvero, oppure si è dei mascalzoni.

IL POPULISTA

E’ il momento allora di domandarci: che cosa è il populismo? In politica è la tendenza di un soggetto a rivolgersi direttamente a un non meglio identificato «popolo», da lui considerato portatore di valori positivi in contrasto a una non meglio identificata «élite» (da noi diremmo «la casta», o «i poteri forti», «le sinistre», talvolta «le destre», spesso «i politici»...) portatrice di valori negativi. Dal

punto di vista del populista il popolo è ovviamente quello che è d’accordo con le sue idee, che le acclama, che non le discute. Fuori dal popolo, e mosso da intenti perniciosi, è chi alle idee del leader non si accoda, o che comunque in qualche modo le contrasta o falsifica, o delle quali semplicemente dubita.

Il «popolo», insomma, per il leader populista, è quello che dice sì alle sue idee. Gli altri sono i nemici del popolo.

Il populista semplifica i problemi in maniera rozza, elimina la complessità, il più delle volte divide la realtà in due squadre, alza i toni del confronto e si rivolge direttamente a chi vuole guidare, considerando ogni realtà intermedia tra lui e il popolo un ostacolo, quando non un’arma diretta contro di lui dall’élite conservatrice. Il populista chiede di rispondere sì o no alle sue domande, non accetta di preparare le domande insieme ad altri. Figuriamoci se alle domande ama rispondere.

Il populista odia i giornalisti (ma non è il solo, sia chiaro: i giornalisti li odiano in tanti, e non tutti – bisogna ammettere – sono populistici, o hanno un proprio popolo da mobilitare!!).

Gli strumenti (internazionali) del populismo sono la Tv, internet, la radio, i teatri ed ovviamente le piazze.

I SUOI STRUMENTI

Soffermiamoci su quelle che, di questi tempi, sono le armi migliori a disposizione del populista: la Tv e internet. La prima è più potente, dal momento che raggiunge milioni di spettatori, la seconda è più comoda, perché il dialogo è sempre mediato e quasi mai in contemporanea (insomma, si ha il tempo di pensare alla risposta da dare).

Cominciamo da internet, perché esemplifica alla perfezione lo schema comunicativo che ci interessa conoscere.

Da diversi anni ormai la comunicazione politica viene svolta sempre di più on-line: partiti politici, gruppi, ma soprattutto i movimenti di opinione, tutti hanno un proprio sito in rete; al contempo gli stessi politici hanno deciso di servirsi delle possibilità offerte dai blog, nonché dei sempre più diffusi servizi di social network. Sul piano generale tutto ciò può essere naturalmente visto come un trionfo della democrazia, in quanto ognuno può svolgere la propria comunicazione in maniera libera e soprattutto senza i filtri propri dei media tradizionali. La potenzialità democratica di internet è ancora più forte laddove si consideri che la rete è l'unico mezzo attraverso

il quale singoli cittadini o gruppi di opinione possono esprimere il proprio dissenso rispetto a regimi totalitari o antidemocratici. Ciò detto, tuttavia, bisogna però rilevare come la rete contenga (e in qualche misura amplifichi) non solo tutti i pregi, ma anche tutti i difetti dei sistemi democratici. Da un lato diffusione, popolarità, opportunità, dall'altro anche scarsa qualità, brutti comportamenti e populismo.

Considerata la rete in questa prospettiva verrebbe da dar ragione a coloro che ritengono internet un mezzo straordinario per assumere informazioni di qualsiasi natura, ma di per sé non un positivo mezzo di discussione politica, né uno strumento di sviluppo di una coscienza politica e sociale. Internet, in effetti, può essere strumento di omologazione, di standardizzazione. Ovviamente ad alimentare

tali spinte populistiche e demagogiche non sono tutti i servizi della rete, ma solo alcuni, in particolare i siti internet “tradizionali”, le newsletter, i social network, nonché alcune tipologie di blog. Fuori da questa logica sono i quotidiani on-line, i forum, le chat e i siti internet che prevedono la possibilità per l’utente di inserire lui stesso contenuti visibili a tutti. Il punto che comunque mi sembra ci interessi in questa sede è che in rete è possibile chiamare a raccolta tutte le persone che condividono il proprio pensiero, così come propinarli le proprie tesi senza che questi le debbano discutere. Diventa agevole creare delle comunità virtuali in cui la comunicazione si muove dall’alto verso il basso, rafforzando la posizione del leader. A tal fine all’interno di un sito o di un blog possono essere pubblicate notizie o informazioni che servono a rafforzare la tesi del leader, così come anche notizie che mettono in cattiva luce le tesi degli avversari.

