

## Politica online: nuovi spazi di partecipazione collettiva

di **Francesca Veltri**



Quando si parla di politica, a qualsiasi livello, si fa generalmente una distinzione istintiva fra ciò che è di interesse pubblico, collettivo, e ciò che costituisce il privato, la sfera individuale e finanche intima di ciascuno. Allo stesso modo, quando l'oggetto del discorso è internet – ed in particolare il sottoinsieme dei suoi nodi che costituiscono il cosiddetto *world wide web*, la “tela grande quanto il mondo” (Gallino 2000) – uno dei primi concetti che vi si associa è quello di ‘virtuale’, non tanto nel senso di ‘irreale’, quanto piuttosto nell’accezione di una diversa sfumatura di realtà, contrapposta a ciò che è

fisico, concreto, tangibile. Tuttavia, se proviamo ad analizzare la pratica della politica e quella dell’uso di internet, vediamo i concetti mescolarsi, le dicotomie assumere un aspetto meno rigido, scivolare insensibilmente le une nelle altre, in uno spazio dai contorni indefiniti dove i bisogni individuali possono assumere l’aspetto di interessi comuni e viceversa, le discussioni meramente telematiche avere delle ricadute concrete e gli episodi concreti dare origine a dibattiti virtuali, in un muoversi incessante dall’uno all’altro polo. Tutto ciò assume un aspetto evidente quando le due aree si intersecano, e si prova a ragionare sull’uso politico del web nelle sue varie sfaccettature, avendo come punti di riferimento proprio le coppie ‘pubblico/privato’ e ‘virtuale/reale’, attraverso le quali tentare di avvicinarsi a quell’entità indefinibile, priva di confini e caratteristiche precise, e tuttavia politicamente sempre più rilevante, che è oggi nota come ‘popolo della rete’. Chiedendosi anche come l’intreccio tra politica e web influisca sul concetto di partecipazione politica nelle società contemporanee.

### 1. La rete, tra pubblico e privato

Esiste da sempre un confine fra spazi pubblici e privati, fra la piazza e la casa, l’agorà e la stanza, il luogo di lavoro e quello del riposo, della solitudine, della vita intima. In alcuni casi questo confine può essere forzato, o cancellato, come accade per chi vive un’eterna ribalta priva di retroscena – celebrità, personaggi dello spettacolo, uomini politici che vedano la propria privacy violata dai paparazzi, oppure gli ospiti delle istituzioni totali (carcerati, pazienti psichiatrici, ecc.). Per la maggioranza, tuttavia, il problema è spesso l’opposto: la difficoltà a superare il confine del privato, la chiusura che esso può rappresentare, la sensazione di essere tagliati fuori dai luoghi dove si prendono le decisioni, o anche solo dove si discute e si elaborano nuove idee, valori, proposte. Le mura che difendono il proprio privato sono una forma di protezione, di sicurezza, ma

anche un potenziale impedimento, un ostacolo, una barriera fra sé e gli altri, fra sé ed il mondo. Questa sensazione sembra acuirsi progressivamente negli ultimi trent'anni. Gli spazi tradizionali di socializzazione extra-familiare, sia borghesi che popolari – i caffè, le borgate o le piazze dei paesi, le 'case del popolo' o gli oratori delle chiese – perdono gradualmente le loro caratteristiche, investiti dalla crescente urbanizzazione, e finiscono gradualmente per essere sostituiti da locali di semplice intrattenimento, da quartieri dormitorio, ecc.; i tempi di lavoro, i ritmi di vita all'interno di città dove gli spazi sono ampi e gli spostamenti richiedono già di per sé una significativa quantità di tempo, sembrano incompatibili con la possibilità di incontrarsi regolarmente per scambiarsi opinioni ed idee. Dinamiche lavorative sempre più precarie legate alle trasformazioni del post-fordismo finiscono per fare sì che i luoghi di lavoro, pur assorbendo una grande parte della quotidianità, non arrivino a diventare degli spazi di comunicazione e di elaborazione di idee a carattere sociale e politico; l'incertezza del futuro professionale spinge inoltre a spostamenti frequenti, che accentuano la fatica di creare e mantenere legami interpersonali. La crisi delle grandi narrazioni ideologiche e la fine dei partiti di integrazione di massa si accompagna, per altri versi, alla riduzione delle sezioni locali di partito e dei loro comitati o circoli, ossia dei luoghi in cui si era svolta larga parte della socializzazione politica italiana negli anni successivi al secondo dopoguerra.

