

Corso di Laurea magistrale (*ordinamento ex D.M.
270/2004*)
in Relazioni Internazionali Comparate

Tesi di Laurea

I politici d'oggi: mentori o manipolatori?
Le campagne elettorali nell'era della globalizzazione

Relatore

Ch. Prof. Giuseppe GOISIS

Correlatore

Ch. Prof. Matteo LEGRENZI

Laureanda

Nataliya SHUMANSKA

Matricola 822722

**Anno Accademico
2012 / 2013**

INDICE

Abstract.....	p. 4
Premessa.....	8
Introduzione.....	23
1. LA GLOBALIZZAZIONE NEL XXI SECOLO.....	28
1.1 La globalizzazione e le sue definizioni.....	28
1.2 Il fine della globalizzazione.....	31
1.3 I pro e i contro.....	32
1.4 L'impossibilità di sottrarsi alla globalizzazione.....	35
1.5 I suoi effetti.....	36
1.5.1 La globalizzazione e la politica.....	37
2. LE CAMPAGNE ELETTORALI TRA IL XIX E XX SECOLO.....	38
2.1 Il sorgere dei primi partiti politici.....	39
2.2 Le prime campagne elettorali.....	42
2.2.1 Il manifestarsi dei primi meccanismi di propaganda.....	42
2.2.2 La propaganda nei regimi totalitari.....	43
2.2.3 L'evoluzione dei metodi di propaganda.....	45
2.2.3.1 L'epoca fascista.....	46
2.2.3.2 La TV: nuova rivoluzione tecnologica.....	48
2.2.3.3 La metamorfosi del mezzo televisivo.....	49
2.2.3.4 I politici tra realtà governativa e spettacolo.....	50
2.3 Le prime legislature sulle campagne elettorali.....	52
2.3.1 Le leggi nell'ultimo decennio del Novecento.....	54
3. STRUMENTI DI MANIPOLAZIONE ADOPERATI DAI POLITICI OGGI.....	57
3.1 Le tappe storiche della psicologia politica.....	58
3.2 L'essere umano: una fonte di informazioni ed indizi.....	61

3.2.1 Elementi impliciti di influenza.....	62
3.2.1.1 La comunicazione non verbale ed i suoi agenti principali.....	63
3.2.1.2 La comunicazione verbale.....	68
3.2.2 Elementi espliciti di influenza.....	71
3.2.2.1 Le personalità dei politici.....	71
4. I MASS MEDIA: LA LORO INCIDENZA SULLE MASSE ED IN PARTICOLARE SUGLI ELETTORI.....	77
4.1 I media: che cosa sono esattamente?.....	78
4.1.1 L'evoluzione storica dei mass media.....	79
4.1.1.1 Dalle incisioni sulla pietra alle reti internet.....	79
4.2 Vantaggi e svantaggi dei mezzi di comunicazione di massa.....	81
4.2.1 Il dilemma della televisione: un'amica buona o cattiva?.....	83
4.2.1.1 La pubblicità: il maggior danno televisivo.....	85
4.2.2 Internet.....	86
4.3 Il rapporto tra i mass media e la politica: il loro necessitarsi a vicenda.....	87
4.3.1 La degenerazione della politica in spettacolo.....	88
4.3.1.1 I nuovi obiettivi dei politici.....	89
4.3.1.2 Le conseguenze della spettacolarizzazione politica e l'incidenza persuasiva dei media.....	90
4.3.1.3 I new media.....	92
Conclusione.....	95
Bibliografia.....	99

I POLITICI D'OGGI: MENTORI O MANIPOLATORI?

LE CAMPAGNE ELETTORALI NELL'ERA DELLA GLOBALIZZAZIONE

This thesis is the result of studies on election campaigns in the era of globalization. In particular, the research looks at this theme analyzing it from a peculiar point of view: it explores in depth the way in which the politicians influence the mind of their voters through their election campaigns. The primary purpose of this analysis is to point out the problem of manipulation, understand and determine if people of twenty-first century are really free as they think. Thus, the survey seeks to answer the following questions: are people truly free? the society they live in is really liberal and democratic? have the people really the right of self-determination? or are they pawns in the hands of politicians and society? can they nowadays really trust their politicians or maybe they should be afraid of them?

Precisely, the inquiry was set up to achieve two objectives: on the one hand the intent was to highlight the alarming character of political manipulation in the course of election campaigns whose victims are the citizens remaining to be affected by the multiplicity of elements of persuasion that lie in the background of such political campaigns; factors of persuasion which are systematically used by all the politicians without any exception to look more convincing than their opponents and to inspire more confidence in their personality; on the other hand the goal was to invite people to reflect on this issue, to understand that nowadays, in a global era, it is very easy to be the pawns in the hands of others, so it would not hurt to be more aware of what is happening around them and above all be aware that if a decision is taken, it was done through careful reasoning and not just because that is what do the others or is the thing that seems most obvious to do.

Nowadays in almost every country of the world there had been a number of researches that investigated on the function of manipulation with the aim of understanding the impact it has on people and how they finish to be affected. Similarly, this study was firstly conducted in order to identify the relationship between the phenomenon of globalization and today's political manipulation. Because of this pattern the work starts from wanting to prove the thesis that the process of globalization, independently from the positive or negative aspects that have determined in general, have had a negative impact on politics.

Only a decade has passed since mankind of the contemporaneous age has crossed the threshold of the third millennium ushering in what today is known as the era of globalization. Although this

concept is widely spread everywhere in the world, it results still difficult to frame it properly. The difficulty of describing what exactly is meant by this phenomenon lies in the fact that it concerns the varied fields and this is the reason why a large number of problems can arise in this regard. It is a process that manifests itself in different areas of society, but especially in its economic and social issues.

From the economic point of view, globalization means the large expansion of the world economy and international free trade across the Earth's surface; goals that have been reached by the creation of a liberal market in which countries of all the world are free to exchange goods and services due to the elimination of trade barriers (import and export duties). From the social point of view, globalization is the reason because of which migratory movements, cultural exchanges, ways of living and thinking are constantly being standardized and matched through the expansion of technological networks of communication and information in order to maximize the relationships and contacts between the various civilizations of the world.

The basic attempt of this phenomenon was to break down around the world barriers of all kinds, physical and mental, existing up to this period between the countries, erase any kind of diversity, contrasts and differences in order to create a single standardized community. Its main consequence has been in fact the transformation of the world into a global village, a unique community where everything and everybody is connected by electronic and technological communication systems. Today the phenomenon of globalization continues to be widely discussed because of its advantages or disadvantages, as there are people who support it and others who criticize it.

However, what concern this work, first of all it tried to examine the relationship between the globalization and the politics, aiming to identify how the globalization system has also affected the political sphere and the role it continues to have in the process of propaganda. In particular, what has been observed is that on the one side it changed the approach that politicians had towards politics but on the other side it has also changed the approach that people have started to have towards politics and their politicians.

Regarding the first point, it has been realized that the contemporary politicians, those who should be protectors and serve as a model of behavior, have become businessmen which to get the power now are ready for anything. For them, politics is no longer a vocation with which they would like to work for the common good, but simply a job that allows them to enrich their own interests. Their

unique intent is to become able to influence decisions that then will affect the country or all the society.

This is the reason why the research secondly aimed to demonstrate that, in recent times, their election campaigns have become of paramount importance. Various sums of money are invested in them since the best experts and psychologists are used to design them, carry them out and spread them by the mass media. The purpose is to create an electorally effective program that inspires security, trust and thus convince the electors to cast their votes for the candidate that it represents. A result that is reached through a manipulation of the subconscious of voters without them being aware of it in most cases.

The means which are used to achieve this are manifold: facial expressions, gestures, body movements, the way of talking or expressing themselves, the tone and timbre of voice, the personality, charisma, character, mass-media frames are just a few of these. The paper tried to analyze all these tools used by politicians to manipulate voters during their electoral campaigns basing on researches, reports and articles of political scientists and psychologists who have been studying this phenomenon from a couple of decades.

Regarding the second point, it has been noted that people are divided in two parts: on the one hand there those who disillusioned by this trend of politics have given up renouncing to believe in its ideals and principles and creating what is called anti-politics; on the other hand there are those who do not stop believing in it and go to vote, although having fallen victims in this way to a number of hidden factors of which are overflowing the persuasive campaigns. Attitudes which in both cases are wrong. Hence, the investigation thirdly was committed to proving that the human subconscious is continually subject to persuasion, propaganda and manipulation from which it cannot escape entirely.

On the basis of the results of this research, it can be drawn the following two conclusion. According to the first, after all the people even though they live in twenty-first century they are not as free as they could think. A highly significant result was found according to which they are subject to heavy manipulation: for instance people in every moment, 24 hours a day, are affected, influenced and manipulated by society and politicians who govern them. Their ideals, values, principles as their way of thinking or behaving are constantly being manipulated by everything that surrounds them. According to the second, as the results suggest, what is more alarming is that people did not always know about the ways that their brains are manipulated. Realizing this kind of

influence is extremely difficult as are there used very skilled techniques of manipulation which intent is not to affect the human mind as their subconscious and their emotional level. According to what has been demonstrated, this is due to only one cause: despite the fact that an individual tries to be rational all the time, nevertheless to determine his choices is not the rationality but the impulses and emotions derived from his inner self.

In conclusion, the thesis argues that living in the third millennium is quite impossible to escape the manipulation imposed by the society and by its politicians but starting think over this question it may already be a good starting point. This is why it recommends people to reflect more on such an important issue and to report and reveal about this problem to others. Everyone should know about the existence of these mechanisms and tactics of manipulation in order to be consciousness of the possible risks in which their freedom of thought could daily incur, trying thus to resist to this type of control.

Premessa

«Facciamo l'uomo a nostra immagine, conforme alla nostra somiglianza» disse Dio nell'ultimo giorno della creazione (Genesi 1:26). La presente è una citazione biblica dalla quale emerge che l'essere umano fu creato a immagine e somiglianza di Dio. Sebbene si tratti solo di poche parole, occorre leggere fra le righe per capirne il senso più profondo. Forse non sarebbe sbagliato supporre che dietro il velo di quei termini si celi una verità ben più grande, nella quale si potrebbero ricercare i punti cardini per comprendere a fondo i misteri che avvolgono la natura umana.

Il pianeta Terra, nel corso delle diverse ere geologiche che si sono succedute sulla sua superficie, ha visto nascere, vivere e scomparire svariate specie di esseri viventi. Ogni tipo, man mano che appariva, era sempre più forte e riusciva ad adeguarsi meglio ai diversi cambiamenti climatici che si susseguivano. Tra tutti questi esemplari, singolari ciascuno a loro modo, ce n'era uno però che spiccava in particolare ed era il genere umano del quale oggi siamo discendenti.

Dunque, gli esseri umani risultavano essere una specie diversa dalle altre. Ma in che cosa consisteva la loro diversità? Una delle differenze di fondo che risaltavano, era il modo tramite il quale si percepiva il mondo circostante. Gli umani, a differenza degli altri esseri viventi che basavano la loro capacità cognitiva solo sulla percezione sensitiva della realtà, possedevano la ragione. Pertanto, erano dotati della facoltà di pensare, contemplare, osservare, valutare, supporre o dedurre. Grazie al loro intelletto, potevano diventare esseri ingegnosi, capaci di inventare, creare, produrre. Ebbene, la loro diversità consisteva nella straordinarietà del loro essere, nella genialità del loro acume. Ed è grazie a questo ingegno che gli uomini siano sopravvissuti nel corso dei millenni, che abbiano fatto tanta strada e che si siano perfezionati sempre di più, arrivando fino ai giorni nostri. Tuttavia, occorre ritornare indietro nel tempo fino alla Preistoria per vedere come siano andati veramente i fatti.

Nel corso dei secoli intere schiere di scienziati, storici ed archeologi hanno lavorato duramente per scoprire tutto quello che riguarda l'uomo, la sua origine e la sua prima apparizione sulla terra. Hanno avanzato diverse ipotesi e teorie a riguardo. Oggi, grazie alla documentazione messa a disposizione dall'archeologia, è noto che «l'inizio dell'avventura umana» risale «ad un ampio intervallo di tempo compreso tra 3,5 e 2,5 milioni di anni fa»¹. Questa sembra aver avuto inizio sul continente africano, matrice originaria dell'umanità. Ecco cosa dicono i manuali di storia a tale riguardo: «L'Africa viene considerata la culla dell'umanità, l'area dove una serie di eventi hanno

¹ Martini F., *Archeologia del Paleolitico: storia e culture dei popoli cacciatori-raccoglitori*, Roma 2008, cit., p. 13.

assegnato al genere *Homo* il primato del passaggio dalla natura alla cultura»². Pertanto, è esattamente sul suolo africano che sembra aver fatto comparsa il genere *Homo*, ritenuto come il predecessore o l'antenato dell'uomo moderno ossia la specie con la quale ha avuto inizio «la storia della civiltà umana»³.

Al fine di inquadrare tali avvenimenti in una cornice cronologica, è opportuno fare riferimento alla tripartizione dell'Età della Pietra, avanzata da H. Westropp nel 1866, in Paleolitico, Mesolitico, Neolitico⁴. Di fatto risulta che il periodo storico in cui il genere *Homo* fa la sua comparsa in Africa è il Paleolitico. Da un'analisi etimologica di questo termine si rivela che significa «età della pietra» ed è un arco temporale che inizia circa 2,5 milioni di anni fa. Inoltre, si suddivide in periodi intermedi: Paleolitico inferiore (2,5 milioni di anni fa-120.000 anni fa), medio (120.000-36.000 anni fa) e superiore (36.000-10.000 anni fa).

Senza alcun dubbio da parte degli studiosi, il genere *Homo* sembra essere comparso nel Paleolitico inferiore, evolvendosi in un secondo momento, prima in *Homo habilis* e poi in *Homo ergaster*⁵. Nacquero così delle società primitive, il cui principale modo di sussistenza derivava dalla raccolta di erbe, radici, frutti selvatici e altre risorse vegetali. Questo fu il motivo per il quale questo lasso di tempo fu denominato «la fase degli arboricoli» ossia raccoglitori, seguitori prevalentemente di «una dieta vegetariana»⁶. I membri di queste società si dedicavano all'industria litica ossia creazioni di diversi strumenti in pietra, i quali perfezionati sempre di più permisero solo in un secondo momento di praticare la caccia e dare quindi il via alla «fase dei cacciatori».

Essendo nella maggior parte nomade, queste tribù primitive tra 1,8-1,3 milioni di anni fa iniziarono i primi spostamenti dall'Africa verso gli altri continenti. L'*Homo ergaster* per esempio abbandonò il continente africano circa 1 milione di anni fa per raggiungere le sponde dell'Eurasia, dove ha visto evolversi in *Homo heidelbergensis* in Europa e *Homo erectus* in Asia⁷.

Con l'iniziare del Paleolitico medio, sul continente europeo comparì un genere nuovo: l'*Homo neanderthalensis* o l'uomo di Neandertal. Si trattava di uomini specializzati in caccia di animali di piccola e grande taglia⁸, la cui alimentazione consisteva prevalentemente nel consumo di carne.

² *Ivi.*, cit., p. 27.

³ *Ibid.*, cit., p. 25.

⁴ De Martino S., *Storia d'Europa e del mediterraneo. Il mondo antico. Sez. 1., La preistoria dell'uomo. L'Oriente mediterraneo. Vol. 1., Dalla preistoria alla storia*, Roma 2006, p. 164.

⁵ Martini F., *Archeologia del Paleolitico: storia e culture dei popoli cacciatori-raccoglitori*, Roma 2008, p. 14.

⁶ *Ibid.*, cit., p. 16.

⁷ *Ibid.*, cap. 2.

⁸ *Ibid.*, p. 52.

Di grande rilevanza infine fu il Paleolitico superiore, l'intervallo di tempo durante il quale non solo appaiono delle prime costruzioni abitative simili a delle capanne, vale a dire strutture che dimostrano di come l'uomo avesse iniziato a circoscrivere lo spazio che aveva a propria disposizione⁹; ma soprattutto perché è il periodo in cui fa la sua comparizione nella parte orientale del continente europeo il genere *Homo sapiens* ossia «l'uomo anatomicamente moderno»¹⁰. Di preciso, la sua presenza si manifestò a partire da 40.000 anni fa, quando l'Europa era ancora popolata dall'*Homo neanderthalensis*.

Il Paleolitico superiore arcaico rappresenta un momento cruciale nella storia dell'umanità, in quanto ha visto, con l'entrata in scena dei *sapiens*, il superamento delle tradizioni precedenti e il brusco avvio di un processo di civilizzazione che è alla base della formazione delle culture preistoriche più recenti, compresi tanti aspetti che ancora oggi fanno parte del nostro bagaglio interiore e dei nostri sistemi di comunicazione sociale¹¹.

Ne consegue dunque che l'arrivo dell'*Homo sapiens* costituì una vera rivoluzione in quanto si trattò di una specie diversa dai suoi predecessori, un tipo con maggiore tendenza alla sedentarizzazione¹² e portatrice di una serie di innovazioni «grazie ad un apparato culturale, tecnologico e sociale talmente organico e unitario che a ragione possiamo parlare della “prima Europa”»¹³.

Il periodo storico che si susseguì al Paleolitico, si intitola Mesolitico ed è la fase intermedia dell'Età della Pietra che iniziò intorno ai 10.000 anni fa e durò circa 3.500 anni¹⁴:

Durante questo periodo in tutto il continente sono documentate strategie comportamentali indicative di un adattamento delle popolazioni di cacciatori-raccoglitori ai mutamenti climatici ed ambientali, un'espansione demografica legata anche alle migliori condizioni di vita e la diffusione dei gruppi umani su nuovi territori resi liberi dal ritiro dei ghiacci¹⁵.

L'ultimo stadio dell'Età della Pietra fu costituito dal Neolitico (8000-3000 anni fa) il cui significato letterale è «l'età della pietra nuova». La riforma più importante di questo periodo riguardò l'alimentazione ed i mezzi di sostentamento. Questo fu l'esordio della «fase agricola» in quanto si assistette al passaggio da comunità di raccoglitori e cacciatori a quelle dei agricoltori ed allevatori. Ci si incammina verso lo stadio in cui «l'uomo è produttore delle proprie risorse alimentari»¹⁶, è colui che si dedica alla coltivazione dei cereali, all'allevamento di animali e alla loro addomesticazione. Tali cambiamenti eserciteranno indubbiamente degli effetti notevoli sui

⁹ De Martino S., *Storia d'Europa e del mediterraneo. Il mondo antico. Sez. 1., La preistoria dell'uomo. L'Oriente mediterraneo. Vol. 1., Dalla preistoria alla storia*, Roma 2006, pp. 141-144.

¹⁰ Martini F., *Archeologia del Paleolitico: storia e culture dei popoli cacciatori-raccoglitori*, Roma 2008, cit., p. 101.

¹¹ *Ibid.*, cit., p. 79.

¹² *Ibid.*, p. 123.

¹³ *Ibid.*, cit., p. 137.

¹⁴ *Ibid.*, p. 175.

¹⁵ *Ibid.*, cit., p. 176.

¹⁶ *Ibid.*, cit., p. 175.

tradizionali modi di vita: proprio a partire da questo momento gli umani rinunceranno del tutto ad uno stile di vita nomade in favore di uno più sedentario, fabbricando di conseguenza delle dimore solide all'interno dei villaggi stabili. È in questa fase finale della Preistoria che gli uomini ideeranno il sistema del «baratto» o «scambio» di merci, prodotti alimentari, oggetti – in sostanza un meccanismo che getterà le basi per la nascita del commercio futuro¹⁷.

L'Età della Pietra pertanto abbracciò un arco temporale molto vasto eppure costituì solo una parte della Preistoria dell'umanità. Tanto è vero che venne seguita dall'Età dei Metalli la quale si suddivide, a sua volta, in altre tre fasi: la prima è l'Età del Rame, ritenuta da molti come il periodo conclusivo della Preistoria; le due fasi seguenti sono invece l'Età del Bronzo e l'Età del Ferro e rientrano in quell'intervallo di tempo che oggi è conosciuto come Protostoria ed il quale avrebbe avuto inizio circa 3000 anni fa.

Si trattò di periodi storici in cui avvennero delle trasformazioni basilari nella vita del genere umano. L'uomo acquisisce la consapevolezza di poter intervenire sempre di più sugli elementi che lo circondavano ed apprende i modi tramite i quali poter manipolare la materia. Incomincia ad estrarre rame dai minerali, intraprende la lavorazione dei metalli tra cui il bronzo, oro, argento e solo in un secondo momento, a causa di un meccanismo di trattamento più complesso, il ferro. Da questo sviluppo della metallurgia derivano delle conseguenze sostanziali: compaiono vari tipi di nuove armi, ornamenti, gioielli e molti altri oggetti di uso quotidiano; spiccano nuovi mestieri e figure professionali; gli scambi commerciali di materie prime, prodotti grezzi ed oggetti finiti aumentano notevolmente; si nota anche una prima gerarchizzazione all'interno delle distinte comunità, anzi quest'ultime si convertono in veri e propri villaggi e città fortificate che conseguono un progresso dal punto di vista economico, sociale e culturale¹⁸.

Un altro momento di enorme importanza, appartenente a questa fase, che da un lato ebbe una risultanza formidabile nelle relazioni umane e che dall'altro dimostrò la straordinarietà dell'ingegno umano, fu l'invenzione dell'artificio della scrittura verso la meta del IV millennio a.C.

L'apparire della scrittura, sistema grafico in grado di registrare e memorizzare dati ed eventi diversi della vita quotidiana come anche contenuti del pensiero, costituisce certamente una tappa fondamentale e rivoluzionaria dello sviluppo umano, segnandone pienamente l'ingresso nella storia. Il passaggio dalla comunicazione verbale a quella scritta conduce al superamento dello spazio e del tempo, mentre la comunicazione da auditiva diviene visiva, da personale e transitoria diviene ufficiale e durevole, con tutte le conseguenze che la comparsa di questo nuovo mezzo comporterà per il futuro della storia umana¹⁹.

¹⁷ De Martino S., *Storia d'Europa e del mediterraneo. Il mondo antico. Sez. 1., La preistoria dell'uomo. L'Oriente mediterraneo. Vol. 1., Dalla preistoria alla storia*, Roma 2006, pp. 267-314.

¹⁸ *Ibid.*, pp. 315-411.

¹⁹ *Ibid.*, cit., p. 469.

Secondo quanto fornito dalle prove, ad essere considerate la patria della scrittura sono la Mesopotamia e l'Egitto, luoghi dove furono rinvenute le prime manifestazioni scritte e «dove fiorirono le due maggiori civiltà preclassiche»²⁰. Gli studiosi condividono l'idea che il nascere della scrittura non fu un qualcosa di veloce ed istantaneo ma anzi, sono certi del fatto che si trattò di uno sviluppo molto lungo, accompagnato di pari passo da un'espansione economica, sociale e culturale delle comunità. Non a caso i primi usi della scrittura furono adoperati come strumento di ammaestramento della contabilità e della nascente burocrazia, sorta per effetto del graduale sviluppo degli stati urbani²¹. E solo successivamente verrà alquanto perfezionata da riuscire ad «esprimere il linguaggio in tutte le sue sfumature e relazioni»²², se non «il contenuto del pensiero»²³.

La civiltà preclassica, citata sopra, fu quella dei Sumeri presso i quali ebbe origine la scrittura. Era un popolo organizzato in tante città-stato, che a causa delle rivalità sviluppatasi per il controllo dei territori circostanti, cominciarono ad avere i primi re con le loro dinastie, finché non si arrivò alla creazione dei primi imperi. Oltre all'invenzione della scrittura, questa civiltà viene ricordata perché è qui che nel III millennio nacquero le prime scuole e le discipline come la matematica, medicina, astronomia ed è qui che fu creato il primo orologio e calendario dell'umanità.

Così, la cultura sumera sopravvisse millenni fino a che non si estinse completamente verso la meta del II millennio a.C. per il sopravvento graduale della civiltà babilonese. Anche quest'ultima viene considerata come una delle popolazioni antiche più importanti che sopravvisse per secoli, approssimativamente sino alla fine del 500 a.C. Nell'eredità che venne lasciata da questo popolo, degno di nota è l'assortimento di circa 280 leggi, messe per la prima volta per iscritto e conosciute sotto il nome di *Codice di Hammurabi*, chiamate così in onore del sesto re babilonese che governò tra 1792 e 1750 a.C. e che ne aveva ordinato la stesura²⁴. L'aforisma che oggi tutti conoscono «Occhio per occhio, dente per dente» risalirebbe per l'appunto alla legge contenuta nel tale codice ossia «la legge del taglione che consiste nell'infliggere come punizione al colpevole un male identico a quello che egli ha provocato»²⁵. In aggiunta, non si può evitare di non menzionare i «Giardini pensili di Babilonia», edificate sempre da questo popolo e ritenute oggi come una delle sette meraviglie del mondo antico.

²⁰ *Ivi.*, cit., p. 469.

²¹ *Ibid.*, pp. 469-470.

²² *Ibid.*, cit., p. 481.

²³ *Ibid.*, cit., p. 498.

²⁴ De Martino S., *Storia d'Europa e del mediterraneo. Il mondo antico. Sez. 1., La preistoria dell'uomo. L'Oriente mediterraneo. Vol. 2., Le civiltà dell'oriente mediterraneo*, Roma 2006, pp. 77-121.

²⁵ *Ibid.*, cit., p. 107.

Tuttavia, il centro propulsore di questi millenni venne rappresentato da un'altra civiltà di straordinaria importanza che si sviluppò a partire dal I millennio a.C., degna di essere assolutamente menzionata e cioè quella dell'antica Grecia, terra d'origine della «democrazia». Durante i secoli dell'Età del Bronzo (XVII/XVI-XI a.C.), i territori della Grecia furono occupate dalla civiltà micenea, colei che secondo quanto raccontato dalle opere di Omero, fu la protagonista della guerra di Troia (1184). Ma dopo la scomparsa della suddetta, da un lato a causa delle minacce invasive da parte dei altri popoli, e dall'altro a causa di una crisi economica che incrementò le difficoltà e disordini interni²⁶, sorse la civiltà greca.

Analogamente ai Sumeri, anche i Greci erano organizzati in tante città-stato, notorie come città *polis* ovvero dei centri politici, militari, economici, sociali e culturali, caratterizzati da regimi democratici. Per secoli e secoli i popoli della Grecia furono protagonisti di svariate battaglie e diverse conquiste, popoli che avevano raggiunto una grande evoluzione dal punto di vista culturale:

I Greci avevano una lunga tradizione di autonomia e di indipendenza, avevano lungamente maturato dottrine politiche che significavano la piena ammissione delle masse popolari alla vita pubblica, avevano concezioni della legge e dell'attività di governo profondamente differenti rispetto alla mentalità e alle abitudini dei contadini, dei pastori o anche degli stessi professionisti del mondo anatolico²⁷.

Bensì, il periodo più importante per questo popolo coincide con l'arrivo di Alessandro il Macedone, poco dopo conosciuto da tutti come Alessandro Magno o Alessandro il Grande. Re di Macedonia dal 336 a.C., indubbiamente fu un uomo di grande saggezza, in quanto educato dai migliori maestri e filosofi dell'epoca tra cui Aristotele in persona; un uomo forte e potente dal punto di vista militare che in soli pochi decenni della sua egemonia riuscì a sottomettere al di sotto del proprio potere diversi imperi e territori: l'impero persiano, l'Egitto, la Babilonia, i territori dell'Asia fino all'India. Il suo desiderio più grande era quello di creare uno stato universale, ed innegabilmente il suo impero che andava dal Mediterraneo fino all'India e dal Mar nero fino all'Egitto, era il più grande che fosse mai esistito fino ad allora. Il merito più grande che viene aggiudicato ad Alessandro è quello di aver diffuso la cultura greca in varie parti del mondo. Tanto è vero che il 323 a.C. ossia l'anno della sua morte viene ritenuto come l'anno della fine della civiltà greca, ma forse sarebbe più corretto dire che è l'anno nel quale si assiste al passaggio della civiltà greca verso una fase nuova, quella ellenistica, ma per capire bene di cosa si tratta, occorre prima di tutto precisare il significato di tale termine.

Dal punto di vista cronologico, si definisce come «ellenismo» l'arco storico compreso tra il 323 a.C., l'anno della morte di Alessandro Magno, e 146 a.C., l'anno della capitolazione di Cartagine e

²⁶ *Ivi.*, pp. 227-265.

²⁷ Levi M. A., *L'ellenismo e l'ascesa di Roma*, Torino 1969, cit., p. 17.

Corinto di fronte la potenza romana²⁸. Dal punto di vista culturale invece è quel periodo di tempo in cui la cultura greca si diffonde oltre i confini greci, in tutti i territori che erano stati conquistati da Alessandro Magno. È il frutto che si ottiene dall'amalgamazione dei tratti culturali greci con quelli delle altre regioni, considerate fino ad allora come «barbare» non per il fatto che parlassero un idioma diverso dal greco ma precisamente perché il grado di civilizzazione da loro raggiunto era di gran passo inferiore rispetto a quello della civiltà greca, ben consapevole quindi della propria supremazia²⁹:

il mondo ellenico [...] assumerà una funzione di guida in quasi tutte le attività umane, professioni, arti e mestieri, per cui l'ellenismo sarà caratterizzato presso i popoli non greci dallo scambio culturale, economico e tecnologico e soprattutto dalla costante imitazioni di ogni tipo di procedimento proprio dei Greci, accanto all'assorbimento delle forme più evolute del loro pensiero, della loro arte, e, particolarmente, della loro morale e dei loro costumi³⁰.

La grande divulgazione della lingua greca come unico strumento di comunicazione nel mondo antico, la diffusione dell'arte oratoria ed una sempre più larga acquisizione di una capacità di giudizio da parte delle masse popolari, l'applicazione delle scoperte e dei principi scientifici e tecnologici, rinvenuti nell'Età classica per fini puramente conoscitivi e teorici, al campo della pratica con la conseguente apparizione delle industrie, con l'obiettivo primario di costruire opere nuove e soprattutto imparare a sfruttare le risorse della natura con l'idea di controllarla un giorno³¹, sono solo alcuni dei tratti di questo periodo ellenistico degno di grande interesse.

I Romani furono un'altra popolazione che senza alcuna ombra di dubbio merita di essere ricordata. Lo sguardo va concentrato sulla sorprendente capacità che ebbe questo popolo di trasformarsi in giro di solo alcuni secoli da piccolo e primitivo in grande ed evoluto. Mentre il mondo ellenistico tentava di riprendersi dalla morte di Alessandro Magno, nella penisola italiana viveva un altro tipo di situazione: lo stivale era diviso in tante regioni governate, a sua volta, da popoli diversi. Il popolo di Roma in quel periodo occupava un territorio molto piccolo della penisola che andava «dall'Etruria meridionale fino alla zona campana a mezzogiorno di Terracina»³². A quell'epoca, lo scenario di cui Roma era protagonista poteva essere descritto nel modo seguente: «Le mancavano le forze armate, lo sviluppo tecnologico, la preparazione culturale e politica, la tecnica giuridica e amministrativa»³³, tutte cose che non si assentavano di certo presso la

²⁸ *Ivi.*, p. 3.

²⁹ *Ibid.*, p. 5.

³⁰ *Ibid.*, cit., p. 9.

³¹ *Ibid.*, pp. 7-10, 101-118, 157-173.

³² *Ibid.*, p. 175.

³³ *Ibid.*, p. 183.

civiltà greca che, in confronto, aveva compiuto dei passi da gigante in ognuno di quei precisi settori, e con la quale i Romani non potevano competere.

Eppure, nonostante la sua arretratezza, Roma non si diede per vinta. Costruì la sua prima flotta marittima ed impose il proprio controllo su tutte le coste italiane, intraprese una serie di guerre contro i popoli della penisola finché non li assoggettò tutti al proprio dominio³⁴. Fu protagonista delle guerre puniche (264 a.C.-146 a.C.) condotte contro i Cartaginesi: l'occupazione da parte dei Romani della Sicilia, Corsica e Sardegna costituì il bottino della prima guerra, la vittoria sui Cartaginesi nella penisola iberica fu l'esito della seconda mentre la distruzione totale di Cartagine fu il risultato della terza³⁵. Così dopo quelle battaglie, i Romani imposero la propria egemonia su tutto il Mediterraneo, diventando una potenza incontrastata. I prossimi ad essere sconfitti furono i Macedoni ma non solo: oltre alla Macedonia vennero trasformate in province romane anche le coste settentrionali dell'Africa e il nord-ovest dell'Asia, le cui sconfitte permisero ai Romani la piena appropriazione delle ricchezze elleniche³⁶.

L'espansionismo romano non aveva intenzione però di fermarsi. Così venne trasformata in provincia romana (56 a.C.) anche tutta la Gallia grazie al proconsole Giulio Cesare, che in seguito portò sotto il dominio di Roma molti altri territori. Sconfiggendo tutti i suoi rivali nelle guerre civili e conseguendo il dominio assoluto sullo stato, egli riunì e accentrò tutti i poteri nelle proprie mani ed impose su Roma un potere di tipo monarchico, aggiudicandosi il titolo di imperatore³⁷. Di tale maniera, Cesare innescò la fine dell'età repubblicana che aveva regnato a Roma da secoli (509 a.C.-27 a.C.) e diede inizio al passaggio verso l'età imperiale. Quest'ultima venne però realmente concretizzata solo dal suo successore Ottaviano, più tardi rinominato con il nome di Augusto (27 a.C.). Il periodo del suo governo, conosciuto come l'età augustea, fu ritenuto come «l'apogeo culturale di Roma»³⁸. Una prova di ciò sono le maggiori figure letterarie che si affermarono in questo periodo: Cicerone, Lucrezio, Catullo, Varrone vissuti già sotto Cesare, vengono succeduti da Virgilio, Orazio, Livio, Ovidio e tanti altri dai quali l'umanità erediterà un immenso patrimonio culturale³⁹. Alla morte di Augusto (14 a.C.), il trono passò a Tiberio, suo figlio adottivo che governò fino al 37 d.C. Ed è sotto il suo governo che in Galilea nacque Gesù Cristo, colui che si chiamerà il Messia, colui che si farà battezzare da Giovanni Battista nel fiume Giordano, colui che

³⁴ *Ivi.*, pp. 194-211.

³⁵ *Ibid.*, pp. 211-274.

³⁶ *Ibid.*, pp. 274-289.

³⁷ *Ibid.*, pp. 409-417.

³⁸ Christ K., *Breve storia dell'impero romano*, Bologna 2003, cit., p. 19.

³⁹ *Ibid.*, pp. 7-22.

annuncerà l'arrivo dei regni dei cieli ed andrà a predicare insieme ai suoi apostoli, gettando le basi di un nuovo credo monoteistico che da lì a poco si diffonderà in tutto il mondo – il Cristianesimo⁴⁰.

