



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata

Corso di laurea in Scienze Sociologiche

Tesi di Laurea sperimentale in Sociologia della politica

Comunicare in tempo di crisi. Il clima politico nell'era della sfiducia e del contagio.

Communication in times of crisis.
Political atmosphere in the era of distrust and contagion.

Relatore

Prof. Acconcia Giuseppe

Correlatrice

Prof.ssa Perini Lorenza

Laureanda

Bertinazzi Sofia

1222422

Anno Accademico 2021/2022

Indice

Introduzione	4
Capitolo 1. La comunicazione politica dalla polis greca ai nuovi mezzi d'informazione	
1.1 Un fenomeno dalle antiche fondamenta	6
<i>Dall'antica Grecia alla nascita degli Stati Nazionali</i>	6
<i>Il marketing politico</i>	7
1.2 La novità del mezzo televisivo	9
<i>La mediatizzazione</i>	10
<i>La berlusconizzazione della televisione</i>	11
1.3 Un sistema mediale ibrido	13
<i>La politica italiana in Rete</i>	14
<i>Apocalittici e integrati</i>	16
Capitolo 2. Una democrazia distribuita ovunque	
2.1. La democrazia in crisi	20
<i>La fenice democratica</i>	21
<i>Il richiamo al popolo</i>	22
2.2. Partecipazione e cittadinanza politica	23
<i>Il buon cittadino</i>	25
<i>Una nuova generazione digitale</i>	26
2.3. Coinvolgimento e felicità	28
<i>I tempi brevi della politica</i>	29
<i>Il buon governo</i>	30
Capitolo 3. La pandemia da Covid-19 tra demopatia, comdemia e infodemia	
3.1. La crisi da Covid-19	32
<i>Democrazia sotto stress</i>	33
3.2. Comunicazione in crisi	36
<i>Clima politico e fiducia nelle istituzioni</i>	39
3.3. Il volto umano della pandemia	42
<i>Falsità, infodemia e polarizzazione</i>	44
Capitolo 4. Il contagio della sfiducia. Analisi dell'opinione pubblica ai tempi del Coronavirus.	
4.1. Obiettivi e metodologia della ricerca	48
4.2. Democrazia e clima politico	49
<i>Deroghe alla democrazia e fiducia</i>	50

<i>Prontezza d'intervento</i>	53
<i>Attori, maschere e mascherine</i>	55
4.3. Chiarezza e credibilità	62
<i>Immigrati e nativi digitali</i>	63
<i>Virality show</i>	64
<i>Post-verità</i>	67
4.4. Prospettive per il futuro	69
<i>Ama il tuo prossimo</i>	69
<i>Inquietudini per il domani</i>	72
Conclusione: la fiducia è una cosa seria	80
Appendice	82
Bibliografia	83

Introduzione

Nel mondo ci sono 4,62 milioni di utenti attivi nelle piattaforme social, un numero di persone *always on* che si è triplicato negli ultimi dieci anni. In Italia ammonta a 6 ore la media giornaliera del tempo passato su internet, a fronte di poco meno di tre ore spese a guardare la televisione e, ancor meno, della lettura di quotidiani cartacei. Questi dati ci mostrano come i modelli di consumo del tempo libero siano radicalmente cambiati. Lo smartphone è ormai alla portata di tutti e da tutti è utilizzato per i diversi scopi, dai nonni con tradizionali abitudini analogiche, ai genitori alla scoperta del nuovo strumento e, infine, ai ragazzi nati smanettoni. È esperienza quotidiana di tutti noi controllare spesso il cellulare per rispondere alla messaggistica, per informarsi o per ritagliarsi un momento di puro relax godendosi un video o ascoltando una canzone. Un'esperienza che ci permette di moltiplicare le reti di comunicazione, di avvicinare le reti di relazioni e ci dà almeno l'illusione di poterci confrontare su tutto in tempo reale. Lo smartphone diventa anche uno strumento di potere, un'arma facile da usare per difenderci, attaccare e, di conseguenza, polarizzare. Lo sviluppo della comunicazione digitale, nonostante l'ibridazione tra media mainstream e new media, porta con se elementi di tipo innovativo nella logica informativa e, di conseguenza, nel condizionamento della vita quotidiana del singolo cittadino. Ma cosa succede quando un *device* entra a fare parte del mondo politico? Certamente non per tutti l'argomento più popolare sui social network è il dibattito politico, però è anche quello per cui si manifestano, da sempre, le passioni più accese e gli scontri ideologici più intensi. In questo senso, la Rete diventa uno strumento che permette agli stessi attori politici di interagire direttamente con il pubblico senza mediazioni, interruzioni e controparti e, al tempo stesso, i cittadini acquisiscono l'abilità di autorappresentarsi partecipando attivamente alla vita politica e privata degli attori istituzionali in tempo reale. Quindi, cosa succede quando un imprevisto dalla portata globale si insidia nelle nostre vite e ne cambia totalmente abitudini, sentimenti, opinioni e prospettive di futuro?

Al momento della stesura del presente elaborato, il Covid-19 ha causato più di 175000 morti solo in Italia e perdite e sofferenze in tutto il mondo. Il vero impatto del virus sulla nostra salute, sulle nostre economie e sulla società nel suo complesso richiederà certamente anni per essere pienamente colto e compreso. Le sue conseguenze, tuttavia, si contano già. Le decisioni prese e che si prenderanno, sia all'interno del contesto familiare sia nella comunità o del Governo, plasmeranno il futuro della nostra società per generazioni. Alcuni studiosi, ad oggi, parlano già di "generazione Covid"; intanto, però, è volontà del presente scritto analizzarne quelle odierne, le relative complessità e incertezze.

L'elaborato è strutturato in quattro capitoli. Nel primo ricostruirò a grandi linee le trasformazioni avvenute negli anni della comunicazione politica che hanno dato vita a un contesto ibrido nel quale, seppur la permanenza dei mass media tradizionali, si sono imposti i media online, ridefinendo la politica e il comportamento dei loro rappresentanti. Ripercorreremo le principali svolte che hanno caratterizzato il dibattito politico e, soprattutto, i luoghi e gli eventi grazie ai quali le diverse generazioni si sono politicamente socializzate. Parleremo, quindi, di politica di piazza e la novità del marketing politico, della mediatizzazione della televisione e la successiva arena politica creatasi nei Social Network e, infine, dei risvolti positivi e negativi in chiave spettacolare che la novità ha introdotto.

Nel secondo capitolo approfondirò il concetto di e-democracy, ossia tutte le nuove modalità di governare introdotte dall'uso delle nuove tecnologie. Parlerò di nuova partecipazione politica dei cittadini e della nuova idea di cittadinanza, ribadendo l'importanza di rimanere informati e di

partecipare attivamente alla vita politica. Infine, parleremo delle difficoltà scontratesi nell'assidua ricerca alla felicità e alla richiesta di risposte immediate alla volontà popolare cosa che, nei tempi brevi in cui le ordinanze politiche si formano e vengono ora diffuse, sembrano istanze impossibili. Nel terzo capitolo entrerà nel dettaglio di una situazione complicata che l'Italia e il suo Governo ha dovuto affrontare negli ultimi due anni: la pandemia da Covid-19. Un'emergenza fin da subito "iperconnessa" che, dal contesto sanitario, si è diffusa nelle democrazie moderne, mettendone in risalto le contraddizioni e le difficoltà. Parlerò, quindi, di crisi della democrazia, della comunicazione, della fiducia nelle istituzioni e negli altri, approfondendo il tema della polarizzazione e le difficoltà che i cittadini hanno dovuto affrontare dopo l'evento imprevedibile. A seguito di ciò, con l'obiettivo di analizzarne la situazione a distanza di più di due anni dal primo caso di contagio, nel quarto capitolo ho deciso di testare l'opinione pubblica tramite una *survey* mirata a mettere a fuoco le problematiche emerse. Nello specifico esaminerò le difficoltà dovute alla sospensione delle regole democratiche in conseguenza alle limitazioni delle libertà personali al fine di contenere il numero di contagi, il ruolo dei leader e delle principali istituzioni italiane in riferimento alla fiducia prodotta nei loro confronti, di crisi nei vari livelli (politica, economica e sociale) approfondendo la crisi di Governo, le difficoltà nella scelta elettorale, di comunicazione credibile e trasparente. Opererò un confronto generazionale al fine di scoprire le diverse problematiche che le diverse fasce d'età si trovano ad affrontare, tra le quali il digital divide, il ruolo del contesto infodemico e della diffusione di fake news nel condizionare le opinioni e gli atteggiamenti. Infine, parleremo di futuro; un domani che, ad oggi, ci sembra all'insegna dell'incertezza e dello sconforto.

Capitolo 1. La comunicazione politica dalla polis greca ai nuovi mezzi d'informazione

1.1 Un fenomeno dalle antiche fondamenta

Quando pensiamo al termine “discorso politico”, la nostra esperienza ci rimanda immediatamente a uno scenario in cui un oratore, durante un comizio, parla ad una folla di persone. Le sue parole, studiate e con una retorica cucita attorno al tipo ideale di uomo politico, rimbombano nelle piazze delle città, coinvolgendo il pubblico e risuonando più per la loro enfasi che per il vero messaggio trasmesso. Il confronto politico richiama dunque, secondo Jürgen Habermas, sociologo e politologo tedesco ed esponente della Scuola di Francoforte, all'idea “di un insieme di cittadini che si organizza in un pubblico riconoscendo la rilevanza collettiva di una tematica (issue), approdando a un discorso razionale per produrre una dinamica di cambiamento”. In questo senso, la comunicazione politica diventa fondamentale per gli studiosi per analizzare diversi ambiti della società: dal ruolo del sistema politico e le sue istituzioni, ai cittadini e la società civile, fino al sistema mediatico e i suoi strumenti per comunicare.

È un fenomeno tanto antico quanto complesso, non solo perché ricopre un ruolo centrale nelle moderne democrazie ma anche perché è un soggetto dal carattere interdisciplinare, assumendo particolare rilevanza, citandone solo alcune, nel campo della sociologia, delle scienze politiche, della psicologia e della semiologia. Infatti:

È legittimo domandarsi se esiste davvero un campo o un fenomeno della comunicazione politica, o se non sia un concetto-contenitore di svariati fenomeni, ognuno con le sue peculiarità e declinazioni concrete, legati assieme da un generale (e dunque piuttosto indeterminato) riferimento alla sfera dell'azione e dell'interazione politica. Così, per esempio la pubblicità elettorale, i dibattiti televisivi, il marketing politico, il giornalismo politico, i linguaggi, i simboli e i riti della politica, rientrano a pieno titolo nel campo della comunicazione politica, pur essendo ciascuno di essi fenomeni con proprie caratteristiche.
[Mazzoleni, 1997]

La comunicazione politica è dunque un concetto che racchiude al suo interno infinite sfaccettature di significato ed è un tema diventato cruciale nel confronto politico e nella lotta al potere in tutti i paesi democratici. Mazzoleni, professore di comunicazione politica all'Università di Milano, la definisce come “lo scambio e il confronto dei contenuti di interesse pubblico politico prodotti dal sistema politico stesso, dal sistema dei mass-media e del cittadino elettore, non solamente nella sua veste di elettore, al fine di esercitare o condizionare il potere”. Da questa definizione si evince il suo essere poliedrica, prodotto dell'interazione tra cittadini, istituzioni e mass-media.