Successivamente si possono interrogare sui temi più disparati gli appartenenti di quella comunità virtuale, che di regola già simpatizzano per quel leader, proponendo schemi di risposta basati sul Sì e sul No. L’effetto di tale modalità di comunicazione è duplice. Da un lato il leader alimenta il convincimento di avere un gruppo coeso attorno a sé, convincimento che viene trasmesso anche agli avversari politici; dall’altro i membri della comunità virtuale rafforzano il loro senso di appartenenza.

Tutto ciò che resta fuori da questa comunità è visto invece come qualcosa di sbagliato e spinge i membri di quella comunità virtuale a riporre ancora più fiducia nel soggetto che hanno scelto come portatore di idee e di interessi.

Il populista individua un gruppo, lo isola, pesca nelle esigenze e nelle frustrazioni di questo gruppo, lo rifornisce di informazioni utili e si ripromette di guidarlo.

IL CASO DELLE ACCIUGHETTE

Avete presente i branchi di pescetti che si muovono compatti nel mare? Piccoli piccoli, uno accanto all’altro, formano un unico corpo, muovendosi tutti insieme e cambiando repentinamente direzione. Maurizio Porfiri, docente al dipartimento di ingegneria meccanica e aerospaziale dell’Istituto Politecnico di New York, cerca di

capire come si formi la leadership nei branchi dei pesci, chi decide come ci si muove e soprattutto chi decide dove si va. Porfiri spiega che ogni pesce fa quello che fa il pesce a lui vicino. Lo vede e ne sente i movimenti, quindi lo segue. A dare la prima accelerazione è il pesce più informato, quello che sa dove trovare il cibo, e che si muove in maniera più energica, attraendo il suo vicino.

Da lì parte l'effetto domino, e ognuno fa muovere l'altro. Il depositario dell'informazione (del gossip dice Porfiri, che utilizza il termine in maniera tecnica, non come siamo ormai abituati a fare noi) è quello che determina

il movimento del branco. Il gruppo guidato da Porfiri ha creato un pesce robot che, muovendosi come un pesce del branco riesce a guidarlo dal momento che è depositario di informazioni (informazioni che ovviamente gli hanno fornito i ricercatori).

Il comportamento dei pesci in presenza del robot-guida fa riflettere. Il robot si mostra simile a loro, si muove come loro, ne sa più di loro. Utilizza il gossip e il passaparola e li porta dove vuole.

L'informazione favorisce il leader, lo stato di necessità indebolisce il branco. Ovviamente stiamo giocando con le immagini, ma non si può non pensare che **basterebbe che tutti i pescetti fossero ben pasciuti e ben informati,**

e per il robot non sarebbe così facile conquistare la leadership.

Per questo il populismo è una brutta malattia. Distrae dai problemi, è un modo per non affrontarli, dà alibi ai governanti e condanna alla marginalità i governati: è insomma il peggior nemico del popolo. Tradizionalmente, però, in Italia funziona. Tanto per la maggioranza, quanto per l'opposizione.

Ed eccoci al potere della Tv

Dicevamo che il populista odia i giornalisti. Il rapporto

tra giornalisti e potere è da sempre difficile in ogni parte del mondo, o perlomeno lo è quando i giornalisti fanno bene il proprio lavoro.

In Francia – ricordava Pierluigi Battista sul Corriere della sera - Nicolas Sarkozy ha chiesto la testa del responsabile

dell'emittente Canal+ che aveva osato mettere

alla berlina il figlio Jean, 23 anni, destinato, ma poi costretto

a rinunciare a causa delle ovvie accuse di nepotismo

piovute sul padre, alla presidenza dell'Epad, l'ente

pubblico cui è affidata la gestione di una gigantesca e ricchissima

area metropolitana.