In parallelo a questo processo, che negli anni sembra portare ad un graduale ridursi della dimensione pubblica e ad un progressivo ripiegamento nel privato, se ne impone tuttavia un altro, che pare andare in direzione opposta: la crescente diffusione dei mass-media nelle case private, in particolare per ciò che riguarda, a partire dagli anni sessanta, il boom delle televisioni. L'arrivo delle televisioni nelle case sembra infrangere la barriera del privato, abbattere le quattro mura dentro cui si vive la propria intimità, per farvi entrare dentro il resto del mondo (Meyrowitz 1985, ed. it. 1993). Attraverso la televisione, si è in quotidiano contatto con ciò che è esterno al proprio territorio (Goffman 1956, ed. it., 1997), con l'altro da sé, sia che si tratti di eventi politici, di violenze, guerre, catastrofi naturali, oppure di film e di fiction che cercano di rappresentare più da vicino possibile gli oggetti descritti. Nascono i *reality*, la possibilità di osservarne i protagonisti fin nella sfera più intima e personale della quotidianità. Il web accentuerà ulteriormente questo fenomeno, facendo sì che il confine fra pubblico e privato diventi ancora più labile. In effetti, a differenza della televisione, che prevede un ascolto passivo da parte del telespettatore, internet apre ai suoi utenti la possibilità di contraccambiare il messaggio, quindi non più solo di ascoltare un racconto altrui, ma di raccontarsi in prima persona, di aprire agli altri la propria intimità così come gli altri fanno con lui. Le difficoltà di comunicazione legate alla mancanza di tempo, o di costi, si attenuano enormemente, proprio perché ci si collega da casa, a prezzi estremamente inferiori a quelli telefonici, o in molti casi dal luogo di lavoro, quindi gratuitamente, ed a parità di costo è possibile mettersi in contatto con altri individui sparsi in tutto il mondo, tenere un contatto quotidiano con i propri amici indipendentemente da dove essi si trovino, comunicare loro in tempo reale ciò che succede, stabilire nuovi rapporti al di là dei problemi di tempo e di spazio. Questo processo è stato registrato come un'esplosione dei confini, quasi un loro annullamento: *"La casa, il luogo più intimo della sfera privata, è esplosa nell'epoca televisiva, ed oggi reti telematiche, telefoni mobili, schermi al plasma, rappresentano il nostro ambiente, ci circondano in ogni luogo e in ogni tempo, senza più differenza tra interno ed esterno"* (Tursi 2011, p. 71).

In realtà, la differenza fra interno ed esterno per certi versi esiste ancora, solo che non è più definita da un confine fisico, come poteva essere quello delle quattro mura. Oggi gli ostacoli alla percezione sono costruiti ad arbitrio del soggetto che se ne circonda: siamo noi a stabilire dove finisca l'interno ed inizi l'esterno, e quanti livelli essi abbiano. Basti pensare ai *social network* (facebook, twitter, ecc.), dove si può decidere di comunicare una notizia, un'immagine, un pensiero solo a pochi intimi od all'intero web, dove si può oscurare le immagini o le idee che provengono da qualcuno che non si vuole ascoltare, ed altresì selezionare le proprie amicizie includendo od escludendo individui a seconda delle contingenze. Chi viene oscurato, escluso dal contatto, resta "fuori", all'esterno di una cerchia tracciata invisibilmente, ma in modo netto. Ovviamente controllare questi limiti non è facile, proprio perché la responsabilità pertiene al singolo, che può lasciarsi sfuggire parte della sua intimità più all'esterno di quanto non vorrebbe e poi cambiare idea, non potendo comunque tornare più indietro, perché ormai, anche se tenta di cancellarlo, il messaggio appartiene al web e non più al suo autore.

Queste dinamiche di interazione continua e complessa fra pubblico e privato hanno ovviamente anche delle ricadute politiche, influenzando sia la cosiddetta partecipazione politica latente che quella manifesta (Pasquino 1997, Raniolo 2002). La prima copre un'area generalmente assai più ampia ed indefinita della seconda, dato che vi rientrano tutti quegli atteggiamenti che indicano coinvolgimento ed interesse verso la vita politica, pur senza implicare un'azione diretta al suo interno: leggere, informarsi, ascoltare, venire a conoscenza di ciò che fanno gli attori politici, discuterne con altri, ecc. La seconda forma di partecipazione presenta al contrario degli aspetti più precisi e definiti, che vanno dall'esprimere un voto all'isciversi ad un partito, dal prendere parte ad una manifestazione di protesta fino a candidarsi direttamente alle elezioni.