Dall'antica Grecia alla nascita degli Stati Nazionali

Tuttavia, le radici del concetto sono remote. Già Aristotele definiva l'uomo un *zoon politikòn*, ossia un animale politico e sociale. Le principali funzioni istituzionali avevano luogo, infatti, nell'agorà greca, nella quale i cittadini si scontravano, discutevano e ponevano le basi di una democrazia fondata sull'uguaglianza e sul confronto morale. Dunque, anticipazioni sulla moderna riflessione teorica sul concetto di “opinione pubblica” sono riconducibili alla filosofia politica greca, e ad autori classici come Platone e Aristotele (Prince, 1992). Per questo, per scovare le radici della comunicazione politica come la conosciamo oggi, è necessario tornare all'antica Grecia nelle prime formalizzazioni del dibattito civico nella sfera pubblica, nella quale i suoi pensatori attribuirono alla retorica, alla dialettica e alla sofistica particolare importanza nell'attività politica. La cosiddetta “arte

del bel dire” rappresentava un modo da parte degli oligarchici di persuadere i cittadini e convincerli della tesi proposta, col fine di risolvere il problema del complicato rapporto tra i diversi strati sociali che componevano la polis. Il discorso politico era inteso come l’arte del persuadere, mirato alla ricerca del consenso tra i cittadini e a direzionare i rapporti di forza per il potere e per il mantenimento di uno Stato che per i greci significava *tò kòinon*, ossia interesse comune. Infatti, la comunicazione politica nasce dalle radici di un’organizzazione democratica basata da un lato sulla libertà di parola e sulla manifestazione del dissenso da parte dell’uomo politico, dall’altra nella ricerca del consenso attraverso un discorso retorico da parte dagli oligarchi greci. La comunicazione politica diventa così un’arte del comunicare, mirata a generare un clima di cordialità e di approvazione tra il popolo.

Un altro contesto nel quale si svilupparono forme di comunicazione politica è quello della *res publica* romana del I secolo a.C., nella quale in uno Stato inteso come “cosa pubblica”, nascevano i comizi, ossia le assemblee del popolo attorno ad un oratore. Qui, la comunicazione assumeva una grande rilevanza politica per i candidati, impegnati nel trionfo dell’elettorato per la conquista del potere e nell’ascoltare la vox populi, ovvero quella che noi conosciamo come opinione pubblica.

Caduto l’Impero Romano, le figure guida medievali lasciarono poco spazio al dibattito e alla manifestazione del dissenso. Fu un’epoca buia non solo per quanto concerne la comunicazione politica ma anche per la democrazia in senso stretto, ridotta al controllo estremo dell’informazione e alla manipolazione delle masse.

Solo con la fine delle monarchie assolutistiche e i processi di democratizzazione che hanno permesso la nascita degli stati nazionali, la comunicazione politica libera ha fatto il suo ritorno. Le rivoluzioni nazionali, come quella americana e francese, rappresentarono l’inizio di una nuova fase per la materia. La libertà di manifestare il dissenso, un sistema mediale pluralistico e indipendente dall’autorità politica riportarono in primo piano l’aspirazione democratica e una comunicazione politica non mirata solamente alla pratica elettorale, ma anche al riportare in primo piano quegli ideali libertari e ugualitari che stanno al cuore della democrazia.

Il marketing politico

Ciononostante, occorre attendere il nostro secolo per parlare di comunicazione politica in senso pieno. Soltanto con la diffusione dei quotidiani, del cinema, della radio e più tardi della televisione, si crearono le condizioni necessarie per un nuovo ciclo della comunicazione politica; tali strumenti resero i cittadini più informati e consapevoli, potendo attingere alle fonti con facilità e acquisendo la facoltà di entrare nel mondo politico, cosa che fino a quel momento era riservata per pochi. Tuttavia, ancora oggi non è ancora chiaro dove l’espressione “comunicazione politica” abbia fatto la sua comparsa. Governi, forze politiche e apparati informativi ne fanno uso con estrema attenzione in relazione ai propri interessi da secoli ma la comunicazione politica come espressione consueta la si riscontra solo con la fine della Seconda guerra mondiale e la caduta dei regimi totalitari. È comprensibile pensare che la locuzione entrò nel nostro vocabolario in concomitanza con l’istituzionalizzazione della disciplina, dove nelle università americane degli anni Cinquanta si compivano i primi studi sul marketing e Jacques Seguela, pubblicitario americano, diventava famoso per le prime strategie per le campagne elettorali. Infatti, va sottolineato che:

Mentre nel vecchio continente imperversava il fascismo e si consolidava lo stalinismo, negli Stati Uniti si celebrava il connubio tra pubblicità, marketing, informazione, sondaggi

d'opinione, nel grande gioco della politica e nelle campagne elettorali. La diffusione del nuovo mezzo della televisione, negli anni '50 e '60, ha infine impresso una fortissima accelerazione allo sviluppo della comunicazione politica, la cui influenza sui modelli di relazione tra sistemi dei media e sistemi della politica nei paesi democratici occidentali è più che evidente [Mazzoleni, 2012].

Difatti, la *micropolitica* americana, nella quale si è sviluppata per la prima volta una vera riflessione sulla comunicazione politica, ha da sempre trovato nei mass media un luogo privilegiato per il dibattito politico, sostenendo il paradigma della persuasione e l'idea di una realtà politica come "il costrutto dell'azione e dell'interazione tra individui orientati al perseguimento razionale dei propri interessi" (Calise, 1993). Da qui, la particolare attenzione degli studiosi sugli effetti dei media e sull'influenza della comunicazione elettorale sui singoli elettori. Ne sono esempi: gli studi sulla propaganda del politologo americano Harold Lasswell con la fondazione della teoria ipodermica (o *magic bullet*), secondo la quale gli individui sono considerati soggetti anonimi e che i media abbiano un forte potere nell'orientare i loro comportamenti e le loro opinioni; e l'interesse del sociologo Paul Felix Lazarsfeld e della Scuola di Columbia per la comunicazione politica in relazione al comportamento elettorale, sviluppando le cosiddette teorie degli effetti limitati dei media. Conoscere le dinamiche del comportamento elettorale permetteva, difatti, di sfruttare tale risorsa sul terreno politico e di avvalersi nella ricerca di una vera e propria comunicazione politica mirata al perseguimento dei fini consensuali anche in un contesto di "campagna permanente", ossia di sfruttare il potere delle parole in tutta l'azione politica, anche nei normali periodi di legislatura. Al contrario, soprattutto nei Paesi sotto i regimi fascisti e comunisti, tra le due guerre mondiali e negli anni della guerra fredda, lo sviluppo della comunicazione politica ha subito una grave interruzione. Difatti, la propaganda e la manipolazione si sono rivelate vincenti sul confronto politico e sull'accesso alla libera informazione. Da qui si evince il principio fondante della comunicazione politica, ossia il suo legame con le regole democratiche: inclusione di tutte le cariche partitiche e nel processo, diritto di partecipazione per tutti i membri della società, libertà di espressione, associazione e opposizione, tutela dei diritti fondamentali dell'uomo e pluralismo delle fonti di informazione. In altre parole, "lo scambio delle risorse simboliche per la conquista del potere [...], la dialettica tra parti (è possibile) solo in un contesto di libertà e di non coercizione" (Lasswell, 1980). Ciò nonostante, è importante sottolineare come in quegli anni sia prevalso un uso massiccio e innovativo dei nuovi mezzi di comunicazione di massa con fini propagandistici. Il cinema, la radio e la stampa obbedivano alle regole imposte dal regime, ossia quelle di confermare le visioni ideologiche di stato, adottando un linguaggio minaccioso verso gli oppositori ma, al tempo stesso, accogliente verso i seguaci. Diversi studiosi, infatti, sostengono che il successo dei regimi totalitari sia stato favorito proprio da questo uso intelligente dei nuovi mezzi di comunicazione e da una particolare attenzione nei confronti della comunicazione politica. La forza del messaggio politico di quegli anni era mirato al sentimento patriottico di appartenenza a un popolo, in opposizione al grande nemico. Oltre all'ovvia ammirazione nei confronti del leader quindi, era un tipo di messaggio che smuoveva le emozioni delle persone, ancorandosi ad antichi sentimenti nei cittadini. Una comunicazione emozionale che mira direttamente alla coscienza degli individui, data da una irrinunciabile fusione tra radio e immagini. Per la prima volta, le gigantesche parate e i comizi svolti nelle piazze non sono solo per pochi ma si possono assistere ovunque, alimentando un sentimento di approvazione dell'apparato ideologico e di lode al leader. Da ciò si evince che la comunicazione

politica si sia evoluta in parallelo al vantaggio reso disponibile dallo sviluppo tecnologico ed alle occasioni offerte in un utilizzo strategico degli strumenti del comunicare. Insomma:

La comunicazione politica ha dunque percorso un lungo cammino: dalla retorica, intesa come arte dell'imbastire un discorso persuasorio verso un pubblico di cittadini, fino alle nuove frontiere aperte del marketing politico e dai nuovi media digitali [Copernich, 2017].

1.2 La novità del mezzo televisivo

Nel momento in cui negli Stati Uniti ci si rende conto dell'enorme vantaggio offerto dagli studi sulla comunicazione e del marketing politico attraverso i mezzi di comunicazione di massa, in Italia, almeno fino all'avvio della Prima Repubblica il 2 giugno 1946, le campagne politiche erano ancora incentrate sulla propaganda di massa e sulle grandi manifestazioni nelle piazze italiane. William Ogburn, sociologo statunitense, ragionerebbe in termini di un ritardo culturale, in cui i cambiamenti che avvengono all'interno della sfera ideologica e religiosa si sviluppano con minore rapidità di quelli che intervengono nell'ambito materiale, ossia quello delle innovazioni tecnologiche e degli oggetti d'uso. Infatti, in un contesto di progresso e ritardo, solo a partire dal 1958 con le competizioni elettorali si è registrato un cambiamento di rotta: per la prima volta, tra le due grandi fazioni ideologiche prende vita una forma di democrazia negoziale, mirata a logiche di compromesso e da caratteri propagandistici più morbidi, dove il protagonista sia il dibattito tra partiti: l'interventismo della Chiesa fu in parte contenuto, gli avvenimenti interni ed esterni usati a fine propagandistico furono limitati in modo da frenare le tensioni. Il risultato di questa pratica furono delle elezioni piatte e prive di interesse tanto che, senza il folklore e la spettacolarità delle campagne precedenti, riconfermarono le candidature antecedenti.

Il cambiamento più grande avvenne con il bisogno politico di un nuovo mezzo di comunicazione di massa, mirato alla nascita di un'arena competitiva che ampliasse gli spazi per la comunicazione e che facesse del leader politico una persona tangibile. La televisione aveva iniziato le sue trasmissioni già dal 1954 però non ebbe l'opportunità di diventare una fonte d'informazione per le masse: da un lato perché la Democrazia Cristiana, ancora imperniata alla logica del partito unico, manteneva sotto stretto controllo le notizie politiche riducendole a unicamente a mera cronaca in modo da non confondere lo spettatore; dall'altra perché il mezzo in origine costava circa un milione di lire, di conseguenza il suo arrivo, soprattutto nelle campagne, subì un ritardo.