Dopo la crocifissione di Gesù, iniziarono le persecuzioni dei suoi seguaci e degli apostoli. Sotto l'imperatore Nerone (54-68 d.C.) a Roma vennero uccisi Pietro e Paolo, evento dopo il quale Pietro verrà ritenuto il primo vescovo di Roma. Ciò tuttavia non fermò la forte diffusione delle comunità cristiane, nonostante le persecuzioni a loro rivolte che non avranno tregua fino all'313 d.C., l'anno in cui l'imperatore Costantino emetterà l'editto di tolleranza, legittimando le chiese cristiane⁴¹, che a partire da quel momento si diffonderanno, dando vita ad un clero ed una struttura gerarchica. Eppure, l'imperatore Costantino viene ricordato non solo per essersi convertito lui stesso al Cristianesimo e per aver reso i cristiani liberi, ma anche perché è colui che nel 330 d.C. spostò la capitale da Roma a Bisanzio, rinominandola Costantinopoli.

Fu invece l'imperatore Teodosio I che nel 395 d.C. per fini puramente amministrativi a dividere tra i suoi figli il grande impero in due parti, difficile da gestire per una singola persona: quella occidentale affidata ad Onorio e quella orientale assegnata ad Arcadio. La parte occidentale però non sopravvivrà a lungo, scomparirà a causa dei barbari e del loro re, Odoacre, che causandone la disgregazione dopo aver sconfitto Romolo Augustolo (476 d.C.), trasformerà l'impero in tanti regni romano-barbarici, mentre l'impero d'Oriente da lì in poi verrà chiamato bizantino ed avrà una storia ancora duratura⁴².

La caduta dell'Impero romano d'Occidente nel 476 rappresenta una fase di svolta, a partire dalla quale, dal punto di vista cronologico, si ritiene che abbia inizio un periodo nuovo della storia dell'umanità, il Medioevo. Letteralmente, tale termine significa «età di mezzo»⁴³ perché distacca i secoli dominati dalla presenza dell'Impero romano da secoli invece in cui l'umanità entrerà in una fase nuova della sua evoluzione. Esattamente si tratta di un periodo che abbraccia una durata temporale di più di mille anni (V-XV) e generalmente segue la seguente suddivisione cronologica: alto Medioevo (V-X), basso Medioevo (XI-XIII) e tardo Medioevo (XIV-XV). È senz'altro molto complicato riassumere i caratteri essenziali di questo enorme lasso di tempo, sobbarcato da una grande immensità di avvenimenti. Prima di tutto, si assiste ad una continua invasione dei vecchi territori romani da parte delle distinte popolazioni barbare e ad una loro progressiva fusione con le popolazioni latine⁴⁴; a causa della nostalgia per l'Impero romano, si coglie il desiderio di ricrearne

⁴⁰ Fraschetti A., *Storia di Roma. Dalle origini alla caduta dell'impero d'Occidente*, Catania 2003, pp. 217-226.

⁴¹ *Ibid.*, pp. 237-243, 291-304.

⁴² Morrisson C., *Il mondo bizantino. L'impero romano d'Oriente (330-641)*, Torino 2007, pp. 5-52.

⁴³ Piccinni G., *I mille anni del Medioevo*, Milano 2007, cit., p. 3.

⁴⁴ *Ibid.*, pp. 25-57.

uno nuovo e l'Impero carolingio fondato da Carlo Magno, l'Impero degli Ottoni o l'Impero germanico sono degli esempi di codesti tentativi falliti⁴⁵ e sopraffatti dal sorgere delle monarchie moderne.

Si osserva la grande istituzione in cui si convertì la Chiesa: la susseguente rivalità che insorse tra il potere spirituale e quello temporale; la successiva laicizzazione del potere ecclesiastico seguito da una conseguente riforma; la fondazione del tribunale dell'inquisizione come strumento di estirpazione del manifestarsi delle svariate eresie e l'avvio della caccia alle streghe dalla seconda metà del XIV secolo; la grande lotta del mondo cristiano contro il mondo musulmano che si rinforzò attorno alla fede islamica fondata da Maometto nel VI secolo e che tra XI-XII secolo sfocerà nelle crociate⁴⁶.

Ci si trova davanti una società, il cui centro di potere è rappresentato dal castello medievale, avvolto dal villaggio e circondato dalle grandi muraglia. Tutto è incentrato su un sistema feudale e la società è divisa a strati tra *oratores*, *bellatores*, *laboratores* – tre classi sociali che vivono una in funzione dell'altra: i primi pregano, i secondi combattono ed i terzi lavorano. L'agricoltura è il principale mezzo di sostentamento e le sue tecniche verranno perfezionate con il passare dei secoli⁴⁷. Solo in un fase più tardiva si nota un progressivo svilupparsi del fenomeno urbanistico ed un maggiore sviluppo commerciale⁴⁸. Si verificarono sbalzi demografici a causa di guerre, fame e malattie come la peste⁴⁹. Gli storici, visto la molteplicità di questi elementi, dividono spesso tale periodo in due parti:

nel "prima", cioè in quello che chiamiamo Medioevo europeo, il peso universale dei due massimi poteri, la Chiesa e l'Impero, si accompagnava al massimo frazionamento della vita politica, nei villaggi, nei castelli, nelle signorie fondiarie, nelle città; nel "dopo" si ricomposero e poi trionfarono gli stati attraverso la formazione delle grandi monarchie o attraverso signorie regionali che superavano la frammentazione del potere locale⁵⁰.

Talvolta, l'apogeo del Medioevo sembra essere costituito dai suoi secoli del tramonto (XIV- XVI), conosciuti meglio come Umanesimo o Rinascimento, due vocaboli distinti che vennero adottati per indicare una stessa cosa:

il movimento letterario, artistico, filosofico che in quel periodo si sviluppò [...] per indicare il periodo che segnò, soprattutto in Italia, un rifiorire delle arti, delle lettere e della filosofia [...] Gli uomini del

⁴⁵ *Ivi.*, pp. 78-109.

⁴⁶ *Ibid.*, pp. 212-252, 279-303, 382-388.

⁴⁷ *Ibid.*, pp. 113-168.

⁴⁸ *Ibid.*, pp. 170-199.

⁴⁹ *Ibid.*, pp. 255-278, 358-381.

⁵⁰ *Ibid.*, cit., p. 436.

Quattrocento pensavano cioè che ci fosse stata una civiltà avanzata (quella degli antichi), poi la sua morte (il Medioevo), infine la sua rinascita (Rinascimento)⁵¹.

Si trattò di una rivoluzione culturale resa possibile grazie alla comparsa di un nuovo tipo di intellettuale, quello «umanista» che riscopre la grandezza e l'importanza degli autori classici e delle loro opere, che ritornano ad essere dei modelli da imitare. E, proprio questa «riscoperta dei testi degli intellettuali del passato (Umanesimo) divenne la spinta per vedere la realtà in un modo nuovo (Rinascimento)»⁵². Una riscoperta possibile grazie al fatto che l'intellettuale risulta essere molto più critico nei confronti del mondo circostante e soprattutto volenteroso di scoprire meglio se stesso ed il proprio potenziale, ecco perché si pone al centro di tutto. Non è più solo un autore passivo che scrive, ma è un uomo attivo che si esprime, partecipa alla vita politica e a quella sociale⁵³.

Ci si lascia dunque alle spalle un periodo molto lungo, la cui fine tradizionale è segnata dalla frantumazione dell'Impero bizantino nel 1453 per opera dell'espansione turca. Ma al di là di questa delimitazione cronologica, la fine del Medioevo si riversa progressivamente nell'inizio di un nuovo arco temporale definito dagli storici come «età moderna» o «età preindustriale»⁵⁴, il cui avvio si fa convergere con la Riforma della Chiesa, e concludere con la Rivoluzione francese. Il Medioevo infatti, nonostante la sua conclusione, aveva lasciato all'età moderna molte questioni irrisolte e tra queste al primo posto c'era il problema della Chiesa, un'istituzione sempre più forte, ricca e soprattutto corrotta, ogniqualvolta più lontana dai suoi ideali spirituali. Ragione per cui divenne oggetto di molteplici critiche e dibattiti che, principalmente, da discussioni orali si convertirono poi in delle azioni e rimedi pratici sconvolgenti: l'evento che scosse maggiormente l'Europa fu la diffusione del luteranesimo protestante dopo l'esposizione delle 95 tesi del monaco tedesco Lutero, suo fondatore, nel 1517. Fu un colpo duro per la Chiesa romana che si vedeva attaccare le sue dottrine principali, ma non unico. Lutero fu solo il punto di partenza, la goccia che fece traboccare il vaso: il suo esempio fu seguito da molti altri che decisero di fondare delle proprie confessioni religiose, ramificando il protestantesimo in filoni diversi. Il luteranesimo, il calvinismo, la fede anglicana furono solo alcune di queste confessioni contro cui la Chiesa dovette lottare, decidendo così di passare al contrattacco ed avviare un provvedimento nella seconda metà del XVI secolo, ritenuto strettamente necessario e cioè la Controriforma⁵⁵.

Malgrado ciò, questa non fu l'unica rivoluzione che sconvolse l'Europa in quel periodo. Le lotte religiose erano accostate infatti da un altro tipo di riforma, molto più positiva e cioè quella

⁵¹ *Ivi.*, cit., p. 417.

⁵² *Ibid.*, cit., p. 418.

⁵³ *Ibid.*, pp. 417-420.

⁵⁴ Hinrichs E., *Alle origini dell'età moderna*, Bari 1999.

⁵⁵ *Ibid.*, pp. 81-94.

scientifico. Le innovazioni scientifiche erano partite già dal tardo Medioevo, basta pensare all'invenzione della stampa nel 1455, e continuarono per tutta l'età moderna. Riguardarono svariati ambiti: medicina, biologia, fisiologia, fisica, microscopia, botanica, matematica, geometria, astronomia, filosofia, letteratura. E tutto grazie a figure fondamentali di questo periodo tra cui Cusano, G. Bruno, Cartesio, Galileo, Torricelli, Keplero, Leibniz, Newton, Locke, Spinoza, Hobbes – scienziati, intellettuali, filosofi che avevano grande fiducia nella scienza, nel progresso, nella natura umana e nella sua ragione. Uomini censurati e ritenuti pericolosi dalla Chiesa, alcuni dei quali atei ma altri credenti, convinti dell'esattezza delle loro scoperte con le quali non facevano altro che riaffermare la perfezione della natura divina, una perfezione che quel stesso io creatore aveva trasmesso, manifestandosi, nel mondo circostante e nella ragione dell'uomo⁵⁶. Proprio questi personaggi diedero il via a quello che nel corso del Settecento verrà chiamato l'Illuminismo – un movimento culturale caratterizzato da intellettuali che esortavano tutti ad essere più utili alla società:

qualsiasi cosa si intende per Illuminismo, si riferisce a modi di pensare ed agire che permearono molti aspetti della vita. Si tratta insomma di un disegno complesso, entro il quale i fatti storici, le creazioni artistiche, le scoperte scientifiche e le riflessioni filosofiche reagirono gli uni sugli altri e a loro volta determinarono l'atteggiamento degli uomini verso la storia, la filosofia e la religione⁵⁷.

Il contributo che questi scienziati lasciarono all'umanità fu enorme: proprio le loro innovazioni scientifiche e tecniche furono alla base del processo di industrializzazione che sarebbe iniziato nel Settecento, grazie anche alle enormi ricchezze che venivano trasportate dai nuovi mondi. L'esplorazione di questi ultimi e la creazione di un commercio mondiale fu un altro elemento che caratterizzò l'età moderna. Dopo la scoperta dell'America da Cristoforo Colombo nel 1492, gli europei compresero che al di fuori del loro continente c'era tutto un mondo da perlustrare e civiltà da rinvenire. Iniziò così da questo momento una lunga fase dell'espansione coloniale europea sul resto del mondo, un processo di civilizzazione forzata delle popolazioni indigene sottosviluppate e, purtroppo, in molti casi anche sterminate⁵⁸.

Quanto al termine, gli studiosi hanno opinioni discordanti su quale avvenimento avesse segnato esattamente la fine di questo periodo storico. Il motivo più ovvio è che forse non si trattò di un solo evento ma di un insieme di tali: la Rivoluzione francese del 1789, riprendente gli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza della Rivoluzione americana scoppiata pochi anni prima, risulta essere per molti la tappa conclusiva di questo arco di tempo, colei che pone fine all'assolutismo monarchico e getta le basi per uno stato moderno; ma non mancano coloro che come fase finale di questo periodo

⁵⁶ *Ivi.*, pp. 94-111.

⁵⁷ Hampson N., *Storia e cultura dell'illuminismo*, Bari 1969, cit., p. 8.

⁵⁸ Hinrichs E., *Alle origini dell'età moderna*, Bari 1999, pp. 111-135.

indicano la prima Rivoluzione industriale inglese (1760-1830), la fine di Napoleone, l'apparire delle prime Carte Costituzionali. Quello su cui nessuno dubita, è che la fine di tale periodo ne dà l'inizio ad uno nuovo ossia all'Età contemporanea, un arco temporale che va a comprendere il XIX, il XX secolo ed il quale circa una decina di anni fa ha inaugurato l'inizio del XXI.

Nonostante siano trascorsi solo due secoli di questa fase storica, che cosa solo non è accaduto in questo frammento di tempo? Di seguito verranno ricordati solo gli accaduti principali. Il suo inizio è stato inaugurato dalla seconda rivoluzione industriale il cui risultato – una «produzione di massa»⁵⁹ – caratterizzò tutta la seconda metà dell'Ottocento: mentre la novità della prima consistette nel «passaggio dalla manifattura alla fabbrica»⁶⁰ ovvero da un sistema economico di tipo agricolo ed artigianale ad uno meccanizzato in cui la manodopera venne sostituita dalle macchine, l'innovazione apportata dalla seconda includeva la scoperta di nuove forme e fonti di energia (elettricità, petrolio), la creazione di nuovi strumenti di comunicazione come il telegrafo e telefono, e nuovi mezzi di trasporto ossia le linee ferroviarie. Una crescita economica seguita da una successiva crisi definita da tutti come la «Grande depressione» (1873-1895) che aggravò gli equilibri tra le varie potenze del mondo, protagoniste di una corsa imperialista⁶¹. Il risultato furono le due guerre mondiali, divise da un'altra crisi economica scoppiata nel 1929 negli Stati Uniti, e le quali si conclusero entrambe con la sconfitta della Germania.

Da come era stato previsto dalle maggiori potenze, la prima iniziata nel 1914, doveva durare poche settimane ma in realtà si trasformò in una lunga guerra di trincea che si concluse solo nel 1918, portando via con se circa 37 milioni di vittime. La seconda invece (1939-1945) fu uno scontro tra i principali orientamenti ideologici che si affermarono dopo la prima guerra mondiale, trasformandosi in delle vere dittature: il nazismo di Hitler, il fascismo di Mussolini e il comunismo di Stalin. Dopo la conclusione di quest'ultima sembrava che tutto fosse finito, ma in realtà iniziava un nuovo terrore denominato la Guerra fredda, dovuto all'emergere del contrasto tra le due nuove superpotenze: gli Stati Uniti da una parte e l'Unione Sovietica dell'altra.

Ma che cosa fu precisamente la guerra fredda e perché venne denominata in tal modo? Oggi esistono svariate definizioni di tale guerra e varie interpretazioni di essa. Colui che per primo nel 1945 usò l'espressione «guerra fredda» o «*cold war*» fu lo studioso inglese G. Orwell che «riflettendo sull'effetto della bomba atomica, intravedeva una rivalità in cui USA e URSS, non

⁵⁹ Ortoleva P., Revelli M., *Storia dell'età contemporanea: dalla seconda rivoluzione industriale ai giorni nostri*, Milano 1993, cit., p. 14.

⁶⁰ Hinrichs E., *Alle origini dell'età moderna*, Bari 1999, cit., p. 162.

⁶¹ Per «imperialismo» si intende una tendenza da parte delle potenze europee ad imporre la propria supremazia sui vari territori del mondo con l'obiettivo di sfruttarli dal punto di vista economico.

potendo sconfiggersi, avrebbero finito per dominare e opprimere tutti gli altri»⁶². C'è chi come lo storico O. A. Westad che considerano questo periodo di tempo (1949-1989) neanche come una vera guerra ma «*the period in which the global conflict between the US and the USSR dominated international affairs*»⁶³, un conflitto rispettivamente tra «*the empire of liberty and the empire of justice*»⁶⁴. Tale rivalità non diretta di tipo politico, diplomatico, economico, sociale e culturale potrebbe dunque essere sintetizzata nel seguente modo: un periodo storico, iniziato al termine della seconda guerra mondiale e caratterizzato dallo scontro di due ideologie contrastanti – il capitalismo e il comunismo – che portano alla divisione del mondo in due sfere d'influenza, attraverso la «politica del terrore» basata sulla minaccia dell'utilizzo delle armi nucleari, e la cui fine venne rappresentata dal crollo del muro di Berlino, dalla disgregazione dell'URSS a causa della caduta del regime comunista e dalla riconquistata indipendenza dei paesi del Terzo mondo, liberatesi dai domini coloniali.

Si concludeva così il secondo millennio della storia dell'umanità dopo la nascita di Cristo, un periodo pieno di fatti, avvenimenti ed accaduti di vario genere. Tuttavia, si riesce a scorgere un filo conduttore che può essere intravisto per tutti i due mila anni: da un lato, con l'avanzare dei secoli si manifestava sempre di più un graduale sviluppo culturale ed economico che aveva creato uno strato della società evoluto, progredito, sempre più cosciente delle proprie capacità intellettuali e razionali, avente fiducia nel genere umano, nella scienza e nel progresso; dall'altro invece continuava a esistere uno strato sociale avvolto dal buio e dall'oscurità, composto soprattutto dalle popolazioni rurali, credenti nelle superstizioni, timorosi di Dio e della Chiesa, che così prive di un'opinione propria diventavano delle pedine nelle mani di chi era più forte.

E non mancano di certo delle dimostrazioni reali di tutto ciò. Per esempio, benché il Settecento fu il secolo dei lumi e della ragione, continuarono ad avere luogo le caccie alle streghe, un processo che era iniziato nel Medioevo e durato per tutta l'età moderna in quanto risultò accompagnato da grande fervore da parte della Chiesa e soprattutto del popolo. Secondo quanto riporta nel suo libro B. P. Levack, lo studioso di tale fenomeno, ecco come si spiegava questo processo:

Nel secolo scorso la responsabilità della caccia alle streghe è stata attribuita totalmente o in gran parte alla Riforma, alla Controriforma, all'Inquisizione, all'uso della tortura nel processo, alle guerre di religione, allo zelo religioso del clero, a una serie di crisi dell'agricoltura e carestie, alla nascita dello Stato moderno, allo sviluppo del capitalismo, alla diffusione dell'uso delle droghe, a mutamenti nel pensiero medico, a conflitti sociali e culturali, a un tentativo di spazzare via gli ultimi residui del paganesimo, alla necessità della classe

⁶² Romero F., *Storia della guerra fredda. L'ultimo conflitto per l'Europa*, Torino 2009, cit., p. 4.

⁶³ Westad O. A., *The global cold war*, New York 2007, cit., p. 3.

⁶⁴ *Ibid.*, pp. 8-72.

dominante di distrarre le masse, all'opposizione al controllo delle nascite, alla diffusione della sifilide, all'odio per le donne⁶⁵.

L'ultima esecuzione infatti risale al 1782 ma non mancano casi di uccisioni ancora nel XIX e XX secolo⁶⁶.

L'antisemitismo hitleriano, le sue vittime e la volontà di creare una razza pura ne è un altro esempio che risale a non molto tempo fa e il quale ha dimostrato i limiti della mente umana, così tanto difficili da oltrepassare.

Al giorno d'oggi quelli stessi limiti potrebbero scorgersi nel fondamentalismo islamico ossia «idealismo religioso, lotta cosmica, demonizzazione del nemico, pensiero di stampo reazionario, antipatia per l'egemonia modernista e abbattimento rivoluzionario del potere»⁶⁷, dunque quello «spettro» che vaga per il mondo, l'artefice degli attacchi terroristici degli ultimi anni e pertanto la principale minaccia del presente⁶⁸.

Non molto tempo fa, poco più di un decennio, l'umanità ha valicato la soglia del terzo millennio, inaugurando l'inizio del XXI secolo e lasciando alle proprie spalle migliaia di anni di storia. Millenni e secoli durante i quali, come si è potuto constatare dalle pagine precedenti, passo dopo passo, l'umanità si è evoluta, progredita, sviluppata raggiungendo i livelli culturali più alti; un'umanità che dunque ha saputo dare prova di cosa sia stato ed è capace l'intelletto umano. È stato accertato innegabilmente, che la mente è uno strumento eccezionale che ha saputo creare, inventare, realizzare. Ciò nondimeno, è emerso anche un altro fattore importante: quella stessa mente umana che creava ed inventava cose che gli permettevano di sfruttare le risorse della natura a proprio vantaggio, man mano che lo faceva, comprendeva e diventava sempre più cosciente del fatto che acquisiva anche la capacità e il potere di controllare e governare gli altri, i propri simili.

Così accadeva presso gli antichi Greci e i Romani, i cui sovrani governavano sul resto del popolo; così fece la Chiesa che, fin dalla sua comparsa, cercò di dominare sui propri fedeli; così fecero i re regnando nelle proprie monarchie e governando i loro sudditi; ed è proprio così che accade al giorno d'oggi, eppure non esistono più gli imperi e le monarchie rimaste sono davvero poche.

⁶⁵ Levack B. P., *La caccia alle streghe in Europa: agli inizi dell'Età moderna*, Bari 2008, cit., p. 7.

⁶⁶ *Ibid.*, pp. 269-326.

⁶⁷ Milton Edwards B., *Il fondamentalismo islamico dal 1945*, Roma 2010, cit., p. 6.

⁶⁸ *Ibid.*, pp. 5-15.

Introduzione

L'essere umano è un'entità molto interessante, tanto quanto lo è la sua natura. I misteri che avvolgono quest'ultima sono infiniti e nella maggior parte dei casi inspiegabili. Tante volte essa ci mostra il suo lato buono, caratterizzato da una immensa bellezza, una forte generosità, una straordinaria potenza. Altre volte invece a fuoriuscire è il suo lato oscuro, contraddistinto dalla rabbia, dalla violenza e dall'odio. L'uomo appare come un essere estremamente intelligente, in grado di fare cose grandiose; eppure, ogni volta che raggiunge un traguardo, finisce per sprofondare in quella sensazione di vuoto inspiegabile che lo spinge a porsi nuove mete e a ricominciare tutto da capo. Si tratta di quel dilemma a cui molti filosofi hanno cercato di dare risposte plausibili, nessuna delle quali è sembrata, almeno fino ad ora, del tutto esaustiva. L'unica cosa che sembra essere certa è la seguente: c'è sempre qualcosa che manca all'essere umano e che dunque lo spinge verso una ricerca perenne, trasformandolo in una creatura insaziabile e non sempre le strade che sceglie da percorrere per placare tali sensazioni sono le più giuste quanto le più semplici e veloci.

Probabilmente per questo, ma non solo, che fin dai tempi remoti presso le varie comunità di uomini è nata e si è tramandata con il tempo l'usanza di eleggere un proprio simile, colui che emergeva come il più forte ed intelligente per assegnarli il compito di governare e controllare tutti gli altri attraverso la creazione di un sistema di leggi. Tutto ciò veniva fatto per evitare di precipitare in una situazione di caos, in cui ognuno avrebbe cercato di soddisfare i propri desideri di avidità a causa dell'invidia, che, come sosteneva Democrito, «suscita la discordia tra uomini, che altrimenti potrebbero vivere ciascuno con tutta la propria libertà»⁶⁹. Quelle figure che nel corso dei secoli si chiamavano imperatori e re, e che al giorno d'oggi usiamo nominare come presidenti e politici.

La «politica» quindi sembra essere un'invenzione molto remota che risale ai tempi dell'antica Grecia. Per Aristotele la politica era il sistema che si utilizzava per governare le *polis* antiche, definite da Hannah Arendt come «il prototipo dello spazio pubblico della comunicazione dei cittadini, il luogo dove tutto si decideva con le parole e la persuasione, e non con la forza e la violenza»⁷⁰. Per il teologo tedesco E. Troeltsch, vissuto a cavallo tra l'Ottocento e il Novecento, «la politica scaturisce da proprietà naturali e da bisogni naturali dell'uomo, e in sostanza appare [...] come un pezzo del naturalismo elaborato dall'intelletto, l'arte di organizzare all'interno una comunità di ordinamento stabile ed affermare e allargare all'esterno la comunità così

⁶⁹ Nicoletti M., *La politica e il male*, Brescia 2000, cit., p. 27.

⁷⁰ Meletti Bertolini M., Focher F., *Etica e politica. Saggi in memoria di Ferruccio Focher*, Milano 2004, cit., p. 96.

organizzata»⁷¹. Pertanto, la politica scaturirebbe dai bisogni naturali, ma «quali» bisogni esattamente? La risposta è «quello di difendersi». Come dichiara Hobbes,

la paura è la pietra angolare dell'associazione politica [...]. Il bisogno di protezione è un bisogno insopprimibile di ogni gruppo sociale, è una delle radici del suo costituirsi e del suo stare insieme. Certo esso non è l'unica molla a spingere gli uomini ad unirsi, giacché gli uomini danno vita a comunità politiche anche per ragioni di utilità economica e per comunanza di beni ideali, quali la lingua, le credenze o gli stili di vita⁷².

Ebbene, se la politica è l'artificio tramite il quale dirigere una società, di conseguenza il politico è colui che si assume la responsabilità di tale governo e guardandosi dal commettere l'ingiustizia, promette di agire per il bene comune di ogni membro di tale comunità. Socrate sosteneva a tale proposito: «Se [...] un politico governa la città in modo giusto, ossia in modo da renderla migliore, nessun cittadino può essere ingiustamente vittima poiché nessuno ha la possibilità di fare torto a qualcuno»⁷³.

Un obiettivo che senza dubbio era valido nell'antica Grecia ed il quale avrebbe dovuto tramandarsi fino ad oggi. Ma purtroppo così non è stato in quanto, sembra essersi perduto nel corso dei secoli. L'ideale del politico giusto e perfetto che lotta per il bene collettivo è stato sommerso da una realtà completamente nuova. E cioè dall'apparire di un nuovo tipo di politici, coloro che decidono di dedicarsi alla politica non perché ne sentono la vocazione o sono convinti che con le loro abilità potranno contribuire a massimizzare il benessere della società di cui loro stessi sono membri, quanto per il fatto che vedono nella politica una professione, un mezzo tramite il quale poter arricchirsi e raggiungere dei fini personali, per interessi propri che nella maggior parte dei casi vanno a discapito di quelli sociali. E non importa né delle conseguenze né delle vittime perché, come sosteneva Macchiavelli, è il fine che giustifica i mezzi.

Si tratta di uomini che, e questa forse è la cosa più sconvolgente, non lavorano più «per o in funzione» del loro popolo, ma al contrario cercano di individuare tutti i sistemi fattibili per far lavorare il loro popolo per loro stessi. Non sono loro che apportano beneficio alla gente ma è la gente che apporta dei benefici a loro. Sono uomini che hanno perso i loro valori, dimenticato i loro principi e capovolto al contrario le loro priorità. E in cambio di cosa? Per colmare quel sentimento di vuoto, scaturito dall'avidità di potere e ricchezze, ed il quale certe volte può diventare così pericoloso e persino letale.

⁷¹ *Ivi.*, cit., p. 275.

⁷² Nicoletti M., *La politica e il male*, Brescia 2000, cit., p. 73.

⁷³ Foa V., Montevecchi, F., *Le parole della politica*, Torino 2008, cit., p. 45.

Le «vittime» sono i cittadini amministrati da tali politici che pur di concretizzare i propri desideri e pervenire ai propri interessi sono pronti ad ingannare, manovrando l'opinione pubblica e influenzando i suoi comportamenti. Tutto questo, nell'epoca in cui viviamo, accade ogni giorno, 24 ore su 24. Basta uscire di casa e sentire parlare qualcuno, leggere un giornale o accendere la TV, da qualsiasi parte c'è la società che inculca certe idee, convinzioni e comportamenti. Ed è proprio così che avviene durante le campagne elettorali contemporanee. Ad esclusione dei minorenni, ad ognuno di noi senza dubbio è capitato almeno per una volta nella vita esercitare il proprio diritto di voto a favore di un partito o un candidato. Ma ci è mai venuto in mente chiedersi del perché «veramente» lo abbiamo fatto? O perché abbiamo preferito votare per un candidato piuttosto che per un altro? Cos'è che ha determinato la nostra scelta di voto, o che cos'è che l'ha indotta?

Ad uno primo sguardo sembra facile rispondere a tali domande e le risposte possono essere varie: apparteniamo al suo stesso partito, condividiamo le sue teorie di cambiamento, sosteniamo il suo programma politico o le riforme che vuole apportare; può darsi perché lo troviamo simpatico, divertente o sicuro e determinato o perché semplicemente ci ispira fiducia. Qualunque sia la risposta che diamo, al di là di tali domande e repliche si cela una motivazione scientifica ben precisa che però non tutti sono in grado di cogliere o rilevare.

Tutti coloro che almeno per una volta si sono recati alle urne, nel periodo pre-elettorale sono rimaste vittime, spesso senza neanche esserne consapevoli, di una o più campagne, aventi tutte lo stesso scopo: colpire non tanto il potenziale elettore quanto il suo «subconscio», che lo spingerà ad intraprendere certi comportamenti piuttosto che altri. La migliore campagna elettorale sarà quella che risulterà essere stata la più persuasiva, quella che riuscirà a colpire più intensamente l'inconscio di un maggior numero di elettori, catturando così il loro voto.

Il livello di incidenza che dunque tali campagne esercitano sui cittadini è cresciuto e tende ad aumentare smisuratamente al giorno d'oggi. La manipolazione è uno dei obiettivi fondamentali dei politici che sfruttano una molteplicità di mezzi per fare propaganda in modo da far eleggere se stessi piuttosto che i propri avversari, manovrando così la mente delle persone. A tale riguardo, un grande contributo ai nostri politicanti è stato apportato dalla scienza che studiando il cervello umano, è riuscita ad individuare ed a spiegare i vari passaggi della sua funzionalità, ma soprattutto è stata anche capace di fornire una serie di direttive su tutti i modi possibili per colpirlo sul piano emotivo, ottenendo determinate reazioni o comportamenti specifici. Al giorno d'oggi esistono una grande immensità di specialisti che studiano i metodi da utilizzare per intervenire sulla mente umana, ed è proprio a loro che si rivolgono i politici per organizzare le proprie campagne, che non a caso risultano costare cifre di denaro altissime.

Il concetto di propaganda, nato nel XX secolo, serviva inizialmente per dirigere il pubblico verso un orientamento politico piuttosto che un altro. Ma man mano che si andava avanti, le sue forme di manifestazione aumentavano diventando sempre più intense. Una volta che poi si ha oltrepassato la soglia del terzo millennio, ritrovandosi nel bel mezzo di un'era globale, la propaganda da semplice metodo di orientamento è finita per precipitare in una vera forma di pericolo in quanto il suo obiettivo diventò quello di controllare e governare le persone. Quest'ultime, a causa della forte persuasione che ricevono dalla società circostante, spesso fanno delle cose o si comportano in un certo modo, senza essere coscienti del perché lo fanno, forse semplicemente perché è così che fanno tutti e loro non vogliono sembrare diversi. Quella diversità che veniva tanto valorizzata nel passato e che oggi giorno si teme di mostrare per non essere giudicati.

L'influenza che provoca la propaganda dunque e gli strumenti che utilizza stanno assumendo gradualmente caratteri allarmanti, motivo per il quale molte persone hanno iniziato nel corso degli ultimi anni a denunciare tali livelli di manipolazione delle persone e delle loro menti. È cresciuto il numero degli scrittori e dei libri che affrontano questo tema, nella speranza che un sempre maggior numero di persone li possa leggere e comprendere la pericolosità di tale andamento.

Pertanto, con il presente lavoro ci proponiamo due obiettivi: da un lato vogliamo evidenziare i caratteri allarmanti della manipolazione politica nel corso delle campagne elettorali, di cui noi cittadini rimaniamo vittime, dimostrando che esistono una molteplicità di elementi di persuasione che fanno da sottofondo a tali campagne e che tutti i politici, senza esclusione, sistematicamente adoperano per sembrare più convincenti del proprio avversario e per ispirare più fiducia verso la propria personalità; dall'altro invece l'intento è quello di invitare le persone a riflettere su tale problema, far capire che è molto semplice al giorno d'oggi, in un'era globale, essere delle semplici pedine nelle mani altrui, per cui non sarebbe male essere più coscienti di quello che ci accade attorno e soprattutto avere la consapevolezza che se si è presa una decisione, lo si è fatto attraverso un ragionamento attento e non solo perché è così che fanno gli altri o è la cosa che ci sembra più ovvia da fare.

Per raggiungere tali fini, andremo a porre sotto analisi gli strumenti che oggi vengono adoperati dai politici in codeste campagne ma anche fuori da esse, per sembrare figure attendibili e suscitare in noi, cittadini, la volontà di riporre nelle loro mani il nostro destino e quello dei nostri figli. Cercheremo di spiegare del perché negli ultimi tempi tali campagne sono diventate di fondamentale importanza. Svariate somme di denaro vengono investite in esse dal momento che si ricorre ai migliori esperti e psicologi per progettarle, realizzarle e diffonderle dai mass media. L'obiettivo infatti è quello di produrre un programma elettorale che ispiri sicurezza, fiducia e che dunque

convinca l'elettore a dare il proprio voto per il candidato che quest'ultimo rappresenta. Un risultato che viene ottenuto attraverso una manipolazione del subconscio degli elettori senza che questi, nella maggior parte dei casi, ne siano consapevoli.

Il testo è suddiviso in quattro capitoli, ognuno dei quali tratta di una tematica importante al fine di dimostrare quanto riteniamo. Nel primo capitolo, come argomento introduttivo, tenteremo di analizzare il tema della globalizzazione. Cercheremo di capire innanzitutto che cosa si intende per un processo del genere e in che modo si manifesta, quali sono i suoi metodi di funzionamento e le conseguenze positive o negative che ne possono derivare. Chi sono coloro che lo gestiscono e chi sono invece coloro che lo subiscono direttamente. Quali sono gli interrogativi che lo circondano ed il perché il mondo è diviso in due tra chi ne è a favore o contro. Ma soprattutto ci concentreremo a capire di come questo processo abbia modificato l'approccio che si ha iniziato ad avere nei confronti della politica.