In Spagna il premier Zapatero (di sinistra) ha sferzato il

quotidiano "El País" (di sinistra), reo a suo dire di aver

messo in atto "un vero e proprio ricatto" e colpito di conseguenza

con una legge sulla comunicazione destinata a

colpire l'impero televisivo controllato dal gruppo editoriale

del giornale messo sotto accusa, rompendo sostanzialmente il monopolio sul calcio che aveva il gruppo. Sorte molto simile

tocca al gruppo del "Clarín", il giornale argentino che aveva

avuto l'ardire di criticare il governo di Cristina Kirchner

e la cui proprietà è stata ricambiata con una legge, la "Ley

de medios", che l'opposizione ha ribattezzato "Ley de

miedos": la "Legge per mettere paura". E negli Stati Uniti

il presidente Obama ha dichiarato che

l'emittente televisiva di Murdoch Fox

News non come un gruppo che fa informazione ma come

un partito di “avversari politici” da combattere con ogni arma. Un partito occulto e irresponsabile.

Potere, Tv, editoria, grandi giornali e calcio: gli ingredienti internazionali della politica del Terzo millennio.

Tutto il mondo è paese, insomma, se non fosse che il nostro, di Paese, in qualcosa è effettivamente diverso dal resto del mondo. E, comunque la si pensi politicamente, sappiamo tutti di cosa stiamo parlando.

In nessun altro Paese (e – ripeto – diciamo cosa nota) può accadere che i due maggiori concorrenti di un mercato asfittico come quello delle nostre Tv facciano entrambi capo al primo ministro.

Evidentemente l’informazione in Italia non opera in un sistema aperto, perché un sistema liberale non mette nessuno nelle condizioni di controllare tutto, fosse anche la persona migliore del mondo.

La concentrazione nel segmento televisivo – spiegava il prof. Michele polo - non è un male solo italiano, e si ritrova con numeri leggermente più bassi nei principali Paesi europei, come risultato di forze economiche che tendono a mantenere significative posizioni dominanti. Queste dinamiche economiche pongono quindi un problema, non solamente italiano, circa la capacità insufficiente delle forze di mercato a garantire un’offerta pluralista di informazioni.

Diversamente da quello che succede in qualsiasi altro Paese occidentale, in Italia gli editori televisivi sono però sostanzialmente due, i

programmi in chiaro sono monopolio di Rai e Mediaset, la concorrenza di La7 è per il momento limitata, il decoder satellitare che trasmette Sky è ancora nelle mani di pochi utenti. Sul digitale terrestre, per quanti pulsanti del telecomando tu voglia schiacciare, ti ritrovi sempre a guardare Rai o Mediaset. Pochi canali = pochi programmi, quindi pochi Tg, pochi talk-show, quindi pochi conduttori. Quindi poche idee. Se sono in pochi a condurre, infatti, sono in tanti che rischiano di essere condotti, ed ecco perché una maggiore concorrenza sarebbe auspicabile in Italia. Anche per ridimensionare il ruolo di chi la televisione la fa. Pochi editori = poche idee; poca concorrenza = poca libertà. Ho sempre trovato stupefacente l'idea che tra i quattro e i cinque milioni di persone seguissero alle 21 un dibattito politico. E invece sono molto popolari: Ballarò ha tantissimo pubblico e così pure Anno-Zero, così Porta a Porta, e così in genere è per le più diverse trasmissioni di informazione come Report, Presa Diretta, Matrix, Exit, L'Infedele, Otto e mezzo, Omnibus, Che tempo che fa, Invasioni barbariche, e più o meno tutte le trasmissioni del genere. Ma questo significa che gli italiani usufruiscono del miglior «servizio» possibile? Il mercato televisivo – e cito lo specialista il prof Michele Polo - rappresenta di gran lunga lo strumento più importante nella formazione delle opinioni del cittadino elettore. La concentrazione in questo segmento

appare tuttora elevatissima, con i primi due gruppi, Rai e Mediaset, che raccolgono in media circa otto telespettatori su dieci. E che, all'ora di cena, informano con i due principali telegiornali circa 12 milioni di cittadini.