Tuttavia, mentre negli Stati Uniti si svolgeva il primo dibattito politico in televisione, quello tra John Kennedy e Richard Nixon nel 1960 e se ne studiavano gli effetti della propaganda svolta in radio e in televisione, "la comunicazione politica si faceva sempre più autoreferenziale e l'Italia stava diventando una moderna società di massa, coi suoi miti e coi suoi riti" (Dorfles, 1965; Mannucci, 1962 e 1967). I programmi popolari trasmessi da "mamma Rai" erano visti da milioni di persone mentre gli articoli di giornali raggiungevano a malapena i millecinquecento lettori; la necessità di ampliare spazi per la comunicazione, di intrattenere il pubblico anche con programmi che lasciavano ampio spazio alla politica, incombeva nei partiti politici.

Tra gli anni Settanta e Ottanta, questo problema si fece sempre più impellente: con una democrazia bloccata dalle logiche della guerra fredda e dall'impossibilità del Partito comunista italiano (Pci) di arrivare al governo nonostante l'ampio consenso elettorale, le élite politiche registravano un grave ritardo culturale che li rendevano incapaci di confrontarsi con l'opinione pubblica. Da questo punto di vista, la campagna politica adottata per il Referendum abrogativo del 1974, segnò un'innovazione

in chiave della comunicazione politica in senso moderno, allontanandosi da quella che si definiva più una propaganda di massa. Per la prima volta i partiti politici si avvalsero della televisione, dimostrando come l'informazione di regime non sia invincibile, al contrario come possa essere aggirata tramite strategie di marketing politico studiate approfonditamente dagli americani. L'Italia cominciava a prendere coscienza dello strumento tanto che, nel 1978 in un'altra campagna elettorale, Marco Pannella e i radicali si mostrarono imbavagliati proprio sul piccolo schermo.

Tra gli anni Ottanta e Novanta, nonostante la crescente consapevolezza e influenza dei media, sia a livello sociale che economico, la comunicazione politica continuò ad avere il carattere tipico dell'era pre-televisiva. I mezzi di comunicazione cominciarono a intrattenere i cittadini, riempiendo gli spazi vuoti e facendo da sottofondo alla loro vita quotidiana; le loro abitudini e il loro immaginario cominciarono a cambiare, seguendo una logica materialista e di consumo. Ma i più svariati attori politici che avevano da poco cominciato anch'essi a intrattenere il pubblico in talk show o in programmi d'informazione, registrarono effetti propagandistici e di promozione molto scarsi. La loro presenza finiva per essere più che altro un riempitivo, "un'attrazione aggiunta a programmi di entertainment già predefiniti, anziché essere al centro di nuovi formati televisivi capaci di sfruttare la media logic a fini di consenso politico" (Marletti, 2010). Infatti, "questa maggiore disponibilità di informazioni non necessariamente produce una maggiore competenza e una più chiara comprensione: le dimensioni degli insiemi politici, la complessità e la più ampia quantità di informazioni sottopongono invece i cittadini a una pressione superiore" (Dahl, 2000).

La mediatizzazione

Il 1992 fu per l'Italia l'anno del "risorgimento". Mentre negli Stati Uniti nascevano gli *spin doctors* (i consulenti politici) e i canali di comunicazione si allargavano sempre di più permettendo agli attori politici di accaparrarsi consensi da parte di gruppi mirati, in Italia si assisteva al crollo del sistema politico della Prima Repubblica. Mentre i giudici milanesi di Mani Pulite incolpavano di corruzione i maggiori partiti, accusati di arricchire i singoli protagonisti con falsi finanziamenti destinati alle attività politiche, la "Milano da bere" della pubblicità di un noto amaro diventava Tangentopoli. I maggiori partiti che avevano guidato la Prima Repubblica crollarono e la televisione diventò una grande arena della "gogna mediatica" (Giglioli, 1997). I partiti si sfidavano sotto gli occhi del pubblico di tutta Italia, per la prima volta i processi venivano trasmessi sul piccolo schermo; dai tribunali arrivarono nelle case degli italiani. Di colpo i media si tramutarono in uno spazio pubblico incontrollabile, dove "i politici erano sottoposti a veri e propri rituali di degradazione" (Giglioli, 1997). Da questo momento, l'inizio della Seconda Repubblica e la conseguente frattura politica portarono nel linguaggio politico due grandi evoluzioni: da un lato, la crescente sfiducia nei confronti delle istituzioni si tramutò in una necessità di creare una politica nuova, vicina ai cittadini, reattiva alle sollecitazioni dal basso e rispondente al bisogno degli individui di essere rappresentati e confortati, stanchi di un'élite corrotta; dall'altra all'esigenza dei leader e dei partiti di fare dei mass media un canale privilegiato di confronto e dibattito. Nelle dinamiche di potere comincia a giocare un ruolo di primo piano lo *spazio pubblico mediatizzato*, "fornendo identità e visibilità pubblica agli attori, alle formazioni e ai diversi orientamenti ideologici che si scontrano nell'agorà contemporanea" (Diamanti, 2018). Più precisamente, la mediatizzazione della politica:

non è soltanto il ricorso massiccio ai media, ma un processo che modifica le forme e la sostanza della comunicazione fra i tre attori: la comunicazione tra candidato e del lettore, il dibattito intra e interpartitico, i rituali, i simboli e i linguaggi politici, la narrazione giornalistica, l'agenda delle issues politiche, l'elaborazione e la pubblicizzazione

dell'offerta politica, insomma tutti i contenuti del confronto competizione che costituisce l'arena politica mediatizzata [Mazzoleni, 2012].

La comunicazione dei soggetti politici, in questo senso, si fa strada al processo di adattamento nei confronti della cosiddetta industria culturale, ossia a tutte quelle logiche commerciali che fino a quel momento sono stati argomenti di maggior interesse per gli ambiti economici e pubblicitari. Si cominciava a capacitarsi di come i media influenzino le opinioni e gli orientamenti politici dei cittadini, quindi sulla rappresentanza politica e la scelta di voto. In questo senso, la televisione ha rappresentato un primo tentativo di riavvicinare i cittadini alla politica, adottando un tipo di comunicazione prettamente dello spettacolo alla sfera politica, trasformando un linguaggio tradizionale noioso e autoreferenziale a un ritmo narrativo tipico dell'industria culturale; un messaggio che focalizza l'attenzione, suscita sgomento, soddisfa le curiosità e il bisogno di svago. Inoltre, la rappresentazione televisiva, non solo offriva un'interazione diretta tra le due parti ma simulava la comunicazione faccia a faccia, dissolvendo le differenze sociali e rompendo le barriere costruite dalle élite politiche antecedenti.

La berlusconizzazione della televisione

In questo contesto, a farsi strada fu Silvio Berlusconi, ex presidente del consiglio e imprenditore, l'unico personaggio della sfera pubblica italiana con la capacità in quel momento di intraprendere una logica mediale. Il Cavaliere, così chiamato dal pubblico mediatico, grazie a un eccellente apparato di marketing, oltre al mercato pubblicitario disponeva anche di un network che includeva le tre maggiori televisioni commerciali. La sua discesa in campo nel 1994, oltre che a sconvolgere le sinistre, marcò la prima grande linea di demarcazione della comunicazione politica in Italia. "Berlusconi vuol dire televisione, il mezzo di comunicazione che più di ogni altro ha mandato in crisi la politica contemporanea" (Mazzoleni, 2019). La rapidità, la sorpresa e l'impiego di un mezzo comunicativo nuovo, spiazzò la scena politica italiana, ancora vittima del ritardo culturale delle élite della Prima Repubblica e il conseguente allontanamento che incombeva fra esse e l'opinione pubblica. Molti diedero colpa alla televisione che, secondo Carlo Marletti, docente dell'Università di Torino, fu accusata di essere una "cattiva maestra" e di aver reso possibile l'ascesa a una persona che aveva il potere di controllare i media e di manipolare l'opinione pubblica. Non era colpa di una scelta politica errata, caratterizzata da chiusura autoreferenziale, bensì di un "pubblico invertebrato" che aveva dato spazio alla *videocrazia* (Grossi, 2004) a discapito della vera democrazia. Una visione pessimistica come quella teorizzata da Umberto Eco, filosofo e intellettuale italiano, secondo cui la narrazione neo-televisiva sarebbe verosimile a un contenitore indifferenziato che agisce sul pubblico come un elemento di cornice che semplifica all'osso l'informazione. Una prospettiva ormai superata dal Cavaliere che al tempo aveva già fatto dono dei risultati ottenuti negli Stati Uniti. Infatti,

La televisione nei quindici anni della berlusconizzazione del sistema radiotelevisivo nazionale ha svolto una funzione culturale di natura sub-politica, di diffusione dell'ideologia commerciale, associando e identificando il mezzo con lo spettacolo e con lo svago, soddisfacendo i nuovi bisogni di occupare il tempo libero [...] In compenso, mentre l'informazione Rai rimaneva saldamente in mano alle forze politiche egemoni, seppur avviate verso il tramonto di Tangentopoli, le reti berlusconiane inauguravano i nuovi telegiornali che rappresentavano, anche nello stile, un'innovazione del panorama giornalistico italiano, distinguendosi per una massiccia preferenza per il genere infotainment. [Mazzoleni e Bracciale, 2019]

Si parla quindi di *infotainment*, un connubio tra informazione e intrattenimento: la televisione diventa l'estensione del "corpo del leader" (Bonni, 2002), un mezzo tramite cui non si valuta più solo la proposta programmatica o le diverse alleanze strategiche, bensì comprende la sua vita privata e pubblica, i suoi pensieri, i suoi modi di dire, in una miscela di politica, spettacolo e a volte scandalismo; insomma, "di un esercizio del potere politico che ha luogo all'interno di un'arena aperta alla vista di tutti" (Thompson, 1998) e che fa leva sull'astuzia di essere una star. Una svolta pop, ma anche populista, nella comunicazione politica italiana: politiche demagogiche, alleanze caratterizzate da un simpatico egoismo nordico e una contrapposizione all'establishment, l'uso di un linguaggio semplificato che si focalizza sul popolo-sovrano e un'elevata personalizzazione del leader politico. Alcuni studiosi hanno paragonato la linea strategica di Berlusconi al fascismo per il potere esercitato nei media di manipolare l'opinione pubblica; anche il berlusconismo è assolutista, antipolitico a volte, ma il fenomeno rimane lontano dalla soppressione delle libertà democratiche, alla violenza e all'incarcerazione (e nei casi più gravi l'uccisione) di chi si oppone al potere del capo. Per giunta, operare una mediatizzazione nei fenomeni politici e una personalizzazione della leadership non significa adottare in qualsiasi caso forme di "videocrazia populista"; questo fa più riferimento a "un'assunzione di responsabilità del leader, che risponde personalmente delle conseguenze delle scelte politiche, e come contrappeso al potere degli apparati di partito e delle burocrazie" (Cavalli, 1992).

L'assunto di questo strumento nei processi di comunicazione politica diventa un argomento principale nello studio del dibattito tra media e politica, sulla progressiva e lenta convinzione del potere di un mezzo in grado di trasformare la politica, di condizionare l'opinione pubblica e di, come afferma Giovanni Sartori, politologo e sociologo italiano, discutere sulla democrazia, sui partiti di massa e sulla crisi del modello organizzativo. Una polarizzazione della politica che ha determinato una convergenza di contenuti soft con canali di divulgamento politico, diventati anch'essi componenti dei programmi d'intrattenimento. Difatti, componente importante e fautrice del successo di questa nuova comunicazione politica è la sua dimensione ludica: media informativi che fanno della politica spettacolo, privilegiando rotocalchi gossip dove i leader politici sono spesso ospiti e ai quali gli stessi attori si prestano al gioco di intrattenere. I talk show, in questo modo, sono diventati simbolo di un linguaggio politico che allontana il "politichese", il gergo indigesto dell'uomo politico, e adotta un modo di esprimersi semplice dell'uomo comune con la propria vita privata e con le proprie opinioni.