Nel secondo ci addenteremo più vicino al nostro tema, anche se non del tutto: il capitolo si concentrerà su un conciso ripasso storico delle campagne elettorali e tutto ciò che le riguardava in un periodo circoscritto di tempo, tra il XIX e XX secolo. Si cercherà di prendere in esame il motivo della loro nascita e tutto ciò che le ha fatto scaturire. Si tenterà di osservare di come si siano trasformate ed evolute dall'inizio con il passare degli anni e quali sono stati i mezzi di propaganda che man mano hanno incominciato ad utilizzare.

Il terzo ed il quarto capitolo, a sua volta costituiranno il nucleo centrale del nostro lavoro. Il primo illustrerà tutti gli strumenti, mezzi ed elementi che i politici, ricorrendo all'aiuto degli esperti, utilizzano per colpire i propri elettori e farsi eleggere. Non ci limiteremo solo ad elencarli ma cercheremo di analizzarli per comprendere come funzionano e che incidenza hanno su noi elettori. Strumenti che risultano essere di primordiale importanza affinché una campagna elettorale si trasformi in persuasiva ed abbia successo. Il secondo invece analizzerà la questione dei mass media ossia strumenti di diffusione di massa che vengono altrettanto adoperati dai politici per diffondere il loro messaggio elettorale. Verrà messo in evidenza soprattutto di quanto questi possano influenzare l'opinione pubblica a seconda del quadro che scelgono per presentare una notizia. Come punto di riferimento verranno utilizzati prevalentemente testi di natura critica che negli anni recenti hanno analizzato tale problema, ma anche scritti più antichi, del secolo passato, che testimoniavano già allora del manifestarsi di tale problema di forte manipolazione.

La globalizzazione nel XXI secolo

Il nostro presente è caratterizzato oggi da livelli molto alti del progresso in campo scientifico e tecnologico, entrambi determinati dalla terza rivoluzione industriale della seconda metà del Novecento, la quale ha permesso alla scienza di compiere dei passi da gigante in ambiti più svariati, non tralasciando l'area della genetica o biotecnologia. E non occorre scavare molto a fondo per averne delle dimostrazioni concrete: basta pensare alle armi nucleari – strumenti di distruzione di massa – alla clonazione, alla fecondazione assistita o agli Ogm (Organismi geneticamente modificati). Sulla scia di un tale sviluppo della scienza, dunque, la società del terzo millennio festeggia il grande progresso, ma a questo punto però, sorgono dei dubbi: è davvero un progresso quello che si sta celebrando o in realtà si tratta di un grave regresso? La società in cui viviamo oggi è davvero migliore di quelle dei secoli passati? Per rispondere a tale quesito è necessario tracciare una panoramica della realtà odierna.

1.1 La globalizzazione e le sue definizioni

Da un po' di tempo fa a questa parte si è potuto rilevare come su tutto il globo terrestre si è incominciato a parlare sempre più spesso della globalizzazione, un fenomeno poco chiaro e difficilmente inquadrabile, il cui agire era sempre più ovvio e non più omissibile.

Precisamente, tale termine è stato adoperato per indicare l'abolizione di ogni tipo di barriera fisica od astratta che poteva in qualche modo fungere da ostacolo alla comunicazione tra i vari paesi del mondo. Dal punto di vista economico tale processo infatti indica un'espansione su tutta la superficie del nostro pianeta del mercato internazionale e l'abolizione delle varie barriere commerciali che ne avrebbero potuto ostacolare la diffusione; mentre dal punto di vista sociale esso denota una forte dilatazione dei sistemi telematici destinati ad una maggiore comunicazione tra le varie popolazioni del mondo.

Ma l'ambiguità che avvolge questo fenomeno costituì il motivo per il quale tale tema si è ritrovato al centro di molti dibattiti, convegni e conferenze internazionali. Proprio su di esso sono stati scritti molti libri, saggi ed articoli, contenenti spesso delle lodi o al contrario delle forti critiche. Sono nati grandi scontri e discussioni tra esperti, economisti e politici che ne erano a favore o contro. E la grande complicazione sta nel fatto che tali scontri e dibattiti non si sono limitati solo ad

un determinato periodo del passato, ma continuarono e continuano a persistere anche nel mondo attuale.

Quest'ultimo oggi, considerato una volta grande o perfino gigante, si è trasformato in un piccolo villaggio globale, una piccola città amministrata dai pochi grandi in rivalità tra di loro, che mantengono tutto sotto il proprio controllo. «Grandi» che potrebbero essere classificati nel seguente modo. Il primo posto è occupato dai principali «gruppi internazionali di potere politico» che dividono il mondo in pochi blocchi geografici in contrasto fra loro: nel continente europeo esso è costituito dall'Unione Europea, l'organizzazione internazionale che al giorno d'oggi comprende ben 27 paesi, e non è detto che in futuro non si allarghi ulteriormente; quanto all'Eurasia, per metà europea e metà asiatica, essa è gestita dall'organizzazione internazionale che si ha ereditato dall'ex blocco sovietico – la Comunità degli Stati Indipendenti CSI – comprendente oggi ben 11 stati di cui la Russia è il leader indiscutibile; tutto il mondo asiatico di cui la Cina oggi è il principale dirigente economico; l'America settentrionale e meridionale, guidata dagli Stati Uniti; ed infine l'Africa. Al secondo posto si trovano i «gruppi mondiali di potere politico-religioso» tra cui la Chiesa da un lato e dall'altro l'islam. Il terzo è occupato dai «gruppi planetari di governo economico» ossia le grandi aziende multinazionali che diffondono le proprie filiali in tutto il mondo. Il quarto è dedicato ai «gruppi internazionali di potere finanziario» che si occupano della Borsa, delle banche e dei flussi internazionali di denaro. Al quinto appaiono le «lobbies» o «potentati di natura internazionale e “trasversale”» destinati all'indirizzamento dell'opinione pubblica verso certi orientamenti politici ed i successivi atteggiamenti. I sesti e gli ultimi sono i «centri internazionali di potere culturale»⁷⁴ che manovrano con l'opinione pubblica in generale, ricorrendo ai grandi strumenti di diffusione di massa.

Sono proprio queste sei entità principali che stando in rivalità tra di loro, cercano di prendere nelle loro mani le redini del nostro mondo così tanto globalizzato, ma di certo non sono le uniche. Sono proprio loro che senza mai chiedere o consultarsi con i popoli delle varie nazioni, intraprendono una serie di decisioni al posto di milioni o miliardi di persone, che non solo non hanno nessuna parola in merito ma scoprono della loro funzionalità o entrata in vigore in quanto in un secondo momento risentono su se stessi e sulle proprie famiglie delle conseguenze di tali decisioni.

Ma dobbiamo capire meglio che cos'è esattamente questa globalizzazione? Il numero degli studiosi ed economisti che hanno cercato di rispondere a tale interrogativo è cresciuto di gran

⁷⁴ Biancardi F., *I nuovi argomenti. Tematiche di grande attualità per leggere, per riflettere e...*, Napoli 2003, cit., pp. 111-113.

numero negli ultimi anni, così come è salito il numero di coloro che sostengono tale fenomeno o altri che invece lo criticano intensamente. La loro difficoltà più grande sta nell'impossibilità di attribuire a tale processo l'aggettivo corretto, «positivo o negativo», in quanto potrebbero essere utilizzati entrambi a seconda dei diversi punti di vista che si assumono.

Nonostante le opinioni differenti, tutti concordano sul fatto che la globalizzazione è un processo che caratterizza la società contemporanea, contraddistinta da un unico mercato globale o meglio dire da un'economia di mercato: «un sistema economico nel quale le risorse vengono allocate attraverso le decisioni decentrate di una molteplicità di imprese e di individui che interagiscono nei mercati dei beni e servizi»⁷⁵.

Gli economisti come R. C. Feenstra e A. M. Taylor avendo studiato e continuando a studiare il fenomeno della globalizzazione sostengono che essa include alcuni elementi principali⁷⁶: il flusso tra paesi di beni e servizi, di capitali ed imprese, di persone ed idee. Per quanto riguarda il primo flusso, ciò che lo rende possibile è la totale assenza delle barriere commerciali (dazi o contingentamenti⁷⁷) che in tal modo contribuiscono ad incentivare il commercio internazionale, permettendo ai paesi di specializzarsi nella produzione di merci in cui godono di un vantaggio comparato⁷⁸ e nella loro successiva esportazione.

Quanto al secondo, questo consiste nella possibilità di effettuare, senza alcuni limiti, degli investimenti diretti esteri (IDE) o quelli di portafoglio in diverse proprietà all'estero; spesso si tratta di imprese che vengono trasformate in delle multinazionali, le quali nella maggior parte dei casi, per motivi di risparmio, vengono costruite nei paesi del Terzo mondo, dove il costo di lavoro non solo è molto basso, ma mancano anche qualsiasi forma di tutela dei lavoratori. Un fenomeno che si può sintetizzare in una singola parola – delocalizzazione – che di tale maniera permette di guadagnare grandi profitti, vendendo merci a prezzi molto più alti rispetto a quelli spesi per produrle⁷⁹.

Ed infine, per quanto riguarda il terzo, quanto detto nei due paragrafi precedenti influenza molto sia gli individui che le idee. Grazie all'abbattimento delle barriere spazio-temporali tra i diversi

⁷⁵ Mankiw N. G., *L'essenziale di economia*, Bologna 2007, cit., p. 7.

⁷⁶ Per ulteriori informazioni vedi Feenstra R. C., Taylor A. M., *Economia internazionale. Teoria e politica degli scambi internazionali*, in Basevi G. (a cura di), Milano 2009.

⁷⁷ Dazio: la tassa che viene applicata ad un bene prodotto all'estero e venduto all'interno; contingentamento: restrizioni quantitative delle importazioni. I dettagli della politica commerciale e delle sue tecniche sono ampiamente analizzate in Feenstra R. C., Taylor A. M., *Economia internazionale. Teoria e politica degli scambi internazionali*, in Basevi G. (a cura di), Milano 2009, cap. 8. Inoltre Cfr. Mankiw N. G., *L'essenziale di economia*, Bologna 2007.

⁷⁸ Vantaggio comparato: la capacità di produrre un bene a un costo-opportunità inferiore rispetto a un altro produttore. Per spiegazioni ed esempi si veda Feenstra R. C., Taylor A. M., *Economia internazionale. Teoria e politica degli scambi internazionali*, in Basevi G. (a cura di), Milano 2009.

⁷⁹ Un sunto dei concetti chiave della delocalizzazione è presente in Feenstra R. C., Taylor A. M., *Economia internazionale. Teoria e politica degli scambi internazionali*, in Basevi G. (a cura di), Milano 2009.

paesi, per flusso di persone si intendono i diversi movimenti migratori di individui, costretti ad abbandonare il proprio paese d'origine per la mancanza di posti di lavoro, che dunque si avviano così alla ricerca di una stabilità economica maggiore per sé e per i propri figli, dovendo però molte volte affrontare grandi atti di ostilità e razzismo. Mentre con il flusso di idee si intende proprio il fatto che oggi il mondo è diventato un villaggio globale, e qualsiasi cosa succeda, nel giro di pochi secondi, grazie a nuovi mezzi di comunicazione di massa, viene recepita nelle parti più remote del mondo. Una diffusione delle informazioni indispensabile per mantenere tutti al corrente di ciò che accade nelle varie parti della Terra ma altrettanto pericolosa nel momento in cui filtrata al cento per cento diventa un modo per manipolare la gente ed ottenere diverse reazioni strumentalizzate.

Gli elementi di sopra sono solo alcuni di quelli che riassumono la globalizzazione che, come abbiamo visto, può assumere volti diversi. È un qualcosa che funge da dilemma solo teorico per gli studiosi che la analizzano, ma che costituisce una problematica reale per l'opinione pubblica mondiale. È proprio questa che infatti sperimentando sulla propria pelle gli effetti che ne vengono causati, può giudicarla come «benefica o nociva».

1.2 Il fine della globalizzazione

Procedendo con l'analisi di tale fenomeno, potremmo ipotizzare che l'obiettivo della globalizzazione o il suo frutto principale sarebbe dovuto essere un maggiore sviluppo economico di tutti paesi del mondo, raggiungibile tramite una redistribuzione più equa delle varie risorse naturali che in tal modo avrebbe assicurato una maggiore prosperità economica e sociale alle varie civiltà del globo terrestre.

Il professore di economia G. Corò, nel cercare di sintetizzare quello che si intende per sviluppo economico, ha individuato l'insieme dei seguenti sette elementi: il processo di miglioramento delle condizioni di vita della popolazione; l'aumento del benessere; il progresso tecnologico e sociale; l'incremento della disponibilità di beni e servizi per soddisfare i bisogni individuali e collettivi; l'espansione delle libertà possibili ossia capacità delle persone di accrescere il set di opportunità concrete a propria disposizione; la crescita delle ricchezze ovvero incremento del valore netto delle dotazioni di capitale economico, naturale, umano, sociale; sostenibilità per la quale si intende l'opportunità di soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni.

Rileggendo questi capisaldi principali, per certo non ci vuole molto a capire che non tutti i paesi del mondo possono esultare di possederli tutti sette. Anzi molti stati non possono compiacersi

neanche della metà, per non parlare di quelli che non ne hanno neanche uno. Concludendo dunque, alla luce di queste ultime considerazioni, residuano alcune incertezze in merito al significato da attribuire alla globalizzazione, che sembra non funzioni nel modo in cui era stato previsto, e senza dubbio ciò spiegherebbe la moltitudine dei suoi oppositori, anche se non mancano coloro che la continuano ad appoggiare.

1.3 I pro e i contro

Ecco cosa ha detto a tale riguardo un sostenitore della globalizzazione, Kofi Annan, ex segretario generale delle Nazioni Unite nel 2000: «A essere maggiormente danneggiato nel mondo di oggi, fortemente diseguale, non è chi si trova più esposto alla globalizzazione, ma chi ne è rimasto fuori»⁸⁰. Ma non è l'unico. L'economista J. Bhagwati, in uno dei suoi libri⁸¹, esalta la globalizzazione nel tentativo di smentire quanto sostengono i critici di tale fenomeno ed i movimenti no global, visti come i seguaci del movimento anticapitalista di una volta, le cui tesi, secondo lui, sono prive di ogni fondamento concreto e razionale. Movimenti, che da quanto osserva, si concentrano soprattutto nei paesi industrializzati: «la gente nutre sentimenti antiglobalizzazione prevalentemente nei paesi ricchi del Nord, mentre nei paesi poveri la maggior parte dei *policy makers* e dell'opinione pubblica considera la globalizzazione una forza positiva»⁸². È convinto del fatto che tali persone cadono nell'errore quando espongono le loro critiche, in primo luogo perché sbagliano a considerare la globalizzazione come un qualcosa tipico dei giorni nostri, anzi i suoi funzionamenti esistevano anche nel passato, per esempio alla fine dell'Ottocento, solo che all'epoca non si usava il termine «globalizzazione» per indicarli. In secondo luogo, concorda sul fatto che «il capitalismo ha prosperato e la globalizzazione economica è cresciuta, mentre certi mali sociali si sono aggravati», tuttavia secondo lui è del tutto «grottesco» affermare che «i primi due fenomeni devono avere causato il terzo»⁸³. Inoltre, l'obiettivo di Bhagwati è dimostrare che la globalizzazione non apporta benefici esclusivamente al campo economico la cui crescita tra l'altro riduce la povertà nel mondo, ma anche al campo sociale, contrariamente a quanto dichiarano i suoi nemici. Ed infine, riporta nel suo libro una serie di prove del fatto che la globalizzazione ha dopotutto «un volto umano» perché ha portato più benefici che danni, anche se non nega che spesso è finita per cagionare effetti nocivi, i quali senza dubbio sarebbero stati evitati se la si avesse gestito con più diligenza ed in particolare con la *governance* giusta.

⁸⁰ Feenstra R. C., Taylor A. M., *Economia internazionale. Teoria e politica degli scambi internazionali*, in Basevi G. (a cura di), Milano 2009, cit., p. 3.

⁸¹ Bhagwati J., *Elogio della globalizzazione*, Bari 2005.

⁸² *Ibid.*, cit., p. 12.

⁸³ *Ibid.*, cit., p. 42.

Il ragionamento di Bhagwati non è per niente sbagliato eppure, noi come molti altri, potremmo obiettare alcune delle sue argomentazioni fin troppo ottimiste, dimostrando che il volto della globalizzazione non è dopotutto tanto umano e neanche lo sono le sue varie implicazioni. Ammettendo pure che i *policy makers* dei paesi sottosviluppati appoggiano la globalizzazione, viene naturale chiedersi sul perché lo fanno. Il loro obiettivo è realmente quello di aumentare il benessere dei propri connazionali o ci sono delle motivazioni di sottofondo di cui fanno parte gli interessi personali? E poi il resto della popolazione è veramente concorde sul tale processo? Nessun altro, oltre a queste popolazioni del Terzo e del Quarto mondo che vivono la globalizzazione sulla propria pelle, potrebbero fornire alla meglio una risposta adeguata.

Forse la globalizzazione non sarebbe tanto sbagliata se venisse attuata nel modo giusto, ma ciò che invece queste persone hanno potuto percepire, è stato del tutto diverso. Da quanto hanno osservato, ad essere errato come punto di partenza è l'intento dei paesi ricchi che, apparentemente vogliono solo diffondere la globalizzazione per aiutare questi paesi poveri ad aumentare il loro benessere, ma in realtà sembrerebbe che il motivo di fondo è lo sfruttamento delle varie risorse naturali e della manodopera indigena per trarne dei benefici privati. Motivo per il quale la globalizzazione finisce comunque e in ogni caso ad aumentare solo il benessere economico dei paesi industrializzati, ma non di certo quello dei paesi poveri. Ad accrescere è forse solo il benessere della piccola percentuale dei nativi ossia i *policy makers* della classe ricca presente in ogni paese, ma il resto della popolazione non intravede neanche l'ombra di alcun miglioramento.

Anzi, si percepisce solo un peggioramento e una dimostrazione pratica di ciò è per esempio la trasformazione dell'economia polifunzionale o strettamente locale di questi paesi in una monocultura (es: la sola coltivazione del caffè in Messico), a volte anche importata dall'estero e la quale non solo non apporta nessun miglioramento ma aggrava ulteriormente la povertà ed incrementa la fame⁸⁴. I paesi industrializzati facendo finta di voler aiutare, in realtà ricorrono a dei mezzi molto meschini tra cui il ricatto, il ricordare del debito pubblico interno di tali paesi, obbligandoli dunque a prendere provvedimenti favorevoli non tanto per loro quanto per le «strategie del marketing internazionale»⁸⁵. Si tratta di un vero sfruttamento sia di tali popoli che delle loro terre, un abuso ai loro diritti e libertà che tanto ricordano l'imperialismo di una volta, che contrariamente a quanto pensavamo, pare non essere finito del tutto.

⁸⁴ Si veda Biancardi F., *I nuovi argomenti. Tematiche di grande attualità per leggere, per riflettere e...*, Napoli 2003, pp. 99-102.

⁸⁵ *Ibid.*, cit., p. 100.

Un altro sostenitore è il professore di economia D. Held che preferisce definire il mondo della globalizzazione come una «comunità di destino sovrapposte», «dove la vita quotidiana – lavoro, denaro, credenze, commercio, comunicazioni e finanza, per non parlare dell’ambiente – ci connette tutti gli uni agli altri, sempre più intensamente»⁸⁶. Come tutti i seguaci di questo fenomeno, anche lui riconosce i suoi danni e limiti, confermando per esempio che nonostante si tratti di un avvenimento benefico, solo una parte limitata della popolazione mondiale gode dei suoi benefici, motivo per cui il distacco tra i paesi ricchi e quelli poveri non è mai stato così ampio quanto oggi⁸⁷. Eppure, conservando il proprio ottimismo, cerca di individuare le possibili soluzioni da applicare ed i percorsi da intraprendere per migliorare questo processo economico tanto discusso. Tra le proposte che avanza, forse la più importante è quella del «cosmopolitismo», i cui principi «uguale valore e dignità, agire attivo, responsabilità e imputabilità personale, consenso, *decision-making* collettivo su questioni di interesse generale, in forza di procedure del voto, inclusività e sussidiarietà, evitare danni seri, sostenibilità»⁸⁸ dovrebbero diventare «il fondamento etico della democrazia sociale globale»⁸⁹.

Obiettivi che fungono da ottimi punti di partenza, la cui realizzazione però non è di certo tanto facile. Al di là infatti dei vari propositi positivi della globalizzazione,

al di là delle belle affermazioni di principio, esiste una realtà molto diversa, fatta di prevaricazioni da parte di Paesi del mondo ricco a danno dei Paesi più poveri, costretti a nuove forme di colonialismo e di sfruttamento in nome di un progresso di cui potranno raccogliere, al più, le briciole⁹⁰.

Ecco perché non mancano i rappresentanti del ramo opposto: gli economisti P. Hirst e G. Thompson hanno delle idee del tutto diverse. Il paradosso è costituito dal fatto che loro non si limitano a disapprovare la globalizzazione, ma la considerano come un fenomeno inesistente, anzi un «mito» che va abbattuto. La globalizzazione in sé e per sé non esiste, è solo un termine che viene adoperato per indicare un’internalizzazione dell’economia, secondo molti «ingovernabile», ma non per loro. Ecco che cosa scrivono:

Si sostiene che è emersa o sta emergendo un’economia effettivamente globale nella quale le singole economie nazionali, e quindi le strategie interne di gestione nazionale dell’economia, stanno diventando sempre più irrilevanti: l’economia mondiale si è internazionalizzata nella sua dinamica di base, è dominata da forze di mercato incontrollabili e i suoi principali attori economici e i suoi fondamentali agenti del

⁸⁶ Held D., *Governare la globalizzazione. Un’alternativa al mondo unipolare*, Bologna 2005, cit., p.7.

⁸⁷ *Ibid.*, pp. 61-72.

⁸⁸ *Ibid.*, cit., p. 216.

⁸⁹ *Ibid.*, cit., p. 223.

⁹⁰ Biancardi F., *I nuovi argomenti. Tematiche di grande attualità per leggere, per riflettere e...*, Napoli 2003, cit., p. 113.

cambiamento sono società effettivamente transnazionali che non devono fedeltà a nessun Stato nazionale e che si localizzano sul mercato globale ovunque lo imponga il profitto⁹¹.

A loro parere, e questo è l'unico punto d'incontro con Bhagwati, si tratta di un fenomeno presente già dalla seconda metà del XIX secolo, che dunque si è potuto gestire nel passato e si può controllare tutt'oggi e pertanto «l'economia mondiale è ben lontana dall'essere effettivamente globale»⁹².

Tutte le teorie sopra riportate dimostrano che esistono tante tesi diverse quanti sono gli economisti od esperti che si occupano di tale questione. Tuttavia, è fondamentale sottolineare che non importa tanto chiarire se ci troviamo davanti ad un'economia globale o meno, oppure se si tratta di un processo benefico o nocivo, perché d'altronde ogni cosa a questo mondo ha il suo lato positivo quanto quello negativo in quanto si tratta sempre di due facce di una stessa medaglia. Quello che conta veramente è evidenziare l'importanza di una corretta attuazione o concretizzazione di tale processo:

Globalizzare non può voler dire uniformare a vantaggio di pochi ma deve significare l'inizio di un'era di crescita mondiale all'insegna del rispetto di ogni popolo, intervenendo laddove ce n'è bisogno per fare il modo che proprio tutti godano i benefici di questo processo di *planetarizzazione* senza precedenti⁹³.

1.4 L'impossibilità di sottrarsi alla globalizzazione

Eppure la globalizzazione è un processo o un loro insieme, che si può rivelare in una molteplicità di modi. Essa avvolge completamente il nostro pianeta senza lasciare scappare nessuno, anche i critici più ardui non possono sfuggirci perché ne sono una sua manifestazione. Per capire meglio tale concetto non possiamo far a meno di non riportare una frase di A. Giddens: «Ogni volta che accendo un computer, mando un'e-mail, attingo informazioni su internet, guardo la televisione o ascolto la radio, sto contribuendo attivamente alla globalizzazione e allo stesso tempo ne sto facendo uso»⁹⁴.

Molti la definiscono, come asserisce il professore G. Goisis, un «movimento, sempre più vorticoso» che oltre all'economia comprende «altri ambiti decisivi: la comunicazione, l'istruzione, la ricerca, la cultura, le prospettive etico-religiose e anche [...] le strategie belliche»⁹⁵. Un movimento che da un lato crea un'immagine di un mondo più unito ed omogeneo, ma che allo stesso tempo ne accentua i dislivelli economici, sociali, istituzionali. Un andamento della società

⁹¹ Hirst P., Thompson, G., *La globalizzazione dell'economia*, Roma 1997, cit., p. 3.

⁹² *Ibid.*, p. 5.

⁹³ Biancardi F., *I nuovi argomenti. Tematiche di grande attualità per leggere, per riflettere e...*, Napoli 2003, cit., p. 114.

⁹⁴ Giddens A., *L'Europa nell'età globale*, Bari 2007, cit., p. 11.

⁹⁵ Goisis G., *Multiculturalismo/Interculturalità. Tra conflitto e riconoscimento, nell'orizzonte della globalizzazione*.

che non risparmia niente e nessuno e nella quale sembrano dissolversi, ogni giorno di più, le differenze culturali, quei tratti distintivi dei popoli che, una volta, venivano così valorizzati e che oggi giorno tendono a farsi svanire, spesso a scapito di popolazioni e culture indigene. Un fenomeno che, basandosi sull'enorme avanzamento informatico e sulla diffusione di certi mezzi di comunicazione, usandoli molte volte, finisce per creare stereotipi, cliché, opinioni e convinzioni, prive di ogni fondamento ma interpretate da molti come delle vere certezze. Si esercita in questo modo un controllo sull'opinione di massa mondiale, che pertanto oltre ad essere dominata dall'alto, spesso viene suggestionata ad avere certi tipi di comportamento, che non giovano tanto ai suoi interessi quanto a quelli di coloro che ne sono gli emittenti.

1.5 I suoi effetti

Pertanto le conseguenze di questo fenomeno sono disastrose. Il mondo è biforcuto. Da una parte, ci si trova davanti a una schiera di persone, che più che esseri viventi razionali, rievocano alla memoria l'immagine di una massa di robot, i quali non sono semplicemente controllati o influenzati dall'alto, ma ancora peggio: sono programmati fin dalla nascita per mezzo della televisione, radio, internet, pubblicità, giornali, riviste, film, cinema, reti internet (facebook, twitter, my space ecc.) a pensare in un determinato modo, a comportarsi di una certa maniera, di vestirsi alla moda, e persino di cosa mangiare. Tutte cose che qualcuno come il pastore luterano tedesco Bonhoeffer aveva notato ancora negli anni Quaranta del Novecento, parlando di «instupidimento»:

Osservando meglio, si nota che qualsiasi ostentazione esteriore di potenza, politica o religiosa che sia, provoca l'istupidimento di una gran parte degli uomini [...]. La potenza dell'uno richiede la stupidità degli altri [...], l'uomo viene derubato della sua indipendenza interiore e rinuncia così, più o meno consapevolmente, ad assumere un atteggiamento personale davanti alle situazioni che gli si presentano [...]. Parlandogli ci si accorge addirittura che non si ha a che fare direttamente con lui, con lui personalmente, ma con slogan, motti ecc. da cui egli è dominato. È ammaliato, accecato, vittima, di un abuso e di un trattamento perverso che coinvolge la sua stessa persona. Trasformatosi in uno strumento senza volontà, lo stupido sarà capace di qualsiasi malvagità, essendo contemporaneamente incapace di riconoscerla come tale⁹⁶.

Parole molto forti, forse troppo, le quali tuttavia testimoniano l'esistenza di un gregge passivo che non si lamenta e non si ribella, una parte del quale oggi è formata da nuove generazioni di giovani apatici, privi di interessi ed aspirazioni, superficiali ed indifferenti uno verso l'altro, privi di una capacità di giudizio e critica. Dunque, completamente diversi dai propri genitori e nonni, coloro che si trovano dall'altra parte, che al contrario dei propri figli, vivevano e lottavano per dei ideali. E sono proprio queste persone, le generazioni di una volta, che davanti ai ritmi insostenibili del mondo globale, scoraggiati totalmente dal suo andamento, risentono della nostalgia verso il passato. Quel passato che indubitabilmente non offriva la molteplicità delle comodità che esistono oggi,

⁹⁶ Nicoletti M., *La politica e il male*, Brescia 2000, cit., p. 273.

eppure era migliore perché si reggeva su dei ideali, principi e valori. Quel passato durante il quale la gente aveva lottato per l'autodeterminazione e per il diritto alla libertà di pensiero, quelle stesse libertà che oggi rischiano di svanire. Pertanto, quella di oggi è veramente una società libera?

1.5.1 La globalizzazione e la politica

Sembra che il fenomeno della globalizzazione abbia avuto delle ripercussioni anche sulla sfera politica. Oggi nei confronti della politica sta emergendo un nuovo tipo di atteggiamento: per i politici essa altro non è che il loro mestiere; mentre per i cittadini si tratta di un sistema corrotto che trae beneficio danneggiando coloro i cui interessi dovrebbe invece salvaguardare. Nei capitoli successivi cercheremo di capire il perché si sia diffuso un tale atteggiamento.

Conclusioni

Fatte tali considerazioni sul mondo odierno, solo ora si può rispondere alla domanda posta nelle pagine precedenti: sembra che quello di oggi più che un progresso, assomigli a un regresso. L'umanità ha fatto una retromarcia: i grandi sviluppi che ha raggiunto negli ultimi decenni, non riescono a coprire il grosso passo compiuto all'indietro. Viene spontaneo quindi interrogarsi riguardo a quali potrebbero essere le cause di tale degenerazione. E per quanto non ci si sforzi a pensare, rispondere risulta difficile. E non perché non si riescano a trovare le ragioni, anzi queste sono molteplici. Il fatto è che forse la paura non sta nella difficoltà di individuare la causa giusta o nell'ammettere la loro moltitudine, quanto nel riconoscere che noi stessi – gli uomini – siamo gli unici responsabili. Infatti,

Nella vita dell'umanità non è solo la natura ad infliggere all'uomo sofferenza. Molto spesso è l'uomo stesso la causa di nuovo e ulteriore dolore. E non solo l'uomo nel rapporto personale con l'altro uomo, ma anche l'uomo nel suo associarsi ad altri uomini, nel suo dar vita a forme organizzative di società, in breve, nel suo agire storico⁹⁷.

⁹⁷ *Ivi.*, cit., p. 9.

Le campagne elettorali tra il XIX e XX secolo

Prima di iniziare a parlare dei politici e degli strumenti che vengono adoperati da quest'ultimi per raggiungere i loro obiettivi, bisognerebbe dedicare un capitolo a parte alla loro principale forma di rappresentazione – le campagne elettorali – in modo da capire meglio cosa si intende per tale concetto e di come esse si siano sviluppate, informazioni a nostro parere indispensabili al fine di comprendere a fondo le questioni che verranno trattate nei capitoli centrali.

In molti paesi occidentali tra cui soprattutto gli Stati Uniti, l'attenzione per tali campagne rivela radici molto remote⁹⁸, contrariamente all'Italia dove l'interesse nei confronti di quest'ultime, come sostengono i professori di storia e politica L. Ballini e M. Ridolfi, è aumentato di molto solo negli ultimi anni⁹⁹. Un parere che risulta essere ampiamente condiviso anche da altri studiosi italiani di questo fenomeno tra cui S. Bentivegna, la quale afferma che nel nostro paese solo recentemente «si è diffuso un approccio di studio teso ad individuare caratteristiche dell'offerta e modalità di consumo» di queste campagne nella fase elettorale, in quanto «poco si conosce su ciò che effettivamente si verifica in tale periodo e su come si verifica»¹⁰⁰. Quest'ultime dunque «possono essere indagate come la principale “spia” della trasformazione dei linguaggi e degli spazi della politica»¹⁰¹. Occorre di conseguenza tracciare il percorso che è stato compiuto da queste campagne a partire dalla loro nascita fino ai giorni odierni; osservare il loro processo evolutivo, i cambiamenti a cui sono stati sottoposti e le trasformazioni che hanno dovuto affrontare.

Pertanto, prendendo in esame il tema delle campagne elettorali, queste potrebbero essere definite come il mezzo tramite il quale i politici trasmettono ai cittadini le loro idee, principi e programmi, per convincere a darli il loro voto per mezzo delle specifiche tattiche manipolatrici. È quel «rituale di persuasione» attraverso il quale «la gente nei paesi democratici sceglie i propri governanti»¹⁰².

Esiste senz'altro una certa componente dell'opinione pubblica protesa a pensare che il carattere persuasivo di queste campagne è tipico dei nostri giorni eppure, a nostro parere, coloro nel ritenere ciò, cadono in un grosso errore. Molto più giusta a nostro avviso è l'opinione di chi afferma che l'essere persuasivi è sempre stato una caratteristica fondamentale di queste forme di rappresentanza

⁹⁸ Vedi Bentivegna S., *Al voto con i media. Le campagne elettorali nell'età della TV*, Roma 1997, p. 11.

⁹⁹ Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, p. XII.

¹⁰⁰ Bentivegna S., *Al voto con i media. Le campagne elettorali nell'età della TV*, Roma 1997, cit., p. 11.

¹⁰¹ Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, cit., p. 65.

¹⁰² Pratkanis A. R., Aronson E., *L'età della propaganda. Usi e abusi quotidiani della persuasione*, Bologna 2003, cit., p. 23.

politica fin dalle loro origini, con un'unica differenza di fondo: nel passato non si utilizzava l'espressione «campagna elettorale» per indicare quelle stesse forme di persuasione.

Basta ricordare, a dimostrazione di quanto detto, l'esempio dell'antica Grecia presso la quale il saper convincere era il fondamento e l'obiettivo dell'*ars oratoria*. Eppure, i discorsi retorici che si tenevano nelle *agora* dei Greci si differenziavano molto dalle campagne elettorali d'oggi. Tale diversità non consisteva nell'aver un obiettivo differente perché questo rimaneva sempre uguale – quello di persuadere chi ti ascoltava – l'unica dissomiglianza che c'era riguardava i metodi tramite i quali tali atti di persuasione venivano diffusi. Presso le popolazioni antiche ciò avveniva tramite i discorsi in pubblico, nel corso dell'età moderna si verificava lo stesso grazie all'invenzione della stampa e dei giornali, mentre nell'età contemporanea questo stesso processo utilizzava ed utilizza la radio, la TV fino ad arrivare alle reti internet odierne.

2.1 Il sorgere dei primi partiti politici

Nelle righe precedenti abbiamo cercato di chiarire quindi la nostra idea di fondo, secondo la quale fin dall'antichità e per tutto il corso della storia i vari governatori hanno sistematicamente ricorso al meccanismo della persuasione per dominare i propri sudditi ed ottenere da loro determinati atteggiamenti. Una tattica di condizionamento che si è tramandata fino al presente, perfezionandosi ogniqualvolta ed i cui funzionamenti hanno confluito in quello che oggi definiamo una campagna elettorale. Ma quand'è che a queste forme di persuasione venne data tale denominazione?