La partecipazione latente, in alcuni luoghi della rete, appare strettamente collegata al binomio pubblico/privato. Pensiamo ad esempio ai forum tematici, realtà tutto sommato poco note, visto che, quando si parla di 'politica 2.0' si pensa istintivamente ai *social network*, che sono stati in grado di mobilitare milioni di utenti e di attirare l'attenzione sulla telematica assai più di quanto non fosse accaduto in passato, o al limite ai *blog*. Tuttavia, sullo sfondo di questi strumenti più visibili, il web resta costellato da una fitta rete di vere e proprie comunità virtuali nate su temi specifici, sia culturali (la musica, il fumetto, la cucina, la letteratura, l'informatica, internet stesso, ecc.,) che sociali (l'adozione, l'handicap, la genitorialità, l'orientamento sessuale, il mondo femminile, la procreazione medicalmente assistita, la malattia, ecc.).

Chi raggiunge questi forum lo fa in genere per condividere passioni o problemi con qualcuno che ne sia a sua volta coinvolto, per ricevere consigli o aiuto. Soprattutto (ma non solo) nel caso di tematiche di tipo sociale, le dinamiche di frequentazione dei forum presentano generalmente un andamento di questo tipo: si arriva, ci si presenta, spesso solo per chiedere un supporto tecnico (come risolvere un problema burocratico, come affrontare una certa terapia, quali siano i centri migliori cui rivolgersi, ecc.); c'è chi si ferma a questo livello, e ottenuto il parere sparisce o ricompare sporadicamente. Al contrario, altri, conquistati dal fatto di essere circondati da gente che condivide esperienze simili – ciò di cui spesso si sente la mancanza nel quotidiano – restano, tornano regolarmente, iniziano a parlare di sé, a confidare aspetti sempre più personali e delicati della propria vita. Allo stesso tempo, con l'aumentare della fiducia e della confidenza reciproca, aumenta il desiderio di parlare anche di altro, che non sia collegato così strettamente alla

problematica di partenza: aspetti di costume, interessi vari, ed ovviamente ciò che riguarda tutti, la politica. Nascono così, accanto alle sezioni del forum strettamente tecniche, altre 'private', cui possono accedere in lettura solo gli utenti che ne facciano esplicita domanda, ed a determinate condizioni (in genere avere un certo numero di messaggi all'attivo, quindi essere 'persone conosciute'), ed altre sezioni al contrario generaliste, dove si parla di tutto, e dove fra gli argomenti più frequenti si trovano proprio quelli a carattere politico. Spesso vi si accendono anche discussioni intense, proprio perché l'essere accomunati da una stessa problematica non significa comunque avere esperienze simili, od opinioni simili: si possono avere livelli di studio differenti, professioni diverse, essere di destra o di sinistra, religiosi od atei, ecc. Si può essere marxisti o liberisti, liberali o fascisti. E questo rende più vivaci gli scambi di posizioni, richiedendo a volte la presenza di una moderazione, che in altri casi si preferisce rifiutare in nome di una maggiore libertà di pensiero e di parola.

Ovviamente anche nei forum, come più in generale negli altri spazi del web, gli utenti più rappresentati sono quelli che hanno un titolo di studio più elevato od un reddito medio-alto. Tuttavia, negli ultimi anni si registra una crescita, sia pure debole ma continua, nell'uso della rete anche da parte di fasce sociali più svantaggiate (Livraghi 2011). Del resto, è sufficiente frequentare abbastanza a lungo alcuni forum, soprattutto su temi specifici come infertilità, malattia, adozione, per osservare come la speranza di trovare sollievo e sfogo a problemi che non hanno classe sociale spinga sempre più gente a prendere coraggio e ad inserirsi in un universo dominato dalla parola scritta, che a volte, soprattutto agli inizi, può per molti costituire un ostacolo. Accanto a docenti ed impiegati compaiono colf e casalinghe, ma anche piccoli imprenditori, precari, mondi diversi che difficilmente sarebbero venuti a contatto così ravvicinato nel reale. Accanto ad interventi scritti impeccabilmente ne compaiono altri dove gli errori di ortografia sono frequenti, dove il concetto fa fatica ad essere formulato, senza per questo che si rinunci ad esprimerlo. All'interno dei forum si condividono lutti, si parla delle pagelle dei figli, ci si interroga su aspetti assai intimi della propria quotidianità, ed allo stesso tempo si litiga sulla crisi finanziaria, sulle manovre economiche, sulle scelte del governo. Gli utenti regolari, che in genere vi si trovano da anni, acquistano gradualmente maggiori capacità espressive ed anche dialettiche, modificano le proprie posizioni, si aprono a nuovi punti di vista. Oppure se ne vanno. Interno ed esterno si intrecciano pur restando ben definiti, anzi, definendosi sempre di più via via che si moltiplicano le presenze e arrivano 'i nuovi' che potrebbero entrare a far parte della comunità, ma anche passare da lì per caso, o addirittura presentarsi sotto mentite spoglie (*fake*), solo per fare provocazione (i cosiddetti *troll*) o per spiare non visti le vite altrui (i lurkers, letteralmente 'guardoni').