Il mezzo televisivo che punta sull'intrattenimento, erige l'infotainment a estetica dominante dell'informazione, ama il racconto intimista, privilegia le emozioni, tende alla spettacolarizzazione a tutti i costi, ricerca o si inventa eventi mediali, persegue una logica interventista sulla realtà [...] Il risultato è un cocktail esplosivo, quantomeno nella propagazione di immagini, battute, notizie, situazioni da cui prende forma l'anima televisiva della politica pop. [Mazzoleni e Sfaradini, 2009]

Non a caso, il promotore dello scandalo raccontato in televisione al fine di coinvolgere gli spettatori è il Cavaliere: i suoi comportamenti, i suoi stili di vita, i dettagli più intimi della sua sfera privata, hanno trovato maggiore copertura nelle riviste gossip e nei programmi di intrattenimento. Gli spettatori hanno sempre più spesso la possibilità di entrare nella vita privata di un personaggio politico e i media rendono sempre più visibile lo scandalo, obbligando i politici a confrontarsi con un pubblico reale e ad adottare nuovi registri, nuove arene e nuovi strumenti. In breve, innovando il modo in cui "si fa politica".

Tuttavia, la centralità di Silvio Berlusconi nei suoi quattro mandati in merito ai numerosi servizi e agli articoli incentrati sui suoi scandali, non hanno solo provocato una desacralizzazione della politica (Mancini, 2011) ma anche la propagazione di un modello di vita: nel votare il Cavaliere, i cittadini italiani lo avrebbero proposto come figura di riferimento e avrebbero prestato maggior attenzione alla sua vita privata invece del suo programma politico; “il suo lifestyle vestiva perfettamente con quello che cittadini italiani vedevano ogni giorno nel piccolo schermo” (ibidem). Inoltre, a lungo andare, una comunicazione dominata da un politico narcisistico, incapace di dialogare, una *permanent campaign* (Blumenthal, 1980), e un rapporto unidirezionale nonostante la figura del conduttore mediatore tra le due parti, cominciava a risultare poco redditizia. La televisione appariva ormai come un mezzo comunicativo a senso unico, in cui il telespettatore è assente e privo di ogni possibilità di interazione.

1.3 Un sistema mediale ibrido

La lingua politica non nasce solo dall’esigenza di persuadere i cittadini per dirigere il voto e assicurarsi il potere, bensì dal bisogno dei cittadini di dare voce su temi d’interesse generale; in questo senso il mezzo televisivo cominciava ad essere limitante. Per colmare le lacune, in seguito al diffondersi del World Wide Web che renderà internet accessibile a una maggior fetta di popolazione, gli attori politici cominciarono ad aggregarsi online in community di interessi comuni. Ci vorrà circa un decennio prima che la rete arrivi a casa di tutti gli italiani ma già dal 2008 alcuni politici iniziarono il loro percorso interattivo utilizzando uno strumento di comunicazione diretta con gli elettori, in cui il riconoscimento è alla base del successo del messaggio. Questo ha segnato la seconda linea di demarcazione tra vecchia e nuova politica, sancendo anche il superamento del paradigma della comunicazione di massa.

La nuova comunicazione digitale, in questo modo, oltre ad aver cambiato aspetti di vita quotidiana ai cittadini e aver facilitato la relazione tra gli uni e gli altri, ha superato un modello unilaterale imposto dalla televisione trasformandosi in “auto-comunicazione di massa” (Castells, 2009): un’interazione bilaterale volta a considerare i mass media fattori determinanti della vita quotidiana all’interno di un contesto dinamico, ossia all’interno di una triangolazione tra istituzioni politiche, mass media e cittadini. Un modello che permette a sua volta al singolo individuo di rendersi partecipe alla vita politica, distaccandosi da una visione passiva del mezzo tradizionale troppo vincolato dalla spettacolarizzazione dei contenuti. Anche se gli studi semiologici operati da Marshall McLuhan, sociologo canadese, smentiscono questa percezione della televisione, affermando che la tv richiede una partecipazione cognitiva da parte dello spettatore, i cittadini, ma anche gli stessi attori politici, richiedono maggiore interattività nel dibattito politico. Gli attori interessati in questo modo si trovano a disposizione uno strumento in grado di produrre comunicazione politica, condividendo e commentando (e a volte ridicolizzando) i vari contenuti politici, trasformando la cultura politica tradizionale in una nuova cultura pop digitale.

Certamente molta comunicazione politica rimane televisiva, “i mass media continuano ad esistere, i giornali vengono ancora stampati su carta, ma gli articoli sono resi disponibili anche online, la televisione si è tecnologicamente innovata, diventa digitale, ma è ancora dominante nel panorama mediale e si sposa benissimo con i media online” (Mazzoleni e Bracciale, 2019); gli stessi Barack Obama e Donald Trump, presidenti americani, da sempre all’avanguardia si confrontano ancora in televisione. La ribalta televisiva è ancora l’unica in grado di garantire un’elevata audience, di diffondere l’informazione giornalistica e tutte quelle “tele-vicende” che ancora incuriosiscono la

sfera pubblica.

Il modo sociologicamente più corretto di definire questa co-esistenza tra media “vecchi” e la rete, viene definita da John Chadwick, politologo britannico, un “sistema mediale ibrido”: un’ecologia mista dove logiche mediali e logiche digitali sono in conflitto.

Fabio Giglietto, sociologo italiano, chiamerebbe il fenomeno “doppio schermo”, ossia un’esplicita forma di ibridazione mediale, volta all’attività di interazione e di commento online dei programmi televisivi dedicati alla politica; un’occasione per interagire al dibattito seduti comodamente sul divano di casa e un modo per dare vita a una conversazione collettiva tra individui appartenenti a classi sociali o aventi opinioni diverse.

I soggetti, da un contributo passivo, entrano a far parte del sistema dinamico dei media, di cui essi stessi contribuiscono a crearlo; l’azione dei media, in altre parole, vanno a sommarsi all’azione dei due interlocutori, mantenendo l’abilità comunicativa dell’attore politico verso i cittadini, come nella polis greca. Potremmo parlare di un’agorà contemporanea, dove i mass media operano da riempitivo in uno spazio di rapporti diretti, faccia a faccia. Questo tipo di informazione contribuisce, quindi, a far da collante tra il ceto politico e cittadini, ossia come afferma il sociologo Tod Hamilton, ampliano i luoghi dove la cultura pop si manifesta, rendendo quasi invisibile la distinzione culturale politica da quella popolare. Il concetto di sfera pubblica prende una connotazione a sua volta diversa, diventando anch’essa mediatizzata, discendente tra pubblico dei cittadini e sistema della politica. Questo uso strategico della comunicazione online può essere definito *participatory propaganda*, ossia:

il tentativo intenzionale e sistematico di influenzare le percezioni e orientare i comportamenti dei pubblici per attivarli nella diffusione di informazioni in linea con gli obiettivi dell'emittente. [...] L'obiettivo dell'emittente è fare propaganda senza farsi vedere in modo che il messaggio risulti più credibile [Wanless e Beck, 2017]

In questo modo l’attività persuasoria velata risulta più incisiva, poiché mette in circolo un messaggio ideologico intenzionale trasformandolo in mobilitazione e consenso volontari da parte del cittadino. È una politica velata, non più astratta e lontana dalle esigenze degli elettori, ma al tempo stesso che sa offrire grandi risposte a micro-temi che toccano la sensibilità del cittadino. Il leader perde la sua aura intoccabile, innescando un meccanismo di identificazione su di esso. L’attore politico si mostra come una persona vicina alla gente comune con i propri affetti, con le proprie esigenze e con gli stessi apparenti problemi. Il dilemma, semmai, è quando “si tratta poi di giustificare l’esercizio della leadership: ecco allora l’uso di strategie alternate, di strumenti comunicativi che, a seconda dell’opportunità, enfatizzano e glorificano la straordinarietà del leader o, al contrario, ne sottolineano l’autenticità e l’ordinarietà” (Riva, 2021).

La politica italiana in Rete

Come abbiamo visto precedentemente, la televisione è il media in cui i leader politici sono stati selezionati più che per la loro capacità politica nella loro abilità di muoversi nel mondo dello spettacolo. Si è richiesto a loro di operare un prestarsi al gioco di intrattenere (politainment), di spettacolarizzazione (infotainment) e di personalizzazione (leaderizzazione), vista oggi come la rovina della politica. Queste caratteristiche sono riscontrabili anche nella sfera online, infatti:

I leader politici, quando sono candidati, ma anche quando guidano un governo e lo contrastano all'opposizione, raccontano se stessi e i loro orizzonti, le loro visioni, innanzitutto attraverso una sorta di ongoing storytelling che si snoda attraverso

discorsi pubblici, libri, sovente di carattere autobiografico, presenza in trasmissione televisive, interviste giornalistiche e magazine di vario tipo, interviste televisive, post su Twitter e foto commentate su Twitter Facebook e Instagram.
[Ventura, 2019]

Lo sviluppo della tecnologia digitale ha permesso all'attore politico, in questo modo, di guadagnare visibilità, esprimere opinioni dirette, modificare l'agenda, riorganizzare diversi settori della realtà sociale. I fenomeni di spettacolarizzazione, personalizzazione, vetrinizzazione e polarizzazione del discorso politico, già presenti precedentemente nei talk show televisivi, si sono evoluti a loro volta, proponendo nuove logiche di disintermediazione e di partecipazione ai "pubblici connessi": alle immagini istituzionali gessate si affiancano fotografie personali pubblicate direttamente dal leader politico; parlare della propria intimità non è più considerato inappropriato, al contrario gli stessi politici tengono a raccontare sempre più aspetti della propria vita privata in modo da accrescere il consenso; like, commenti ai post, *direct message* su piattaforme social come Facebook, Instagram o Twitter accorciano notevolmente la distanza tra le due forze opposte. Si tratta di nuove strategie per la self-promotion, un'accentuazione dei fenomeni di personalizzazione dei leader politici, in cui la customizzazione del profilo, volta a spostare le dimensioni programmatiche tradizionali ad alcune retoriche più efficaci e divertenti.

Il web è il luogo migliore per antonomasia di relazione e di rapporto diretto, è per sua natura l'ambito ideale della personalizzazione; è il luogo migliore, comunicativamente parlando dove raccontare di sé con continuità e insieme di varietà (testi, foto, video, infografiche), valorizzare i punti del proprio programma, reagire comunicativamente agli eventi quotidiani della politica [...]

La politica è comunicazione e la comunicazione è politica. Se non comunichi tu lo faranno per te i tuoi avversari, online e offline. [Palmieri, 2019]

Personalizzazione e spettacolarizzazione, intesa come l'adattamento al contesto interattivo in cui la semplificazione linguistica e la cura della propria immagine diventa necessaria, rappresentano una sorta di sfida al potere di gatekeeping al giornalismo tradizionale che accentuano ancor più la presenza del politico-celebrità; una svolta che vede la figura del leader rubare la scena all'intrattenimento televisivo, assicurandosi una più ampia copertura mainstream. Una sfida accentuata ancor più da, per esempio, il leader della Lega Matteo Salvini che con un uso così personalizzato delle convenzioni comunicative (hashtag o menzioni) cita direttamente gli autori del giornalismo tradizionale.