Senza dubbio, risulta difficile stabilire con precisione il momento esatto in cui nacque una prima campagna elettorale. Il primo ad usare tale espressione è stato Alfredo Panzini nella prima edizione del suo *Dizionario moderno* del 1905¹⁰³. Ciò che è certo però è che non si potrebbe ora discutere di tale forma di rappresentanza se non fossero nati i partiti politici. Occorre dunque specificare che cosa si intende quando si parla di «partito». A qualcuno potrebbe venire in mente, giustamente, di consultare un dizionario di politica per rispondere a tale domanda. E di tale maniera si scoprirebbe che alcuni di essi adoperano una frase di Weber per spiegare alla meglio tale voce. Dunque, il partito politico è «un'associazione... rivolta ad un fine deliberato, sia esso «oggettivo» come l'attuazione di un programma avente scopi materiali o ideali, sia «personale» cioè diretto ad

¹⁰³ Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, p. 1.

ottenere benefici, potenza e pertanto onore per i capi e seguaci, oppure rivolto a tutti questi scopi insieme»¹⁰⁴.

La spiegazione prosegue, mettendo in evidenza il «carattere associativo» di tali raggruppamenti i cui membri possono essere vincolati sia da legami «personali e particolaristici», sia da quelli di tipo «burocratico e impersonale», ed il cui fine consiste nell'avere un ruolo politico nella società alla quale si appartiene. Pertanto, «si può dunque dire che la nascita e lo sviluppo dei partiti è legato al problema della partecipazione, cioè al progressivo aumento della domanda di partecipare al processo di formazione delle decisioni politiche da parte di classi e ceti diversi della società»¹⁰⁵.

Ebbene, è necessario chiarire quand'è che si diffonde tra le masse un'esigenza del genere. La risposta potrebbe essere la seguente – nel periodo compreso tra il tramonto dell'Età moderna ed il sorgere dell'Età contemporanea – caratterizzato da due avvenimenti fondamentali: da un lato la Rivoluzione Francese e dall'altro la Rivoluzione industriale. Il politologo norvegese del XX secolo S. Rokkan definisce questi eventi come «due fondamentali rivoluzioni» che scossero «l'Europa ottocentesca»¹⁰⁶. Il suo libro *Citizens, Elections, Parties* racchiude il resoconto della ricerca che egli ha condotto personalmente sull'evoluzione della politica nei maggiori paesi d'Europa, prestando particolare attenzione alla «genesì e lo sviluppo dei sistemi di alleanze e di opposizione che diedero vita ai sistemi di partito europei»¹⁰⁷. Partendo inizialmente da delle semplici ipotesi, riesce a comprovare che alla base della nascita dei partiti furono quattro elementi, definiti da lui come «quattro fondamentali fratture strutturali», derivanti a sua volta dall'interagire differente in ogni paese delle due rivoluzioni: «la frattura fra la cultura dominante del centro e le culture periferiche, la frattura Stato-Chiesa, la frattura città-campagna, la frattura di classe»¹⁰⁸. Quindi secondo quanto dimostra, furono queste rotture a generare, in tempi diversi da paese a paese, la grande proliferazioni dei distinti partiti.

Da quanto attestato nelle fonti storiche, sembra che i primi di questi, siano nati nella prima metà dell'Ottocento ed all'epoca erano chiamati i «partiti dei notabili». È utile precisare che tale denominazione venne adottata perché non si trattava dei veri e propri partiti ma «di semplici etichette dietro cui stavano i rappresentati di un ceto omogeneo, non diviso da conflitti di interesse o da divergenze ideologiche sostanziali, che aderivano all'uno o all'altro gruppo soprattutto per

¹⁰⁴ Si veda Bobbio N., Pasquino G., Mateucci N., *Dizionario di politica*, Torino 1983.

¹⁰⁵ *Ibid.*

¹⁰⁶ Rokkan S., *Cittadini, elezioni, partiti*, Bologna 1982, trad. it. di Piero Ignazi, cit., p. 21.

¹⁰⁷ *Ibid.*, cit., p. 18.

¹⁰⁸ *Ibid.*, cit., p. 21.

tradizioni locali o familiari»¹⁰⁹. Solo nell'arco compreso tra il 1870 e 1920 si assisterà all'estinzione di questi partiti tradizionali, fondati sul suffragio ristretto in base al quale il diritto di voto era concesso solo ad una categoria di individui di genere maschile avente un determinato censo o un certo livello di istruzione. La ragione di tale loro scomparsa, dunque a cavallo tra l'Ottocento ed il Novecento, venne determinata dal sorgere dei nuovi partiti di massa, ognuno dei quali diventa il portavoce di una determinata ideologia politica ed i cittadini che la condividevano, si iscrivono ad esso, diventandone membri.

In termini generali, si può concludere che le due rivoluzioni citate sopra ebbero delle conseguenze enormi su tutta la società in generale. In particolare quella industriale ebbe delle effetti immensi non solo sul mercato ma anche sugli altri ambiti. La massificazione della produzione – il suo risultato principale – sparse a sua volta dei semi che presto generarono una massificazione della comunicazione, della politica e della cultura. Si ebbe la grande mobilitazione delle masse in quanto sempre un numero più alto di persone, a partire da questo momento, inizia a partecipare con maggiore e costante fervore alla politica del proprio paese, reclamando il diritto di voler esprimere la propria opinione a riguardo. Cosicché, la formazione dei partiti politici fu il rimedio trovato a tale problema. Quest'ultimi diventano uno strumento di interazione tra la società ed il governo, un mezzo tramite il quale il popolo poteva far sentire la propria voce allo Stato. Non esisteva infatti persona all'epoca che non vedesse rispecchiare i propri principi o ideali in uno di quei partiti, basicamente ragione per la quale l'affermarsi di tale sistema partitico riscontrò un simile successo tra le masse.

Questo fu il motivo per il quale i governi di quasi tutti i paesi giunsero gradualmente alla decisione che il suffragio ristretto dovesse essere allargato ad un numero maggiore di individui. E così tra la fine dell'Ottocento e gli inizi del Novecento molti stati tra cui «Belgio, Francia, Prussia, Germania, Norvegia, Spagna»¹¹⁰ decisero di passare al suffragio universale, concedendo il diritto di voto a tutti i maschi raggiunti la maggiore età. In Italia tale trasformazione si ebbe nell'ottobre del 1913 con alcune limitazioni grazie alla nuova legge elettorale che,

estendeva il diritto di voto ai cittadini maschi di oltre 30 anni, anche se analfabeti, e, fra i cittadini maschi dai 21 ai 30 anni, a tutti coloro che sapessero leggere e scrivere e, più in generale, fossero in possesso dei requisiti stabiliti dalle leggi precedenti e a coloro che avessero prestato servizio militare per un certo periodo¹¹¹,

¹⁰⁹ Si veda Bobbio N., Pasquino G., Mateucci N., *Dizionario di politica*, Torino 1983.

¹¹⁰ Ballini P. L., *Le elezioni nella storia d'Italia dall'Unità al fascismo*, Bologna 1988, cit., p. 331.

¹¹¹ *Ibid.*, cit., p. 157.

limitazioni che non impedirono agli italiani di trasformare il voto in «un vero rituale di massa»¹¹².

Rokkan è riuscito a riassumere molto bene questo cambiamento politico e sociale così significativo:

Le vicende dei sistemi politici dell'Europa occidentale a partire dalla Rivoluzione Francese hanno alcuni tratti caratterizzanti comuni: tutti estesero i diritti della partecipazione politica a settori sempre più ampi di cittadini, e, alla fine, introdussero, salve poche eccezioni, il suffragio universale ed uguale tanto per le donne quanto per gli uomini; tutti svilupparono, alcuni molto presto, altri molto più lentamente e in maniera confusa e contraddittoria, organizzazioni partitiche di dimensione nazionale basate in massa di iscritti; e tutti sperimentarono, soprattutto in conseguenza dell'universalizzazione del suffragio e della crescita dei partiti di massa, un declino delle politiche strettamente localistiche e una accentuazione crescente delle fratture funzionali che intersecano le divisioni tradizionali tra municipalità e province¹¹³.

2.2 Le prime campagne elettorali

«Con l'avvento di una società e di una comunicazione di massa, il “discorso politico” necessita insomma di soggetti e istituzioni che ne promuovano la circolazione, sia con la parola sia con scritti e immagini»¹¹⁴ e le campagne elettorali sembrano essere il mezzo giusto per entrambe le cose. Come si è potuto osservare, nacque così una politica massificata basata su partiti di massa in piena rivalità tra di loro. Una rivalità che raggiungeva il suo picco durante le campagne elettorali, in una serie di elezioni che si tennero già nel corso dell'Ottocento. In quel periodo a tale fenomeno non veniva data molta importanza da parte degli studiosi, nonostante proprio molti di questi fossero concentrati sullo studio del fenomeno delle elezioni. E costoro non si soffermeranno su questo fenomeno prima del Novecento. Ecco quanto riporta Ridolfi nel suo libro *Nel segno del voto*:

Ancora nello studio di Torresin sulle elezioni politiche del 1900 non si dava una specifica attenzione alla “campagna elettorale”. È un tema che, a differenza di altre realtà europee, solo di recente nella storiografia italiana ha riscontrato uno specifico interesse. Eppure già almeno dalle elezioni del 1882, a seguito dell'allargamento del diritto di voto, in alcune realtà territoriali il fenomeno si era rilevato come uno dei più significativi nel contesto di un ampliamento del processo di politicizzazione e di organizzazione della politica¹¹⁵.

2.2.1 Il manifestarsi dei primi meccanismi di propaganda

Per di più, dall'analisi comune dello studioso e suo collega Ballini, emerge che già a partire dalla seconda metà dell'Ottocento il ruolo dei diversi partiti «si concretizza per lo più in un'intensa azione di persuasione sulle nuove fasce del corpo elettorale»¹¹⁶, motivo per il quale si nota fare

¹¹² *Ivi.*, cit., p. 163.

¹¹³ Rokkan S., *Cittadini, elezioni, partiti*, Bologna 1982, trad. it. di Piero Ignazi, cit., p. 323.

¹¹⁴ Ridolfi M., *Nel segno del voto. Elezioni, rappresentanza e culture politiche nell'Italia liberale*, Roma 2000.

¹¹⁵ *Ibid.*, cit., p. 116.

¹¹⁶ Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, cit., p. 125.

ricorso a varie forme di condizionamento in modo da ottenere la maggioranza nelle elezioni. Si trattava di metodi molto semplici che ambivano all'incontro tra elettori e candidati ed i quali in un primo momento facevano ricorso a «banchetti elettorali ad invito, le manifestazioni svolte in luoghi chiusi, le battaglie tra i giornali, le consuete reti notabili delle relazioni interpersonali tessute nelle sedi appartate (i circoli e le associazioni)»¹¹⁷, dibattiti che gradualmente, tramite l'affissione di manifesti e volantinaggio, si trasferirono per strade, nelle piazze, vicino agli monumenti, penetrando persino le mura delle chiese. Il loro fondamento era costituito dal «livello programmatico» dei partiti «la cui diffusione è affidata principalmente ancora una volta ai grandi organi di informazione a diffusione nazionale e alle sempre più numerose testate di raggio provinciale» e tutto per ottenere un efficace «orientamento dell'opinione pubblica»¹¹⁸. Dunque, meccanismi di influenza di tipo classico, che nel giro di pochi decenni si convertiranno in quello che verrà definito delle «vere forme di propaganda».

Nei primi decenni del nuovo secolo gli svariati e nuovi metodi di influenza non passarono di certo inosservati. Come notano Ballini e Ridolfi, fu soprattutto A. Schiavi, lo studioso dei sistemi elettorali, ad accorgersi della forte incidenza che avevano sul pubblico queste forme di propaganda elettorale ed i suoi nuovi mezzi. Ma non fu l'unico. Sempre un maggior numero di persone coinvolto nella politica comprendeva che bisognava puntare molto su queste forme di persuasione per ottenere il risultato ambito, le quali però si sarebbero presto trasformate in un'arma pericolosa nelle mani dei regimi totalitari.

2.2.2 La propaganda nei regimi totalitari

A tale proposito non possiamo non accennare a delle ricerche condotte dai professori americani A. R. Pratkanis e E. Aronson, i quali nel loro libro *L'età della propaganda*¹¹⁹ dedicano un capitolo intero al tentativo di spiegare la grande importanza che la persuasione aveva avuto per Hitler. Il futuro capo del partito nazista, al termine della prima guerra mondiale, addossava la colpa della sconfitta del proprio paese al fatto che non si aveva dato alla propaganda la dovuta attenzione, cosa che invece avevano fatto i loro avversari, ottenendo una netta vittoria. Avendo, dunque, capito l'errore commesso, in tutti gli anni successivi e precedenti la seconda guerra mondiale, Hitler sarà indaffarato a trasformare il proprio partito in una estrema fonte di propaganda, che per lui costituiva «un mezzo per conseguire un fine, in questo caso la promozione dello stato tedesco e

¹¹⁷ Ridolfi M., *Nel segno del voto. Elezioni, rappresentanza e culture politiche nell'Italia liberale*, Roma 2000, cit., p. 116.

¹¹⁸ Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, cit., pp. 122-123.

¹¹⁹ Pratkanis A. R., Aronson E., *L'età della propaganda. Usi e abusi quotidiani della persuasione*, Bologna 2003, pp. 418-431.

l'instaurazione e il mantenimento del potere del partito nazista»; dunque una forma di propaganda non soggetta a nessun principio etico in quanto «esisteva solo la regola del successo o del fallimento»¹²⁰, e pertanto era dell'opinione che «le armi più crudeli diventavano umane, se condizionavano una rapida vittoria»¹²¹. Hitler – persona senza scrupoli – era del parere che la massa era ignorante e dunque bisognava educarla a pensare in un determinato modo, colpendo non tanto la sua ragione quanto le sue emozioni. Una folla che veniva dunque continuamente ingannata rispetto alla crudeltà del regime che sosteneva. Pertanto, i due studiosi giungono alla conclusione che,

Il successo della macchina propagandistica nazista non dipese tuttavia solo dal semplice uso di abili tecniche di persuasione. Esso fu dovuto anche a un'accettazione pressoché unanime dell'idea che la persuasione doveva cominciare alla cima della società ed essere diretta verso le masse. L'élite di governo aveva la responsabilità di prendere le decisioni e poi di informare le masse, attraverso la propaganda, della saggezza di tali decisioni; il compito delle masse consisteva nel seguire i loro governanti. Quale miglior ruolo per loro, visto che, fondamentalmente, le masse sono ignoranti e incapaci di pensiero? [...] La propaganda è uno strumento per comunicare la «verità» all'ignorante¹²².

Un'attitudine simile ebbe il fascismo in Italia dove ogni forma di democrazia venne repressa dal «esercizio sistematico della violenza come metodo di lotta politica»¹²³ il cui risultato, come sottolinea Ridolfi basandosi sulle ricerche di Schiavi, fu una metamorfosi della campagna elettorale; «la presenza delle squadre fasciste nel 1924 e già, in molti collegi, nel 1921 inibiva il carattere democratico della partecipazione politica proprio nel momento cruciale della campagna elettorale»¹²⁴. La dittatura faceva uso di una propaganda basata su una serie di simboli e sulla forte

personalizzazione della figura del Mussolini-padre, che guidava l'amorfa massa, incapace di organizzarsi da sé, verso l'idealtipo di un italiano “nuovo” e “fascistissimo”, teso a esprimere, in vari modi e non da ultimo mediante la valanga affermativa che fuoriusciva dalle urne plebiscitarie, la propria metafisica comunione con il capo¹²⁵.

Ma per fortuna, anche per il regime fascista arrivò una fine. Il 25 luglio 1943 è stato il grande giorno in cui l'Italia salutò la dittatura totalitaria, con la speranza di fondare una solida democrazia. Gli studiosi di questo periodo osservano due diversi tipi di andatura. Da un lato si ritorna alla tradizionale lotta tra partiti, definiti da E. Caranti come non «soltanto l'espressione dell'orientamento politico ma anche strumento della sua formazione»¹²⁶. Molti partiti, affossati durante il fascismo, riemergono in questo momento, riscontrando delle variazioni nei propri seguaci

¹²⁰ *Ivi.*, cit., p. 420.

¹²¹ Hitler, *La mia vita*, in Pratkanis A. R., Aronson E., *L'età della propaganda. Usi e abusi quotidiani della persuasione*, Bologna 2003, cit., p. 420.

¹²² Pratkanis A. R., Aronson E., *L'età della propaganda. Usi e abusi quotidiani della persuasione*, Bologna 2003, cit., p. 428.

¹²³ Ridolfi M., *Nel segno del voto. Elezioni, rappresentanza e culture politiche nell'Italia liberale*, Roma 2000, cit., p. 125.

¹²⁴ Cfr. Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, cit., p. 160.

¹²⁵ *Ibid.*, cit., p. 170.

¹²⁶ Si veda Caranti E., *Sociologia e statistica delle elezioni italiane nel dopoguerra*, Roma 1954, cit., p. 31.

rispetto al periodo prefascista. Per esempio, oltre al partito socialista riaffiora quello della Democrazia cristiana che avrà un ruolo di primaria importanza nei decenni in avvenire. Il successo di tale partito è dovuto all'aumentare dei suoi sostenitori nel mondo femminile dopo che ci fu l'allargamento del voto alle donne a partire da febbraio del 1945.

Dall'altro lato si nota invece un forte scetticismo nei confronti della politica di una sostanziosa componente della popolazione. La grande dittatura fascista aveva cercato di sradicare ogni forma di libertà ed indipendenza e di conseguenza aveva generato negli animi di molti una forte avversione non solo per la politica, ma anche per i suoi rappresentanti. Una prova di tale risentimento è stato il costituirsi fuori dalle righe di un nuovo partito, quello del «qualunquismo». Le idee di tale movimento, riassunte inizialmente in un libro uscito nel 1945 e dopo in un settimanale, si trasformarono nel «Fronte dell'Uomo Qualunque» il cui fondatore fu il giornalista Guglielmo Giannini. Nel libro di G. Pasquino questo fenomeno viene definito nel seguente modo:

I tratti caratteristici del qualunquismo sono il disprezzo generalizzato per la politica e per gli uomini politici, giudicati avidi e corrotti senza alcuna distinzione critica tra chi governa e chi è all'opposizione; l'indifferentismo ideologico; la tendenza al disimpegno sociale e all'occuparsi esclusivamente del proprio gretto "particolare"¹²⁷.

Si trattò di un movimento che non ebbe lunga durata, ma che tuttavia rispecchiava perfettamente i sentimenti di molti italiani, motivo per il quale trovò molti sostenitori in tutta l'Italia, con una forte concentrazione al centro e al sud. Era in particolare la piccola e la media borghesia a vedere nel programma di Giannini esprimere le proprie idee. Dopo un lungo periodo di guerra, ciò di cui aveva bisogno il popolo non era di politici di mestiere ma uomini che potessero dare al popolo quello di cui si aveva bisogno in quel momento.

2.2.3 L'evoluzione dei metodi di propaganda

A partire dal secondo dopoguerra, i metodi di propaganda utilizzati nelle campagne elettorali si moltiplicano. Di conseguenza, per cogliere esattamente il loro processo evolutivo, abbiamo deciso di assumere come ipotesi alcune affermazioni e, dunque verificarle, tratte dal libro di Pasquino che, analogamente, aveva cercato di riattraversare il percorso fatto dalle campagne elettorali e dei loro metodi di propaganda nel corso del XX secolo. Si individuano quattro momenti principali:

1) l'uso dei *media* per la propaganda di massa, durante il ventennio fascista; 2) la formazione di un pubblico dei *media* in senso moderno e il periodo della organizzazione del consenso, che va dal 1954 al 1974; 3) l'emergere dei *media* come apparato trasversale e competitivo nei confronti dei partiti, che si sviluppa a

¹²⁷ Setta S., *Il qualunquismo*, in Pasquino G. (a cura di), *La politica italiana. Dizionario critico 1945-1995*, Bari 1995, cit., p. 365.

cavallo fra gli anni Settanta e gli anni Ottanta; e infine 4) la segmentazione del pubblico, l'affermarsi della comunicazione spettacolare e l'introduzione di forme di marketing politico, fase tutt'ora in corso¹²⁸.

Di seguito verranno fatte una serie di considerazioni che permetteranno di verificare la veridicità di tali punti.

2.2.3.1 L'epoca fascista

Abbiamo visto come nel corso dell'Ottocento era di uso comune che i partiti riunissero la popolazione, in modo da poter discutere, per strada e nelle piazze, organizzando dei comizi e diffondendo i propri programmi politici per mezzo dei giornali, manifesti e volantini.

Il Novecento aveva raccolto l'eredità del secolo appena concluso e la stampa rimase infatti uno degli strumenti principali di influenza e di orientamento delle masse, ma non l'unico. Già all'inizio del secolo si nota l'apparire di nuovi mezzi informativi come il cinematografo e la radio.

Per quanto riguarda il primo, in molti libri si parla di questo nuovo dispositivo. «Il cinema è utilizzato come strumento principe per la diffusione delle notizie: la Divisione film viene costituita il 25 settembre del 1917 e inizia a distribuire documentari e bollettini con notizie dal fronte»¹²⁹ osservano Ballini e Ridolfi. Ma ancora prima di questo momento fu Schiavi ad accorgersi del suo utilizzo: «Anche il cinematografo sembra sia entrato per la prima volta in Italia a far parte degli arnesi di propaganda elettorale»¹³⁰.

Quanto al secondo, «non è un caso che il termine mass medium, nasca [...] nel 1923, per definire la radio, il nuovo apparecchio per una comunicazione dispersa nello spazio e immediata nel tempo»¹³¹. Sembra trattarsi di uno strumento rivoluzionario, in grado di informare ed orientare un pubblico molto ampio di elettori ricordanti sempre di più una *audience*, motivo per il quale questo mezzo venne adoperato fin da subito e nei decenni in avvenire, con grande intensità da tutti i paesi.

Non è occorso far passare molto tempo affinché tutti si accorgessero del carattere rivoluzionario di questi due congegni che avrebbero d'ora in poi sovvertito la distribuzione delle informazioni, per cui definiti come mezzi di comunicazione di massa più potenti¹³². Pertanto, «La consapevolezza di dover utilizzare la radio e il cinema nasce dunque molto presto e, a partire dagli anni Venti, si può

¹²⁸ Marletti C. A., *I media e la politica*, in Pasquino G. (a cura di), *La politica italiana. Dizionario critico 1945-1995*, Bari 1995, cit., p. 434.

¹²⁹ Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, cit., p. 238.

¹³⁰ Schiavi A., *Programmi, voti ed eletti nei comizi del 1909*, in Ridolfi M., *Nel segno del voto. Elezioni, rappresentanza e culture politiche nell'Italia liberale*, Roma 2000, cit., p. 120.

¹³¹ Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, cit., p. 238.

¹³² *Ibid.*, p. 241.

parlare a pieno titolo di comunicazione politica come prodotto dell'interazione fra cittadino, sistema politico, e sistema dei media»¹³³.

Più tardi, nel corso del perdurare del governo dei regimi totalitari, costoro fecero largo uso sia della radio che del cinema, oltre a tutti gli strumenti tradizionali. In Italia il fascismo era incentrato nel sopprimere ogni forma di propaganda e partecipazione politica di tutti i partiti, eccetto il proprio. Non era consentito, o sarebbe meglio dire che era vietato, far parte di altri partiti che non fosse quello fascista. Ed era risaputo che chi osava farlo, sarebbe stato punito duramente. Mussolini, allo stesso modo di Hitler, era dell'opinione che le masse dovessero essere educate. E proprio questa sua convinzione giustificava il forte grado di propaganda del suo regime. Il Duce con i propri discorsi non aveva limiti: penetrava le mura di tutti gli organi istituzionali, fabbriche e stabilimenti industriali, scuole e sedi universitarie, giungendo perfino alle campagne. Si ricorreva all'uso costante di slogan con delle metafore, colori e simboli sia nel corso della dittatura che dopo la sua fine.

Ma al termine di questa, i vari partiti uscirono allo scoperto usando queste stesse tecniche ma per la diffusione delle proprie idee. Tra le immagini più diffuse di tale periodo era facile incontrare una madre con il bambino con dietro delle macerie, un campo di spighe, uomini in procinto di votare. I manifesti che tappezzavano le strade, riportavano tantissime volte gli stessi nomi, simboli ed immagini di candidati¹³⁴. Tutto ciò sembrava essere utile per colpire l'emotività degli elettori. «L'impressione era quindi di una comunicazione simbolica basata su metafore e immagini di rapida e facile associazione»¹³⁵. Si nota come «Dal secondo dopoguerra il sistema dei media e il sistema politico cominciano a interagire e a condizionarsi reciprocamente e, soprattutto nei paesi che hanno scelto la democrazia, il rapporto tra pubblicità, informazione e sondaggi d'opinione si fa più stretto».¹³⁶

Eppure come ha osservato Caranti, tale interazione non era uguale dappertutto. Proprio questo studioso, dedicandosi allo studio delle elezioni e forme di propaganda nel secondo dopoguerra, elabora una tesi secondo la quale, l'esito della sua capacità persuasiva dipendeva dalla «distribuzione della popolazione». Questa infatti colpiva in modo diverso gli abitanti urbani e quelli della campagna:

¹³³ *Ivi.*, p. 239.

¹³⁴ Altri esempi si possono riscontrare in Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, p. 193-204

¹³⁵ *Ibid.*, cit., p. 196.

¹³⁶ *Ibid.*, cit., p. 239.

I grandi agglomerati urbani si prestano alla propaganda di massa, che trova la sua migliore applicazione dove esistono stabilimenti industriali di notevoli dimensioni. Nei minori centri e nelle campagne, invece, si rende necessaria l'adozione su più vasta scala della propaganda capillare, la quale viene facilitata dalla reciproca conoscenza degli abitanti della zona¹³⁷.

Ma al di là di tutto ciò, risultava chiara solo una cosa, si era affermato un vasto pubblico di ascoltatori dei nuovi media, proprio come era stato detto al primo punto della nostra ipotesi.

2.2.3.2 La TV: nuova rivoluzione tecnologica

Negli anni Cinquanta arriva un nuovo ciclone che sconvolge ulteriormente la società – la televisione. La data ufficiale in cui viene introdotta è il 3 gennaio del 1954¹³⁸. Negli anni successivi al suo arrivo, si era cercato tuttavia di evitare di trattare in essa ampiamente della politica seguendo una «strategia dell'omissione» in quanto una gran parte del pubblico era fondamentalmente «poco letterata»¹³⁹.

Ciò nonostante, questo non impedì ai vertici della politica di diventare inclini ad utilizzare questo strumento per fini propagandistici, proprio come era stato fatto all'inizio del secolo con il cinema e la radio. La loro idea era basata sul concetto che tutti questi strumenti dovessero essere adoperati per diffondere i programmi politici dei vari partiti. Un'idea che per quanto concerne la televisione, verrà realizzata in pratica non prima del 1960, l'anno nel quale verranno mandate in onda «le prime Tribune elettorali»¹⁴⁰ da parte della Rai (Radio Audizioni Italiane) tramite radio e la rete nazionale. Questa volta però si cerca di concedere le stesse opportunità di rappresentanza a tutti i partiti e tempi uguali per fornire i loro programmi al pubblico elettorale, per trasmettere i loro dibattiti, interviste e discorsi in pubblico.

Di tale maniera, nel corso degli anni Sessanta i programmi televisivi non fanno altro che incrementare di numero, in quanto tutti avevano compreso che la televisione esercitava un peso fondamentale «nella formazione di un'opinione pubblica favorevole o contraria al partito di governo o di opposizione»¹⁴¹.

È però da sottolineare che dopo l'introduzione della televisione, nella società cambia qualcosa. Proprio grazie ad essa si inizia a prestare attenzione, cosa non fatta prima, non solo alle cose che vengono dette da un candidato, ma soprattutto al modo in cui tali cose vengono dette. Si bada alla sicurezza che traspare dal suo viso o qualsiasi altro tipo di emozione, all'espressione del suo volto e

¹³⁷ Caranti E., *Sociologia e statistica delle elezioni italiane nel dopoguerra*, Roma 1954, cit., p. 19.

¹³⁸ Bentivegna S., *Al voto con i media. Le campagne elettorali nell'età della TV*, Roma 1997, p. 28.

¹³⁹ Marletti C. A., *I media e la politica*, in Pasquino G. (a cura di), *La politica italiana. Dizionario critico 1945-1995*, Bari 1995, p. 437.

¹⁴⁰ Bentivegna S., *Al voto con i media. Le campagne elettorali nell'età della TV*, Roma 1997, p. 28.

¹⁴¹ Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, cit., p. 249.

degli occhi, ai gesti che compie, i movimenti che ha, al modo in cui è vestito o pettinato¹⁴². Ad acquisire importanza dunque sono «la personalità del leader», il suo fascino carismatico. Cosicché si comprende che in televisione occorre creare non una immagine qualunque di sé ma una precisa, determinata che andrà a colpire e a convincere chi sta dall'altra parte dello schermo. In poche parole, bisognava presentarsi in un determinato modo in base al pubblico destinatario.

Il successo che la televisione aveva riscontrato tra le masse era stato imprevedibile. Con il passare degli anni, gli spettatori televisivi tendono a crescere di numero, nonostante il fatto che come aveva osservato Caranti, continua ad esserci un forte squilibrio tra la città e campagna e tra le varie classi sociali. Non tutti godevano del reddito sufficiente per procurarsi subito una radio od una televisione per la mancanza delle stesse possibilità. Non a caso dalle indagini svolte dallo studioso, appare che i meno informati erano i braccianti agricoli e gli operai¹⁴³. Inoltre era «netto il distacco fra l'Italia Centro-settentrionale ed il resto del Paese»¹⁴⁴. Eppure, questi squilibri sociali non riuscirono ad ostacolare la diffusione di questo mezzo così straordinario, che solo un decennio dopo la sua apparizione riesce a prendere il sopravvento sulla stampa e la radio, trasformandosi in «fonte principale di notizie»¹⁴⁵.

Gli esperti spiegano il trionfo di tale mezzo ed il largo consenso che gli viene concesso dalla parte dal pubblico, che tra l'altro non fa che dimostrare la veridicità del secondo punto della nostra ipotesi, evidenziando che la televisione non rappresenta solo il mezzo più comodo per ricevere le notizie politiche, ma soprattutto è uno strumento che fornisce alle masse anche altri tipi di informazioni riguardanti le sfere più svariate ma di loro interesse. Ecco cosa si nota: «Lo spettacolo televisivo allarga gli orizzonti di ognuno verso i problemi sociali dell'epoca, porta informazioni su ambienti e modi di vita diversi, scardina valori tradizionali e profondamente radicati, travolgendo con la forza dell'immagine la volontà degli uomini dell'apparato radio televisivo»¹⁴⁶.

2.2.3.3 La metamorfosi del mezzo televisivo

Gli studiosi che hanno analizzato lo spargersi a macchia d'olio di questo apparecchio, hanno tra l'altro rilevato che esso non rimase sempre uguale ma si evolve nel tempo:

si passa progressivamente da una televisione di tipo pedagogico-educativo, sotto la guida protettiva dello Stato, a un'industria del divertimento [...] La politica governativa del quinquennio 1969-1974 è caratterizzata dal prevalere dell'intrattenimento, da una netta separazione di generi (fiction, informazione),

¹⁴² *Ivi.*, p. 250.

¹⁴³ Caranti E., *Sociologia e statistica delle elezioni italiane nel dopoguerra*, Roma 1954, pp. 13-29.

¹⁴⁴ *Ibid.*, cit., p. 28.

¹⁴⁵ Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, cit., p. 248.

¹⁴⁶ *Ibid.*, cit., p. 248.

dalla concorrenza fra il primo e il secondo canale, da un'accentuata professionalità e dall'incremento costante della pubblicità¹⁴⁷.

Dunque, si nota una graduale trasformazione di questo congegno, in particolare per quanto riguarda ciò che trasmetteva. Eppure tale cambiamento non fu per nulla casuale, anzi rispose perfettamente a delle nuove esigenze del pubblico, anch'esse mutate nel corso del tempo. A partire, soprattutto dalla metà degli anni Settanta, si notano degli nuovi interessi degli spettatori, ai quali non incuriosivano più dei semplici programmi politici dato che «gli spazi televisivi destinati alle campagne elettorali [...] o alla politica nel suo complesso [...] iniziarono a perdere sensibilmente il favore del pubblico»¹⁴⁸, anzi l'interesse era rivolto principalmente verso lo spettacolo. Quindi, un totale cambiamento delle preferenze del pubblico il cui risultato sarà la nascita della televisione privata nel giro di pochi anni, che da quel momento in poi entrerà in competizione perenne con quella di Stato. Dunque, proprio il cambiamento anticipato al terzo punto della nostra supposizione iniziale che aveva definito la televisione come uno strumento che entrerà in forte competizione con i partiti politici ed i loro fini; «i quotidiani nazionali, la radio e la tv, cessano di fungere da portavoce ufficiale e da canale di amplificazione dei partiti di governo o di opposizione e sviluppano una capacità di autonomia e competizione nei loro confronti»¹⁴⁹.

2.2.3.4 I politici tra realtà governativa e spettacolo

Eppure quanto riportato sopra, non fu l'unica conseguenza che derivò dall'alterazione degli interessi del pubblico televisivo. Da quanto riscontrano Ridolfi e Ballini, per rispondere alle nuove richieste dei telespettatori, a cambiare è anche il modo in cui i vari partiti si presentano davanti al pubblico. L'obiettivo del loro apparire non si basa più su programmi informativi come una volta, quanto sul voler fare spettacolo perché è ciò che la loro *audience* gradiva. Questa diventerà la ragione per la quale si inizierà a parlare di ciò di cui tratta la nostra quarta ipotesi – una «spettacolarizzazione della politica» e la quale avrà una forte ripercussione sul rapporto tra i partiti ed i loro leader, che d'ora in poi si identificheranno sempre di più.

Proprio quest'ultimo elemento sarà uno dei più significativi che trasparirà in questo periodo. In altre parole si tratterà della trasformazione della campagna elettorale o meglio dire del protagonista intorno al quale essa si realizza. Molto valore a questo evento venne assegnato da Bentivegna che

¹⁴⁷ *Ivi.*, cit., p. 252.

¹⁴⁸ Bentivegna S., *Al voto con i media. Le campagne elettorali nell'età della TV*, Roma 1997, cit., p. 29.