All'interno di queste comunità virtuali, la partecipazione politica latente si presenta come un fenomeno frequente, spesso strutturato da codici impliciti ed espliciti di linguaggio e di comportamento legati alla reciproca frequentazione di lungo corso, tuttavia ciò non toglie che essa fiorisca anche al di fuori, in forme diverse. Sui quotidiani *online* più diffusi è ad esempio diventata prassi comune dare la possibilità ai lettori di commentare le notizie principali. In questo caso, più che di discussioni, di scambi di opinioni, si tratta di sfogare liberamente i propri pensieri, perché gli utenti non si conoscono, ed i messaggi diventano velocemente decine o anche centinaia riempiendo intere pagine, così che, quando si obietta ad un altro commento, spesso chi è l'oggetto della critica non farà in tempo ad accorgersene od a ribattere a sua volta. Anche in questo caso, il bisogno di comunicare in prima persona cosa si pensa è evidente, ed a farlo, come nei forum, sono persone

provenienti da molteplici storie ed esperienze, che spesso citano episodi personali a sostegno delle proprie idee.

Questo bisogno di esserci, di essere letti, di essere visti, di essere ascoltati, è una costante fra coloro che usano regolarmente il web. Lo si osserva con evidenza ancora maggiore sui *social network*, ad esempio su facebook. La maggior parte dei profili, attraverso fotografie ed aggiornamenti quotidiani di status, offre descrizioni continue di ciò che l'utente è, fa, pensa, desidera. Di ciò che gli piace e di ciò che non sopporta. Su facebook si ride, si commenta, si gioca, ci si conosce, si litiga, si soffre, senza neppure la protezione (più o meno illusoria), che nella maggior parte degli altri spazi viene offerta dall'uso di *nickname* al posto del nome proprio, visto che per meglio essere rintracciati si è presenti con nome, cognome, immagini di sé e della propria vita. È stata coniata, a questo proposito, l'efficace definizione di *look-at-me generation*: *“La look at me generation entra nella sfera pubblica imponendo l'utilizzo di alcune tecnologie e l'adozione di determinati stili. Ma riesce ad imporre anche i propri bisogni e di conseguenza ad orientare le scelte politiche ?”* (Tursi 2011, 82).

In risposta a questa domanda c'è da dire, prima di tutto, che ormai è difficile se non impossibile parlare di un'unica generazione presente sul web. Secondo le indagini statistiche di Audiweb (Marra 2011) la fascia di utenti fra gli 11 ed i 25 anni rappresenterebbe circa un 15% del totale, mentre quella fra i 25 ed i 44 anni coprirebbe circa un 67%. Le percentuali di utilizzo calerebbero di nuovo drasticamente nella fascia 55-74, per poi diventare praticamente assenti oltre i 74 anni. Questi dati, con lievi differenze, sono confermati anche dalle ricerche di Eurisko (Livraghi 2011), che confermano come la maggioranza di utenti del web sia costituita da “giovani adulti”, che hanno anche più possibilità di collegarsi dal luogo di lavoro. Il web ospita dunque non solo soggetti che provengono da mondi sociali diversi (quindi con bisogni e rivendicazioni differenti), ma anche da età ed esperienze di vita lontane, sebbene anagraficamente la distanza non appaia così profonda come può esserlo nella pratica. Basti pensare all'inevitabile gap fra un ultraquarentenne che abbia già figli ed un lavoro relativamente stabile (magari con la paura di perderlo), un trentenne che il lavoro non riesce a trovarlo se non precario e privo di tutele, e di conseguenza esita a formarsi una famiglia, un ventenne che non ha ancora finito gli studi, un adolescente che va a scuola e vive con i genitori. Ciò che accomuna tutte queste individualità, al di là delle fratture, non è tanto un'uniformità di interessi ed esigenze, che sono ovviamente frammentate in sub-universi più o meno reciprocamente comunicanti, quanto proprio il bisogno di comunicare se stessi ed i propri pensieri ad una platea maggiore di quella che la quotidianità non permetterebbe.