Diventa un modo sia per appellare il pubblico al coinvolgimento mediatico, sia per stuzzicare la sfera dell'informazione italiana. Un uso così personalizzato che rende il suo nome un hashtag di tendenza, come da conferma che "i nuovi leader si servono del loro nome come marchio di garanzia ed autorevolezza per giustificare la validità delle loro affermazioni, e usano il loro carisma, parlano in prima persona singolare e cercano consenso riportando tutto a una dimensione personale, dove un "io" esprime desideri, prova emozioni e soprattutto agisce." (Ferrari, 2021). Non a caso, Salvini è il leader politico più presente sui social network in Europa. Affiancato da un team di professionisti, la sua strategia politica analizzando i risultati elettorali risulta essere la migliore in campo politico per alcune caratteristiche: un linguaggio semplice e immediato, quasi dialettale, comprensibile dalla più ampia gamma di cittadini; un'estrema empatia nei confronti di alcuni disagiati in grado di smuovere le coscienze dei cittadini e farsi rappresentare come un uomo compiaciuto; la continua arroganza

nei confronti di un nemico esterno da combattere per il bene del paese; il ricorso a simboli e slogan del partito ma anche di sostenitori esterni; il vestiario casual per allontanarsi dalla figura di attore politico imbalsamato ma pronto a scendere in campo per gli uomini comuni, come lui; e infine, le dirette social e i continui post volti a mantenere in qualsiasi momento della giornata il contatto con i cittadini e per sondare la popolazione tramite risposte immediate. Tutte queste tecniche non si allontanano troppo dalla comunicazione politica a cui eravamo abituati, quella operata in televisione da Berlusconi e tanto legata ai processi di newsmaking, bensì è anch'essa volta ad occupare il ciclo di notizie in modo strategico e provocatorio, in modo che il pubblico ma anche gli stessi avversari politici ne parlino. In sostanza, non importa cosa dici e a chi lo dici, l'importante è farlo e far parlare di sé a più persone possibili.

La Rete da sola non basta. Il digitale è gratuito, un'email è gratuita, ma la presenza fisica tra le persone ha un costo e Salvini l'ha sempre affiancata all'uso della Rete. Ma non solo. Il rischio, forse, è che i politici dimentichino di essere istituzionali prima e social poi. [Morisi, 2020]

Apocalittici e integrati

Tuttavia, nel mondo ci sono 4,62 miliardi di utenti attivi nelle piattaforme social, un numero in crescita che si è triplicato negli ultimi dieci anni. Il tempo speso online dagli utenti sfiora le sette ore giornaliere, circa la metà del tempo da sveglio. Questi dati odierni ci mostrano come lo sviluppo dell'era digitale abbia portato con sé importanti innovazioni: da un lato ci rilevano come siano cambiati i modelli di consumo dei cittadini, sempre più *Always on*, tanto da assumere l'etichetta di cittadini-netizen; dall'altro come lo sviluppo della comunicazione digitale, nonostante l'intreccio tra new media e media mainstream, porti con sé elementi di tipo innovativo nella logica informativa, di conseguenza anche della vita e dell'engagement politico. Certamente l'argomento più popolare sui social network non è il dibattito politico, però è quello in cui si manifestano le passioni più accese, insieme al tifo sportivo. Uno sgomento bilaterale: da un lato permette agli stessi attori politici di interagire direttamente col pubblico senza mediazioni legate al contratto televisivo, regole legate al newsmaking, interruzioni e senza controparti; dall'altra i cittadini possono individualmente autorappresentarsi senza il bisogno dell'organizzazione mediale, partecipando attivamente attraverso una mole continua di eventi e notizie gestendo piattaforme social e di messaggistica. Si registra così il passaggio dalla logica dell'azione collettiva a una "connettiva", basata sulla condivisione di contenuti personali in totale autocontrollo (condivisione di informazioni, produzione di testi, immagini, meme, aderire a personali hashtag di protesta, utilizzare immagini profilo con simboli specifici e così via). In particolare, i social network ai cittadini:

consentono di partecipare, prendendo parte a campagne di pressione, di sensibilizzazione e a forme di attivismo di vario tipo: condivisione di informazioni, discussioni, firma di petizioni, azioni email-bombing, pratiche di e-democracy, partecipazione ad audit dei cittadini [Ceccarini, 2015]

In questo le nuove tecnologie fissano le basi di una nuova cittadinanza politica in cui attività politiche tradizionali si affiancano quelle che non istituzionali, ampliando spazi di discussione e formazione delle pubbliche opinioni. Sono community attive che si formano attorno a un interesse specifico comune, assumendo a volte la forma di fan community, ossia:

comunità specifiche che affiancano o addirittura assumono il ruolo dei militanti di partito, sostituendo il confronto democratico con l'uso di slogan e invettive, demagogie e azioni virali che modellano l'informazione diffusa nei sociali, chiudendola in bolle comunicative targettizzate e segmentate, ambienti di discussione politica di natura principalmente ideologica, che mettono in discussione uno dei fondamenti della logica democratica, ovvero la tolleranza e il riconoscimento della legittimità di posizioni diverse dalla propria [Riva, 2021]

In questo modo nel contesto italiano emerge il “fenomeno Grillo”, ossia la fenomenale ascesa con il suo blog del comico Giuseppe Grillo nell’arena politica nel 2005. Con la creazione di una community virtuale, nel 2009 l’attivismo online si è spostato offline con la fondazione del Movimento Cinque Stelle (M5S); nel 2013 è stato il partito più votato. Una svolta popolare che cresce dal basso ma anche populista, data la volontà della piattaforma Rousseau di impernare un’ideologia che unisce l’idea romantica della democrazia diretta e la rete attraverso la disintermediazione. Le passioni politiche fanno aumentare le dinamiche interattive della cittadinanza online. Il risultato è una politica generata dagli stessi utenti che, grazie a un intervento del leader, smuove emozioni, passioni, controversie e, in aggiunta, costruisce un’intensa leadership politica con cui le altre forze politiche sono obbligati a confrontarsi.

Secondo questa visione, il web sarebbe in grado di demolire qualsiasi tipo di mediazione, qualsiasi tipo di filtro e organismo tra i cittadini e i loro portavoce. Dal punto di vista del leader la disintermediazione si traduce in un’organizzazione priva di struttura e nella comunicazione diretta con la base che esclude i mediatori tradizionali, mentre dal punto di vista dei cittadini essa si sostanzia nella partecipazione diretta, nel monitoraggio continuo degli eletti, e nella produzione attiva di informazioni [Mosca, 2017].

I new media stessi diventano strumenti partecipanti alla dinamica: diventano agenti di socializzazione, strumenti di partecipazione e formazione delle opinioni; insomma un ambiente in cui l’impegno politico offline non si distingue da quello online. A questo scopo i new media, secondo i sociologi David Gibson e Peter McAllister, porterebbero al fenomeno dell’equalizzazione per cui anche i partiti più piccoli possono connettere pubblici più ampi e migliorare le proprie chance elettorali.

La “democrazia in pubblico” (Diamanti, 2020) e l’evoluzione del governo rappresentativo ha implicato nel tempo un processo di personalizzazione della leadership, in quanto il successo dei politici non dipende solo da questioni di organizzazione e strategia, bensì dal rapporto diretto con i cittadini sempre più digitalizzato. Utilizzando piattaforme diverse, sia online che offline, ha ampliato la sua gamma d’elettorato e ha permesso un maggior controllo delle proprie azioni (dalla gestione delle risorse di partito, fino al controllo della strategia elettorale).

Inoltre, i nuovi media potrebbero rappresentare un fattore che potrebbe avvicinare la politica anche a persone che sono di norma disinteressate: i cittadini sfiduciati da una politica e un giornalismo rovinato da interessi commerciali, ritroverebbero un giornalismo corretto e gradevole offerto sia da professionisti del settore che dai singoli politici. In questo senso emerge la figura del politico-celebrità, in grado di acquisire le capacità personali e professionali di apparire su tutti i media e comunicare con i cittadini in una “campagna permanente”. Al contrario, potrebbe rappresentare l’unica seppur imperfetta forma di comunicazione in un contesto di frammentazione informativa; al di là dei giudizi di valore, nelle dinamiche dell’informazione politica la cultura popolare rimarrebbe centrale. Come molti auspicano, quindi, Internet favorirebbe il consolidamento della democrazia,

l'educazione civica, la diffusione di informazioni e un pretesto per manifestare nell'individuo un particolare interesse nel partecipare attivamente alla sfera politica.

La Rete è uno spazio di libertà che rompe il monopolio comunicativo e informativo dei media tradizionali, troppo spesso soggetti a condizionamenti di chi detiene il potere politico o economico.

Grazie a Web, i cittadini possono essere così sia 'cani da guardia', sia i protagonisti di una nuova era politica. Poiché partecipano attivamente alla costruzione dello spazio di comunicazione socializzata anziché subirne gli effetti. [Castells, 2012]

Allo stesso modo, l'opinione secondo la quale la democrazia grazie alle tecnologie digitali possa superare la sua in termini di qualità e di crisi istituzionale-identitaria, potrebbe risultare utopistica poiché non terrebbe in conto di tre fattori: la polarizzazione tra chi riceve le informazioni online e chi offline; gli effetti del sovraccarico informativo sulla mente degli individui; e, infine, il rischio di un'estremizzazione populista, di una comunicazione volta più a diffondere una passione che un carattere particolarmente rilevante.

In questo senso, originariamente Umberto Eco denominava i sostenitori e i contrari alla logica mediale come gli "apocalittici" e gli "integrati". I primi, legati a un contesto prettamente economico, vedevano i prodotti dell'industria culturale strumenti di massificazione dei gusti per trasformare l'individuo in consumatore; i secondi esaltavano il valore dei mass media e della cultura popolare, in grado di incorporare alle grandi masse opere e azioni precedentemente volte solo all'élite istruita. Per quanto concerne la visione apocalittica, c'è chi parla di "effetto frittella" e chi di un "io esausto", c'è chi evidenzia la perdita della capacità di una lettura attenta e chi denuncia una "twitterizzazione della cultura" (Carr. 2011).

Come afferma Franco Gallo, politologo italiano, "la Rete non sempre favorisce la discussione pubblica e la mediazione che dovrebbero svolgersi nella società civile o in Parlamento. Infatti, la creazione sul Web di gruppi in base a legami di affinità tra 'amici' e di ostilità contro 'comuni nemici' avviene fuori dal tradizionale circuito politico, riduce la possibilità di incontro tra opposti schieramenti e quindi allarga, non sana, la frattura tra le comunità". I social media, infatti, sono spesso luoghi di conflitti e di polarizzazione ideologica. L'utente per questo non cercherà di mettersi in dibattito con persone di opinioni diverse, bensì cercare di creare una connessione con chi è del suo parere, tendendo a raccogliere informazioni omogenee e con il rischio di cadere nel conformismo per timore di essere assalito e di esprimere la propria opinione. In aggiunta, Carr denuncia la lettura superficiale della navigazione in Rete, un tipo di lettura rapida e dall'apprendimento superficiale che non aiuta l'individuo a entrare in un ambiente che favorisce il ragionamento su determinate dinamiche complesse.