¹⁴⁹ Marletti C. A., *I media e la politica*, in Pasquino G. (a cura di), *La politica italiana. Dizionario critico 1945-1995*, Bari 1995, cit., p. 238.

dedicò diverse pagine a descrivere il passaggio dalla campagna del «partito» a quella del «candidato»¹⁵⁰. A parere della studiosa, questa trasformazione avrebbe avuto origine a partire dagli anni Quaranta negli Stati Uniti, dove lo strumento televisivo venne introdotto prima rispetto ad altri paesi. Tale introduzione ebbe due risultati principali: da un lato, si notò l'emergere di una campagna incentrata non tanto più sul partito quanto su un solo candidato, al quale il partito inizia a fare solo da sfondo; dall'altro, gli americani comprendono subito l'importanza del nuovo mezzo di informazione e dell'incidenza che avrebbe avuto sulle masse. Ecco perché si comincia a elaborare l'idea che non bastava apparire in televisione per raggiungere il popolo con il proprio messaggio. Anzi l'esito positivo o negativo di tale apparizione sarebbe stata dipendente soprattutto dal «modo» in cui lo si avrebbe fatto. Quindi un apparire, la progettazione del quale senza dubbio meritava di essere affidata a degli veri esperti: *political consultant*. D'ora in poi sarebbero stati proprio questi professionisti ad occuparsi della pianificazione delle campagne elettorali e di tutto ciò che l'avrebbe riguardato. Si assisteva in tal modo all'esordio di una progettazione specializzata della campagna elettorale che verrà di seguito denominata *new-style campaigning*, e la quale non solo non avrà mai più fine ma si diffonderà in tutti gli altri paesi del mondo.

In Italia tale forma di organizzazioni specializzata delle campagne si diffonde negli ultimi decenni del secolo, precisamente dal 1983 per merito degli specialisti, definiti da Ballini e Ridolfi, come esperti in comunicazione. Essi si dividevano in due fazioni: la prima comprendeva coloro che facevano parte di determinati partiti e si occupavano della progettazione elettorale interna al partito; la seconda invece era composta da uomini che non facevano parte di nessun partito e si occupavano dei mezzi pubblicitari, tramite i quali diffondevano delle campagne elettorali, portando alla vittoria il loro esponente e guadagnando grandi incassi¹⁵¹.

Infatti proprio in quel periodo, la propaganda, considerata fin da sempre fondamentale, assume un ruolo ulteriormente importante, in quanto i suoi metodi si moltiplicano ulteriormente, questa volta però per mano dei professionisti. I politici ora hanno due scopi: da un lato, interagire con il pubblico di elettori cercando di soddisfare tutte le sue esigenze del momento; dall'altro invece vogliono usare tutti gli strumenti utili per far arrivare i loro messaggi agli elettori e convincerli a votare per loro. Per questo motivo fanno ricorso a degli esperti che conducono una serie di ricerche e sondaggi per vedere il comportamento e l'orientamento delle opinioni degli elettori, ricavando così le tattiche giuste per colpirli in seguito.

¹⁵⁰ Una spiegazione dettagliata di tale passaggio è fornita in Bentivegna S., *Al voto con i media. Le campagne elettorali nell'età della TV*, Roma 1997, pp. 13-30.

¹⁵¹ Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, pp. 266-270.

Si cerca di curare ogni elemento che può essere utilizzato per colpire e suscitare delle emozioni in chi sta dall'altra parte dello schermo: a partire dal modo di comportarsi, parlare, sorridere fino a vestirsi o pettinarsi alla moda o meno, tutto potrebbe essere fondamentale per suscitare simpatia o meno nel chi osserva. L'apparire in televisione diventa un requisito fondamentale, anzi lo si deve fare con una certa costanza: non importa se si appare in dei programmi di politica o in semplici *talk-show* o programmi di intrattenimento. L'unica cosa che importa è trattenersi il più possibile su quel palcoscenico che viene osservato da tutti. E di certo non ha nessuna rilevanza che non ci si comporta come politici ma come dei personaggi dello spettacolo che perlopiù non si comportano naturalmente ma seguono un copione preciso e molto dettagliato. «Siamo allo spettacolo nello spettacolo»¹⁵². Viene programmata in anticipo ogni tipo di cosa che verrà in seguito detta o fatta. Si utilizzano slogan, videoclip, spot pubblicitari. A tale proposito, la pubblicità assume caratteri molto ampi, anzi è sempre più difficile distinguere tra quest'ultima e la propaganda, in quanto le due tendono a sovrapporsi o come dicono i due studiosi «a confondersi». In particolare, «fra il 1979 e il 1985 la spesa pubblicitaria riceve una spinta dal mercato, scardinando i rapporti all'interno del sistema delle comunicazioni di massa, a favore della radio o della televisione e a svantaggio della stampa»¹⁵³. Si arriverà a quanto segue:

Nelle elezioni del 1994, i mass media in generale e in particolare la televisione capovolgono i ruoli e usano la campagna elettorale per acquisire audience [...], milioni e milioni di italiani hanno concentrato la loro attenzione sui programmi elettorali-spettacolari, incrementando così la funzione sostitutiva della televisione nei confronti dei partiti¹⁵⁴.

Una spettacolarizzazione della politica del tutto normale che secondo l'inquadratura di Pasquino, non è un fatto al quanto negativo, purché tuttavia «venga contenuta da un quadro istituzionale e normativo che impedisca forme di monopolio ed usi impropri del mezzo». Ecco perché «l'esistenza di un giornalismo professionalizzato e selettivo» oltre ai «contrappesi culturali, istituzionali e politici» costituiscono gli strumenti tramite i quali poter opporsi «all'eccessiva spettacolarizzazione della politica» per evitare che essa degeneri «in forme demagogiche e populistiche, aprendo la strada verso ciò che si chiama “telecrazia”, ossia il governo attraverso la televisione»¹⁵⁵.

2.3 Le prime legislature sulle campagne elettorali

L'intento del presente capitolo è stato quello di ripercorre la strada seguita dalle campagne elettorali tra il XIX e XX secolo. E a tale proposito non si può fare a meno di non accennare ad

¹⁵² *Ivi.*, cit., p. 257.

¹⁵³ *Ibid.*, cit., p. 257.

¹⁵⁴ *Ibid.*, cit., p. 260.

¹⁵⁵ Marletti C. A., *I media e la politica*, in Pasquino G. (a cura di), *La politica italiana. Dizionario critico 1945-1995*, Bari 1995, cit., pp. 441- 442.

alcune delle prime normative che sono nate in Italia in tale periodo per regolamentare queste forme di rappresentanza politica.

Si è potuto osservare di quanto nel corso del Novecento siano cambiate le campagne elettorali e specialmente i loro metodi di diffusioni. Si è anche notato che man mano che tali trasformazioni avvenivano, aumentavano progressivamente in maniera vertiginosa i costi per sostenerle. Fu questa la ragione per la quale, anche se molto gradualmente, si è sentita la necessità e conseguentemente si è giunti all'idea di dover fornire delle direttive sulle campagne elettorali, sui suoi metodi di organizzazione ed i relativi costi massimi al di là dei quali non si sarebbe potuto andare.

Eppure, nonostante la consapevolezza di aver bisogno delle legislature chiare e precise per tale fenomeno, sono dovuti trascorrere molti anni prima che si è realmente potuto convertire in pratica la presente idea. Non solo la nascita delle prime regolamentazioni non fu un evento immediato, bensì quest'ultime si presentano come abbastanza recenti dato che risalgono all'ultimo decennio del Novecento. Tuttavia, non si può di certo negare che precedentemente a tale data siano stati fatti degli sforzi per disciplinare, anche se genericamente, diversi elementi riguardanti tali campagne.

Il primo risultato di degna rilevanza fu la legge del 4 aprile 1956, n. 212 di 9 articoli riguardanti la propaganda. Essa è stata il primo tentativo ufficiale che ha cercato di imporre dei limiti a tale fenomeno. Già largamente diffusa nel periodo fascista, la propaganda si espande ulteriormente nel secondo dopoguerra raggiungendo delle propagazioni smisurate. Proprio nel 1956 essa viene definita come un qualcosa di «smodato» e «degenerativo» a causa del

impiego indiscriminato della tecnica affissiva: i manifesti di propaganda venivano apposti su ogni spazio libero e perfino su monumenti di pregio, con un conseguente deturpamento dell'estetica dagli abitati e notevoli aggravii di spesa per le amministrazioni che dovevano provvedere al distacco di manifesti¹⁵⁶.

Cosicché la legge n. 212 cerca di risolvere tale problema, fornendo una serie di limiti che d'ora in poi sarebbero dovuti essere rispettati, in modo da creare possibilità di uguale importanza per tutti i partiti e candidati. Attraverso una esaminazione approfondita di tutti i modi possibili di manifestazione della propaganda come «affissione di stampati, giornali murali e di manifesti di propaganda, la propaganda luminosa o figurativa, il lancio di volantini, la convocazione di comizi e riunioni elettorali»¹⁵⁷, tutte forme di comunicazione politica indirizzate ad influenzare il comportamento elettorale, sancisce delle restrizioni che dovevano essere rispettate da tutti, senza alcuna eccezione. Vengono prefissati dei limiti temporali e spaziali: si sarebbe potuto affiggere dei

¹⁵⁶ Barbera A., Prefazione a Gardini G., *La disciplina delle campagne elettorali*, Padova 1996, cit., p. 11.

¹⁵⁷ *Ibid.*, cit., p. 11.

manifesti ma solo in area specifiche a ciò destinate ed esclusivamente nel periodo compreso tra il 33° e 30° giorno prima delle elezioni.

Un secondo sforzo di disciplinamento della propaganda viene fatto qualche anno più tardi dalla legge del 24 aprile 1975, n. 130. Questa da un lato rinforza ulteriormente quanto stabilito dalla legge precedente, aumentando le sanzioni per colui o coloro che l'avrebbero trasgredita, mentre dall'altro, prendendo sotto visione l'aumentare vertiginoso delle somme di denaro spese per le campagne e per i sempre più svariati strumenti di divulgazione, riduce a soli trenta giorni la fase della campagna elettorale e della rispettiva propaganda, in modo da ridurre le rispettive spese.

Precedentemente, a distanza di soli pochi giorni, era stata emanata un'altra legge, quella del 14 aprile 1975, n. 103, la quale però toccava un ambito diverso ossia la questione televisiva. La presenza della televisione nella vita degli italiani era ormai un dato di fatto da circa quindici anni, proprio come era un dato di fatto la presenza della politica in TV, adoperata come strumento di propaganda dal 1963¹⁵⁸. Eppure tale presenza verrà ufficializzata solo con la presente legge che dunque finisce per concedere ai politici il diritto di partecipare alle trasmissioni radiotelevisive, e quindi a servirsene per la diffusione delle loro idee e programmi politici.

Una leggera modifica venne apportata a tale decreto dalla legge del 4 febbraio 1985, n. 10 secondo la quale gli strumenti radiotelevisivi non potevano essere utilizzati per fini propagandistici il giorno prima e il giorno stesso della campagna elettorale, mentre la legge del 6 agosto 1990, n. 223 fissava degli tetti massimi di affollamento di messaggi pubblicitari. Quest'ultimi si erano diffusi abbondantemente, convertendo i politici e i loro programmi in merce o prodotti da vendere «plasmati in funzione del mercato elettorale»¹⁵⁹, il quale più che ai contenuti, prestava grande attenzione alle forme.

2.3.1 Le leggi nell'ultimo decennio del Novecento

Un anno di fondamentale importanza è stato il 1993 durante il quale nasce la prima vera normativa sulle campagne elettorali in Italia. Non si poteva più occultare il bisogno e soprattutto l'urgenza di una valida normativa una volta emerse le «Tangentopoli». Lo scandalo coinvolgeva i politici, gli imprenditori e le svariate somme di denaro che circolavano tra questi, facendo emergere il problema della corruzione.

¹⁵⁸ Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, pp. 24-25.

¹⁵⁹ Barbera A., Prefazione a Gardini G., *La disciplina delle campagne elettorali*, Padova 1996, cit., p. 44.

Così a breve si hanno i primi risultati. Il 25 marzo viene emanata la legge n. 81 che forniva una serie di indicazioni rispetto le elezioni del sindaco, del presidente della provincia, del consiglio provinciale e comunale ed il cui fondamento era assicurare «parità di trattamento» a tutti coloro che avrebbero esposto la loro candidatura, indipendentemente dal partito al quale appartenevano o all'orientamento politico che avevano.

Qualche mese più tardi essa viene seguita dalla legge del 10 dicembre n. 515, la quale disciplinava le campagne elettorali per l'elezione alla Camera dei deputati e al Senato della Repubblica¹⁶⁰. E fu soprattutto questa seconda legge ad essere ritenuta di grande valore in quanto le sue prescrizioni potevano essere applicate a qualsiasi genere della campagna politica. Composta da 20 articoli, la legge cercava di affrontare tutte le questioni che nel giro di molti anni avevano suscitato delle discussioni e creato delle problematiche, fornendo dunque una serie di prescrizioni che d'ora in poi dovevano essere rispettate.

Molta attenzione viene assegnata dalla legge alle varie tecniche di comunicazione ossia alla propaganda, pubblicità ed informazione. Si concede il pieno diritto ai politici di ricorrere ai diversi mass media tra cui soprattutto i mezzi radiotelevisivi, con una serie di condizioni tra cui forse la più importante consisteva nel fatto che tutto ciò era ammesso purché a parità di condizioni uguali per tutti i candidati e partiti per tutelare la *par condicio* tra loro¹⁶¹.

I vari candidati diventano liberi di comparire nei diversi programmi radiotelevisivi e video ma non negli ultimi trenta giorni precedenti il voto. Una scelta del genere era stata fatta per evitare l'eccessiva presenza dei candidi in TV e la loro spettacolarizzazione che di tale maniera avrebbero esercitato una eccedente pressione sul pubblico dal punto di vista psicologico. Un altro elemento a ciò relazionata riguarda il tema dei sondaggi, la cui pubblicazione viene proibita a partire dal decorrere del quindicesimo giorno antecedente le elezioni.

Inoltre, si definiscono i vari limiti che riguardano i costi delle campagne elettorali, gli investimenti che servono per la loro realizzazione, i finanziamenti pubblici, le contribuzioni private e perfino quelli personali a del candidato stesso, così come tutte le sanzioni per la violazioni di tali norme.

Due anni più tardi la legge n. 515 viene seguita dal decreto n. 83 del 20 marzo 1995, l'obiettivo del quale è puntualizzare ulteriormente la differenza tra le seguenti espressioni: propaganda elettorale, informazione elettorale e pubblicità elettorale. Tre concetti che indicano cose distinte,

¹⁶⁰ *Ivi.*, p. 9.

¹⁶¹ *Ibid.*, p. 132.

eppure che spesso finiscono per essere confuse in quanto è difficile cogliere la sottigliezza del significato differente e le distinte sfumature che le avvolgono. Ma questo non fu l'unico decreto della seconda metà degli anni novanta, anzi c'è ne furono altri in quanto si cercava di perfezionare alla meglio i vari articoli delle leggi precedenti, in modo da «favorire la “genuinità” del voto»¹⁶².

Per concludere, occorre puntualizzare che le normative citate sopra non sono state le uniche del XX secolo, ma semplicemente a nostro parere le più significative rispetto all'argomento trattato nella presente sede.

¹⁶² Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, cit., p. 55.

3

Strumenti di manipolazione adoperati dai politici oggi

Giunti al capitolo centrale del nostro lavoro, andiamo ad analizzare quali sono i mezzi di manipolazione che vengono sistematicamente utilizzati dai politici per influenzare noi elettori e soprattutto capire cos'è che dunque va a determinare la nostra scelta di voto. Per mezzi di manipolazione si intendono esattamente tutti quelli strumenti impliciti ed espliciti che vengono adoperati oggi con lo scopo di influenzare le opinioni delle masse, in maniera da persuadere a compiere atti o intraprendere atteggiamenti che risulteranno vantaggiosi per l'emittente di tale manipolazione. Nel nostro specifico caso gli emittenti di tali atti sono i politici odierni mentre i destinatari sono i cittadini.

Come abbiamo già detto nel capitolo precedente, qualcuno potrebbe pensare che la manipolazione sia un problema esclusivo dei nostri tempi ma è un errore ritenere ciò in quanto si tratta di una tecnica che raccoglie alle proprie spalle secoli e secoli di storia. Le sue radici risalgono al V secolo a.C., ai tempi dell'antica Grecia perché è lì che furono gettate le basi dell'*ars oratoria*, il cui obiettivo già allora era quello di convincere coloro che ascoltavano. A partire da quel momento la tecnica della persuasione non solo non è scomparsa, ma con il passare del tempo è diventata sempre più forte e potente, riuscendo a migliorare le proprie strategie ed armi e arrivando fino ai nostri giorni.

Come è stato già detto nelle pagine precedenti, vivendo ormai nel terzo millennio, dominato dall'era della globalizzazione, si è potuto rilevare di come quest'ultima abbia cambiato non solo la politica ma anche l'approccio che avevano nei confronti di quest'ultima i politicanti ed i cittadini. Il fine della politica oggi non è più tanto quello di tutelare le esigenze dei cittadini quanto gli interessi personali. «Professione, mestiere, affarismo»¹⁶³ sono i termini adoperati da un sempre maggior numero di persone per descriverla oggi, testimoniandone il suo totale degrado.

Ciò spiega molto bene del perché, nel tempo in cui viviamo, tende ad aumentare a macchia d'olio il numero di coloro che rinunciano al diritto civico di votare e la causa di tale comportamento è dovuta ad una forte delusione che si ha avuto nei politicanti attuali. Per tali persone il poter andare a votare è solo una grande presa in giro in quanto, secondo loro, la politica è uno sporco affare dove tutto è stato deciso molto prima, dato che a determinare certe scelte non sono tanto i voti quanto il denaro. Ecco dunque cosa tali persone affermano: «Tanto non cambia nulla, tanto vale pensare a se

¹⁶³ Vedi Foa V., Montevicchi F., *Le parole della politica*, Torino 2008, cit., p. 56.

stessi»¹⁶⁴, e la nascita dell'antipolitica oggi è una prova concreta che rispecchia tale opinione pubblica.

Eppure continua ad esistere una parte della popolazione che non è pronta ancora a perdere le speranze. Gente che si reca a votare ogni volta che tale atto le viene permesso, con la fiducia che un singolo voto possa cambiare qualcosa. Persone che decidono di schierarsi per un candidato o per un altro, dopo una lunga fase di analisi e riflessione. La domanda che però a tale punto noi ci poniamo è la seguente: ma è davvero così che avviene? Al di là di ogni scelta di voto c'è veramente una fase di lungo ragionamento? Oppure ci sono altri fattori che entrano in gioco e dei quali non siamo neanche coscienti? Noi siamo propensi a sostenere quest'ultima ipotesi e pertanto vogliamo cercare di capire cos'è che subentra in tale processo decisionale e che va poi a determinare una precisa scelta elettorale.

3.1 Le tappe storiche della psicologia politica

Per fortuna non siamo stati né gli unici né i primi a voler rispondere a tali domande. Nel corso del secolo passato schiere di psicologi, politologi e sociologi hanno riunito le proprie forze per poter fare delle ricerche e giungere ad un risultato. Anche se la psicologia sembrava essere la scienza adatta per tali studi dal momento che padroneggiava «di una serie di modelli e di strumenti sviluppati negli anni per indagare i pensieri, le emozioni, le motivazioni, gli scopi e i comportamenti delle persone»¹⁶⁵, non bastava da sola per intraprendere un'impresa tanto difficile. Ecco perché le sono venute in aiuto altre discipline tra cui la politica e la sociologia. È nata così la scienza della politica, comprendente la psicologia politica e la sociologia politica.

L'obiettivo di tali discipline era e continua ad essere quello di approfondire l'ambito della politica e studiare tutto ciò che la riguarda, prestando molta attenzione non solo ai politici ma anche ai cittadini intesi come potenziali elettori e capire cos'è ciò che incide e dunque determina le scelte di voto. Precisamente,

La psicologia politica studia il modo in cui le persone (cittadini, politici, militanti, giornalisti) entrano in relazione con la realtà politica. Utilizza in larga parte i costrutti della psicologia sociale e li estende ad uno degli ambiti della vita reale in cui le persone operano, quello politico appunto. Integra l'esame che della realtà politica fanno sociologi e politologi. A partire dagli anni '40 dello scorso secolo, lo sviluppo della disciplina ha visto una serie di fasi che hanno portato all'approfondimento di diversi aspetti del rapporto che le persone hanno con la politica¹⁶⁶.

¹⁶⁴ Per maggiori informazioni si veda Campus D., *L'antipolitica al governo. De Gaulle, Reagan, Berlusconi*, Bologna 2006.

¹⁶⁵ Catellani P., *Psicologia politica*, Bologna 2011, cit., p. 12.

¹⁶⁶ *Ibid.*, cit., p. 11.

La nascita della psicologia politica risale, come abbiamo detto sopra, al secolo scorso. È facile ipotizzare però che il suo sviluppo non fu uniforme in tutti gli stati. I suoi fondatori principali risultano essere l'Inghilterra e gli Stati Uniti dove hanno avuto origine i primi centri di ricerca psicopolitica, mentre nel resto dei paesi europei quest'ultimi sorsero qualche tempo più tardi.

La professoressa di psicologia sociale P. Catellani nei suoi libri¹⁶⁷ sulla psicologia politica ripercorre le principali fasi storiche che ha vissuto questa disciplina. Tra gli anni Quaranta-Cinquanta del Novecento la psicologia della politica era incentrata sullo studio dei principali leader politici di quel periodo, sulla loro personalità e carattere. Si voleva comprendere quali erano i tratti che li accumulavano e quelli che li rendevano diversi, del perché alcuni avevano successo mentre altri no e di come sulle personalità che ognuno di loro si formò, aveva inciso in modo diverso l'infanzia e il passato avuto alle proprie spalle. Uomini come Freud e Lasswell a tale proposito avevano cercato di ricreare delle psicobiografie di personaggi famosi.

Negli anni Sessanta-Settanta l'attenzione da semplici psicobiografie dei vari politicanti si sposta verso uno studio sul voto, l'opinione pubblica e il comportamento elettorale. Di tale maniera si creano tre teorie contrastanti su come avviene tale procedimento elettorale. Lo studioso Campbell nel suo libro *The American voter* del 1960 riporta una serie di affermazioni sul voto a seguito delle ricerche condotte. Da quello che riesce ad osservare, una forte incidenza sul voto ha l'ambiente sociale e familiare in cui si cresce. Tale periodo di crescita è di fondamentale importanza non solo perché è il momento in cui si forma il carattere di un individuo, ma soprattutto è nel corso di questo arco temporale che ogni persona inizia ad identificarsi con un certo partito. Il vedersi rispecchiare in un raggruppamento politico dunque nasce con il tempo ed in un momento successivo andrà a determinare la scelta di voto per un candidato piuttosto che per un altro. Quella di Campbell è dunque una teoria del «*homo politicus irrazionale*»¹⁶⁸ che di conseguenza lo fa così concludere:

il voto non sarebbe basato su un esame obiettivo delle molte informazioni disponibili in merito a temi politici, partiti o candidati; sarebbe invece un comportamento sostanzialmente irrazionale, dettato da una «spinta» interna che sovrasterebbe i dati provenienti dall'esterno¹⁶⁹.

Del tutto diversa è l'opinione di studiosi come Downs che sostengono viceversa la teoria del «*homo politicus razionale*»¹⁷⁰, i quali basandosi prevalentemente sullo studio di fattori matematici ed economici, affermano che dopo tutto l'uomo, nonostante la scarsità delle informazioni, è in grado di compiere una scelta razionale che lo farà votare per coloro che potranno aumentare i suoi

¹⁶⁷ *Ivi.*

¹⁶⁸ *Ibid.*, cit., p. 24.

¹⁶⁹ *Ibid.*, cit., p. 23.

¹⁷⁰ *Ibid.*, cit., p. 24.

interessi economici. In altre parole si tratta di un «*homo economicus o maximizer*»¹⁷¹ la cui decisione sarà razionale in quanto protesa a massimizzare il profitto della propria scelta.

Altri studiosi invece tra cui Lazarsfeld, Berelson, Gaudet risultarono essere di un'opinione ulteriormente diversa. A loro parere ad incidere sul voto è basicamente la classe sociale a cui si appartiene, ed in cui rientrano una vasta quantità di «fattori sociali ed economici»¹⁷² che comprendono elementi come il mestiere, l'età anagrafica, il luogo della residenza. Attraverso il loro studio ed analisi è possibile predeterminare in che modo si comporterà l'elettore e quale partito o candidato andrà a votare.

Nella fase degli anni Ottanta avviene un cambiamento aggiuntivo negli studi condotti dalla psicologia politica. Tale disciplina infatti non essendo in grado di comprendere del tutto se la natura del comportamento elettorale sia razionale o meno, decide di adoperare un nuovo metodo di tipo «cognitivista». Lo scopo di quest'ultimo non è più quello di esaminare la condotta degli elettori e capire cosa ne pensano di uno o dell'altro candidato; anzi il fine principale diventa quello di comprendere quali processi psicologici entrano in gioco e fanno sì che l'elettore si crei certe opinioni o che voglia votare certi candidati piuttosto che altri. Di qualsiasi meccanismi si tratti, proprio essi riescono a convertire l'uomo in «*homo psicologicus o satisficer*»¹⁷³, che dunque intraprenderà personalmente l'opzione più appagante possibile.

Gli anni Novanta fanno un nuovo passo in avanti e si decide di approfondire non solo i meccanismi mentali che ci fanno giungere a certe scelte, ma un'attenzione particolare viene prestata all'ambito delle motivazioni personali determinate a sua volta da una molteplicità di fattori che ogni individuo possiede. L'uomo viene visto come «uno stratega emotivo, dispone di diversi modi di affrontare la realtà e sceglie (più o meno consapevolmente) uno o un altro di questi modi in funzione dei suoi bisogni, delle sue motivazioni e degli obiettivi che vuole raggiungere»¹⁷⁴, tutti elementi che cambiano da persona a persona.

L'esordio del nuovo millennio porta con sé altre innovazioni, che però riprendono il filo del decennio precedente. Si era dunque capito che al di là di ogni scelta o decisione politica c'era tutto un bagaglio di cause dovute a sentimenti ed emozioni che differivano da persona a persona. Ma ciò non bastava alla psicologia che ha deciso di studiare ancora più analiticamente tali motivazioni scoprendo cose nuove. I psicologi riuscirono ad intravedere che dietro alle varie motivazioni,

¹⁷¹ *Ivi.*, cit., p. 26.

¹⁷² *Ibid.*, cit., p. 24.

¹⁷³ *Ibid.*, cit., p. 26.

¹⁷⁴ Fiske S.T., Taylor S.E., *Social Cognition*, 1991 in Catellani P., *Psicologia politica*, Bologna 2011, cit., p. 27.

emozioni e sensazioni, di cui gli elettori erano consapevoli, si celavano a sua volta dei meccanismi ancora più intrinseci che incidevano sui loro processi di ragionamento senza però che questi ne fossero coscienti – i cosiddetti «fattori nascosti».

In sintesi, si svelò che noi uomini appartenendo a delle sfere sociali, percepiamo da quest'ultima una serie di stimoli che senza che noi ce ne rendiamo conto, vanno ad incidere sui nostri meccanismi di rielaborazione delle informazione, sul nostro modo di riflettere e quindi anche sulle scelte che poi prendiamo. Si tratta dei meccanismi della psiche umana che soggetta a dei impulsi esterni, attiva in maniera automatica funzionalità preconsce e neurofisiologiche che non sono identiche in tutte le persone in quanto dipendenti da fattori genetici ed esperienze personali passate.

In conclusione, nel cercare di riassumere le tappe storiche più importanti della psicologia politica, abbiamo potuto vedere i grandi progressi che quest'ultima ha raggiunto, restringendo sempre di più il campo della sua ricerca e spostandosi da fattori del mondo esterno verso quelli interni della psiche umana, nascosti e difficili da decifrare eppure fondamentali per ricostruire il funzionamento della nostra mente e la formazione dei nostri ragionamenti.

3.2 L'essere umano: una fonte di informazioni ed indizi

Gli esperti che si occupano degli studi psicopolitici si possono dividere in due fazioni. Da un lato ci sono coloro che continuano ad esaminare come tutto quello che arriva dall'esterno, influenzi il nostro subconscio e di conseguenza i nostri comportamenti. Dall'altro invece ci sono coloro che essendo a conoscenza di tutti questi elementi, vengono ingaggiati per rendere le campagne elettorali dei nostri politicanti più efficienti e persuasive, adoperando fattori specifici in grado di mandare degli stimoli alle persone e determinare certe reazioni inconsapevoli.

Il lavoro di quest'ultimi è quello di trasformare una campagna elettorale in una persuasiva, costruirla nel modo giusto ed arricchirla di componenti in grado di colpire la psiche delle persone, il loro livello emotivo, rimanendo così impressi nella loro mente. È importante sottolineare che oggi dunque nelle campagne elettorali a competere non sono solo i politici ma anche i *team* di esperti che si sfidano con i propri colleghi su chi riuscirà realizzare una campagna migliore ossia quella che si aggiudicherà la vittoria.

Di tale maniera, conoscendo molto bene cosa e come incide sulle persone, tali esperti forniscono una serie di indicazioni ai politici sul loro modo di sorridere, guardare, muoversi, su come vestirsi o pettinarsi e persino su come parlare. Risulta dunque che i politici per poter avere successo nelle loro campagne elettorali, decidono di seguire una serie di leggi e canoni comportamentali, riversando

«molto del loro tempo, denaro e sforzo per influenzare le impressioni del pubblico»¹⁷⁵ in quanto saranno proprio quest'ultime che andranno a determinare la scelta del voto. Infatti, «Molti elettori basano la loro scelta sull'impressione che i politici lasciano e non sulle opinioni, valori, o i partiti politici che essi rappresentano»¹⁷⁶.

Ma quali sono esattamente gli strumenti che dunque tali esperti utilizzano per influenzarci? Come abbiamo già detto all'inizio del nostro lavoro, non è facile comprendere fino a fondo la complessità delle funzioni della mente umana eppure gli scienziati stanno cercando di fare proprio questo. Ciò che è certo è che essa può essere colpita o attirata da una molteplicità di elementi, e ciò può avvenire in modo distinto da persona a persona. Al fine di risultare più chiari, abbiamo deciso di scindere gli strumenti di manipolazione ossia quelli in grado di colpire la mente umana in due categorie, una implicita ed una esplicita. La categoria degli elementi impliciti comprende tutte le informazioni che ci vengono fornite dal corpo, dai movimenti, dai gesti, dal volto, dalla voce, dal modo di parlare. Tutti fattori da cui traspaiono emozioni, sentimenti, valori ed ideologie personali.

Attraverso un'analisi minuziosa degli strumenti interiori si è in grado di giungere poi alla categoria degli strumenti espliciti che a sua volta comprendono in primo luogo la personalità ed il carattere del candidato ed in secondo luogo una moltitudine di altri elementi come l'età, il genere, la razza, l'etnia, l'origine, la storia della vita, la reputazione, l'istruzione, la professione, il credo religioso, l'aspetto fisico, il *look* e l'abbigliamento. Tutti questi elementi presi nel loro insieme, ma anche solo alcuni di essi tra cui in particolare

I volti, i toni di voce e i gesti dei candidati spesso rivelano aspetti del loro carattere ai quali gli elettori reagiscono e ai quali talvolta è giusto che reagiscano, perché possono essere finestre per guardare nell'animo di una persona che si può solo vedere oscuramente attraverso lo schermo televisivo¹⁷⁷.

3.2.1 Elementi impliciti di influenza

I componenti elencati sopra, facenti parte di questo gruppo, possono a sua volta essere schematizzati sotto altri due sottoinsiemi che li inglobano, la comunicazione verbale e la comunicazione non verbale. Il corpo umano infatti è un grande libro che riporta una immensità di informazioni, ma non tutti purtroppo sanno leggerlo. Esso in ogni istante della sua esistenza ci parla, svelandoci cose grandiose e molto intrinseche attraverso i suoi movimenti, gesti, sguardi, sorrisi o semplicemente attraverso la voce. Pertanto esso comunica con noi di continuo e lo fa

¹⁷⁵ Catellani P., Sensales, G. (a cura di), *Psicologia della politica*, Milano 2011, cit., p. 116.

¹⁷⁶ *Ibid.*, cit., p. 116.

¹⁷⁷ Westen D., *La mente politica. Il ruolo delle emozioni nel destino di una nazione*, Milano 2008, cit., p. 49.

basicamente attraverso due modi, certe volte ricorrendo ad una comunicazione verbale ma più comunemente a quella non verbale. Infatti,

se il politico comunica molto di se stesso attraverso quello che dice, comunica a volte anche di più attraverso quello che non dice, attraverso la sua immagine, il suo viso, il suo corpo e il modo in cui li usa. [...], una vasta gamma di segnali di vario tipo che spesso tutti noi utilizziamo in modo inconsapevole, e che possono fornire ai cittadini molte informazioni sui politici e su come questi si rapportano agli altri¹⁷⁸.

Tutti elementi che giocano un ruolo decisivo nel momento in cui si va a formare un'impressione sul politico o semplicemente un individuo qualunque.

3.2.1.1 La comunicazione non verbale ed i suoi agenti principali

Di seguito andremo ad analizzare cosa si intende per comunicazione non verbale e quali sono gli strumenti che la rendono possibile. Nel voler definirla ad un primo sguardo possiamo dire che è il linguaggio attraverso il quale il nostro corpo ci parla. Eppure a nostro parere tale affermazione non è del tutto completa. Secondo noi la comunicazione non verbale è il modo attraverso il quale il nostro «io interiore» inteso come personalità o carattere comunica con noi quotidianamente per mezzo del nostro corpo, servendosi sia di richiami vocali che di indizi visivi. Ecco perché gli scienziati sostengono che ad essere importante non è solo ciò che i politici, ma anche le persone in generale, comunicano per mezzo del linguaggio orale, ma ancora più importante è ciò che si riesce a comunicare senza fare ricorso alle parole: «Quello che un politico dice con le parole è solo una parte della sua comunicazione. Molto è anche quello che il politico “dice” con il viso, il corpo, i gesti, il tono della voce»¹⁷⁹. Proprio per tale motivo i linguisti ritengono che il 90% della comunicazione è fondamentalmente non verbale.

Tuttavia c'è anche un altro fattore importante da segnalare. Tutti senza dubbio sanno che non sempre quanto si dice rispecchia ciò che si pensa, ed è proprio così che molti riescono ad ingannare i propri simili e trarli nell'errore. I candidati durante le campagne elettorali per fare colpo sugli elettori esprimono dei discorsi in cui promettono tutto ciò di cui il popolo ha bisogno in quel momento, eppure non sempre, dopo, tali promesse vengono mantenute. Ed è proprio nei casi come questi, nel momento dei loro discorsi, che bisogna badare se c'è coerenza tra il linguaggio orale e quello del corpo. Proprio facendo attenzione a ciò che si comunica non verbalmente, si è in grado di capire se si tratta di una presa in giro o di un inganno. Non a caso, «La ricerca psicologica ha ampiamente mostrato che segnali non verbali [...] giocano un ruolo molto importante nella

¹⁷⁸ Catellani P., *Psicologia politica*, Bologna 2011, cit., p. 177.