L'Italia soffoca per mancanza di alternative, anche quando parliamo di televisione.

I poteri degli altri

Il potere della Tv non è un'esclusiva italiana, tutto nostro è solo lo schema in base al quale gran parte di questo potere possa finire nelle mani di una persona sola.

La Tv (di per sé) è potente dappertutto, ed è il canale principe attraverso cui la politica cerca il rapporto con l'elettore. Nei talk-show politici, in Italia come nel resto del mondo, si risponde a domande, ci si confronta con chi la pensa diversamente, capita di dover litigare: si rischia di fare brutta figura se non ci si sa controllare, se non si è abbastanza sicuri di sé, o abbastanza preparati.

Sono insomma situazioni scomode per i politici, che devono dimostrare la verità o la sensatezza delle loro affermazioni: accusare i talk-show di dare una brutta immagine della politica è come prendersela con il termometro quando si ha la febbre. Se non ti sai comportare o sei uno a cui saltano i nervi, la colpa è tua, non delle telecamere.

L'alibi di definire «pollai» le trasmissioni in cui gli ospiti espongono le loro (differenti) idee viene spesso utilizzato da molte persone, a destra e a sinistra, in genere

persone che non amano essere contraddette o ascoltare idee diverse dalla propria e che considerano caos la varietà di punti di vista. Perché il più delle volte pensano di essere le uniche depositarie della verità.

Ecco perché, in tutto il mondo, i politici cercano un'alternativa ai talk-show per comunicare con i loro potenziali elettori.

I sociologi Mazzoleni e Sfondini l'hanno definita «politica pop», in quanto nasce e vive nel rapporto con tutto ciò che è popolare, nel senso più ampio del termine.

Una politica in cui la stessa presenza al talk-show diventa inutile: meglio, decisamente, l'ospitata nel programma di un comico. Quando, nel 2003, Arnold Schwarzenegger cercava (smessi i panni di Terminator) una legittimazione politico-mediatica, si presentò ospite da Jay Leno nel Tonight Show, e la candidata vice president Sarah Palin usò lo stesso programma per mostrarsi ironica e spiritosa, rendendosi protagonista di una esilarante gag con la sua imitatrice, il che le fece aumentare di colpo la popolarità.

Anche il democratico John Edwards annunciò la propria candidatura in un programma di satira politica, e la popolarità così conquistata gli garantì la nomination a vice president al fianco dello sfortunato John Kerry. «Essere invitati allo show» spiegano Mazzoleni e Sfondini «è l'ambizione di tutti i politici americani, maggiore di

quella per inviti a programmi seriosi, con veri giornalisti nella convinzione che una chiacchierata all'insegna dello humour e un po' scanzonata paghi di più di una intervista sui network di informazione.» Il fenomeno è internazionale.

In Francia l'ex primo ministro Michel Rocard si è trovato la domenica sera ospite dell'On ne peut pas plaire à tout le monde (Non si può piacere a tutti) dove il comico Marc-Olivier Fogiel lo tormentava con domande sulle sue abitudini sessuali, così come la domenica pomeriggio su Vivement Dimanche (una specie di Domenica In) i politici fanno la fila per essere intervistati dal placido Michel Drucker.

Il politico, in Italia come nel mondo, cerca di risultare simpatico al proprio elettore e, per farlo, a volte esagera.

Dal talk al reality, e oltre

Nell'estate 2010 l'eurodeputato ed ex ministro di Giustizia (nonché del Lavoro) Clemente Mastella ha chiarito che non avrebbe partecipato all'Isola dei famosi. Precedentemente era stato lui stesso a dichiarare che ci sarebbe andato «con piacere», e che aveva solo il timore che la moglie non ce lo avrebbe mandato, perché «sull'Isola ci sono sempre giovani femmine di grande bellezza. E poi» aveva aggiunto «staranno tutte lì, con quei costumini...».

Non sarebbe stato comunque il primo politico a partecipare: l'Isola dei famosi era stata vinta nella sua sesta

edizione da Vladimir Luxuria, già parlamentare di Rifondazione comunista, che aveva battuto al televoto con 12

punti di distacco la show-girl Belén Rodríguez.