Inoltre, l'astensionismo crescente, il crollo delle iscrizioni ai partiti, il sentimento antipolitico manifestato, portano a un maggior monitoraggio dell'opinione pubblica. In questo senso le tecnologie avanzate riescono a ricevere informazioni private degli utenti senza il loro consenso; in questo modo il potere politico si amplia perché definisce nel migliore dei modi i target a cui rivolgersi, rischiando una "schiavitù elettronica" con i conseguenti problemi di trasparenza e oggettività. Il rischio che si corre è quello del condizionamento dell'elettore, cui strategie rivolte alla formazione del consenso, rischia di subire un fenomeno che va ben oltre alla mera "cerniera tra gli elettori e gli eletti" (Riviera, 2017). Questa sfumata distinzione, nonostante la resistenza dei difensori del copyright e l'assenza di barriere digitali, ha permesso a chiunque di condividere il proprio operato, circumnavigando la barriera tra produttore e consumatore dell'informazione. In

questo senso, Daya Thussu, professore di Comunicazione internazionale, denuncia la diffusa manipolazione della notizia da parte degli stessi utenti; una comunicazione online dove elementi pop non si distinguono dall'infotainment e in cui il mix micidiale di informazione e intrattenimento porta a condividere informazioni alquanto semplificate e finalizzati al clickbaiting.

Tra i due estremi, esistono innumerevoli opinioni nei confronti della nuova comunicazione digitale. L'Italia, e non solo, è stata progressivamente coinvolta in questo processo e, nonostante le problematiche, la rivoluzione digitale ha cambiato radicalmente il rapporto tra "decisori politici" ed elettori; "non solo i leader sono sempre più pop, ma anche i cittadini e i media si servono di questa narrativa per partecipare o per raccontare i fatti" (Mazzoleni, 2019).

Nel secondo capitolo di questo elaborato tratteremo nello specifico tale argomento, analizzando la rivoluzione del rapporto tra cittadini e istituzioni, i tipi di partecipazione politica online e offline e i problemi del digital divide scaturito dai nuovi strumenti di comunicazione escludenti per alcuni utenti.

Capitolo 2. Una democrazia distribuita ovunque

2.1. La democrazia in crisi

Il nesso tra Rete e democrazia è ormai diventato un tema ricorrente negli studi che riguardano le trasformazioni della comunicazione e della cittadinanza politica. Oggi, infatti, la politica mediatizzata si configura come un'esperienza eterogenea e diffusa. Per questo, tanti studiosi si sono interrogati sui limiti e sulle potenzialità che caratterizzano la *e-democracy*, intesa non solo come l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione nei settori della democrazia e dei suoi processi, ma anche nella sua capacità di istruire i singoli cittadini a partecipare attivamente alla vita politica della società. I concetti di *e-democracy* ed *e-governament* riguardano, quindi, sia le nuove modalità di governare in riferimento all'uso delle ICT (*Information and Communication Technology*) sia il modo in cui il governo interagisce con il singolo cittadino il quale, attraverso una politica di trasparenza, si abitua ad accedere ai dati del governo e, di conseguenza, ad essere parte attiva nella società politica e civile.

I partiti politici, ma anche i movimenti sociali e i gruppi d'interesse, così come gli stessi leader e candidati, sono attori che ricorrono regolarmente alla logica mediale; assumono un ruolo rilevante circa la qualità della democrazia, un abito che nessuno rinuncia più a indossare ma che ormai ha smarrito le sue idee di fondo. Infatti, se da un lato nelle democrazie più consolidate la fiducia nei leader e nelle istituzioni democratiche, accompagnato da un sentimento di disincanto diffuso verso la politica, tendono a diminuire proprio la sua qualità, dall'altro chi non vive in democrazia la cerca. La mancanza di responsività, data dalla difficoltà degli attori politici a prefigurare scenari in sintonia con la domanda sociale, la doppia pressione esercitata sia dai centri di potere sovranazionali sia da un'opinione pubblica critica e, infine, il dominio dei grandi interessi economici-finanziari per cui diventa difficile mantenere le *policies*, si accompagnano al successo di movimenti e partiti antisistema che esprimono una protesta contro le forme di rappresentanza politica esistenti, grattacapi che attraversano le cosiddette "post-democrazie" (Crouch, 2000), ossia tutti quei sistemi politici che seppur democratici hanno perso i valori fondanti. L'uso intensivo delle nuove tecnologie della comunicazione e il conseguente impatto di questi processi sul linguaggio politico, non possono non incidere nei partiti politici stessi, riconfigurati sempre più in "imprese politiche". In questo senso, il partito politico, prima d'élite, poi di massa segnato dai processi di democratizzazione, sino al partito pigliatutto e al recente partito personale, riflette le principali trasformazioni che investono il corpo sociale. In tal senso, le membership diventano sempre più intensive e la personalizzazione del leader ridefinisce il partito elettorale, perdendo la capacità di incarnare ideali, passioni e rispondere ai bisogni dei cittadini. Le tradizionali organizzazioni politiche perdono l'*appeal* che in passato le configuravano come elemento centrale per la partecipazione politica dei cittadini. Incertezza e fragilità, disincanto e sfiducia, quindi, caratterizzano la "modernità liquida", così chiamata dal sociologo polacco Zygmunt Bauman.

Tuttavia, si sono fatte strada idee che vedono nell'uso sistematico delle nuove tecnologie la possibile soluzione ai problemi della democrazia nell' "era della sfiducia e del disagio" (Rosanvallon, 2006).

La possibilità di risorgere dalla crisi che attraversa la democrazia rappresentativa passa dunque dalle nuove virtù che la Rete è in grado di attivare: se il disegno dell'*e-democracy* si inserisce in un quadro normativo e organizzativo più ampio che regola le istituzioni pubbliche e alle loro logiche di funzionamento, allora essa si intreccia con la questione della partecipazione dei cittadini alla sfera pubblica, in cui la "fenice democratica" che rinasce dalle proprie ceneri (Norris, 2002) ridisegna

l'idea della rappresentanza nell'"epoca delle reti" (Tursi, 2006). Tuttavia, risulterebbe riduttivo considerare questa tecnologia come mero strumento di informazione e mobilitazione; il suo uso disinteressato plasma la vita quotidiana del singolo individuo ma, soprattutto, il vantaggio interessa anche la ridefinizione della cittadinanza politica stessa, ossia la formazione delle opinioni, le modalità di coinvolgimento civico e politico, specie nelle giovani generazioni (Bennet, 2008). Per quanto concerne l'aspetto politico, dunque, la Rete è il prodotto della cultura e delle dinamiche di una società, pervade quindi anche i suoi valori e le sue norme di riferimento. Plasma la società stessa (Castells, 2002), impattando sulle sue istituzioni, sui modelli di comportamento e, di conseguenza, nella dinamica democratica e nella cultura politica di una comunità. Del resto, è proprio nelle pratiche partecipative che si riflettono i cambiamenti sociali e i processi di deideologizzazione che hanno segnato gli ultimi anni la sfera socio-politica, elementi che nella società post-ideologica sono fortemente sollecitati dal mutamento tecnologico e dai nuovi modelli di relazione sociale della *network society*.

I partiti politici, ma anche tutti gli attori di mediazione, sono cambiati; l'evoluzione della democrazia in pubblico (Manin, 1995) per cui la carriera del politico non dipende più soltanto dall'apparato di partito, bensì anche da un rapporto diretto del leader con i diversi pubblici, e un progressivo sradicamento dal territorio che ha portato i partiti ad assumere sempre più una logica statocentrica, hanno indebolito profondamente la tradizionale funzione di mediazione del partito. In questo scenario, l'attivismo dei cittadini si reinventa e la comunicazione politica acquisisce una centralità distintiva, diventando surrogata della partecipazione attiva dei cittadini.

La fenice democratica

Partiti politici, sindacati, ma anche gruppi d'interesse o le grandi organizzazioni dell'associazionismo civico, ossia gli attori tipici dell'articolazione della domanda sociale, hanno da sempre svolto da ponte tra società e politica, fornendo le opportunità di partecipazione e informazione ai cittadini. Nella democrazia del pubblico questa dinamica si amplia verso altre direzioni: "Il ricambio generazionale, la ridefinizione della cultura politica, la rivoluzione tecnologica, hanno contribuito a inasprire il trend di delegittimazione sociale di questi attori tradizionali" (Ceccarini e Diamanti, 2018).

In tal senso, nelle democrazie moderne, rivendicando quel tipo di attività sottoposta a una continua reciprocità tra politica e società, urge l'esigenza di rinnovamento dei meccanismi procedurali e rappresentativi delle istituzioni, ossia di un cambiamento del patto democratico tra cittadini e governo, in cui le aspettative fiduciarie vengono erose. La sfiducia, quel venire meno del collante tra le due sfere, diventa il fulcro attorno al quale ruota l'attuale sfilacciamento dei legami comunitari e il disincanto diffuso verso la politica. Infatti, le pratiche della cittadinanza e le società contemporanee:

Sono strutturalmente segnate da un'erosione generale del ruolo della fiducia nel loro funzionamento, così come una conseguente crescita delle reazioni di sfiducia (...). Così sfiducia democratica e sfiducia strutturale s'intersecano e si consolidano (...). Una simile società costituisce la tela di fondo davanti alla quale bisogna ricollocare le trasformazioni della democrazia. [Rosanvallon, 2006]

Queste trasformazioni portano allo sviluppo della *controdemocrazia*, intesa non come negazione dell'attività democratica, bensì a una forma politica che tende a rafforzare e offrire sostegno alla democrazia rappresentativa, nella quale il momento del voto e, quindi, di espressione formale del

cittadino è solamente episodica. Attraverso la diffusione di modalità di sorveglianza e controllo indiretti che ruotano attorno al processo di disintermediazione, si assumono nuove forme politiche. Internet, la Rete, diventa uno di questi strumenti di monitoraggio; il popolo-elettore si apre verso nuove definizioni di popolo-controllatore, veto o giudice. Una partecipazione *individualizzata*, forme di attivismo che intrecciano lo stile di vita: nella *lifepolitics* coniata dal sociologo Anthony Giddens, modalità personali e individualizzate di presa di responsabilità si intrecciano alla vita quotidiana, delegittimando gli attori politici istituzionalizzati e presupponendo che l'attivismo si sganci da modi tradizionali di mobilitazione collettiva e che si sviluppi anche in luoghi inusuali. In modo analogo, W. Lance Bennett parla di *life style politics*, nella quale il cittadino può diventare un'agency al pari delle attività classiche quali stampa e associazionismo.

Nascono, quindi, arene subpolitiche (Beck, 1999) nel perimetro della società frammentata, liquida (Bauman, 2002), nelle quali Internet occupa uno degli spazi. Nella democrazia dei moderni l'interazione tra cittadini e sistema politico di cui la nuova comunicazione tecnologica ne diventa una frontiera, può svilupparsi in modo continuo, senza attendere il momento elettorale per intervenire su faccende riguardanti il bene comune. Infatti, l'*e-democracy* consiste anche nel rafforzare la partecipazione attiva dei cittadini ai processi di *policy making*, ossia tutte quelle modalità digitali con le quali i cittadini possono far sentire la propria voce ai governanti non solo al momento della tornata elettorale. L'innovazione democratica (Sorice, 2014), in tal senso, si concretizza attraverso canali di comunicazione, scambio e partecipazione a soggetti che si attivano in modo spontaneo, diventando una sfida che coinvolge attori politici e cittadini e della quale le nuove generazioni ne sono le protagoniste.