*Look-at-me* finisce allora per assumere un'enorme molteplicità di significati. C'è chi – in particolare fra gli adolescenti – comunica quasi solo fisicamente, attraverso il linguaggio del corpo, dei vestiti, della fisicità, mettendo fotografie su fotografie, filmati su filmati che lo riguardano in prima persona; e c'è chi chiede invece attenzione verso ciò che scrive, che pensa, che lo irrita o lo preoccupa. Proprio attraverso interventi di questo tipo, anche sui *social network* affiora la politica, diventandovi una presenza sempre più costante e vivace. Su facebook, ad esempio, al di là della presenza intensiva di immagini private, della comunicazione del sé alle diverse cerchie che ciascun utente si costruisce intorno – esterno, ancora più esterno, interno, ancora più interno – gli affari 'pubblici' vengono richiamati ogni giorno da quella parte di utenti che vi posta interi articoli, immagini non solo personali ma politiche, informazioni e filmati a partire dai quali iniziare discussioni accese,



articolate e complesse. Si discute, ma prima e più ancora si fa informazione e contro-informazione, il cuore stesso di ciò che in precedenza abbiamo definito come partecipazione politica latente, ossia la capacità di farsi delle idee a partire dalla lettura o dall'ascolto di notizie, per poi decidere di tradurle – o meno – in comportamenti politici manifesti.

Abbiamo fino ad ora utilizzato come punto di riferimento la coppia di concetti 'pubblico/privato' per parlare di come gli spazi del web arrivino a diventare veri e propri 'vivai' di potenziale attività politica diretta. Affrontiamo adesso quest'ultima, richiamando l'altra coppia di concetti cui abbiamo accennato all'inizio, ossia 'virtuale/reale'.

## **2. Gli incerti confini e l'interazione tra virtuale e reale**

Che il web abbia un effetto sui comportamenti politici, non solo virtuali e latenti ma anche fisici e manifesti, sembra ormai assodato e perfino ovvio. Le immagini della cosiddetta Primavera araba, delle manifestazioni dei giovani che hanno scosso il Nord Africa, sono ancora vive nella memoria comune a quasi un anno di distanza. Quando vi si pensa, istintivamente si pensa anche al ruolo giocato da internet nel favorirle, sia come strumento organizzativo – ossia come mezzo di contatto fra militanti, di coinvolgimento di semplici simpatizzanti del movimento, come supporto alla gestione logistica delle azioni di protesta – ma anche come potentissimo mezzo di informazione per spezzare l'isolamento internazionale dei manifestanti, per mostrare al mondo quello che stava accadendo, per denunciare violenze ed allo stesso tempo per valorizzare l'importanza della propria azione. Senza la possibilità di essere ascoltati, di essere visti, di ricevere sostegno dall'esterno, l'impatto della primavera araba sarebbe stato probabilmente meno efficace.

Sebbene la Primavera araba ne sia stata una manifestazione particolarmente evidente e significativa, non va dimenticato che in realtà già da anni il web è diventato la voce di tutti quei movimenti sociali che, per molti versi, sono tagliati fuori dai mezzi di comunicazione istituzionali. Ciò non stupisce, dal momento che l'intervento pubblico sui mezzi di comunicazione – ad esempio attraverso la presenza di radio e di televisioni di stato, o di finanziamenti ai quotidiani di partito – è in genere dedicato a vigilare (in modo più o meno efficace) sul corretto funzionamento della democrazia rappresentativa, in particolare per quanto riguarda il momento del voto. Tutte le forze che intendono competere nell'agone elettorale dovrebbero in teoria avere la stessa possibilità di accesso ai mezzi di comunicazione (la cosiddetta *par condicio* su cui così spesso si è dibattuto in Italia negli ultimi anni), in modo che i cittadini possano scegliere nel modo più consapevole possibile quali partiti intendono o meno appoggiare. Già solo per il fatto di non voler entrare nella competizione elettorale, di aver scelto altre strade per difendere le proprie idee e per orientare in base ad esse le scelte politiche istituzionali, fa sì che una parte dei movimenti e delle associazioni non possa contare su un altrettanto intensivo uso dei mezzi di comunicazione tradizionali. I gruppi di pressione più grandi e più noti (i sindacati, le principali associazioni di categoria, la Chiesa, ecc.) riescono a sfuggire a questa limitazione grazie alla loro rilevanza, che li rende comunque protagonisti dei mass-media più diffusi. Per le altre realtà, la situazione è sempre stata più difficile, anche se il tentativo di prendere comunque la parola non è mai mancato, soprattutto nei periodi di crisi della democrazia rappresentativa, come quello attuale. Il fiorire di riviste indipendenti negli anni trenta, di radio libere negli anni settanta, di *telestreet* negli anni novanta, testimonia lo

sforzo in questa direzione. Sforzo tuttavia molto costoso in termini di risorse economiche ed umane, e con un raggio d'azione forzatamente assai limitato (Veltri 2010).

Al contrario, internet unisce ad un raggio d'azione praticamente globale un livello di costi bassissimo ed una notevole facilità di utilizzo, in particolare per chi usa i sistemi *free-software/open source*; ciò ne ha fatto lo strumento elettivo dei movimenti sociali di ultima generazione, come il movimento altermondialista, sia per ciò che riguarda l'organizzazione interna delle sue diverse componenti nazionali, sia per l'organizzazione di eventi internazionali come i Social Forum europei o mondiali (Veltri 2005).