Le porte che dividono i due mondi sono infatti girevoli, e non limitatevi a pensare alla nostra Irene Pivetti (che ha investito il passato da presidente della Camera in un presente da show-girl), pensate più in grande. Pensate ad esempio a Sarah Palin, la già citata numero due di John McCain nella corsa alla presidenza Usa (poi vinta da Obama): la Palin, a quanto si dice, starebbe meditando di passare dalla politica allo show-business dedicandosi alla conduzione di un talk-show, oppure diventando protagonista di un reality familiare sul modello sperimentato da Ozzy Osbourne. Titolo: Sarah & Todd plus six, ovvero Sarah, il marito, i cinque figli e un nipotino, tutti sotto lo stesso tetto, tutti davanti alle telecamere. Peraltro in Gran Bretagna un deputato (George Galloway) è riuscito nel 2006 a farsi ammettere direttamente al Grande Fratello. Lo fece, disse, per sostenere e rendere nota al pubblico la causa palestinese: il pubblico lo ricorda invece in tutina rossa aderente, sorretto per un braccio da una morona tatuata, sfiancato da una terribile prova in maschera cui lo avevano sottoposto gli autori del reality.

Una volta messo in dubbio il confine tra reale e virtuale, tra politica e show, il gioco è fatto: l'incerto vince sul

certo, il grigio si conquista spazio tra il bianco e il nero. Nella puntata numero zero di Ballarò, quella che serviva alla rete per sperimentare il sottoscritto nei panni del conduttore, organizzammo un dibattito cui erano presenti ministri, scienziati, deputati di maggioranza e opposizione, persino un cardinale e un Premio Nobel. Un panel invidiabile, peccato che a interpretare le parti di Nobel e cardinali, a vestire i panni di berlusconiani e antiberlusconiani fossero delle misere comparse: amici miei, qualche redattore di Ballarò, l'intero corpo autorale. Fu un numero zero vivacissimo, una gran puntata, mi conquistai definitivamente il posto da conduttore, ma ci lasciammo tutti sfuggire che, a quanto pare, avevamo inventato un format.

Già nel 2004 in America aveva spopolato la prima edizione di American Candidate, reality acchiappa-ascolti in cui uomini e donne di idee politiche completamente diverse si sfidano. Chi vince diventa presidente degli Stati Uniti d'America. Le prove prevedono discorsi, conferenze stampa, discorsi sulle misure antiterrorismo, comizi in diverse città etc. I telespettatori votano di volta in volta il vincitore della puntata, fino all'ultima puntata come nella notte presidenziale... e un vincitore che viene proclamato presidente. In Inghilterra ha invece successo Vote for me, reality in

cui il vincitore al televoto può davvero candidarsi alle elezioni, nel collegio uninominale di Folkstone. Il virtuale azzanna e deglutisce il reale: per la cronaca Vote for me fu vinto nel primo anno da un candidato volgare, gretto e razzista.

LA RAPPRESENTAZIONE DUALE

Gli italiani più simpatici, secondo Berlusconi, stanno dalla parte sua. «Avete notato» ha dichiarato più volte «la differenza fondamentale tra noi e certe persone dall'altra parte? Noi siamo ironici e soprattutto autoironici, mentre loro sono sempre incazzati.» A parte il fatto che tutti lo abbiamo visto alterato un bel po' di volte, la bipartizione del Paese sulla base del carattere alla lunga non può reggere, se è vero che è difficile pensare a Roberto Benigni, ad esempio, che non si gusta la vita. L'idea di dividere gli italiani su base, diciamo così, antropologica, tenta però (o piuttosto domina) anche il centrosinistra, tant'è che non si contano gli esponenti progressisti che ritraggono «quelli dell'altra parte» come degli arroganti poco di buono.

«Gente triste» a sinistra, «delinquenti» a destra. E' ovvio che l'Italia non è ridotta così.

È più probabile che, mancando la possibilità di dividere la cittadinanza sulla base delle cose che si fanno (dal

momento che non si fanno le cose), la politica stia in realtà chiedendo ai cittadini di schierarsi sulla base di semplici categorie: sei un ottimista o un pessimista? E dall'altra parte: sei un onesto o un disonesto? La differenza tra gli elettori non la fanno più le scelte politiche, la fanno delle ipotetiche caratteristiche naturali, antropologiche.