Tuttavia, va anche detto che la *controdemocrazia* può certamente rafforzare la democrazia, ma può anche contraddirla: "il richiamo al popolo, il voler reinterpretare la volontà popolare in modo assoluto e perverso può far degradare la controdemocrazia in un populismo distruttivo e riduttivo" (Rosanvallon, 2006). Una demagogica idealizzazione ed esaltazione del popolo, in cui la prassi politica prepara il rapporto diretto tra leader e folla che non ammette critiche o dissensi. Una ormai considerata un po' da tutti patologia dei sistemi democratici che poco si concilia con la possibilità della Rete e della partecipazione attiva per superare la crisi della rappresentanza.

Il richiamo al popolo

In tal senso, l'antico istituto del *town meeting*, ossia quella "forma di democrazia diretta che consisteva nell'organizzare assemblee aperte e tutta la comunità e finalizzate a deliberare intorno a questioni di pubblico a questioni di pubblico interesse" (Tursi, 2006) torna in auge per restituire voce al popolo e verificare l'effettivo potenziale democratico della Rete. La democrazia diretta sarebbe l'esito del dispiegarsi del "intelligenza collettiva" del filosofo francese Pierre Lévy, ossia:

la forma canonica della politica nello spazio del sapere. Un sistema di democrazia diretta computerizzata, non più fondata sulla rappresentatività di maggioranze statistiche ma sull'organizzazione dei collettivi intelligenti, con la possibilità di sperimentare e pretendere iniziative da parte di minoranze. [Lévy, 1962]

"L'utopia di una democrazia popolare a infrastruttura informatica", nella quale la diffusione di tecniche comunicative su supporto digitale ha permesso la nascita di nuove modalità di legame sociale, introducendo nella scena dimensioni di capacità organizzativa prima inconcepibili. Il cittadino, lontano dal circolo istituzionale e dai partiti tradizionali, tende ad agire in modo autonomo e individualizzato contro di essi: un uso tattico della rete che si può definire subpolitico (associazioni

dal basso, movimento auto-organizzati), prepolitico (movimenti di impegno sociale, associazioni radicate in ambito ecclesiale) e, infine, antipolitico (movimenti che contrastano la partitocrazia, gruppi d'interesse, associazioni anti-istituzionali).

In Italia avviene tutto ciò con Beppe Grillo e il suo blog, nel quale la forma della democrazia digitale assume quella della *iperdemocrazia*: il web ne è sovrano, le decisioni vengono prese in rete e i parlamentari non sono altro che portavoce dell'intelligenza collettiva sviluppata via internet. Un "populismo del terzo millennio" eletto da Stefano Rodotà, ex vicepresidente della Camera dei Deputati, proprio in riferimento al "fenomeno Grillo". In un "partito non partito" che mira a una mera conversazione diretta, le capacità comunicative di indirizzo politico vengono fortemente centralizzate, mentre quelle operative e di controllo vengono affidate, di conseguenza, al network degli attivisti online, quindi alla Rete, intesa come "soggetto totalizzante, una sorta di leninismo 2.0" (Lanfrey, 2011).

In nome delle persone, del pubblico, dell'accountability, del popolo e del cittadino (...) le istituzioni del monitoraggio del potere spuntano dappertutto. Elezioni, partiti politici e assemblee legislative non spariscono né necessariamente vedono tramontare la loro importanza, ma sicuramente perdono centralità nella sfera politica. La democrazia non è più semplicemente un modo di gestire il potere dei governi attraverso mezzi di natura elettorale, parlamentare e costituzionale, né una questione limitata ai confini nazionali (...). Nell'era della monitorary democracy le regole della rappresentanza, dell'accountability democratica e della partecipazione dei cittadini sono applicate a uno scenario più ampio di quanto avveniva in passato. [Keane, 2009]

L'appello al "popolo della rete" assume un'inaudita potenza al punto di essere in grado di recuperare il concetto stesso di popolo: il monitoraggio sull'azione politica si soggettiva in un popolo-sorvegliante che discute le *politics* della classe politica, un popolo-veto che contrasta le decisioni che reputa ingiuste e in un popolo-giudice che mette sotto accusa la classe politica e le istituzioni. Un movimento che nasce dal basso se esso è genuino. Una nuova articolazione del rapporto tra istituzioni e cittadini, dove gli organi di rappresentanza non sarebbero abolite, bensì "più permeabili al contributo di conoscenze e abilità della società civile", nonché sottoposti, tramite l'uso dei nuovi mezzi di comunicazione, a processi di vigilanza, di controllo pubblico e di denuncia. Una logica di integrazione delle istituzioni che andrebbe a colmare il divario creatosi tra cittadini e sfera politica. Ciò si tradurrebbe "nell'aumento di trasparenze del governo, della vita sociale in generale, nonché nella creazione di nuovi spazi virtuali di deliberazione e di dialogo politico" (Lévy, 2012), una speranza concreta per riattivare lo spirito di comunità e di solidarietà della democrazia originaria, a partire dalla polis greca. Un'idea di modello sociale democratico fondato sulla socialità, sull'inclusione e sulla mobilitazione. Una democrazia portatrice di un messaggio di ricostruzione delle speranze collettive, dove il popolo si attiva dicendo la propria e partecipa anche grazie alla Rete, la quale può unire tanti individui "in cerca di società".

2.2. Partecipazione e cittadinanza politica

In tempo di indignazione nel nostro Paese sarebbe arrivato il momento della partecipazione diretta, con processi che sarebbero alla base del cambio di paradigma con protagonisti le giovani generazioni e una nuova visione di militanza: un nuovo popolo che "non nasce dallo spaesamento della modernità ma dalla modernità stessa" (Corbetta, 2013). Una comunità che cerca di realizzare questa idea di politica dal basso, che dovrebbe far recuperare la forza motrice democratica. I vecchi

modelli di cittadinanza non sono stati scalzati da quelli nuovi, ma continuano a esercitare la loro influenza nella vita pubblica. Istituzioni, governo e principi costituzionali rimangono comunque il principale riferimento; l'impegno e la partecipazione diventano un valore acquisito.

In tal senso, tale spinta costruttiva si concretizzerebbe nell'apparire dei new media sulla scena e il loro ruolo in politica che, oltre ad aver introdotto dimensioni organizzative prima inconcepibili, ha reso più facile il ricostituirsi della comunità politica (in Rete). Ma non solo, poiché l'idea del "cittadino monitorante", ossia colui che esamina attentamente gli *input* dell'ambiente, svela un tratto fondamentale della cittadinanza postmoderna. Quindi, non solo una dimensione che pervade la vita del singolo cittadino, ma anche di tutta la cittadinanza. Cittadini che "esaminano attentamente le informazioni ambientali in modo da potersi allertare su una varietà di temi molto più ampia, con una varietà di obiettivi molto ampia e da potersi mobilitare attorno a quei temi in una varietà di modi molto più ampia" (Schudson, 1998).

L'essere informati, del resto, è sempre stato un tratto caratterizzante del "buon cittadino", dotato di una cultura politica di tipo partecipativo. I nuovi media, in questo senso, stimolerebbero l'attenzione e la competenza su sempre più tematiche di respiro generale. Alla base di forme di partecipazione definite invisibili, come l'interessarsi o il seguire le notizie in modo individuale, vi sarebbe dunque l'informazione politica. In questa cornice, lo stesso concetto di partecipazione conta forme personali e quotidiane, individualizzate e creative d'impegno. Un impegno diffuso dal basso, che richiamano lo stile di vita quotidiana e che va oltre la classica distinzione tra azione convenzionale e non convenzionale. Una partecipazione politica creativa che ha come caratteristica

La perdita di rilevanza delle arene parlamentari e governative come spazio centrale dell'azione politica, la sempre più sfuocata distinzione tra interesse pubblico e condotta privata, l'ingresso della politica nella vita quotidiana e il modo in cui la partecipazione creativa permette agli individui di combinare il loro percorso di vita e gli interessi personali con l'attenzione e l'azione verso il bene comune. La partecipazione creativa si distingue, quindi, da quella convenzionale, che si sviluppa, invece, attraverso azioni quali il voto, la militanza nei partiti, il prendere parte a manifestazioni di protesta o l'affiliazione a gradi associazioni di natura civica [Micheletti, 2011]

Una partecipazione politica, quindi, che sottolinea la dimensione collettiva dell'azione che si sviluppa in una molteplicità di arene anche non tradizionalmente politiche. Arene ibride che seguono la dicotomia sfera pubblica e sfera privata, online e offline, in cui l'identità dei cittadini diventa progressivamente più articolata, multipla. Una *individualized collective action* che permette di praticare l'azione collettiva e individuale allo stesso tempo, cioè all'interno e al di fuori del perimetro del sistema politico.

Impegno politico e cittadinanza sono, quindi, azioni portate avanti da cittadini sulla base di un carattere sempre più individualizzato. Questo marca una differenza rispetto al passato, durante la prima modernità dove predominavano la società industriale gli Stati nazionali, quando i cittadini si identificavano i riferimenti quali le istituzioni tradizionali e la posizione nella stratificazione sociale (...) si tratta in pratica, di formule di assunzione di responsabilità politica a favore del benessere collettivo che avvengono tramite la creazione di concrete quotidiane arene da parte dei cittadini, attivi da soli o in gruppo, per occuparsi di quei problemi che loro stessi ritengono pregiudicare un adeguato livello di vita. L'azione collettiva individualizzata implica modalità diverse finalizzate esercitare

l'assunzione di responsabilità dei cittadini, tra gli strumenti di partecipazione sia di tipo tradizionali sia non convenzionale. [Micheletti, 2003]

“Gli stili e le forme della partecipazione cambiano nel solco di trasformazioni che segnano l’evoluzione dei sistemi e della cultura politici e del rapporto tra i cittadini e la politica stessa” (Norris, 2002). L’avvento di Internet offre nuove opportunità per informarsi e discutere di politica. Non solo forme di partecipazione istituzionalizzate e legittimate come, ad esempio, iscriversi a un partito, partecipare a comizi, fare propaganda. Ma anche operare una partecipazione visibile, intesa come “un insieme di comportamenti che mirano a influire sulla selezione del personale politico di governo, nonché sulle sue azioni e decisioni quando ricopre il ruolo di governante” (Barbagli e Macelli, 1995), attraverso la Rete. Una spinta partecipativa che andrebbe incontro a diverse esigenze anche del partito, dunque di mettere in atto nuove modalità di reclutamento come, ad esempio, la divulgazione di materiali informativi e di propaganda, di promuovere eventi con costi minimi, nonché di organizzare proteste di massa. Inoltre, consentirebbe di supportare le campagne elettorali e di sensibilizzare l’opinione pubblica. Lo scenario del rapporto tra rete, società e territorio può in questo modo mutare in maniera significativa. Eletti ed elettori si trovano nella stessa agorà politica e il “web partecipativo”, in questo senso, diventa strumento di socializzazione e di vicinanza alla società. Dunque, i cittadini

Dipendono meno da organizzazioni gerarchiche radicate su base territoriale; la partecipazione segue percorsi di disintermediazione e di deterritorializzazione. Cerca nuove arene per esprimersi. Lo spazio sociale della rete diventa una di queste. [Dahlgren, 2009]

In concreto tale spinta costruttiva si articola tramite aspetti compositi, legati alla diffusione delle tecnologie nel campo delle istituzioni; queste azioni vanno dall’erogazione dei servizi online da parte della pubblica amministrazione, alle forme di mobilitazione e di pressione delle comunità virtuali, contribuendo alla creazione di “agende digitali”, nonché al numero crescente di *netizen*, ossia i cittadini della società dell’informazione.