Che internet sia diventato così importante per i movimenti sociali non stupisce, proprio perché il loro rapporto con le fonti tradizionali di comunicazione è sempre stato limitato, se non addirittura ostile. Basti pensare alle polemiche rivolte nel 2001 dai militanti 'no-global' italiani ai principali telegiornali nazionali, accusati di aver portato avanti un'informazione a senso unico sulle violenze accadute a Genova nel corso del G8. Il bisogno di presentare e difendere presso un pubblico più ampio il proprio punto di vista, magari attraverso l'uso di filmati amatoriali e testimonianze dirette, ha reso il web uno strumento insostituibile di comunicazione alternativa a quella delle televisioni o dei quotidiani più diffusi. La novità degli ultimi anni è che, per contro, anche gli attori politici istituzionali abbiano iniziato a rivolgersi a questo strumento, pur godendo di un accesso privilegiato agli altri mass-media, alla televisione in particolare.

In effetti, ancora nel 2008, un [blog](#) si era divertito a "contare" i siti personali, blog o profili dei ministri italiani in quel momento in carica; secondo quanto ne era venuto fuori, su 21 ministri solo 8 possedevano uno spazio web personale, e fra questi non c'era l'allora premier Silvio Berlusconi. Anche gli esponenti politici dei partiti di opposizione, salvo poche eccezioni, non sembravano mostrare un grande interesse per il web come forma di comunicazione politica, affidando l'aggiornamento del proprio profilo su facebook, se ne avevano uno, alle proprie segreterie più che curarsene personalmente ([Vecchio 2008](#)). L'insperata vittoria di Obama alle primarie del proprio partito e poi alle elezioni per la presidenza degli Stati Uniti, successo cui il *social network* facebook aveva in parte contribuito ([Reisinger 2008](#)), fornendo ai militanti democratici un efficace strumento di propaganda elettorale, non era bastato a risvegliare un interesse più forte verso le potenzialità comunicative del web. D'altra parte in Italia, a causa della particolare condizione dell'ex premier Berlusconi, detentore di tre reti televisive private, il principale terreno di scontro riguardante la gestione della comunicazione politica era – ed è tuttora – rappresentato dall'uso della televisione, al punto da far parlare di «videocrazia» (Raniolo 2002) e di «partito della televisione» (Novelli 1995). Eppure oggi le cose stanno cambiando. Prova ne è il fatto che a fine 2011 lo stesso Berlusconi abbia scelto di smentire la notizia delle proprie dimissioni da premier su facebook prima che altrove ([Biondi e Vagnoni 2011](#)). L'uso del web da parte dei leader di partito è ancora timido rispetto a quanto non accade con altri strumenti, ma sicuramente in crescita, come testimonia la campagna elettorale per le primarie del PD del 2009, condotta in larga parte attraverso i profili facebook dei tre candidati.

Tuttavia, non è facile confrontarsi con uno strumento che, a differenza degli altri, è bidirezionale, prevede cioè la possibilità per gli utenti di intervenire sul messaggio ricevuto, di criticarlo pubblicamente ed eventualmente anche negarlo, dando luogo di conseguenza ad un potenziale effetto boomerang contro chi lo ha proposto. Un esempio recente e

particolarmente interessante di questo fenomeno lo si ha durante la campagna elettorale per la scelta del sindaco di Milano nel 2011, quando sul profilo facebook di uno dei più noti consulenti d'immagine del candidato a sindaco Moratti compare un'accusa palesamente infondata ai danni del candidato avversario, Pisapia. Il profilo del consulente viene velocemente preso d'assalto da centinaia di messaggi, che si raccolgono sotto il brillante slogan "è tutta colpa di Pisapia". L'idea è di portare alle estreme conseguenze il tentativo di delegittimazione dell'avversario dando a Pisapia la colpa di qualsiasi cosa venga in mente, messaggio per messaggio: "oggi è lunedì: è colpa di Pisapia"; "piove: è colpa di Pisapia"; "Pisapia ha ucciso mia zia"; ecc. L'azione ha un effetto dirompente e mette in risalto il grottesco insito nella falsa accusa meglio di qualsiasi spiegazione più articolata. L'idea attira, la creatività degli utenti viene stimolata, l'autore del profilo messo in ridicolo senza alcuna possibilità di bloccare la reazione scatenata, che ad un certo punto si riversa in un nuovo profilo creato appositamente per continuare il gioco, lo scherzo, il carnevale, la satira contro qualcuno che ha usato senza le dovute cautele lo strumento che aveva fra le mani. Ad essere preso d'assalto è il meccanismo dell'accusa, assai più che non la sostanza di essa, ed è proprio quel meccanismo che viene smontato sull'istante.