Di certo chi utilizza queste categorie lo fa in ossequio a una delle norme classiche del buon populista, lo fa cioè pescando scientemente dall'ingenuità più profonda dell'immaginario collettivo.

Tempo fa ero in vacanza in Toscana, e durante una cena un conoscente mi disse che aveva appena preso in gestione un hotel in un paese vicino. Gli domandai il numero di telefono, perché mi dovevano venire a trovare degli amici. Lui me lo diede subito, ma ci tenne a specificare: «Dottore, sia chiaro: è un posto alla buona, senza pretese, va bene per persone di una certa età, oppure per uno di sinistra». Lo disse senza alcuna ironia: voleva semplicemente che non ci fossero sorprese.

L'episodio fa d'altronde il paio con quello del ristoratore romano che portava la ricevuta fiscale solo ai clienti che gli sembravano di sinistra, mentre scriveva su un pezzo di carta il conto dei tavoli che pensava fossero di destra.

Fu lui stesso a spiegarlo a dei miei amici (di destra, per l'appunto) convinto di trovare comprensione, e ci rimase malissimo quando furono proprio loro a spiegargli

davanti a tutti che la fedeltà fiscale non ha bandiera (né ce l'ha l'infedeltà, d'altronde).

La bipartizione dell'elettorato sulla base di caratteristiche che ovviamente non implicano scelte politiche si sposa con un'altra forzatura: per ogni cosa da fare viene creato un nemico che impedisce di farla, una battaglia grazie alla quale giustificare i ritardi e le mancate realizzazioni.

Ci si occupa di funzione pubblica? Ecco i fannulloni che resistono. Si tentano le riforme? Ecco i poteri forti che si oppongono. Ognuno si ritiene l'antibiotico di un virus che si è inventato lui stesso.

La prima cosa che il politico domanda al cittadino è «Stai con me o contro di me?», mentre dovrebbe essere il cittadino a domandare al politico: «Come risolverai questo problema?». Le tesi delle fazioni non vengono discusse, vengono lanciate alla folla e da questa alternativamente abbracciate o rifiutate, sulla base dell'identità di chi ha proferito parola. Le idee non entrano in competizione tra di loro, servono solo a legittimare (o delegittimare) chi le espone; servono solo a catalizzare plausi o insulti (che devono sempre esserci in democrazia, ma dovrebbero essere la conseguenza di un'azione politica, non il suo obiettivo).

Come abbiamo detto, la comunicazione tra leader e popolo tende ormai a muoversi dall'alto verso il basso, rafforzando sempre e comunque, in conclusione,

la posizione del capo. Gli elettori, trattati da alcuni leader come una comunità di fedeli, vengono continuamente stimolati con temi e provocazioni che hanno come doppio effetto quello di rinsaldare il proprio campo e rinvigorire il campo avverso, perché anche i «nemici» da questo gioco di ruolo traggono proventi e ragione di vita. In questo quadro la politica ci avanza. Dovrebbe aiutarci a risolvere i problemi, e invece non sappiamo che farcene per cui le assegniamo il ruolo di mera passione. E neanche troppo profonda, sia chiaro, ma quasi una sorta di antistress per scaricare ben altre tensioni, o di diversivo per le serate con gli amici. In questo senso, da regno della logica e della gestione del quotidiano, diventa campo del tifo, in cui il merito delle questioni lascia il posto all'emotività e alla pancia. I dettagli più frivoli si trasformano in fondamentali, i contenuti più seri diventano dettagli, e addio soluzione dei problemi per via politica. Sia chiaro, questo non è solo un fenomeno italiano, può succedere in tutto il mondo

CONCLUSIONI

La povertà di fonti, ed è questa la tesi che pongo alla vostra riflessione, è povertà di idee. Se sarebbe erroneo legare ad una sola ragione, quale magari la povertà del mercato televisivo italiano, la volgarizzazione e la pauperizzazione della nostra vita politica, del nostro linguaggio politico e del nostro dibattito politico, è possibile però tracciare delle corrispondenze tra la povertà delle fonti di informazione e la tendenza

a dare una chiave di lettura semplificata, generalmente duale e spesso e volentieri povera e rozza .