¹⁷⁹ Catellani P., Sensales, G. (a cura di), *Psicologia della politica*, Milano 2011, cit., p. XV.

presentazione di sé dell'emittente di un messaggio, e quindi nella maggiore o minore possibilità che questi ha di convincere il ricevente»¹⁸⁰.

Il volto

Gli elementi a cui occorre badare nella comunicazione non verbale sono molteplici. Prima di tutto una grande attenzione deve essere prestata al volto di un candidato. Esso potrebbe essere paragonato ad una mappa con la quale si potrebbero riattraversare le strade percorse da quella persona. Il viso ci fornisce infatti delle sintesi sul passato di una persona, sulla vita difficile o meno che ha avuto, sul mestiere che esercita o ha esercitato, sulla quantità probabile delle difficoltà o problemi che ha incontrato. Ci dà delle informazioni basilari riguardo all'età, il genere, l'etnia ma anche riguardo la sua bellezza o meno.

Nel volto, molte informazioni ci vengono date dagli occhi. Non a caso gli antichi dicevano che proprio essi sono lo specchio dell'anima. Attraverso gli occhi possiamo penetrare nell'interiorità di una persona, capire il suo stato d'animo, se esso è triste o felice, se è calmo e tranquillo oppure preoccupato ed ansioso. Nella profondità di questi si apre un mondo immenso e non sempre ciò che è dentro tale mondo corrisponde a ciò che traspare all'esterno. Da non sottovalutare è anche l'importanza del sorriso, della bocca o delle labbra perché anche loro possono contribuire nella lettura di un individuo.

Di conseguenza, risulta certo che dalla sola espressione del viso, si è in grado di avere diverse informazioni. Si è in grado di cogliere i sentimenti e le emozioni che si nascondono oltre quella barriera fisica, notare la determinazione e la sicurezza o viceversa una forte instabilità e paura, intravedere la sincerità, la lealtà oppure la falsità o la scorrettezza, percepire una forte sensazione di simpatia o viceversa una forte irritazione. Ecco perché dunque l'aspetto, i lineamenti, i tratti di una persona sono così basilari non solo nel campo della moda o dello spettacolo ma persino nella politica, poiché «La fisionomia del volto di un politico influenza l'impressione che del politico si fanno i cittadini, e di conseguenza le loro intenzioni di voto»¹⁸¹.

Il volto così dimostra essere uno strumento determinante per riuscire a convincere il proprio interlocutore e non va mai sottovalutato il peso che ne può essere esercitato a tale proposito. Spesso, c'è chi commette un tale errore che si rivela essere successivamente fatale, in quanto è proprio il volto che finisce per tradire colui che parla se quest'ultimo non è del tutto sincero. È capitato molte

¹⁸⁰ Per avere una panoramica più completa dell'argomento in questione si veda Catellani P., *Psicologia politica*, Bologna 2011, cit., p. 177.

¹⁸¹ Catellani P., Sensales, G. (a cura di), *Psicologia della politica*, Milano 2011, cit., p. 120.

volte infatti che il messaggio proveniente dal volto era completamente differente, per non dire contrastante, rispetto al messaggio che si cercava di trasmettere tramite il linguaggio. Un esempio lampante ne è il seguente: il discorso sull'ottimismo veniva introdotto

con un'espressione incongrua sul viso: una combinazione di serietà e severità che svuotava le parole del loro significato. [...] la sua espressione era in contrasto con il suo linguaggio. Il volto era inespressivo e impassibile, senza un sorriso, un luccichio negli occhi, nulla che potesse suscitare un sentimento di entusiasmo, di orgoglio nazionale o di speranza. L'ottimismo sembrava incollato a forza sul candidato e sul messaggio¹⁸².

Quanto appena citato, funge da riassunto breve e conciso il quale per mezzo di poche righe riesce a trasmettere l'intero senso di tutto il discorso e soprattutto della grande incidenza positiva, o negativa come in questo caso, che dunque il volto può avere.

I movimenti del corpo

Nessuno di noi forse ha mai prestato attenzione coscientemente al movimento del corpo dei nostri politici, ma non si può dire lo stesso del nostro subconscio. Negli ultimi anni è aumentato di fatto il numero delle ricerche che dimostrano che anche questo elemento va ad incidere sulla scelta di voto dei cittadini, senza che essi ne siano consapevoli.

Il corpo e le sue movenze forniscono delle informazioni basiche riguardo l'età di una persona, il genere ma anche il suo stato emotivo – «tratti fisico-psicologici rilevanti [...] nell'interazione sociale» che dunque vanno a «facilitare e influenzare i giudizi sociali»¹⁸³ nei confronti di tali persone. Queste sono le indicazioni basiche che si percepiscono dal corpo di ogni persona ma non sono le uniche.

Il dato fondamentale che il corpo di un individuo trasmette e che poi risulta essere il più incisivo nel determinare la scelta di voto è il benessere fisico ossia lo stato di salute che quel corpo possiede. È stato infatti dimostrato che gli elettori, senza essere esposti a nessun'altra informazione visiva od uditiva ad eccezione dei movimenti del corpo come braccia, spalle, mani, busto, nella maggior parte dei casi tendono ad eleggere il candidato i cui movimenti del corpo testimoniano della sua sanità fisica, robustezza, vivacità, forza ed energia, mentre scartano coloro i cui movimenti mancano di tali segnali di benessere fisico. «Dunque, lo stato di salute e di benessere di un candidato, inferito dai movimenti del suo corpo (in particolare, spalle, braccia, mani), sarebbe un buon predittore di vittoria elettorale, probabilmente perché simbolo di forza e salute politica»¹⁸⁴.

¹⁸² Westen D., *La mente politica. Il ruolo delle emozioni nel destino di una nazione*, Milano 2008, cit., p. 23.

¹⁸³ Catellani P., Sensales, G. (a cura di), *Psicologia della politica*, Milano 2011, cit., p. 126.

¹⁸⁴ *Ibid.*, cit., p. 126.

A differenza degli elettori, completamente diversa appare essere la situazione dei politici i quali sono a piena conoscenza del fatto che il loro corpo funge per gli altri da grande fonte di indizi, ragione per la quale badano notevolmente a come apparire in pubblico per trasmettere a chi osserva l'impressione di una salute implacabile. Non a caso molte delle volte, come osservano gli studiosi di questo fenomeno, i politici di tutto il mondo nella stessa maniera tendono a mostrarsi in situazioni che testimoniano della loro salute: in America per esempio si mostrano nel bel mezzo di una partita di golf, o mentre portano a spasso il cane; in Italia molti dei politici girano in biciclette, alcuni giocano a calcio¹⁸⁵. Abbiamo anche esempi molto recenti di politici come Giuseppe Piero Grillo – il leader del Movimento 5 Stelle conosciuto da tutti come Beppe – che un paio di mesi fa ha attraversato a nuoto, sotto la pioggia, lo stretto di Messina, commentando così la sua impresa: «Il mio è un gesto simbolico, questo stretto l'hanno varcato in tanti, mafiosi e delinquenti, io forse sono una delle prime persone normali che lo attraversa»¹⁸⁶. Un gesto che può essere definito eroico e pertanto seguito da giornalisti, fotografi, organi di polizia e guardia costiera, il quale non poteva di certo passare inosservato tra i cittadini. Un'azione simbolica che aveva un obiettivo ben preciso: indicare una novità ed originalità rispetto ai propri colleghi; e non solo, in quanto si trattò di una vera e propria metafora il nodo della quale andava interpretato nel seguente modo: quella grande forza fisica, potenza e coraggio la gente che l'avrebbe deciso di sostenere l'avrebbe vista rispecchiarsi anche in campo lavorativo sotto forma di riforme e cambiamenti.

E non è la prima volta nella storia che succedono cose del genere. Anche nei secoli passati uomini e leader politici avevano intrapreso imprese difficili per poter vantare della propria forza, coraggio, virtù e talento. Nel secolo passato per esempio azioni del genere, degne quindi di essere ricordate, furono intraprese dal capo del Partito Comunista Cinese Mao Tse-tung che nel 1966 attraversò a nuoto il fiume Yangtse, ma non fu l'unico dato che anche Benito Mussolini era un grande amatore dei gesti eroici.

Al giorno d'oggi, oltre a Beppe Grillo, il politico che ama stare al centro dell'attenzione più di tutti è senza dubbio il presidente della Federazione Russa, Vladimir Putin, che oltre la carriera politica, ama più di tutto farsi vedere mentre compie azioni impossibili. È il «superman» russo in grado di compiere qualunque tipo di impresa, da abile nuotatore può facilmente convertirsi in tanto abile domatore di tigri, e pertanto come si fa a temere qualcosa con un uomo del genere?

¹⁸⁵ *Ivi.*, p. 126.

¹⁸⁶ Ulteriori dettagli sono disponibili in Serafini M., *“La traversata: Beppe Grillo c'è riuscito. Lo stretto di Messina a nuoto in un'ora”*, Corriere della Sera, 09.10.2012.

Sono tutte diverse gesta eroiche che uomini politici intraprendono per apparire agli occhi del pubblico come essere invincibili, per i quali nulla è impossibile e sotto il governo dei quali nulla dovrà essere temuto e si potrà rimanere in totale sicurezza: «Sceneggiate mirate a dare una rappresentazione dei leader come superuomini in grado di affrontare imprese eroiche e stamparsi addosso così, di fronte alla nascente opinione pubblica di massa, l'immagine di individuo vincente ed invincibile»¹⁸⁷.

I gesti delle mani

Gli esperti a cui ricorrono i politici sono a conoscenza del fatto che la comunicazione politica verbale riesce ad avere più successo se viene accompagnata anche dai gesti manuali. Proprio per tale motivo risulta molto importante fare dei gesti giusti che possano rinforzare le parole che si stanno dicendo giusto in quel momento. Non a caso,

gli studi hanno dimostrato che le persone, quando cercano di essere persuasive, usano significativamente più gesti di quanto presentano un messaggio in maniera neutrale. I leader politici in particolare usano e combinano dispositivi retorici verbali, gesti delle mani e intonazione vocale per rendersi più persuasivi¹⁸⁸.

Chi non ha mai prestato attenzione a questo particolare, potrebbe pensare che quest'ultimi non sono più di tanti e poi nessuno ci presta molta attenzione. Eppure gli scienziati hanno scoperto che anche se noi coscientemente non prestiamo attenzione ai gesti manuali dei nostri politici, lo fa ad ogni modo il nostro subconscio che quindi non solo li coglie ma fornisce ad ognuno di loro una serie di interpretazioni, che poi vanno ad incidere sulle nostre impressioni e le nostre decisioni di voto e tutto senza il nostro permesso ossia che ne fossimo consapevoli.

Così come l'emittente spesso non è consapevole di certi suoi segnali non verbali [ma non è il caso dei nostri politici i quali si fanno spiegare esattamente cosa e come fare], non sempre il ricevente è consapevole dell'influenza che questi segnali possono esercitare su di lui. I pochi dati finora disponibili sembrano indicare che effettivamente la gestualità utilizzata dal politico influenza in qualche misura il giudizio nei suoi confronti¹⁸⁹.

Nessuno quindi a questo punto può osare ad obiettare che i gesti non hanno importanza, anzi è dimostrato che questi possono provocare molteplici conseguenze. Tuttavia abbiamo bisogno di qualche esempio pratico per capire meglio come ciò funziona. Come punto di riferimento, andiamo ad utilizzare una comparazione che Catellani aveva fatto tra i gesti dei due politici italiani molto importanti il cui incontro risaliva al 3 aprile del 2006: Silvio Berlusconi e Romano Prodi. La tendenza del primo è stata quella di utilizzare 1) «gesti ritmici (piccoli colpetti in su e in giù o

¹⁸⁷ Perri S., "Grillo come Mao e Mussolini, attraversa a nuoto lo Stretto: I politici devono andare tutti a casa", in Strilli.it, 10.10.2012.

¹⁸⁸ Catellani P., Sensales, G. (a cura di), *Psicologia della politica*, Milano 2011, cit., p. 128.

¹⁸⁹ Catellani P., *Psicologia politica*, Bologna 2011, cit., p. 179.

avanti e indietro di entrambe le mani)» il cui ruolo principale è quello di trasformare il discorso in più dinamico ed energetico, accentuando ulteriormente il significato di quanto si sta dicendo; 2) «*gesti deittici* (puntare il dito verso qualcuno o qualcosa)» il cui utilizzo altro non è che una testimonianza esplicita del carattere estroverso e vivace di colui che parla. Il secondo invece ha fatto ricorso a 1) «*gesti emblematici*, ossia gesti simbolici con significati condivisi (per esempio il gesto del saluto o il «no» con l'indice in alto)», gesti schietti e palesi, senza fattori allusivi ed il cui significato non può essere frainteso dato la loro popolarità e la comune conoscenza; 2) «*gesti metaforici*, che servono ad illustrare concetti astratti (per esempio rappresentare il concetto astratto di forza con il pugno chiuso della mano)», quindi gesti di facile interpretazione ed associazione¹⁹⁰.

Questi sono solo alcuni delle varie categorie di gesti che le persone possono adoperare consapevolmente o meno. Alcuni di essi hanno quindi fini precisi, altri però se utilizzati eccessivamente, possono provocare l'effetto contrario. Tra questi per esempio ci sono i «*gesti adattatori*» i quali «non sono legati al discorso, bensì funzionali a soddisfare bisogni emotivi del parlante». Essi possono essere suddivisi in «*gesti oggetto-adattatori*» ossia i movimenti che si fanno durante il discorso manovrando o giocando con dei piccoli oggetti che si trovano sotto mano, oppure «*gesti autoadattatori*» ovvero quelli che si fanno aggiustandosi la cravatta o sistemandosi i capelli. Entrambi, con un maggior lieve rischio per i secondi, se usati eccessivamente, possono trasmettere insicurezza e far sorgere dei dubbi sulla veridicità di ciò che si sta esponendo¹⁹¹.

3.2.1.2 La comunicazione verbale

Con la presente espressione, si intendono tutte le informazioni e dati che un essere umano è in grado di emettere nei confronti di un suo interlocutore. Pertanto, comprende basicamente la voce ed il linguaggio.

La voce

Al fine di capire la personalità di una persona, la voce si rivela di primordiale importanza. Il successo del discorso politico non dipende solo dal tipo del discorso ma anche dal modo in cui esso viene pronunciato. Non basta infatti leggere per convincere chi ti ascolta ma bisogna fare attenzione al tono della voce, al timbro, all'intonazione, alla melodia, agli accenti, alla passione e alle emozioni che traspaiono. L'uso corretto della voce può far nascondere i propri punti deboli, le proprie imperfezioni ed anche l'ignoranza. Ci sono ricerche scientifiche che dimostrano di come coloro che godono di una forte abilità di padronanza della propria voce e quindi sono in grado di

¹⁹⁰ *Ivi.*, p. 179.

¹⁹¹ *Ibid.*, p. 179. Cfr. Catellani P., Sensales, G. (a cura di), *Psicologia della politica*, Milano 2011, cit., p. 129.

controllare le sue frequenze, risultano avere le caratteristiche di un personaggio dominante, al quale gli altri cercano di assomigliare¹⁹².

Il linguaggio

Un grande valore possiede anche il linguaggio dei politici dato che attraverso quest'ultimo si riesce a comprendere diverse informazioni su una persona come per esempio il suo livello di istruzione o il grado della sua cultura. I politici tuttavia ricorrono al linguaggio come ad una delle loro armi principali per fare colpo sul pubblico e sono certi di poterlo fare dal momento che la preparazione di tali discorsi viene affidata a degli esperti specifici che lo riempiono di elementi, spesso ripetitivi eccessivamente, che per certo andranno a ricadere sul livello emotivo e toccare l'animo di chi ascolta, rimanendo impressi nella mente per molto tempo¹⁹³.

Proprio questo momento di comunicazione è di essenziale rilevanza perché con esso il politico si gioca molto, può comportarsi da un grande oratore che riesce ad influenzare e persuadere il pubblico, oppure può sprecare fiato inutilmente senza avere successo. Occorre essere dei bravi oratori perché non a caso è proprio la retorica a fungere da perno a tali discorsi, quella stessa arte che come abbiamo detto poco prima, si adoperava ancora presso gli antichi greci. Nonostante siano trascorsi tantissimi secoli da quel periodo, il fine della retorica non è cambiato, anzi rimase sempre quello di «persuadere e mobilitare un grande numero di persone nella direzione voluta»¹⁹⁴.

Per avere successo, spiega Catellani, il politico nel suo discorso crea un tipo di rappresentazione della realtà che viene condivisa da chi lo ascolta, ed una abitudine usuale dei politici risulta essere quella di ricorrere sistematicamente alla «retorica del futuro» e far vedere quanto bello sarà l'avvenire che potranno creare insieme – il politico con i propri elettori – una volta fatto la giusta scelta elettorale, un domani migliore e pieno di speranza, «il vero luogo dell'azione politica»¹⁹⁵. Il discorso politico riguardante il futuro può intraprendere due strade distinte: la prima, caratterizzata dalla «componente epistemica» si limita a rappresentare l'immagine del domani che ci aspetta; la seconda, contraddistinta dalla «componente deontica» la quale invece enuncia una molteplicità di suggerimenti da intraprendere e obiettivi da raggiungere per avere un avvenire al quale si aspira. Con i discorsi sul futuro i politici sono certi di cogliere nel segno le principali preoccupazioni degli elettori, e quindi giocando con le loro paure, annunciano che il grado di positività o negatività del

¹⁹² Catellani P., Sensales, G. (a cura di), *Psicologia della politica*, Milano 2011, cit., p. 117.

¹⁹³ Foa V., Montevicchi F., *Le parole della politica*, Torino 2008, cit., p. 53.

¹⁹⁴ Catellani P., *Psicologia politica*, Bologna 2011, cit., p. 168.

¹⁹⁵ *Ibid.*, p. 168.

domani, il suo volto benefico o minaccioso dipenderà esclusivamente dalla loro scelta elettorale, addossando proprio a loro ogni tipo di responsabilità e quindi tutte le possibili colpe di tale futuro.

Ma oltre il tema del futuro, ci sono una grande quantità di altri elementi che i politici utilizzano per catturare l'attenzione del pubblico. I politici sanno che quest'ultimo si predispone positivamente nei confronti di chi è simpatico e spiritoso. Vengono valutate positivamente le qualità come l'umorismo e l'ironia, gli assi nella manica di Silvio Berlusconi, che sa meglio di chiunque altro che fare ogni tanto delle battute nel bel mezzo di un discorso politico non fa altro che diminuire la tensione e pertanto riavvicinare il pubblico e il candidato, che viene visto come una persona comune, simile a coloro che ascoltano.

Importante è l'uso dei proverbi dato che a parlare non è il politico in quanto singolo ma è la sapienza comune che tutti condividono. Anche «le metafore utilizzate nel discorso politico fissano il modo in cui gli elettori «inquadrono» le questioni e svolgono un ruolo importante nella formazione dei loro sentimenti»¹⁹⁶. Per risultare più credibili spesso si citano fonti, dati e grafici che fanno aumentare la credibilità della persona che parla. Si ricorre a comparazioni con altri partiti e candidati, per mezzo dei contrasti. Ad essere valorizzati è anche la semplicità, la sicurezza e la chiarezza che traspare da un discorso politico, un discorso che riesce ad avere applausi e che dunque è stato colto da chi ascoltava.

Un altro elemento significativo che «costituisce [...] una delle basi del potere politico e sociale» è la «costruzione discorsiva delle categorie sociali»¹⁹⁷. Tale tattica può essere considerata come un asso nella manica dei candidati e consiste nella capacità di creare un forte senso appartenenza ad un circolo o una stessa comunità astratta, attraverso l'utilizzo del «noi» che innesca un forte processo di identificazione. Proprio l'uso di un pronome tanto piccolo può aiutare a suscitare grandi sentimenti e forti sensazioni che dunque potranno produrre risultati immensi. È stato dimostrato infatti che gli elettori reagiscono positivamente nel momento in cui il candidato che hanno davanti comunica con loro adoperando quel «noi» che risulta essere «ampiamente inclusivo»¹⁹⁸. Si crea infatti di tale maniera un'atmosfera in cui gli elettori si sentono parte di un qualcosa, un gruppo che gli studiosi chiamano *ingroup* di cui fa parte il politico stesso. Non c'è più quella distanza apparente tra loro intesi come elettori ed il politico visto come candidato, anzi sia da un lato che dall'altro ci sono solo cittadini che hanno interessi comuni ed aspirano agli stessi obiettivi. Sono soprattutto persone che condividono dei valori ed ideali. In questo modo si cancellano le differenze sociali, si

¹⁹⁶ Westen D., *La mente politica. Il ruolo delle emozioni nel destino di una nazione*, Milano 2008, cit., p. 92.

¹⁹⁷ Catellani P., Sensales, G. (a cura di), *Psicologia della politica*, Milano 2011, p. 174.

¹⁹⁸ *Ibid.*, p. 163.

sopprimono i pregiudizi e le critiche perché si ha l'idea di far parte di un unico organismo la cui sopravvivenza dipende da ognuno e per la cui prosperità ognuno deve cercare di contribuire con il proprio piccolo. Ecco perché,

Il risultato auspicato da questa operazione è che una vasta categoria di persone, indotte a vedere se stesse come accumulate dal possesso di determinate caratteristiche, giungano a percepirsi come rappresentate al meglio da colui che parla e dalla sua parte politica¹⁹⁹.

Eppure negli ultimi anni, sempre più spesso si è iniziato a notare che le promesse politiche sul futuro non vengono più mantenute, ma purtroppo non è questa la cosa più grave. Soprattutto a partire dal nuovo millennio è emersa un altro tipo di preoccupazione – il degrado del linguaggio politico – che molti hanno iniziato a denunciare. Quest'ultimo iniziò ad apparire insensato, pieno di «chiacchiere» prive di un fondamento reale, «si parlava» e si parla ancora «a vanvera, le parole non avevano» e non hanno «più peso, soprattutto quelle del governo»²⁰⁰. Giornalisti come V. Foa e F. Montevercchi hanno cercato di risalire alla causa di tale degrado comunicativo nell'ambito politico e l'ipotesi più plausibile che sono riusciti a trovare è spiegata dal fatto che i politici hanno smesso di prestare attenzione ai loro interlocutori:

Una caratteristica dell'irrelevanza dei discorsi di oggi è che l'interlocutore non ha più importanza. La parola è un impegno verso qualcuno, verso qualcosa; quando l'interlocutore non è considerato o non c'è, la parola è nel vento. In politica, tanto a destra quanto a sinistra, un caso molto frequente della scomparsa dell'interlocutore è il cosiddetto patto dei governi verso i governati: la concretezza dei soggetti viene meno, non si sa più chi di fatto si assume gli impegni e non si riconoscono le esistenze reali cui ci si rivolge²⁰¹.

Si denuncia in tal modo l'ipocrisia del linguaggio politico che continua ad adoperare parole significative come libertà, cambiamento, valore che tuttavia oggi sono dominati da una vacuità linguistica in quanto hanno perso l'importanza dei loro significati storici ed etimologici. Si tratta di discorsi che non fungono più da dialogo tra il politico ed il popolo, ma anzi, come osserva Montevercchi, hanno assunto il modello di un monologo che inculca una serie di idee e ragionamenti, privi però di sostanza²⁰². Questa è anche la ragione, secondo i due studiosi, per la quale è in aumento da un po' di tempo il numero di coloro che nutrono noia e disinteresse per la politica²⁰³.

3.2.2 Elementi espliciti di influenza

¹⁹⁹ *Ivi.*, cit., p. 162.

²⁰⁰ Foa V., Montevercchi F., *Le parole della politica*, Torino 2008, cit., p. 1.

²⁰¹ *Ibid.*, cit., p. 5-6.

²⁰² *Ibid.*, p. 53.

²⁰³ *Ibid.*, p. 41.

Come è stato affermato precedentemente, anche questa categoria è piena di fattori che possano esercitare delle influenze sulle decisioni elettorali. Si tratta di elementi molteplici ognuno dei quali risulta essere molto rilevante e di seguito ne analizzeremo qualcheduno.

3.2.2.1 Le personalità dei politici

L'elemento centrale su cui andiamo a concentrare la nostra attenzione in questa parte del nostro lavoro ed il quale forse è il più basilare di tutti sono le personalità dei politici. Gli studi sulle personalità sono remoti e risalgono a tempi molto antichi. Secondo le fonti, colui che per primo cercò di occuparsi di questo aspetto fu Ippocrate, vissuto tra il V e IV secolo a.C., il quale riuscì a comprendere che le personalità degli individui non erano tutte uguali ma si differenziavano da uomo a uomo. Qualche secolo più tardi a parlare della personalità fu Cicerone, il quale le considerava come un insieme di virtù, sobrietà e temperamento di cui era dotata una persona e che dunque la contraddistingueva dagli altri.

Oggi, per «personalità» noi intendiamo i tratti caratteriali ed i meccanismi mentali che in un individuo, nel nostro caso il politico, vanno a determinare il suo temperamento, comportamento, la sua natura o l'indole; in poche parole «il suo modo di essere» in cui rientrano le sue conoscenze intellettuali, lo stato emotivo e sentimentale ed altre particolarità distintive della sua persona. E la domanda che esattamente ci poniamo è se tale personalità va a incidere o meno sulla scelta di voto dei elettori.

Secondo quanto testimonia il testo – *Psicologia della politica* – ci sono vari dibattiti e discussioni riguardanti proprio questo interrogativo. Gli studiosi di tale argomento si dividono in due fazioni: studiosi come Barisione, Pierce, Popkin sono i portavoce di coloro che sostengono che la questione della personalità di un politico è estremamente importante perché è proprio questa che incide, più di tutto il resto, sulla decisione elettorale; eppure altri come King, Miller, Shanks, pur ammettendo che sì, tale elemento eserciti un notevole peso, sostengono tuttavia che non è il fattore principale che va a determinare il voto²⁰⁴. Ambi i gruppi quindi, nonostante queste discordanze, studiano l'influenza che la personalità di un leader può avere presso i suoi seguaci.

Ad essere poste sotto analisi da parte degli studiosi non sono solo i vari tipi di personalità che si possono manifestare o le quali si siano già manifestate con il tempo, ma anche le varie inquadrature da cui tali personalità possano essere osservate. Ci sono infatti procedimenti diversi che si possono applicare per arrivare ad esaminare le personalità e dunque i tratti caratteriali dei politici: alcuni

²⁰⁴ Catellani P., Sensales, G. (a cura di), *Psicologia della politica*, Milano 2011, p. 3.

studi per esempio basano le loro ricerche sui resoconti indiretti delle personalità, fornite da libri e biografie; altri invece si fondano su delle impressioni che i cittadini hanno sviluppato sulle personalità dei loro politici con il passare del tempo; altri ancora si concentrano su dei dati che i politici stessi hanno fornito sulla propria persona, descrivendo direttamente le proprie peculiarità caratteriali.

Grazie alle ricerche, il punto d'arrivo al quale sono giunti gli studiosi è stato quello di dedurre che la personalità dei politici si manifesta attraverso alcuni elementi basilari che sono i seguenti: «il carisma, la motivazione al potere e l'intelligenza». Tre fattori principali che occorre pertanto cogliere per poter fornire una descrizione dettagliata sulla personalità di un politico, e la cui valutazione può essere realizzata per mezzo di alcune strategie differenziate che sono state individuate a tale proposito. Ci sono esperti come D. Winter che per arrivare a comprendere tali elementi, concentrano i propri studi su un'analisi approfondita dei discorsi che i vari politici fanno nel periodo elettorale. Tale metodo «si fonda sull'assunto secondo il quale le persone percepiscono il mondo in base ai motivi predominanti, che si riflettono nel loro modo di esprimersi e comunicare»²⁰⁵.

Altri invece come Barber sono dell'opinione che per comprendere a fondo il tipo di personalità che possiede un politico, occorre prestare attenzione al suo carattere, stile e concezione di vita. Grazie all'esaminazione di tale triade, lo studioso è arrivato a concludere che «I leader di successo, per esempio, ricorrono a uno stile semplice e diretto nei discorsi rivolti al pubblico, soprattutto in prossimità delle elezioni, mentre evidenziano una notevole complessità nella gestione delle attività governative»²⁰⁶.

La strategia dei Cinque Grandi Fattori è un altro ed il più recente metodo che venne adottato da esperti come Rubenzer: il perno di tale sistema è costituito dagli aggettivi, in quanto si è arrivati alla conclusione che nonostante la grande immensità che si può adoperare di quest'ultimi per descrivere le personalità dei politicanti, ciononostante essi possono essere ricondotti a sole «cinque dimensioni fondamentali». La prima è la dimensione della «Estroversione o (Energia)» ed i politici che godono di tale qualità caratteriale sono generalmente aperti e disinvolti, espansivi nei confronti degli altri e con un forte bagaglio energetico che li rende attivi e vivaci. La seconda dimensione è quella della «Amicalità o (Gradevolezza)» ossia si tratta di persone buone e generose, pronte ad aiutare coloro che ne hanno bisogno. La terza dimensione è rappresentata dalla «Coscienziosità» che si manifesta nei politici tenaci, determinati, scrupolosi ed meticolosi, persone che insomma trasmettono un forte

²⁰⁵ *Ivi.*, cit., p. 6.

²⁰⁶ *Ibid.*, cit., p. 7.

sensu di fiducia. La quarta è quella della «Stabilità emotiva (o Nevroticismo)» che traspare nelle persone sicure di sé e pertanto tranquille e serene, che non perdono mai la calma a causa della forte autodisciplina che permette loro di contenere le emozioni, i sentimenti e soprattutto gli impulsi. La quinta e l'ultima dimensione è quella della «Apertura (o Intelletto/Cultura) presente nei candidati con un alto grado di cultura, un interesse verso la conoscenza ed un forte spirito creativo²⁰⁷.

Volendo fare un punto della situazione di quanto detto, possiamo affermare che si ha avuto modo di vedere quindi il grande numero di teorie e studi che si sono sviluppati con l'obiettivo di poter comprendere a fondo le personalità dei politici, ma questo è solo il primo obiettivo di tali ricerche. Esiste anche un secondo fine ed è quello di riuscire a capire quali sono i tratti principali di queste personalità che possono andare a colpire positivamente o negativamente gli elettori.

Le personalità dei politici infatti possono essere tante e di tipo diverso: si può avere una personalità carismatica, simpatica, amichevole, affidabile, stabile, creativa ma anche instabile e nevrotica. Pertanto, quali tratti di personalità i politici dovrebbero mostrare e quali invece è necessario occultare? O viceversa, ai quali elementi della personalità di chi ci sta davanti, noi elettori dobbiamo badare per non farci coinvolgere od influenzare inconsciamente?

Ci sono ricerche di grande interesse che dimostrano che prima di tutto le persone che si dedicano al mestiere politico sono coloro che, rispetto al resto della popolazione, appaiono come più sicure di sé, più energiche e determinate, persone più organizzative e comunicative. Tutte qualità importanti e da non sottovalutare che ogni persona vorrebbe possedere. Quindi la messa in evidenza di tali aspetti da parte dei politici è una delle strategie che quest'ultimi possono adoperare ed adoperano per colpire ed attirare chi si trova dall'altra parte. La natura umana tende infatti, nella maggior parte dei casi, ad avvicinarsi emotivamente a delle personalità che godono di una serie di caratteristiche che personalmente si vorrebbero avere eppure le quali mancano. Questa è la ragione per la quale l'essere umano si crea continuamente dei idoli e dei miti, che possono essere cantanti, attori, personaggi dello spettacolo o personaggi pubblici come i politici a cui si cerca di assomigliare ed aspirare costantemente. Ed è proprio questa sensazione di propensione nei confronti di un personaggio, una maggiore predilezione o preferenza per un candidato piuttosto che per un altro che va a determinare, senza che noi ne siamo consapevoli, la nostra scelta elettorale.

Non a caso, relazionato a questo discorso risulta essere un ulteriore caposaldo degno di nota e su cui dobbiamo riflettere concernente il «favoritismo egocentrico» di Greenwald. Secondo quest'ultimo, «generalmente piace chi si percepisce come simile a se stessi, e si è inclini a percepire

²⁰⁷ *Ivi.*, cit., p. 7-8.

come simili a se stessi chi piace»²⁰⁸. Per l'appunto, proprio questo movimento circolare, all'interno del quale non si comprende bene cosa è a scaturire cosa – se si vota colui che piace o viceversa se è il voto che si dà a suscitare tale piacere – risulta essere fondamentale nella scelta di voto. Somiglianze che tra l'altro possono essere di tipo più vario: alcuni elettori per esempio, tendono a votare il candidato i cui tratti di personalità assomigliano ai propri in quanto si percepiscono delle somiglianze caratteriali; altri votano il candidato nel quale vedono delle somiglianze fisiche dato che il possedere dei «tratti somatici» uguali sembra essere un buon elemento di incidenza sul voto; ma c'è anche a chi per votare basta vedere che con un determinato candidato si hanno anche delle somiglianze sociodemografiche e già questo elemento è sufficiente per incidere sul orientamento del voto.

Bensì, ancora più interessante appare quanto segue: è stato provato che gli elettori sono molto più colpiti da tratti negativi della personalità di un politico che non da suoi tratti positivi e tendono a sottolineare gli elementi che secondo loro ad un politico mancano e che dunque loro dovrebbero sviluppare. Si tratta di

un principio noto in psicologia, secondo cui gli aspetti negativi hanno, rispetto a quelli positivi, un impatto maggiore su giudizi e valutazioni, poiché sono più salienti e maggiormente suscettibili di attrarre l'attenzione [...]. Nel caso della percezione dei politici, l'effetto negativo associato alla carenza di un tratto desiderabile [...] assume un peso determinante nell'orientare le scelte di voto, più importante del riconoscimento di un tratto parimenti desiderabile [...]²⁰⁹.

Cercando di trarre le somme, possiamo senza dubbio affermare che la personalità di un politico ed i tratti attraverso cui quest'ultima si rivela, costituiscono un elemento decisivo che va a determinare la scelta di voto. Una tesi del genere è sostenuta anche da molti studiosi che si occupano del tema in questione ed i quali affermano quanto segue:

I fattori di personalità sono così importanti nella sfera politica che riescono a predire quote di varianza nel comportamento politico (per esempio, orientamento, voto, volontariato, sostegno economico a partiti) pari, o addirittura superiori, a quelle delle variabili sociodemografiche dei modelli sociologici “classici”, quali etnia, genere, livello di istruzione, reddito o pratica religiosa²¹⁰.

Conclusioni

Nel presente capitolo sono state menzionate delle ricerche i cui risultati forniscono molte informazioni su di come i politici riescono ad influenzare gli elettori e la popolazione in generale. Per anni e anni infatti la mente umana è stata oggetto di studi e tutt'oggi continua essere sotto i riflettori di coloro che ne indagano i funzionamenti. Si tratta di varie ricerche di tipo diverso grazie

²⁰⁸ *Ivi.*, cit., p. 19.