Un confronto fra questo episodio e quanto accaduto quando Feltri pubblicò su Il Giornale le accuse contro l'ex direttore del quotidiano Avvenire Dino Boffo – che si dimise in seguito alla vicenda – basta a far percepire con estrema forza la differenza fra i due mezzi di comunicazione, la carta stampata (ma anche la televisione) da un lato, ed internet dall'altro. Nel secondo caso, non è che la reazione sia mancata – ad esempio da parte di D'Avanzo, giornalista a sua volta, che pur lontano dalle posizioni politiche ed ideologiche di Boffo, lo ha difeso nei suoi editoriali – ma è una reazione portata avanti da singoli individui in singoli articoli. Pur brillanti, commossi, intensi, non raggiungono lo stesso effetto di rottura, tanto che, quando arrivano le tardive scuse di Feltri a Boffo, la maggior parte del grande pubblico ha praticamente rimosso l'episodio o non lo considera più così rilevante. Feltri si è giocato l'effetto immediato della notizia lanciata – ritorcere la delegittimazione contro l'allora premier in delegittimazione verso le altre cariche istituzionali che lo criticano, comprese le gerarchie ecclesiastiche – ed è questo effetto che in quel momento ha avuto sul grande pubblico l'impatto principale.

La reazione contro le accuse all'allora candidato sindaco di Milano spinge anche ad un'altra riflessione. Fino ad ora, indagando su come si svolga sul web la partecipazione politica manifesta, abbiamo citato l'esempio dei movimenti sociali, che attraverso la rete fanno informazione, ma organizzano anche azioni di protesta ed eventi internazionali, o quello dei leader di partito, che attraverso internet iniziano a farsi conoscere e gradualmente imparano come orchestrare campagne elettorali per migliorare il proprio consenso. In tutti questi casi, l'iniziativa parte da soggetti esterni, già strutturati – partiti, movimenti, associazioni – che usano il web per rendere più efficaci le loro attività politiche, convenzionali o non convenzionali. Al contrario, il gruppo "è tutta colpa di Pisapia" è una reazione interna alla rete, auto-organizzatasi al suo interno. Si potrebbe parlare di 'popolo della rete', se non fosse che il 'popolo della rete', come abbiamo già visto parlando della partecipazione latente, in realtà è la summa di tante diverse sub-popolazioni, caratterizzate da interessi specifici – una comune appartenenza politica, una problematica particolare, affinità anagrafiche o culturali, od altro ancora. Come esistono più generazioni sul web, esistono anche più popolazioni; gli utenti che si mobilitano contro le accuse a Pisapia non saranno necessariamente gli stessi che su La Padania online se la prendono con la leadership della Lega Nord. In certi casi, alcune di queste popolazioni possono



riunirsi insieme per un interesse comune più forte delle differenze che le caratterizzano, altre volte no, come d'altronde accade anche nel mondo esterno al web. Questa frammentazione può essere considerata un limite della rete (Tursi 2011, 82), ma per altri versi è solo un dato di fatto, visto che la maggioranza delle società umane ha presentato e tuttora presenta una divisione simile in sub-culture. Piuttosto, l'aspetto importante di questi 'popoli della rete', è che essi si creano sul web, ossia *non hanno un corrispettivo reale, esterno*. Non sono la proiezione virtuale di un movimento o di un partito, sono piuttosto un aggregarsi di individui che sul web si sono incontrati, che sul web hanno combattuto insieme una qualche battaglia, che sul web hanno stretto rapporti interpersonali più o meno forti, senza magari mai incontrarsi di persona. Mentre *la singola battaglia* – che sia per un referendum, per un'elezione, per una protesta anti-governativa – può e spesso deve avere anche una sua proiezione al di fuori della rete, ciò non vale necessariamente per *i gruppi* che la combattono.