La tendenza a dare una lettura dialettica dell'esistente è una tendenza quasi connaturata nell'uomo, ma è una tendenza che non va necessariamente cavalcata, anzi.

Nella mia convinzione, per quanto riguarda la mia esperienza professionale, il buon comunicatore deve cercare di distruggere questa narrazione semplificata dell'esistente. Il metodo che personalmente, nella mia professione, ho scelto, è semplice: si individua un problema, lo si pone all'attenzione del pubblico, si chiede a più interlocutori possibile come intendano risolverlo e quale spiegazione ne possano dare. In generale ogni problema va affrontato da più angolazioni: più teste ci sono a lavorarci, più possibilità di risoluzione vengono offerte.

Per quello che posso pensare in Italia siamo tutti vittime di un malinteso. Siccome le fonti sono poche, si cerca continuamente il modo di esporre liberamente la propria idea senza che nessuno la contraddica.

La povertà dell'offerta televisiva porta a pensare che serva un'idea per ogni canale, e quindi un canale in più per un'idea in più.

Ci siamo ormai ridotti a pensare che il giornalista libero sia quello che lascia esprimere un'idea che non trova spazio altrove (o che, in Italia, non trova spazio proprio) . In realtà questo è un effetto della fame di idee, e di spazi. Se è vero infatti che nella condizione data anche il semplice "far parlare" sembra poter essere inteso come espressione di libertà compiuta, è vero pure che ormai ci accontentiamo di poco.

In una società veramente libera non c'è un canale per ogni idea, perché le idee sono tante, ed i canali non potrebbero mai bastare.

Dovremmo rovesciare il ragionamento.

In realtà in un paese veramente ricco di opportunità di espressione su ognuno dei tanti canali dovrebbero passare tutte le idee possibili, e tutte le idee possibili dovrebbero essere prima esposte, ma poi essere messe in crisi.

Dovremmo pretendere che in ogni canale venga messa in crisi un'idea, non solo che sia libera di esprimersi: questa dovrebbe essere la minima pretesa, l'ipotesi, diciamo così, di sopravvivenza del confronto democratico.

Un milione di canali, un miliardo di giornalisti, mille miliardi di idee messe in crisi da centomila miliardi di domande. Questo è il mondo migliore.

Un mondo dove il dubbio sia la ricchezza, la molteplicità e la varietà siano la normalità, dove le alternative e l'esito aperto di ogni ragionamento siano la meta. In una società del genere il telespettatore ha la possibilità di farsi un'opinione decidendo quale sia la teoria più convincente, quella che risolve il maggior numero di problemi, quella che supera il maggior numero di critiche.

LA SOCIETA' APERTA

In una società del genere il conduttore conduce verso il dubbio, e non usa il proprio spazio per vendere una certezza. In una società del genere il politico supera le prove e scavalca gli ostacoli, non sospende le trasmissioni per evitare di incontrare chi la pensa diversamente da lui.

In una società aperta, dove sono in tanti ad esprimere opinioni e dove i tanti possono scegliere l'opinione più convincente, il populismo muore di fame. Perché in una società del genere si ha fame di idee, e una sola idea (accompagnata – dialetticamente - dal suo contrario) non bastano più a nessuno.

Ho la fortuna di aprire un anno accademico in una facoltà di scienze politiche, e di farlo in Sardegna. Lo vorrei aprire con una domanda, una richiesta di aiuto, come cittadino innanzitutto, come conduttore tv in secondo luogo. Bisogna provare ad aprire la società italiana. Bisogna riuscire a regalarle alternative, opportunità, cambi di rotta, dare la possibilità ai tanti di accantonare certezze e di abbracciare splendide, fertili e feconde incertezze.

Io lo posso fare in tv, voi lo potete fare insegnando e soprattutto, gli studenti, possono farlo studiando, e inventando nuovi mondi.

Ed eccoci alla domanda: mi dareste una mano?

Grazie.