²⁰⁹ Catellani P., Sensales, G. (a cura di), *Psicologia della politica*, Milano 2011, cit., p. 16.

²¹⁰ *Ibid.*, cit., p. 85.

alle quali sono stati individuati i meccanismi che la mente segue per lavorare ma anche tutti i metodi che la possono influenzare inconsciamente. È precisamente un insieme di fattori intrinseci il cui obiettivo è colpire non la ragione quanto l'emotività dell'individuo, perché quando queste due sfere si scontrano, nonostante quanto avesse detto Platone secondo cui era la passione che doveva cedere il passo alla ragione, sembra che al giorno d'oggi avviene esattamente il contrario²¹¹.

Nelle pagine di sopra abbiamo cercato di analizzare alcuni di tali fattori che a nostro parere sono di primaria rilevanza nel processo della manipolazione in quanto raggiungono i suoi più alti livelli. Proprio loro ed il loro agire sulla mente umana dimostrano che noi cittadini non siamo dopotutto tanto liberi in quanto veniamo suggestionati a diverse manipolazioni, senza accorgercene il più delle volte. La conclusione che ne deriva e che dunque risulta essere una risposta alla domanda che ci eravamo posti all'inizio del capitolo è che l'elettore di oggi è emotivo e passionale e per quanto non cerchi di essere ragionevole, per quanto non si sforzi di pensare e di riflettere sulle scelte che vorrebbe intraprendere, sono le prime due ad avere il sopravvento e quindi a determinare le sue azioni e comportamenti. Questo spiega perfettamente, dimostrandone la veridicità, la teoria di Campbell secondo la quale, l'uomo dopo tutto è un essere irrazionale, perché nonostante l'analisi oggettiva di tutti i dati e le informazioni a cui viene esposto sui politici e le loro campagne, l'ultima parola non è espressa da tali analisi oggettive ma da un impulso emotivo interiore incontrollabile che determina la scelta di voto²¹².

La globalizzazione dal canto suo, basandosi sui grandi sviluppi tecnologici ed informatici, funge solo da grande contributo ai politici nel loro processo di persuasione al quale è diventato oramai tanto difficile sottrarsi. Una cosa che a nostro parere non è per niente facile, ma iniziare a riflettere su tale problema e a farlo presente agli altri, potrebbe essere già un buon punto di partenza.

²¹¹ Westen D., *La mente politica. Il ruolo delle emozioni nel destino di una nazione*, Milano 2008, p. 34-50.

²¹² Vedi sopra p. 3.

I mass media: la loro incidenza sulle masse ed in particolare sugli elettori

L'obiettivo del capitolo appena concluso è stato quello di analizzare i principali mezzi di manipolazione che a nostro parere vengono adoperati regolarmente dai politici. Eppure abbiamo tralasciato uno strumento di manipolazione molto importante e forse il più essenziale: quello dei mass media. C'è però una ragione precisa per cui lo abbiamo fatto: la motivazione di tale scelta fu dovuta al fatto che eravamo consapevoli che non sarebbero bastate di certo solo alcune pagine per esaminare a fondo una tematica talmente ampia e per questo abbiamo deciso di dedicarle un intero capitolo. Inoltre, proprio a causa della vastità della tematica, abbiamo deciso di dividere quest'ultimo in due parti: la prima, più generale, cercherà di inquadrare bene la questione dei mass media e delle problematiche generali che li riguardano; la seconda invece andrà ad analizzare nello specifico il rapporto che quest'ultimi hanno con la politica, il ruolo che giocano nella sua diffusione e l'incidenza che esercitano sui cittadini visti come elettori.

Nel corso del nostro lavoro abbiamo già cercato di analizzare il tema della globalizzazione ed una delle sue definizioni riguardava i mezzi di comunicazione di massa. Come avevamo già detto precedentemente, per globalizzazione infatti si intende anche una forte propagazione su tutta la superficie terrestre delle reti d'informazione e comunicazione il cui obiettivo fondamentale è quello di abbattere ogni genere di barriera fisica od astratta in modo da trasformare la società in un'unica comunità all'interno della quale i vari popoli possano comunicare tra loro senza nessun tipo di impedimento. Riportando un'espressione di M. Augé, tutto ciò viene fatto per creare «L'ideale di un mondo senza frontiere, [...] l'ideale di un mondo dove sarebbero finalmente abolite tutte le forme di esclusione»²¹³.

Lo scopo della globalizzazione dovrebbe essere proprio questo, ma al di là di questi ideali utopici esiste una realtà molto diversa: «La globalità attuale è una globalità in rete, che produce effetti di omogeneizzazione ma anche di esclusione»²¹⁴. E questo spiega il perché nel mondo d'oggi continuano a persistere guerre, lotte dei popoli per la libertà e l'autodeterminazione, la povertà e la fame. Secondo Augé un sinonimo della globalizzazione è il termine «mondializzazione» i cui fattori e conseguenze hanno sviluppato negli animi di tutti gli individui del mondo «una coscienza

²¹³ Augé M., *Nonluoghi*, Milano 2009, cit., p. 9.

²¹⁴ *Ibid.*, cit., p. 9.

planetaria» suddivisa da una parte in «ecologica e inquieta» e dall'altra in «sociale e infelice»²¹⁵. Il risultato della prima è l'essere consapevoli che il mondo non è dopo tutto tanto grande quanto lo può sembrare, le sue risorse non sono illimitate e noi tra l'altro non facciamo molto per conservarle, anzi le sprechiamo solamente. Quanto al risultato della seconda, ognuno di noi è consapevole del fatto che nonostante gli ideali di avere un mondo uguale e senza differenze, in realtà è sempre più ampio il distacco tra i poveri ed i ricchi e questa è la ragione fondamentale per la quale il processo della globalizzazione è così altamente criticato da una parte sostanziosa della popolazione mondiale.

Una delle conseguenze di questo bivio sociale si manifesta proprio nella volontà della percentuale ricca di volere controllare e comandare la percentuale povera della popolazione e gli strumenti adoperati sono di vario tipo ma gli strumenti di comunicazione di massa risultano essere i più efficaci. Proprio i mass media vengono considerati come la sorgente principale della manipolazione, persuasione e propaganda giornaliera. Non a caso ci sono coloro che sostengono che «Nel bene o nel male, la nostra è l'età della propaganda»²¹⁶. Ecco perché «Ogni volta che accendiamo la radio o la televisione, ogni volta che apriamo un libro, una rivista o un giornale, qualcuno cerca di educarci, di convincerci a comprare un prodotto, di persuaderci a votare un candidato o ad aderire ad una certa versione di ciò che è giusto, vero o bello»²¹⁷.

4.1 I media: che cosa sono esattamente?

La società del XXI secolo in cui viviamo, può essere definita al cento per cento come l'epoca dell'informazione. Quest'ultimo vocabolo, adoperato per designare «qualsiasi trasmissione o ricezione di notizie e messaggi ritenuti utili od indispensabili sia per l'individuo che per la società», è diventato oggi di «straordinaria importanza fino a permeare sostanzialmente tutti gli aspetti della nostra vita quotidiana»²¹⁸. A sua volta i mass media sono gli strumenti grazie ai quali viene resa possibile tale trasmissione e ricezione di notizie e messaggi, la divulgazione delle novità e il mantenimento delle relazioni tra le persone. Analizzando infatti il significato etimologico, l'espressione dei mass media deriva dall'associazione del vocabolo inglese «mass» e del termine latino «medium», dando così origine ai «mezzi di diffusione di massa». E sono proprio quest'ultimi, come ha detto la scrittrice Gabriella Kuruvilla in uno dei suoi incontri durante la sesta edizione del

²¹⁵ *Ivi.*, cit., pp. 9-10.

²¹⁶ Pratkanis A.P., Aronson E., *L'età della propaganda. Usi e abusi quotidiani della persuasione*, Bologna 2003, cit., p. 22.

²¹⁷ *Ibid.*, cit., p. 17.

²¹⁸ Biancardi F., *I nuovi argomenti. Tematiche di grande attualità per leggere, per riflettere e...*, Napoli 2003, cit., p. 125.

Festival letterario veneziano – Incroci di civiltà 2013 – che fanno da «megafono» a tutto quello che accade nel mondo.

Quando si parla dei mass media, si parla di una categoria molto ampia che include una grande quantità di mezzi molto diversi tra loro, i quali però risultano essere accumulati da un unico elemento: ogni strumento dei mass media, qualunque esso sia, riesce a trasmettere a chi lo osserva o ascolta un messaggio, un'informazione che viene recepita dalla mente umana, interiorizzata ed interpretata in un secondo momento. Appunto per questo non è corretto affermare che con i media si vuole indicare solo il mezzo televisivo, la radio o le reti internet come si tende a dire o pensare al giorno d'oggi; anzi questi sono i media principali ma oltre a tali ce ne sono anche molti altri. Per esempio ai media appartengono manoscritti, libri, manuali ed altri tipi di testi su carta; le immagini, cartelloni, fotografie, manifesti cartacei o murali, stampati, volantini, opuscoli; filmati, cortometraggi, documentari e tutto ciò che riguarda il cinema in generale; le registrazioni, le canzoni e la musica; i giornali e le riviste; gli spot e tutto ciò che riguarda il mondo pubblicitario.

4.1.1 L'evoluzione storica dei mass media

Fin dalle origini dell'umanità, gli uomini hanno sentito il bisogno naturale di comunicare, socializzare e scambiare informazioni con i propri simili attraverso la trasmissione di messaggi. E furono proprio le civiltà antiche a comprendere l'importanza delle informazioni, in quanto il potere era concentrato nelle mani di colui o coloro che sapevano più degli altri. Tuttavia man mano che si comprendeva la rilevanza dell'informazione, si intuiva tra l'altro anche il suo

volto ambivalente: da un lato una relazione comunicativa impostata sulla verità e sulla chiarezza, dall'altro una trasmissione di notizie variamente manipolata e strumentalizzata per esigenze contingenti, non ultima quella di preservare la sicurezza dei sistemi di governo. [...] si capivano i fondamentali aspetti dei canali informativi e come un'informazione opportunamente “filtrata” e “gestita” potesse determinare stati d'animo collettivi da strumentalizzare per determinati fini²¹⁹.

Dunque, già nel mondo antico, presso il quale le informazioni spesso venivano raccontate e diffuse per via dei messaggeri, si era a conoscenza del fatto che prima che un determinato messaggio arrivasse alla destinazione, era facile che rimanesse più volte modificato. Per questo nessuno meglio di queste popolazioni primitive sapeva di che effetto potesse avere un'informazione recapitata, dopo essere stata ormai alterata.

4.1.1.1 Dalle incisioni sulla pietra alle reti internet

²¹⁹ Ivi., cit., p. 125.

Dunque, come è stato affermato precedentemente, fin dai tempi remoti gli uomini delle varie civiltà primitive hanno cercato di comunicare e socializzare tra di loro. A tale proposito individuaronο tutti i mezzi possibili per poter essere in contatto e tramandare i primi messaggi. Tanto è vero che non si limitarono a farlo solo per via del linguaggio orale ma anche quello scritto. Inizialmente comunicavano attraverso delle immagini scolpite su pietre, di seguito attraverso una serie di segni incisi che vennero denominati geroglifici e poi attraverso la scrittura. Le pietre, i sigilli, le tavolette di cera, le matrici di legno, i papiri ed i manoscritti furono le prime fonti di messaggi trasmessi per via della scrittura.

Successivamente con l'invenzione della stampa nel XV secolo il numero dei libri aumento vertiginosamente, senza rallentare per tutti i secoli successivi. E di pari passo nel corso dei secoli continuò a consolidarsi la consapevolezza di una sempre più evidente ambiguità da cui veniva avvolta la sfera dell'informazione.

Nonostante il fatto che fin dall'antichità esistessero dei diversi mezzi di comunicazione, è solo a partire dal XIX secolo che si inizia a parlare ufficialmente dei mass media in maniera in cui si intendono oggi. A cavallo tra il Settecento e l'Ottocento appare sul paesaggio europeo il primo telegrafo, uno strumento di comunicazione rivoluzionario che permetteva di trasmettere informazioni in modo molto veloce tra zone di notevole distanza. Di seguito, mentre alcuni degli scienziati erano impegnati a perfezionare ulteriormente questo apparecchio, altri nel frattempo avevano finito di realizzare una nuova invenzione – il telefono – uno strumento che permise le comunicazioni a distanza e la cui nascita ufficiale si celebrò nella seconda metà del secolo. Verso la fine dell'Ottocento venne creato il cinematografo che da semplici rappresentazioni di filmati muti, si perfezionò gettando le basi per il cinema moderno. All'inizio del XX secolo poi appare una versione nuova di un apparecchio elettronico e cioè la radio, mentre qualche decennio più tardi emerge il mezzo televisivo, e per finire verso la fine del secolo un nuovo meccanismo rivoluzionario che riesce ad accumunare le varie reti mondiali – internet.

Riassumendo, sono stati gli ultimi due secoli del secondo millennio a giocare una funzione basilare in quanto proprio in questo arco temporale nacquero i principali mezzi di comunicazione di massa. Infatti, la nascita degli Stati moderni tra il Settecento e l'Ottocento e l'affermarsi della libertà di pensiero costruirono la base per «un traguardo civile e politico» ossia «il diritto all'informazione dell'uomo in quanto cittadino»²²⁰ che si affermò del tutto solo nel Novecento.

²²⁰ Ivi., cit., p. 126.

Strumenti che con il passare degli anni vennero perfezionati, resi più funzionali, comodi e soprattutto diffusi in grande quantità per diventare alla portata di tutti.

Il risultato di questo enorme progresso tecnologico fu la società globalizzata di cui oggi siamo i figli. Eppure tra allora e oggi è cambiato qualcosa: mentre l'obiettivo dei secoli precedenti era quello di agevolare i contatti tra le persone delle varie parti del mondo, al giorno d'oggi lo scopo è quello di rendere la società una comunità basata sul consumismo, all'interno della quale le persone non si devono di certo accontentare di avere questi mezzi di comunicazione ma il loro scopo deve essere stare al passo con il progresso tecnologico e per farlo bisogna possedere ogni volta l'ultima versione dell'apparecchio appena uscito.

4.2 Vantaggi e svantaggi dei mezzi di comunicazione di massa

Non esiste cosa, evento od oggetto al nostro mondo che non abbia degli aspetti positivi o negativi. Ed è proprio così che avviene anche con i mass media. Molto si discute nella società di oggi sui benefici o i danni che vengono arrecati da questi strumenti di comunicazione. È importante sottolineare tuttavia, come è stato già detto precedentemente, che il presupposto da cui è partita l'idea dei mass media fu un punto di partenza positivo in quanto non si voleva fare altro che agevolare l'informazione e la comunicazione sociale.

Gli strumenti di comunicazione di massa sono stati creati infatti per facilitare la comunicazione mondiale e rendere più efficace la diffusione delle informazioni, dunque un fine che doveva servire ad aumentare il benessere comune. Con l'avvento delle democrazie come forme di governo, le decisioni più importanti spettavano ai cittadini i quali però dovevano essere informati su quello che accadeva nel resto del mondo. Era fondamentale essere a conoscenza degli avvenimenti di portata internazionale, dei cambiamenti politici, degli eventi culturali, delle situazioni economiche e persino degli accaduti tragici. Essere informati, sapere delle cose avrebbe significato quindi averle recepite, interiorizzate, analizzate e formatosi delle opinioni a riguardo che poi in un secondo momento avrebbero influenzato certe scelte comportamentali. Il sapere e la conoscenza delle questioni mondiali avrebbe permesso ai cittadini fare le loro scelte e prendere le loro decisioni in merito.

Di conseguenza, nessuno può mettere in dubbio i grandi vantaggi che l'umanità ha ricevuto dalla nascita degli strumenti di comunicazione. Grazie a questi oggi possiamo comunicare in tempo reale con chi sta dall'altra parte del mondo senza nessuna complicazione. Possiamo parlare semplicemente per telefono, possiamo videochiamare e vedere ciò che succede intorno a chi è dall'altra parte dello schermo. Possiamo vedere e controllare tutti gli spostamenti e movimenti che fa

una persona, nonostante la distanza che intercorre con essa. Grazie a questi strumenti siamo a conoscenza di qualsiasi cosa succeda nelle varie parti del mondo, anche quelle più remote; nel giro di pochi istanti la notizia fa il giro della Terra, venendo trasmessa in radio, rappresentata in TV, osservata sotto forma di foto e video nelle reti internet. Il risultato è che l'umanità finisce per essere informata sempre di tutto e nulla le può più sfuggire.

Eppure, per quanto una cosa non sia buona, se finisce nelle mani sbagliate, può avere delle ripercussioni notevolmente gravi. Così nelle varie parti del mondo, come abbiamo visto, fin dall'antichità, sono esistiti coloro i quali hanno pensato che inizialmente il mondo dell'informazione e poi quello dei mass media non dovevano essere adoperati solo per informare, ma informare in maniera conveniente per poi poter controllare, orientare, manipolare e persuadere la gente ad avere certi tipi di comportamento. Non si è capito infatti quando i mass media avessero esattamente travalicato la soglia del bene o del male, o forse il bivio tra questi due c'è sempre stato. È certa oggi solo una cosa, più che essere informata, la gente viene travolta da una immensità di informazioni il cui obiettivo di fondo non è informare, quanto presentare una determinata notizia sotto una luce precisa per suscitare determinate reazioni e per fare nascere certe opinioni e modi di pensare. Non a caso è stato dimostrato dagli studiosi che «i mass media possono produrre molti effetti sottili o «indiretti»: [...], non possono dirvi cosa pensare ma possono dirvi a *cosa* rivolgere il pensiero e *come* pensare»²²¹.

Una delle critiche più rilevanti che oggi viene lanciata verso i mass media è che nonostante essi siano cresciuti in modo allarmante in numero, si è tuttavia rilevato un deterioramento del tipo delle informazioni trasmesse. Ecco quanto si sostiene a tale proposito:

Paradossalmente [...] ad un simile aumento dei canali di trasmissione delle notizie non ha corrisposto un incremento qualitativo dell'informazione che addirittura [...] non è mai apparsa così frammentata e limitata, comunque sottoposta a molteplici pressioni ed interferenze da parte di coloro che hanno interesse a manipolarla²²².

Questo spiega il motivo per il quale oggi la maggior parte dei mass media viene gestita ed amministrata da un numero ridotto di centri di potere, conosciuti anche sotto il termine «*lobbies*» ed il cui scopo è appunto quello di indirizzare l'opinione pubblica verso certi orientamenti piuttosto che altri ed i risultati che si ottengono sono estremamente gravi: le notizie non vengono presentate in maniera neutrale in modo che la gente le possa giudicare e fornire un'interpretazione personale e soggettiva; al contrario, viene annullata ogni forma di analisi critica, le informazioni si accettano

²²¹ Pratkanis A. R., Aronson E., *L'età della propaganda. Usi e abusi quotidiani della persuasione*, Bologna 2003, cit., p. 48.

²²² Biancardi F., *I nuovi argomenti. Tematiche di grande attualità per leggere, per riflettere e...*, Napoli 2003, cit., p. 126.

passivamente credendo alle interpretazioni altrui che non solo non sono esatte ma che molte volte corrispondono a delle pure falsità.

Inoltre, un altro elemento che risulta essere ancora più sconvolgente è che grazie ai progressi della tecnologia, da un lato sta aumentando il numero dei media, però dall'altro aumenta anche il numero dei sistemi che cercano di intercettare i canali informativi e di telecomunicazione per trarne dei vantaggi personali. Un esempio lampante è il «sistema di controllo mondiale» denominato «Echelon» ossia «una rete planetaria di controllo e intercettazione delle comunicazioni, assicurata da una rete di satelliti-spia»²²³ che fu creato dagli Stati Uniti, Gran Bretagna, Canada, Australia e Nuova Zelanda al termine della seconda guerra mondiale per controllare il mondo comunista. Un sistema che fu scoperto solo circa dodici anni fa e che tutt'ora continua ad esistere,

specializzandosi con il progredire delle tecnologie ed arrivando ad intercettare tra telefoni fissi e mobili, fax, posta elettronica (e-mail), ben tre milioni di messaggi al minuto; a questo si aggiunga che la potenza dei satelliti-spia orbitanti a 300 chilometri dalla Terra e collegati a supercomputer consente oggi di avere foto con una risoluzione di 12 centimetri²²⁴.

Dopo tali esempi pratici, è del tutto normale che a chiunque possano sorgere dei dubbi se quella in cui viviamo sia veramente una società libera e democratica. Anzi si crea spontaneamente la consapevolezza, a questo punto neanche sbagliata che tutto quello che accade oggi nel mondo è osservato e spiato da questi grandi centri di potere che poi in un secondo momento decidono come utilizzare le informazioni intercettate e cosa farne a riguardo.

4.2.1 Il dilemma della televisione: un'amica buona o cattiva?

Un fenomeno emergente nell'era della globalizzazione è il ribaltamento dei valori sociali. Non si lavora più per il bene comune ma per il proprio, non si bada più agli altri se non a se stessi e pur di arricchirsi si è pronti a fare di tutto. Questo andamento degenerativo della società si può vedere da qualsiasi parte e la televisione ne è un suo esempio. Nata a metà del XX secolo, l'obiettivo di quest'ultima era di intrattenere e di informare un pubblico che era stravolto dal suo fascino.

Oggi però la situazione è del tutto diversa. Vivendo in un'epoca telematica assoluta, il mezzo televisivo di una volta non è più il mezzo di comunicazione privilegiato e deve perciò fare fronte alla concorrenza che deriva da tutti i lati. Questa è la ragione fondamentale per la quale oggi la televisione «nella competizione per l'*audience*» tenta di ottenere il massimo dell'ascolto «ad ogni

²²³ *Ivi.*, cit., p. 126.

²²⁴ *Ibid.*, cit., p. 126.

costo e con ogni mezzo»²²⁵, dando vita a quello che viene denominato «il problema della televisione».

Pertanto le conseguenze che ne derivano sono disastrose. Da un lato c'è stato un aumento quantitativo dei programmi ma un loro forte peggioramento qualitativo. Non a caso il termine che oggigiorno è più comunemente usato per indicarli è «spazzatura» in quanto si tratta di trasmissioni inutili che non trasmettono nessun tipo di informazione qualitativa e nessun tipo di insegnamento utile; anzi servono solo ad offuscare la mente degli spettatori e renderli meno coscienti di ciò che accade nei dintorni. Dall'altro, pur di attirare l'attenzione del pubblico, tale mezzo è stato riempito di rappresentazioni di vario genere senza prendere in considerazione però che al di là dello schermo il più delle volte si trovano non gli adulti ma dei bambini. Quest'ultimi oggi, in qualunque ora del giorno sono in grado di accedere a diverse forme di informazioni e non sempre ci sono i genitori per controllare cos'è che guardano i loro figli.

A tale proposito ha fatto sentire la propria voce il filosofo liberale Karl Popper il quale ha cercato di denunciare gli aspetti negativi che derivano dalla televisione, definita da molti critici come: «cattiva maestra, ladra di tempo, serva infedele, la grande sorella, bambinaia elettronica»²²⁶. Egli non solo la vede come un mezzo che ha conquistato un «potere politico colossale»²²⁷ ed il quale rappresenta una seria minaccia per la democrazia e per la libertà di pensiero, ma inoltre la considera come un pericolo imminente per le generazioni future. Ad esserne maggiormente danneggiati infatti non sono solo gli adulti ma anche i bambini, che esposti ad una moltitudine di informazioni non adeguate alla loro giovane età ed ad una serie di immagini basate sulla violenza, riproducono nella vita reale quelle stesse scene di violenza, sentimenti di avidità, aggressività ed odio. Per loro la TV sarebbe un modello comportamentale che il più delle volte cercano di riprodurre, ottenendo delle ripercussioni sui propri funzionamenti mentali e psicologici.

Grazie alla televisione ad essere coltivati di tale maniera sono la «corruzione morale» e la «decadenza culturale»²²⁸ in quanto essa «trasmette un flusso continuo di messaggi e questi messaggi incidono su di noi, sulla nostra percezione del mondo, sulle nostre abitudini, sulla nostra psiche, sui nostri orientamenti politici, sui nostri stessi sentimenti»²²⁹. Non occorre accettare passivamente tutto quello che deriva da essa ma bisogna capire che tipi di sistemi pericolosi e

²²⁵ *Ivi.*, cit., p. 171.

²²⁶ *Ibid.*, cit., p. 171.

²²⁷ *Ibid.*, cit., p. 171.

²²⁸ Critiche di Papa Giovanni Paolo II ora in Biancardi F., *I nuovi argomenti. Tematiche di grande attualità per leggere, per riflettere e...*, Napoli 2003, cit., p. 171.

²²⁹ Biancardi F., *I nuovi argomenti. Tematiche di grande attualità per leggere, per riflettere e...*, Napoli 2003, cit., p. 172.

meccanismi manipolatori si celano dietro al suo schermo; analizzare «gli apparati produttivi e i meccanismi distributivi, i generi televisivi e le strategie di offerta dei programmi, il progresso delle tecnologie la trasformazione dei prodotti, le battaglie e le insidie della pubblicità»²³⁰.

4.2.1.1 La pubblicità: il maggior danno televisivo

Una delle ragioni per la quale il mezzo televisivo è altamente criticato oggi, è dovuto anche alla sovrabbondanza della pubblicità che vi è presente. Quest'ultima è infatti strettamente relazionata non solo all'ambito televisivo ma a tutti i mass media in generale: accendiamo la TV e ci imbattiamo in pubblicità, azioniamo la radio e sentiamo della pubblicità, guardiamo il cellulare e riceviamo messaggi di pubblicità, navighiamo in internet e rimaniamo bombardati dagli avvisi pubblicitari, apriamo un giornale e vi troviamo della pubblicità, compriamo un libro e all'interno incontriamo la pubblicità, usciamo per strada e troviamo della pubblicità sui cartelloni, mura e trasporti pubblici, alziamo gli occhi verso il cielo per fare un sospiro e vediamo degli striscioni pubblicitari volanti, quindi torniamo a casa per stare tranquilli ma troviamo della pubblicità nella nostra casella postale...

E dopo questo qualcuno potrebbe ancora azzardarsi a dire che la nostra non è una società consumista e manipolatrice? Non c'è più istante a questo mondo e spazio in cui non venissimo bombardati dalla pubblicità che ogni volta cerca di convincerci di fare qualcosa, di comprare qualcosa, di acquistare un prodotto, di vestirsi in una certa maniera, di viaggiare in certi posti, di alimentarci con determinati prodotti; e guai se solo ci azzardiamo a pensare di non darle ascolto in quanto arriva la letale frase finale «perché voi valete», al cui sentirla sprofondiamo in un senso di depressione e per convincere noi stessi e gli altri del fatto «che valiamo», corriamo al negozio per acquistare quel determinato prodotto.

Una cosa molto interessante è che la pubblicità non è un elemento tipico della società odierna, perché anche nel passato presso le popolazioni antiche esisteva l'abitudine di incitare i cittadini ad acquistare determinati prodotti o intraprendere certi comportamenti. Un esempio pratico è quello che tuttora si può osservare tra le rovine di Pompei, dove sulle mura di alcune case romane si possono leggere delle scritte che esortavano a votare gli abitanti di allora per un determinato candidato politico. Il primo inserto pubblicitario apparso su un giornale appare nel 1630 e da allora in poi non fa altro che aumentare di numero. Mentre con l'avvento della società industriale vengono create delle tecniche precise per la loro creazione e soprattutto maggiore efficacia.

²³⁰ Ivi., cit., p. 172.

Da allora la pubblicità non ha fatto altro che migliorare e perfezionarsi, diventando oggi un insieme di meccanismi strutturati talmente bene e pieni di fattori nascosti il cui obiettivo è colpire la psiche delle persone, senza che queste ne siano consapevoli, per istigarle a consumare determinati prodotti, ad usufruire di precisi servizi e dare inizio a certi comportamenti attesi. Ecco come la definiscono i libri:

la pubblicità è oggi una vera e propria scienza che si avvale dell'opera di numerosi specialisti sia in campo psico-sociologico che in campo grafico. Il maggior problema per un pubblicitario non è quello di convincere il potenziale acquirente della bontà della merce proposta bensì quello di creare in lui il bisogno di un determinato prodotto. [...], l'informazione utilizzata ai fini pubblicitari pregiudica la libertà di scelta dell'individuo attraverso molteplici e subdoli condizionamenti²³¹.

Gli esperti la definiscono «subliminale»²³² in quanto viene apposta fornita di elementi che vanno a colpire i nostri sensi e percezioni più sottili al livello subcosciente, provocando delle influenze talmente intrinseche che a livello cosciente non si è in grado di catturare e pertanto neanche a controllare. Eppure proprio questo che incide su dei ambiti così profondi, va in fin dei conti a determinare le nostre decisioni, che quindi non vengono prese razionalmente come noi possiamo pensare ma scaturiti da questi elementi interni. Per raggiungere tale fine, molta attenzione viene prestata alla fase della progettazione e poi della successiva realizzazione di una campagna pubblicitaria che si avvale di tutti i mezzi possibili ed immaginabili, in grado di colpire la mente umana e rimanerci impressa il più a lungo possibile: la musica di sottofondo, i colori, le immagini, gli slogan molto brevi ma estremamente incisivi, le continue ripetizioni sono solo alcuni di tali meccanismi.

Di certo, non tutte le pubblicità sono dannose o nocive, perché ci sono anche quelle «sociali» che vengono create per ottenere dei obiettivi altamente morali ed etici e che possano spingere le persone ad intraprendere azioni socialmente utili, ma la loro percentuale è molto ridotta ed i meccanismi adoperati sono sempre gli stessi. Il proposito è quello di creare un «impatto emotivo sugli spettatori»²³³ in maniera da creare determinate riflessioni e successive azioni in proposito. Ecco perché la cosa importante non è stabilire se la pubblicità è buona o cattiva, in quanto occorre vedere l'utilizzo che se ne sta facendo²³⁴.

4.2.2 Internet

²³¹ *Ivi.*, cit., p. 175.

²³² Al fine di avere ulteriori chiarimenti vedi Biancardi F., *I nuovi argomenti. Tematiche di grande attualità per leggere, per riflettere e...*, Napoli 2003, pp. 174-177.

²³³ *Ibid.*, cit., p. 177.

²³⁴ *Ibid.*, p. 177.

Il miracolo più grande della tecnologia e delle innovazioni scientifiche è forse quello di cui andiamo a parlare di seguito: l'internet. Con questo lemma si intende un sistema informatico che accomuna l'insieme di tutte le reti telematiche mondiali collegate tra di loro, grazie alle quali l'umanità ha sviluppato il concetto di un mondo estremamente piccolo. Si tratta di uno strumento straordinario per l'immensità delle cose che vi si possono fare e soprattutto per la grande velocità con le quali si possono fare. Proprio questo strumento ha permesso all'umanità di dimenticarsi di ogni tipo di barriera spazio-temporale e concentrarsi sulla pura comunicazione, diventata ormai non solo accessibile a tutti ma anche estremamente facile.

Non c'è cosa che non si possa fare con internet. Si può comunicare, conversare, chattare, scambiarsi idee ed informazioni in tempo reale con le persone di tutto il mondo, stando da soli o in gruppi. Si può giocare ad una partita di scacchi o a qualsiasi altra cosa con chi si trova dall'altra parte del globo terrestre. Si può andare a lavoro e guadagnare uno stipendio senza però spostarsi da casa. Si può studiare qualsiasi tipo di disciplina e frequentare qualunque tipo di corso senza mai dovere andare a scuola o all'università. Si può divertire guardando un film o un concerto senza recarsi al cinema. Si può fare la spesa, acquistare ogni tipo di prodotto o merce senza muoversi neanche di un centimetro. Si possono pagare le bollette e saldare i conti senza dovere aspettare per ore nelle estenuanti file di persone. Le operazioni commerciali e finanziarie si possono fare con estrema velocità senza dover aspettare tempo inutile. Si può trovare ogni tipo di informazione, leggere qualunque tipo di novità da questa grande banca dati e trovare fonti per i propri interessi e coloro che li condividono stando semplicemente davanti ad uno schermo. Si può creare un sito, avere un blog su cui mettere tutte le informazioni possibili ed immaginabili che poi verranno letti da una moltitudine di persone. Queste sono solo alcune delle cose che si possono fare con internet. Ciò che è chiaro è che si risparmia tempo, spazio ed energie, ottenendo così la possibilità di dedicare più momenti a quello che piace veramente.

4.3 Il rapporto tra i mass media e la politica: il loro necessitarsi a vicenda

Giunti alla seconda parte di questo capitolo, l'obiettivo successivo sarà quello di capire l'insieme delle relazioni che intercorrono tra i nostri politicanti ed i mezzi di comunicazione di massa. Soprattutto, il lavoro sarà mirato a comprendere in che modo i primi utilizzano i secondi per rendere le loro campagne più persuasive ed efficaci e se il modo in cui una notizia od un candidato viene rappresentato possa veramente incidere sulla successiva decisione di voto di un ipotizzabile elettore.

Più volte nel corso del nostro lavoro abbiamo affermato che le campagne elettorali sono uno dei momenti politici più importanti in quanto è dalla loro ottima organizzazione o meno, che dipende il successo e la posizione che andrà ad essere ricoperta da un politico. Proprio per tale motivo esistono gruppi di esperti che si occupano punto per punto delle loro realizzazioni. Affinché una campagna sia efficace, ci sono una serie di procedimenti o passi che bisogna compiere in maniera che essa possa funzionare in modo persuasivo. Generalmente tutto parte dalla scelta di una *issue* ossia della tematica giusta che di solito rispecchia la preoccupazione principale dei cittadini in quel momento, e sulla quale quindi poter andare a fare delle proposte di riforme e cambiamenti. Ma un altro momento estremamente significativo affinché tale campagna risulti efficiente riguarda il modo, il tempo e la quantità con la quale essa viene divulgata dai mezzi di comunicazione di massa. Ed è da qui che traggono origine i rapporti tra la politica ed i media.

4.3.1 La degenerazione della politica in spettacolo

Uno dei tanti effetti della globalizzazione è il cambiamento che si sta manifestando nel diverso approccio che i politici hanno incominciato ad avere nei confronti del governo. Da quanto si sta osservando, per loro la politica si sta trasformando sempre di più in una sorta di gioco grazie al quale potersi divertire e far divertire gli altri. La politica di oggi sta perdendo la serietà e la rigidità di una volta, trasformandosi in una vera arte dello spettacolo. Ma quali sono le cause di tutto ciò?

C'è una percentuale sempre più elevata della popolazione mondiale che ha iniziato ad allontanarsi dalla politica in quanto delusa dalla sua inefficacia e dall'incompetenza dei politici. Quest'ultimi a sua volta nel continuare a fare di tutto per mantenere la propria professione, l'hanno trasformata in uno spettacolo vero e proprio all'interno del quale svolgono la parte dei protagonisti.