I forum tematici sono, di nuovo, un buon esempio di questo fenomeno. La loro specificità fa sì che anche le iniziative politiche che partono da essi siano in genere assai circoscritte, ma non per questo meno interessanti da analizzare. Basti accennare brevemente alla battaglia referendaria sulla procreazione medicalmente assistita (PMA) del 2005; i forum sulla PMA, nati per dare informazioni tecniche e trasformarsi talvolta in comunità vere e proprie, hanno ovviamente dato il loro contributo al punto di vista che interessava loro difendere. Dai diversi forum sono partite una serie di iniziative concrete in appoggio ai referendum, unitesi a quelle dei gruppi esistenti all'esterno della rete. La differenza è che, nel primo caso, chi stava dietro a quelle iniziative si era conosciuto in rete, e faceva parte di una comunità solo virtuale. Era 'popolo della rete', a tutti gli effetti. La stessa cosa è accaduta su alcuni forum sull'handicap a proposito della formulazione di leggi concernenti la disabilità. Ovviamente, in questi casi si tratta di realtà strutturate, *single issue*, i cui utenti si conoscono da tempo e si mobilitano sui temi fondativi delle proprie realtà. Altra cosa sono le aggregazioni nate da situazioni contingenti, come i quattro referendum del 2011, di poco successivi alle elezioni comunali di Milano. In quel caso, la rete aggrega nei gruppi pro-referendum persone che frequentano i *social network*, talvolta militanti di associazioni o partiti esterni al web, ma più spesso gente che si attiva solo nel web, creando un altro 'popolo della rete', più effimero forse, ma non per questo meno forte.

I risultati si vedono. Certo si corre forse anche il rischio di sopravvalutarli; il fatto che i referendum abrogativi del 2011 siano stati i primi ad avere il quorum da diversi anni a questa parte, ha fatto sì che il loro successo venisse considerato da molti come indissolubilmente legato all'esistenza dei *social network*, strumenti di aggregazione assenti nelle consultazioni precedenti. L'enorme ruolo organizzativo ed informativo offerto alla causa referendaria dai network virtuali, da tutti riconosciuto, non deve però far trascurare o dimenticare altri fattori, che hanno a loro volta avuto un peso significativo nel successo dei "sì". Ad esempio l'esplosione della centrale nucleare di Fukushima, a pochi mesi dalla consultazione che riguardava proprio l'energia nucleare, potrebbe aver spinto molti elettori a votare, avendo un effetto trainante anche sulle altre questioni in campo. A questo, si può aggiungere per altre persone la speranza, con la vittoria dei referendum, di dare una 'spallata' ad una maggioranza di governo poco gradita, o quantomeno di comunicare a quella maggioranza il proprio dissenso.

Detto ciò, va comunque sottolineato – novità più interessante di questa consultazione – l'evidente aumento di coloro che si sono impegnati in prima persona nella campagna

elettorale, il 60% dei quali non lo aveva mai fatto prima. Solo il 18% ha utilizzato a questo fine strumenti tradizionali, come la partecipazione a comizi, manifestazioni, volantinaggio, ecc. Metà ha usato il passaparola presso le proprie cerchie parentali, amicali, di vicinato, e ben un terzo ha fatto una campagna esclusivamente virtuale ([Diamanti 2011](#)). Si tratta di *“una nuova partecipazione, largamente inattesa e invisibile”*, (*ibid.*) da cui ormai la politica, così come siamo abituati a considerarla, non può più in alcun modo prescindere.

## Riferimenti bibliografici

Biondi, P. Vagnoni, G., "Italia , Berlusconi nega dimissioni, oggi prima conta alla Camera", *yahoo.it*, 8 novembre 2011.

Diamanti, I., "Il movimento invisibile che rende visibile il cambiamento del paese", *la Repubblica*, 27 giugno 2011.

Goffman, E., *La vita quotidiana come rappresentazione*, Laterza, Roma-Bari, 1997 (ed. or. 1956).

Gallino, L., "Una tela vasta come il mondo", in L. Gallino, M. Salvadori, G. Vattimo (a cura di), *Atlante del Novecento*, vol. II, Utet, Torino, 2000.

Livraghi, G., "Dati sull'internet in Italia", *gandalf.it*, 2011.

Marra, A., "Audiweb, internet continua a crescere in Italia: i dati di Ottobre", *tech.fanpage.it*, 2011.

Meyrowitz, J., *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, Baskerville, Bologna, 1993 (ed. or. 1985).

Novelli, E., *Dalla tv di partito al partito della tv. Televisione e politica in Italia 1960-1995*, La Nuova Italia, Firenze, 1999.

Pasquino, G., *Corso di scienza politica*, Il Mulino, Bologna, 1997.

Raniolo, F., *La partecipazione politica*, Il Mulino, Bologna, 2002.

Reisinger, D., "Obama campaign launches Facebook Connect integration", *news.cnet.com*, 2008.

Tursi, A., *Politica 2.0. Blog, Facebook, Wikileaks: ripensare la sfera pubblica*, Mimesis, Milano, 2011.

Veltri, F., *La rete in movimento*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2005.

Veltri, F., "La sfera pubblica in rete?", in O. Affuso, P. Jedlowski (a cura di), *Sfera pubblica, il concetto, i suoi luoghi*, Pellegrini, Cosenza, 2010.

Vecchio, C. Dalle foto di famiglia alle proposte osé, la febbre di Facebook contagia i politici, *repubblica.it*, 17 novembre 2008.