Ciò spiega il come mai si è creato un legame così forte tra l'ambito politico e quello televisivo. Si tratta di due sfere che si cercano di influenzare a vicenda per ottenere dei risultati particolaristici. Da un lato sono i politici che utilizzano la grande proliferazione dei media per diffondere le proprie campagne elettorali, i propri discorsi politici o delle semplici notizie su se stessi con un unico obiettivo finale: persuadere i cittadini di certe opinioni o spingere verso certi comportamenti. Nel terzo capitolo abbiamo già parlato infatti di una serie di elementi che i politici sfruttano per persuadere i propri elettori della loro giusta causa e dei loro nobili fini: l'espressione del volto, il movimento del corpo, i gesti delle mani, la voce, il modo di parlare e di sorridere, la personalità, il carattere, il carisma sono tutti elementi che vengono adoperati dai politici per colpire i propri elettori a livello emotivo, impressionarli in senso positivo e suscitare a livello inconscio una serie

di reazioni che andranno a determinare la scelta di voto. E dato che, al giorno d'oggi è sempre più raro vedere che un politico scenda in piazza per parlare con i propri cittadini, al di fuori di poche eccezioni, vengono appunto utilizzati i vari tipi dei mass media per diffondere le loro campagne elettorali, i loro messaggi e i discorsi che loro fanno. Dall'altro lato invece i media parlano dei politici per sembrare più interessanti ed incrementare il pubblico dei telespettatori. L'unico loro obiettivo è quello di fornire al pubblico di elettori o telespettatori una notizia che faccia scandalo, scalpore e che sia seguita dalla maggiore *audience* possibile.

E non serve scavare molto a fondo nella politica italiana per avere delle dimostrazioni pratiche: basta ricordare lo scandalo Rubygate che si è scatenato nel 2010 intorno al Presidente del Consiglio di allora – Silvio Berlusconi – e la minorenni marocchina Karima el Mahroug. Paragonato allo scandalo di Lewinskygate che scoppiò nel 1998 intorno al presidente americano Bill Clinton e la sua stagista Monica Lewinsky, anche lo scandalo di Berlusconi fece il giro del mondo in quanto il Presidente del Consiglio veniva accusato di essere coinvolto nella prostituzione minorile. A differenza però del presidente Clinton che alla fine ammise la propria colpevolezza, la reazione di Berlusconi è stata quella di trasformare lo scandalo in un accaduto sarcastico su cui scherzare ironicamente. Contro di lui venne avviato un processo tutt'ora non concluso, il quale non sembra preoccuparlo più di tanto in quanto è solo uno in più che si è aggiunto alla larga lista di quelli che hanno già visto coinvolto la sua persona, nessuno dei quali però «curiosamente» è mai giunto ad un esito finale. Essere al centro di qualche scandalo è ormai diventata un'usanza abitudinaria di Berlusconi e la quale è entrata ormai a far parte dei tratti della sua personalità.

4.3.1.1 I nuovi obiettivi dei politici

Dunque, l'obiettivo dei nostri politicanti oggi non è quello di arrivare al pubblico degli elettori e convincerli di votare per loro in quanto convinti dell'efficacia e della giustizia dei loro programmi. Al contrario, si cerca di ottenere quelli stessi voti facendo scandalo, uscendo fuori dalle righe, attaccando i propri avversari. Una delle caratteristiche basiche delle campagne contemporanee è l'usanza di discutere, attaccare e parlare negativamente del proprio avversario. Catellani e Sensales osservano che proprio per questo,

Non è un caso che le forme prevalenti della comunicazione politica siano oggi i dibattiti, i faccia a faccia, le interviste, durante i quali i giornalisti mettono in discussione le azioni passate ed i piani futuri dei politici, ed i politici cercano di presentare un'immagine positiva di loro stessi e sminuire quella degli avversari²³⁵.

Rispettando il consiglio fornito dagli psicologi, i politici sanno che a colpire gli elettori non è tanto una notizia positiva quanto quella negativa ed è per questo che negli faccia a faccia con i propri

²³⁵ *Ivi.*, cit., p. 97.

avversari o ogni volta che ne hanno modo, cercano di trovare e svelare davanti a milioni di persone tutti gli scheletri nell'armadio per mettere in difficoltà d'improvviso l'avversario che si ha di fronte.

L'assunto alla base del frequente ricorso a campagne negative è la diffusa convinzione che queste siano efficaci nell'indurre una valutazione negativa dell'avversario e che questa conti più di una valutazione positiva nell'indirizzare il voto; in altre parole, che gli elettori votino più contro un candidato che a favore di un altro²³⁶.

E la bravura di colui che viene attaccato sta nell'abilità e nella capacità di saper difendersi dagli attacchi altrui, proteggere la propria faccia e saper reagire nel modo giusto alle varie provocazioni.

4.3.1.2 Le conseguenze della spettacolarizzazione politica e l'incidenza persuasiva dei media

Di tale maniera oggi gli elettori si sono evoluti in un pubblico di telespettatori che guardano non a dei politici ma a dei personaggi dello spettacolo, in quanto

Nella piazza l'elettore era il cittadino, adesso l'elettore è il telespettatore – “tele-elettore” – abituato al televoto: vota a favore di chi fa spettacolo, chi intrattiene meglio, chi è più visibile, conosciuto e familiare, chi è maggiormente favorito dalla televisione stessa. Televisione che peraltro è sempre più autoreferenziale: in televisione si parla solo dei protagonisti della televisione stessa; gli stessi politici spesso rimangono tali solo se diventano anch'essi delle star della TV, con lo stesso stile di vita delle star²³⁷.

Pertanto si comprende il perché oggi i politici appaiono non solo nei telegiornali, bensì in diversi programmi politici e culturali ma anche nei talk-show ed altre trasmissioni di intrattenimento. Come spiegano Catellani e Sensales, lo spettacolo e la politica hanno una cosa in comune ossia la TV, lo strumento attraverso il quale sono rappresentate. E una delle caratteristiche di tale mezzo è che a colpire non è il contenuto quanto l'immagine. È quest'ultima infatti ad incidere più delle parole. Questo spiega il perché,

Nell'odierna politica mediatizzata la comunicazione è spesso caratterizzata dalla semplificazione, dalla necessità di trasmettere le notizie in tempo breve e a un ritmo predefinito. Nel fare questo, capita che vengano lasciati in ombra temi rilevanti dell'agenda politica e venga invece dedicato ampio spazio a vicende politiche presentate sotto forma di narrazioni, con i leader politici come protagonisti e una grande attenzione per le loro azioni, per le questioni e per i conflitti che li vedono coinvolti, e che si possono concludere con una vittoria o una sconfitta²³⁸.

Quest'ultimi non sempre ci arrivano per interi ma sotto forma di frammenti incisivi i quali sembrano i più piccanti. Si tratta di discorsi semplificati, il più delle volte personalizzati che più che

²³⁶ *Ivi.*, cit., p. 98.

²³⁷ *Ibid.*, cit., pp. 116-117.

²³⁸ Catellani P., Sensales, G. (a cura di), *Psicologia della politica*, Milano 2011, cit., p. 97.

basarsi sulla presentazione dei vari programmi, sono incentrati semplicemente, come abbiamo detto prima, sulla diffamazione dei propri avversari²³⁹.

Anche le immagini sono di primaria importanza. Ad influire sull'elettore da un lato è il modo in cui un politico viene rappresentato, quindi ad incidere è «angolo di inquadratura, luce, colore, forma e collocazione del *setting*, simboli ed altri elementi d'inquadratura, lunghezza delle riprese»²⁴⁰; dall'altro ad influire è anche l'espressione del volto non solo del politico ma anche del giornalista che ne racconta le vicende: «gli elettori sembrano favorire quel candidato nei confronti del quale il giornalista televisivo di parte esibiva espressioni facciali più positive»²⁴¹ poiché l'insieme di tutto ciò era in grado di orientare l'elettore verso certe opinioni piuttosto che altre.

Non a caso proprio per questo motivo in ogni paese del mondo i politici ed i loro partiti si sono spartiti tra di loro i media in modo da avere mezzi di comunicazione di massa che rispettino e riflettano i loro orientamenti politici e le loro ideologie. In Italia tale situazione è visibile molto bene, in quanto i vari canali televisivi ed persino i giornali rispecchiano le diverse ideologie politiche:

A sinistra si considerano non schierati Rai3, La7 e *la Repubblica*. Nel centrosinistra si attribuisce partigianeria a Italia1 e Canale5, mentre al centro tale accusa riguarda Rai3 e La7, ma anche *il Corriere della Sera*. Ancora nel centrodestra e nella destra la valutazione coinvolge Rai3, ma per il centrodestra anche *la Repubblica* e, inaspettatamente, Rete4, mentre sempre per il centrodestra sono considerati non schierati Canale5 e Italia1²⁴².

È ovvio naturalmente che un giornale o un canale di destra non parlerà bene dei politici di sinistra e viceversa quelli di sinistra cercheranno di danneggiare l'immagine di quelli di destra. Questo spiega il perché canali e giornali di orientamenti politici diversi il più delle volte presentano una stessa notizia adoperando *framing* diversi a secondo del proprio orientamento politico e per averne un esempio pratico basta acquistare due giornali di orientamenti politici diversi e si vedrà la differenza con la quale raccontano una stessa notizia.

Ed è proprio questo a costruire una delle più grosse problematiche del nostro tempo, anche i mezzi di comunicazione si sono schierati da una parte o dall'altra, non riuscendo più a trasmettere le informazioni in modo sincero, onesto e neutrale. Anzi già dal modo in cui presentano una notizia, vanno ad influenzare i lettori nell'interpretazione di tale notizia, spingendoli attraverso quindi la manipolazione verso certe interpretazioni piuttosto che altre.

²³⁹ Per altri esempi vedi Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, pp. 143-149.

²⁴⁰ *Ibid.*, cit., p. 118.

²⁴¹ *Ibid.*, cit., p. 119.

²⁴² *Ibid.*, cit., p. 156.

Pertanto che fine ha fatto la nostra libertà di pensiero, se anche le nostre fonti di informazione il più delle volte ci informano, alterando però i contenuti a proprio volere e piacimento. La rilevanza o meno di una notizia oggi viene stabilita a prescindere dai mass media che decidono in base alla loro *agenda setting* lo spazio da dedicare ad una notizia ed il suo parlare o meno sarà di segnale al pubblico sulla sua rilevanza o meno: «un'elevata copertura di un tema da parte dei media determina un'accresciuta importanza percepita del tema e questo a sua volta fa sì che il tema diventi uno standard di giudizio per la scelta di voto»²⁴³. Importante è anche il concetto del *priming* – un meccanismo che serve a presentare degli stimoli per mettere in moto dei ragionamenti – ossia la tecnica secondo la quale i media quanto più spazio dedicano ad una notizia, tanto più costruiscono un parametro di giudizio su chi è al centro di tale notizia.

Ed è anche ovvio che il partito che si trova a capo dei più media, avrà tutte le probabilità di avere più successo in quanto l'impressione che tali mezzi creeranno intorno alla sua persona sarà estremamente positiva e ad essere esaltati saranno i suoi grandi gesti mentre tutto ciò che potrebbe essere compromettente verrà occultato oppure narrato però sotto un'inquadratura particolare.

4.3.1.3 I new media

Ogni tipo di informazione, notizia o scandalo che oggi riguarda i politici quindi, viene ampliata a 360° dalla molteplicità degli strumenti di comunicazione, grazie ai quali gli elettori diventano a conoscenza di tutto e pertanto non solo diventano familiari con tale politico ma si creano delle opinioni al suo riguardo che dopo si manifestano nel momento della decisione del voto:

Il forte flusso di informazioni sui candidati, proveniente da stampa, radio, televisione e Internet, comporta anche che gli elettori siano inondati di fatti, pettegolezzi, citazioni, interviste, immagini e altri segnali variamente rilevanti che essi devono appropriatamente filtrare, codificare, organizzare, ritenere e successivamente ricordare, ma anche valutare e giudicare per fare delle scelte pienamente informate²⁴⁴.

Nell'ultimo decennio i politici hanno ulteriormente accorciato le distanze con i propri elettori, intraprendendo una nuova sfida definita da qualche studioso come Twitter Factor, sviluppatasi con la diffusione dei vari *social media*. Oggi infatti il politico non deve più aspettare di adoperare un mezzo di comunicazione di massa per comunicare con il proprio gruppo di sostenitori. Grazie al successo dei vari blog ed i social network come Facebook e Twitter ognuno compreso i politici, avendo creato un proprio profilo, in qualsiasi istante della propria giornata possono comunicare con milioni e milioni di persone raccontando delle proprie imprese ed azioni.

²⁴³ *Ivi.*, cit., p. 151.

²⁴⁴ *Ibid.*, cit., p. 120.

Questo è un altro elemento che oggigiorno accumuna i politici ai personaggi dello spettacolo. Proprio come sono soliti fare quest'ultimi che aggiornano i propri *fans* su ogni cosa che fanno e ogni spostamento che effettuano, così al giorno d'oggi fanno anche i politici, che di tale maniera in prima persona vanno a raccontare delle loro vicende e fatti. Dunque una comunicazione sui *social media* impegnativa in quanto richiede energia, pazienza e tempo, la quale però risulta essere «fondamentale per mantenere una relazione credibile con il pubblico»²⁴⁵. Un atteggiamento che ha riscontrato grande favore tra il pubblico di elettori che sono cresciuti in gran numero ed i quali sono molto contenti di poter comunicare così facilmente con i loro politici preferiti, quelli stessi che un tempo erano così lontani ed irraggiungibili. Persone che dopotutto non sono tanto diverse in quanto svolgono un mestiere importante ma nella quotidianità non si differenziano dalle persone comuni.

Per fare qualche esempio pratico basta ricordare l'esempio di Beppe Grillo che forse oggi è il primo politico che più di tutti tende a comunicare in prima persona con il popolo italiano ed i propri sostenitori. Proprio lui potrebbe essere definito come l'esempio di un nuovo tipo di politico, un politico globalizzato e super telematico, il quale non fidandosi più né del governo, né dei politici, né dei mass media politicizzati, ha trovato un proprio modo diretto e molto effettivo per parlare con chi lo sostiene. Un metodo apprezzato e valorizzato da quest'ultimi i quali hanno percepito in lui quella sensazione di novità e di freschezza che servirebbe proprio in questo momento alla politica italiana. Prima di vedere un politico, hanno visto in lui un proprio simile che nel mezzo dei problemi attuali, ha cercato di reagire e proporre dei cambiamenti che in qualche modo avrebbero potuto svegliare un po' gli altri suoi colleghi. Un rivoluzionario, un promotore dell'antipolitica o meglio dire di una politica di non partito che di certo nulla ha a che vedere con ciò in cui è precipitata la politica odierna. È stato colui che ha ridato agli italiani, anche se per poco tempo, quel barlume di speranza e fede che veramente potrebbe cambiare qualcosa. Un uomo apprezzato da molti eppure criticato da coloro, che offuscati dai loro principi tradizionalisti e punti di vista conservatori non hanno apprezzato il suo atteggiamento innovativo e rivoluzionario.

Conclusioni

Da quanto abbiamo trattato in questo capitolo, si è potuto verificare che dopotutto la nostra più che una società democratica, sembra essere una società manipolatrice basata su una forma di politica che «vuole che i cittadini e gli elettori siano degli esseri semplici e malleabili, di cui è possibile orientare le scelte attraverso l'uso di determinate parole, di immagini o di formule stereotipate»²⁴⁶.

²⁴⁵ Valeriani A., *Twitter factor. Come i nuovi media cambiano la politica internazionale*, Bari 2011, cit., p. 37.

²⁴⁶ Ballini L., Ridolfi M. (a cura di), *Storia delle campagne elettorali in Italia*, Milano 2002, cit., p. 262.

Da queste prove così concrete, la cui evidenza non può essere messa in discussione in nessuna maniera, sorge una grande quantità di dubbi: siamo veramente nelle buone mani se continuiamo ad essere guidati da politici del genere? Come possiamo fidarci di coloro che dovrebbero fungerci da modello se sono proprio questi che rimangono coinvolti in una immensità di scandali e lo accettano come se fosse una cosa normale. A nostro parere questo è una dimostrazione lampante di quello che si intende al giorno d'oggi con il «degrado della politica».

La società odierna viene criticata per aver perso dei valori e dei ideali etici, ma non è dopo tutto una cosa tanto strana dato il fatto che mancano oggigiorno quei maestri da cui poter imparare tali valori. I nostri politici, andando incontro ad un degrado morale ed etico, concentrano la loro attenzione su delle cose molto futili e passeggere, atteggiamenti che si avevano forse anche nel passato, ma per lo meno quest'ultimi venivano nascosti, mentre oggi è stata cancellata anche ogni ombra di pudore e timore.

Conclusione

Arrivati a questo punto del lavoro è nostro dovere trarre le somme e rivelare i risultati che abbiamo ottenuto e le rispettive conclusioni. Il nostro elaborato fin dall'inizio si era prefissato due obiettivi principali: da un lato l'intento era quello di dimostrare che i livelli di propaganda, persuasione e manipolazione della società in cui viviamo oggi, stanno raggiungendo delle quote sempre più allarmanti e molto preoccupanti in quanto non c'è spazio e tempo in cui la mente degli uomini non sia esposta alla manipolazione; dall'altro la nostra intenzione era quella di denunciare questo problema alle persone ed incitarle a rifletterci di più, in modo da far capire che non bisogna mai abbassare la guardia in quanto la società è strapiena di elementi che sono pronti per essere utilizzati a nostro sfavore. Nell'insieme, il nostro fine era quello di capire se quella di oggi sia veramente una società libera e democratica oppure tale libertà è solo apparente in quanto l'umanità non è mai stata vittima di una manipolazione così forte quanto è quella di oggi.

Nel primo capitolo abbiamo affrontato il tema della globalizzazione, abbiamo cercato di definire questo fenomeno, capire i fattori da cui esso ha tratto origine, i modi in cui si è sviluppato. Attraverso una serie di esempi e definizioni, abbiamo visto la grande ambiguità che si cela intorno a questo fenomeno. Da come si è potuto vedere, la difficoltà nel definire la globalizzazione sta nel fatto che si tratti di un fenomeno che si manifesta in sfere diverse e sotto varie forme. Si tratta di un processo il cui obiettivo è quello di abolire, cancellare e far sparire ogni tipo di barriera spazio-temporale, ogni tipo di impedimento fisico od astratto e tutto per permettere una maggiore comunicazione tra i vari paesi del mondo. Un fine che sul campo economico si riflette attraverso una mondializzazione dell'economia e del mercato internazionale, realizzabile grazie all'abolizione delle varie barriere commerciali; sul piano sociale invece si manifesta attraverso una maggiore comunicazione telematica, resa possibile attraverso i grandi sviluppi tecnologici ed informatici, tra le persone delle varie parti del mondo; sul piano culturale viene intesa sotto un maggiore interagire delle varie culture, il loro confrontarsi e scoprirsi a vicenda. Si tratta quindi di un insieme di cose che a seconda dei punti di vista dai quali possono essere osservati, spiegano la grande ambiguità che avvolge tale fenomeno.

Ma un elemento degno di nota, relativo agli obiettivi che ci eravamo prefissati, è stato il notare di come il fenomeno della globalizzazione abbia trasformato non solo la società in generale e il rapportarsi tra le persone, ma come abbia stravolto anche la sfera della politica. Proprio questo fenomeno così ambiguo ha modificato il modo in cui sia i politici, sia i cittadini hanno incominciato a comportarsi nei confronti della politica. Nel primo caso, è emerso di come oggi sia cambiata la considerazione sulla politica. Quest'ultima non viene più vista come quel sistema che è stato creato

in funzione delle persone. Si è rilevato infatti che a cambiare sono stati i fini della politica: mentre prima era un sistema che serviva a proteggere e salvaguardare gli interessi della gente in funzione dell'aumento del benessere comune, oggi è un sistema che salvaguarda gli interessi di pochi danneggiando quelli di tutti gli altri. La politica non viene più vista come una vocazione con la quale per tutta la vita si promette di lavorare per il bene altrui, anzi è solo una professione, un mestiere come tanti altri e serve a guadagnare denaro, badando solo ai propri interessi.

Per quanto riguarda il secondo caso, la gente vedendo l'andamento degenerativo della politica e di chi ne è al governo, ha rinunciato a crederci, a volerci partecipare in quanto vista come un sistema corrotto, sporco in cui a valere non sono i principi morali ed etici ma regole economiche. La conseguenza di ciò è la nascita dell'antipolitica o della politica di non partito. È meglio infatti essere privi di una politica, che averne una come quella contemporanea.

La gente così è rimasta e rimane tutt'ora delusa dal suo continuo degrado, ma soprattutto dall'atteggiamento amorale e spudorato dei politici. Quest'ultimi, dopo tutto questo, non solo continuano a pretendere di partecipare alla politica ma chiedono anche di votare per loro e darli di tale maniera il diritto di governarci. E per raggiungere ciò, fanno ricorso ad una molteplicità di elementi, definiti fattori nascosti che vengono utilizzati contro la mente umana senza che questa ne sia consapevole per determinare un insieme di azioni, comportamenti ed atteggiamenti non giusti bensì utili. Proprio nella società globalizzata di oggi si cerca di trasformare le persone in dei esseri passivi che non reagiscano e non protestano ma accettano tutto ciò che li viene dato e nel modo che li viene dato per mezzo di una serie di meccanismi psicologici nascosti che vanno ad incidere sul loro subconscio.

Dunque, in quella che apparentemente dovrebbe essere una società democratica, in realtà i livelli di manipolazione sono estremamente alti. Problema che un sempre maggior numero di intellettuali ha iniziato a denunciare eppure la maggior parte della popolazione mondiale è all'oscuro di tutto ciò. Ecco perché abbiamo sentito il bisogno non solo di raccontarlo ma anche di incitare le persone a difendere la propria libertà di pensiero cercando di sottrarsi a tale manipolazione.

In particolare, affrontando il tema della politica abbiamo focalizzato l'attenzione sui politici e sulle campagne elettorali per vedere quali sono i meccanismi occulti che vengono adoperati per spingere le persone a votare e soprattutto per un candidato piuttosto che per un altro. A tale proposito partendo dalla nascita delle campagne elettorali, tema affrontato nel secondo capitolo, siamo arrivati ad analizzare quelle dell'età contemporanea, incentrando la nostra attenzione sui suoi

meccanismi nascosti tramite i quali noi elettori ogni volta veniamo spinti verso dei comportamenti non sapendone spiegare le cause.

Analizzando tali strumenti nel terzo capitolo, siamo giunti a comprendere che esistono un'immensità di elementi intrinseci che senza che noi ne siamo consapevoli, vanno a colpire la nostra mente, creando dei impulsi che poi in seguito ci fanno comportare in un determinato modo. Tali elementi sono molteplici: il modo di parlare dei politici, il suono, il timbro, il tono della voce, il volto e la sua espressione, il corpo ed i suoi movimenti, il carattere, il carisma e la personalità sono tutte cose che entrano in gioco nella tattica della manipolazione ed i quali i politici adoperano essendo a conoscenza del loro valore.

Lo scopo di quest'ultimi infatti non è colpire la razionalità dei elettori quanto il loro livello emotivo, poiché è stato dimostrato che un elettore è prima di tutto emotivo e solo dopo razionale. Pertanto colpire l'emotività dell'elettore è la tecnica giusta per manipolarlo ed ottenere il risultato auspicato in quanto, ogni volta che l'emotività si scontra con la ragione, a vincere è sempre la prima. Pertanto la conclusione che ne deriva e che costituisce una risposta ad una delle domande che ci eravamo posti all'inizio, è che per quanto noi non riteniamo di essere razionali, a determinare le nostre scelte è un insieme di meccanismi che si attivano e della cui funzione non siamo in grado di essere consapevoli coscientemente.

Oltre però alla moltitudine dei fattori nascosti, ci sono anche altri tipi di strumenti che i politici usano per manipolare noi elettori e le nostre scelte elettorali. Il quarto capitolo è stato dedicato all'analisi di tali strumenti: abbiamo cercato di decifrare il modo in cui i mass media contribuiscono nella manipolazione della mente delle persone. La proliferazione di quest'ultimi è stata talmente grande che ogni suo tipo e strumento viene usato per fini persuasivi. È stato pertanto scoperto che anche quest'ultimi costituiscono uno degli strumenti di manipolazione principale in quanto il loro scopo non è informare le persone in maniera neutrale bensì presentare tutto sotto inquadrature interpretative diverse a seconda del risultato che si vuole ottenere.

Pertanto da tutte queste prove che si hanno ricavato, possiamo fornire delle risposte alle nostre domande iniziali. Anche se viviamo nel XXI secolo, all'interno di una società democratica e liberale che ha raggiunto i massimi livelli di civilizzazione, ciononostante non siamo liberi così come apparentemente può sembrare. Come affermava lo studioso americano R. Dahl, una società democratica tende a valorizzare gli individui come cittadini mentre la società globalizzata d'oggi ed il sistema capitalistico su cui è basata tendono a considerare gli individui solamente come dei

consumatori di beni e servizi²⁴⁷. Proprio per questo ci sono infatti una serie di meccanismi che quotidianamente in ogni istante della nostra giornata vanno a colpire la nostra psiche ed il nostro livello emotivo, senza che noi ne siamo consapevoli ed i quali vanno a scaturire una serie di impulsi e stimoli che a sua volta vanno non solo ad incidere ma a determinare la maggior parte delle scelte che noi facciamo. E coloro che dovrebbero essere i nostri mentori, maestri, esempi di comportamento etico e morale, sono i primi che tendono ad imbrogliarci per ottenere dei risultati strumentalizzati a massimizzare solo degli interessi personali.

Ecco perché è di fondamentale importanza riflettere su questo problema, cercare di capire i metodi attraverso cui funziona e trovare le vie giuste per difenderci. E soprattutto ancora più rilevante è parlare di questo problema agli altri, proprio come noi abbiamo fatto con il presente lavoro; denunciare la gravità di questo fenomeno a coloro che non sono stati o non sono in grado di accorgersene di tale pericolo di manipolazione ed impegnarsi a proteggersi, per non diventare delle semplici pedine passive nelle mani di una società basata sulla demagogia, e per non sprecare energia e tempo per favorire ed aumentare gli interessi degli altri ma non quelli propri.

La gente della nostra epoca deve svegliarsi dal sogno artificiale nel quale è stata indotta di proposito e cercare di reagire per migliorare il proprio benessere e quello dei propri figli. Ed i lavori come questi, devono fungere da sveglia o da allarme: il loro compito è avvisare, finché si è ancora in tempo, di dare ascolto a quel bisogno naturale che ci spinge verso la novità, il cambiamento, il perfezionamento in quanto siamo noi che dobbiamo essere i fautori delle nostre vite e del nostro destino. Non dobbiamo permettere agli altri di controllarci e manipolarci in quanto siamo in grado non solo di farlo personalmente, ma unendo le proprie forze siamo capaci di creare tutti i presupposti per una proficua e pacifica convivenza civile. Ma al fine di raggiungere tale scopo, dobbiamo diventare più scettici nei confronti della realtà circostante e comprendere che è di basilare importanza iniziare a prendere coscienza di ciò che ci circonda intorno ed incominciare ad essere più responsabili e coscienti delle scelte che facciamo, perché se caso mai non dovessimo farcela, non osiamo neanche immaginare dove andrebbe a precipitare la nostra società e la fine che vi faremo.

²⁴⁷ Campus D., Pasquino G., *Maestri della scienza politica*, Bologna 2004, p. 43.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AUGÉ, M. (2009), *“Nonluoghi”*, Elèuthera, Milano.
- BALLINI, P. L. (1988), *“Le elezioni nella storia d’Italia dall’Unità al fascismo”*, il Mulino, Bologna.
- BALLINI, P. L., RIDOLFI, M. (a cura di), (2002), *“Storia delle campagne elettorali in Italia”*, Mondadori, Milano.
- BARBERA, A., Prefazione a GARDINI, G. (1996), *“La disciplina delle campagne elettorali”*, Cedam, Padova.
- BENTIVEGNA, S. (1997), *“Al voto con i media: le campagne elettorali nell’età della TV”*, La Nuova Italia Scientifica, Roma.
- BETTINELLI, E. (1995), *“Par condicio. Regole, opinioni, fatti”*, Einaudi, Torino.
- BHAGWATI, J. (2005), *“Elogio della globalizzazione”*, Laterza, Bari.
- BIANCARDI, F. (2003), *“I nuovi argomenti. Tematiche di grande attualità per leggere, riflettere e...”*, Edizioni Manna, Napoli.
- BOBBIO, N., PASQUINO, G., MATEUCCI, N. (1983), *“Dizionario di politica”*, Torino.
- BOJKO, O. D. (2010), *“Polityčne manipuljuvannja”* [Manipolazione politica], Kiev.
- CAMPUS, D., PASQUINO, G. (2004), *“Maestri della scienza politica”*, il Mulino, Bologna.
- CARANTI, E. (1954), *“Sociologia e statistica delle elezioni italiane nel dopoguerra”*, Studium, Roma.
- CATELLANI, P. (2011), *“Psicologia politica”*, il Mulino 2. ed., Bologna.
- CATELLANI, P., SENSALLES, G. (2011), *“Psicologia della politica”*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- CHOMSKY, N. (2005), *“La democrazia del grande fratello. Un indispensabile antidoto alla TV e alle bugie dei media”*, Edizioni Piemme S.p.a., Milano.
- CHOMSKY, N., HERMAN, E. D. (2006), *“La fabbrica del consenso. La politica ed i mass media”*, il Saggiatore S.p.A., Milano.
- CHRIST, K. (2003), *“Breve storia dell’impero romano”*, il Mulino, Bologna.
- CORBETTA, P., PARISI, A. M. L., SCHADEE, H. M. A. (1988), *“Elezioni in Italia. Struttura e tipologia delle consultazioni politiche”*, il Mulino, Bologna.

- DE MARTINO, S. (2006), *“Storia d’Europa e del mediterraneo. Il mondo antico. Sez. 1., La preistoria dell’uomo. L’Oriente mediterraneo. Vol. 1., Dalla preistoria alla storia”*, Salerno Editrice, Roma.
- DE MARTINO, S. (2006), *“Storia d’Europa e del mediterraneo. Il mondo antico. Sez. 1., La preistoria dell’uomo. L’Oriente mediterraneo. Vol. 2., Le civiltà dell’oriente mediterraneo ”*, Salerno Editrice, Roma.
- FEENSTRA, R. C., TAYLOR, A. M. (2009), *“Economia internazionale. Teoria e politica degli scambi internazionali”*, Ulrico Hoepli, Milano.
- FOA, V., MONTEVECCHI, F. (2008), *“Le parole della politica”*, Einaudi, Torino.
- FRASCHETTI, A. (2003), *“Storia di Roma. Dalle origini alla caduta dell’impero romano d’Occidente”*, Edizioni del Prisma, Catania.
- GIDDENS, A. (2007), *“L’Europa nell’età globale”*, Laterza, Bari.
- HAMPSON, N. (1969), *“Storia e cultura dell’illuminismo”*, Laterza, Bari.
- HELD, D. (2005), *“Governare la globalizzazione. Un’alternativa democratica al mondo unipolare”*, il Mulino, Bologna.
- HINRICHS, E. (2001), *“Alle origini dell’età moderna”*, Laterza, Bari.
- HIRST, P., THOMPSON, G. (1997), *“La globalizzazione dell’economia”*, Editori Riuniti, Roma.
- LAKOFF, G. (2009), *“Pensiero politico e scienza delle mente”*.
- LEVACK, B. P. (2008), *“La caccia alle streghe in Europa agli inizi dell’Età moderna”*, Laterza, Bari.
- LEVI, M. A. (1969), *“L’ellenismo e l’ascesa di Roma”*, UTET, Torino.
- MANKIW, N. G. (2007), *“L’essenziale di economia”*, Zanichelli, Bologna.
- MARAVALL, J. A. (1985), *“La cultura del Barocco”*, il Mulino, Bologna.
- MARTINI, F. (2008), *“Archeologia del Paleolitico: storia e culture dei popoli cacciatori-raccoglitori”*, Carocci, Roma.
- MELETTI BERTOLINI, M., FOCHER, F. (2004), *“Etica e politica. Saggi in memoria di Ferruccio Focher”*, Angeli, Milano.
- MILTON EDWARDS, B. (2010), *“Il fondamentalismo islamico dal 1945”*, Salerno editrice, Roma.
- MORRISSON, C. (2007), *“Il mondo bizantino. L’impero romano d’Oriente 330-641”*, Einaudi, Torino.
- ORTOLEVA, P., REVELLI, M. (1993), *“Storia dell’età contemporanea. Dalla seconda rivoluzione industriale ai giorni nostri”*, Mondadori, Milano.

- PASQUINO, G. (a cura di), (1995), *“La politica italiana. Dizionario critico 1945-1995”*, Laterza, Bari.
- PICCINNI, G. (2007), *“I mille anni del Medioevo”*, Mondadori, Milano.
- PIRETTI, M. S. (1995), *“Le elezioni politiche in Italia dal 1848 a oggi”*, Laterza, Bari.
- POLITKOVSKAJA, A. (2005), *“La Russia di Putin”*, Adelphi Edizioni S.p.A., Milano.
- PRATKANIS, A. R., ARONSON, E. (2003) *“L’età della propaganda. Usi e abusi quotidiani della persuasione”*, il Mulino, Bologna.
- RIDOLFI, M. (2000), *“Nel segno del voto. Elezioni, rappresentanza e culture politiche nell’Italia liberale”*, Carocci, Roma.
- ROKKAN, S. (1982), *“Cittadini, elezioni, partiti”*, trad. it. di Piero Ignazi, il Mulino, Bologna.
- ROMERO, F. (2009), *“Storia della guerra fredda. L’ultimo conflitto per l’Europa”*, Einaudi, Torino.
- SHUGART, M. S., CAREY, J. M. (1995), *“Presidenti e assemblee. Disegno costituzionale e dinamiche elettorali”*, il Mulino, Bologna.
- SOLOV’EV, V. (2011), *“Manipuljicii”* [Manipolazioni], Moskva.
- TRAVAGLIO, M. (2006) *“La scomparsa dei fatti. Si prega di abolire le notizie per non disturbare le opinioni”*, il S.p.A., Milano.
- VALERIANI, A. (2011), *“Twitter factor. Come i nuovi media cambiano la politica internazionale”*, Gius. Laterza & Figli Spa, Roma-Bari.
- WESTAD, O.A. (2007) *“The global cold war”*, Cambridge University Press, New York.
- WESTEN, D. (2008) *“La mente politica. Il ruolo delle emozioni nel destino di una nazione”*, il Saggiatore S.P.A., Milano.