Sembrerebbe che la “politica verticale”, quella in cui il leader di partito detiene il potere di sancire ordini, sia arrivata al suo tramonto. Il leader o il funzionario di partito perde rilevanza che aveva in passato, lasciando lo spazio a prese di responsabilità diretta, ossia spazi di coinvolgimento dove viene garantita l’espressione del sé e dove i cittadini mirano a un’autorealizzazione mediante il proprio impegno politico. In tal caso, si affermerebbe una nuova militanza politica giocata in Rete, capace di andare oltre l’orizzonte e di rilanciare forme di partecipazione e mobilitazione dal basso.

Il buon cittadino

Sappiamo come i partiti politici, così come i governi ai vari livelli, sono attori che ricorrono regolarmente alla Rete. Per il nostro oggetto di interesse, il cittadino contrapposto agli attori istituzionali, la rete può fornire aree di dibattito tra pari e, così facendo, prende parte a un laboratorio di esperienze democratiche che possono essere di grandi utilità per un partito che ascolta le istanze dal basso, sia per la sua agenda politica che sul piano della comunicazione. È in questo modo che il contesto mediale induce l’individuo ad un “meccanismo sociale, connettivo, relazionale” (Tursi, 2006), che cerca spazi di dialogo, solidarietà e cittadinanza.

Siti, blog, social network diventano arene di socializzazione e di scambio d’opinioni; si contribuisce a costruire cultura e identità nuove. La condivisione online amplifica la *voce* dei cittadini, ampliando anche la scelta sulle questioni verso le quali rispecchiarsi. Contribuisce, quindi, l’attivismo sociale e

rappresenta un nuovo motore della politica e il generatore di un'inedita forma di militanza capace di rivitalizzare la democrazia in crisi da tempo. Consentirebbe anche, tra le altre cose, di entrare in dialogo con persone difficilmente avvicinabili, favorendo la multiculturalità e la multiappartenenza.

Internet può consentire, paradossalmente, la riattivazione e rivitalizzazione di processi noti ma abbandonati o rimasti ai margini, rispetto all'egemonia culturale definita attraverso forme di comunicazione dominate dal modello televisivo: può permettere di ascoltare di nuovo, di mobilitare in modo efficace, di attivare, ad uso di un partito politico, una «democrazia di mobilitazione». [Verducci, 2013]

Si tratterebbe di “mettere in opera una forma di partecipazione nella quale chi partecipa sente di contare davvero e di operare con altri alla realizzazione di un progetto condiviso” (Tursi, 2006). Un programma mirato a sviluppare forme di partecipazione politica positiva tramite l'apprendimento di un'etica del buon cittadino aristotelico, ossia di quel soggetto morale che persegue esclusivamente obiettivi personali, che chiede solo e soltanto il rispetto dei propri diritti, ma si impegna aprendosi a un senso di responsabilità più ampio.

Non si tratta di sostituire un partito politico organizzato, la militanza sul territorio ma al contrario, di ripensare la sua organizzazione attraverso la rete e sfruttarne le sue potenzialità (in termini di comunicazione, organizzazione dell'agenda, partecipazione, condivisione di informazioni, costruzione di valori e ideologie). Una realtà dove in cui informazioni e luoghi convivono, in cui ci si mobilita nelle strade ma al tempo stesso ci si informa tramite la rete, orientamenti che delineano i tratti della cultura politica e del modo di essere cittadini.

Prendendo in considerazione l'interesse per la politica, un atteggiamento positivo nei confronti dei nuovi spazi di interazione e partecipazione, specie se continuo e competente, bilancia orientamenti tendenti all'indifferenza e all'apatia, comuni nei tempi precedenti. Il buon cittadino informato, in questo senso, fa tornare in auge la sua centralità sociale. Le sfide sono, dunque, quelle di una partecipazione etica e di inclusione sociale. Un'alfabetizzazione del cittadino che contrasta, in qualche modo, una forma di diseguaglianza e di esclusione sociale, il *digital divide*.

Una nuova generazione digitale

Quindi, Internet, per il buon cittadino, rappresenta una struttura di opportunità per informarsi e partecipare; uno spazio dove online e offline si fondono. Il ricambio generazionale implica, in tal senso, un'ulteriore diffusione di queste modalità di coinvolgimento. Infatti, le nuove generazioni si distinguono dalle passate per essere cittadini in rete. Per le loro abilità tecnologiche naturalizzate e per ragioni culturali: nati e cresciuti (e socializzati) in un contesto dove le logiche tradizionali della politica erano già superate, sperimentano senza difficoltà i nuovi canali di mobilitazione. Inoltre, va aggiunto l'elemento della centralità sociale, che vede nell'uso impegnato della rete uno spazio di democrazia dove vi è più libertà di informazione. Le nuove generazioni, inoltre, si dimostrano più interessate alla politica rispetto ai disconnessi, anche a parità di risorse se si fa riferimento al livello di scolarizzazione. Inoltre, si nota come la condizione di disuguaglianza basata sul genere si attenua; in uno spazio politico occupato principalmente da uomini e tradizionalmente sfavorevole alle donne, sembra colmarsi tra i più giovani, segno di grande trasformazione in corso della cultura politica dei nuovi cittadini. In definitiva, “il processo di socializzazione alla tecnologia digitale è ormai pervasivo al punto che in particolare tra le giovani generazioni non si riproduce il tradizionale solco delle disuguaglianze che si registra tra uomini e donne di età più elevata” (Ceccarini, 2010).

Il ricorso a internet segna, quindi, il classico divario tra i “nativi digitali”, ossia coloro che utilizzano

in modo articolato e competente gli strumenti della comunicazione tecnologica, e gli “immigrati digitali”, cioè gli utenti più anziani, a conoscenza del mezzo solo in età più adulta. Infatti, a differenza di coloro che hanno, in qualche modo, dovuto aprirsi alle nuove tecnologie, i nativi digitali “sono nati e cresciuti in un ambiente quotidiano plasmato dalla presenza di questi strumenti e hanno elaborato competenze cognitive particolari” (Prensky, 2001), approcciandosi in modo naturale all’interattività; sono fruitori attivi che costruiscono in modo individualizzato il loro uso.

Ma non solo, l’utilizzo della rete si caratterizza per diversi *digital divide*: da quello di natura territoriale che riguarda la possibilità di avere una connessione a banda larga; quello di natura sociale per cui chi detiene maggiori risorse, i giovani in particolare, sono fruitori di questa tecnologia; e, infine, quello relativo alle modalità di utilizzo della rete che ha significato politico e varia dalla partecipazione ai social network alla consultazione di siti.

Dove si osserva la diminuzione del consumo dei media cartacei, aumentano gli utenti di Internet; non è più la televisione a detenere il primato di essere il mezzo più utilizzato a fini informativi, è Internet; la percentuale di coloro che si informano attraverso la rete, come era prevedibile, si riduce progressivamente allo scorrere delle diverse generazioni. Questi fatti segnano, tuttavia, il fattore più importante, ossia il fatto che la politica aggrega ancora interessi, i cittadini vogliono ancora informarsi; non scontato in un periodo di crisi, come abbiamo visto.

Ad ogni modo, il buon cittadino, colui che si interessa di politica, è oramai divenuto il nativo digitale: essi si informano e partecipano, anche attraverso forme di volontariato e autorealizzazione, in misura maggiore rispetto ad altri cittadini (Censis, 2009). Si tratta di orientamenti che trovano spiegazione nell’atteggiamento di disincanto verso una politica istituzionalizzata e personalizzata che ha segnato e continua a segnare i tempi. Anche se per questioni anagrafiche il nativo digitale non ha vissuto in prima persona le vicende della Prima Repubblica, si è socializzato in un contesto in cui la rappresentazione di quel modello storico è valutata in modo positivo rispetto alla fase attuale. Il cittadino, di conseguenza, diventa esigente, pronto a puntare il dito contro gli attori concreti della politica. Il ragazzo giovane vuole essere parte del cambiamento, confermato dal suo maggiore coinvolgimento e impegno. I giovani paiono avere la possibilità di rovesciare il sistema, “una nebulosa di creativi che producono, si connettono, scambiano, condividono, diffondono impulsi con un ritmo incessante” (Tursi, 2006).

Il vento del cambiamento sarebbe quello di una nuova militanza, diversa dal passato e connotata dall’uso sistematico dei nuovi media e della rete, nonché da un rinnovato protagonismo dei giovani, intenso anche se imperniato di “legami deboli”. “Lo scenario prefigurerebbe soggetti collettivi e organizzati capaci di tradurre in prassi politica, istanze, bisogni e (magari e di nuovo) sogni” (Reichlin, 2010). Una chiave di volta per rilanciare la politica democratica, nonché di distruggere la visione della società della “videocrazia”.

Giovani che hanno in mano, per ragioni anagrafiche, il futuro della democrazia; protagonisti del futuro, la società in rete ha in Internet uno “strumento fondamentale di comunicazione, che ne ridefinisce la forma, le relazioni, le identità (Castells, 2002). Interattività, velocità, orizzontalità, policentrismo, pluralismo; facilita il superamento di barriere spazio-temporali in ambito informativo e comunicativo e offre, al tempo stesso, uno spazio sociale e civico nuovo. “Una struttura di opportunità che fornisce la possibilità di espressione a interessi comuni, relazioni sociali, identità. La politica in rete non sempre è esplicita, ma rimane a livello potenziale poiché sostiene l’interesse e la discussione su temi di valenza generale” (Tursi, 2006).

2.3. Coinvolgimento e felicità

Lo stile tradizionale del coinvolgimento, uno stile che richiama un senso di obbligo morale nelle prassi dell'impegno, seguendo l'evoluzione storica e il ricambio generazionale, tende ad assumere nuovi tratti.

Si osserva un ampio cambiamento generazionale nei paesi delle democrazie postindustriali: da un modello di cittadinanza deferente (alla quale aderiscono ancora le vecchie generazioni e larga parte di quei giovani che sono collocati in ambiti sociali di natura tradizionale) a un modello di cittadinanza autorealizzata orientata verso una forma di attivismo vagamente reticolare che si occupa di questioni che più riflettono i valori personali (...). Questo tipo di mutamento nella forma della cittadinanza democratica non è affatto uniforme all'interno della società. Dove le istituzioni tradizionali, come le chiese o quelle sindacali, restano fortemente radicate, tende a prevalere un modello di impegno civile di tipo convenzionale e il conflitto basato su determinati valori di riferimento potrebbe esplodere. Altri cittadini mancano, invece, delle competenze necessarie e di un background culturale che favorisca l'impegno civico sia a livello di gruppo sia individuale, e finiscono per evitare del tutto l'impegno in politica. [Bennett, 2008]

Tutto ciò si traduce in un minore senso di deferenza verso la politica istituzionalizzata nei giovani, i quali attribuiscono maggiore importanza a temi identitari e centrati sull'individuo. Una nuova generazione politica sfiduciata nei confronti dei mass media e dei politici, rafforzata da un contesto mediale *top-down* e da un linguaggio negativo circa la politica.

In questo senso, l'interesse verso l'arena pubblica e l'attenzione verso la dimensione privata oscillerebbe in modo ciclico.

Così, il passaggio dagli anni Cinquanta agli anni Sessanta e poi ai Settanta, ed altre alternanze analoghe in periodi precedenti sollecitano la domanda se le nostre società abbiano una qualche predisposizione ad oscillare tra periodi di preoccupazione intensa per i temi pubblici, e periodi di concentrazione quasi totale sul miglioramento economico e gli obiettivi di benessere privato [Hirschman, 1995]

La ricerca della felicità è, quindi, strettamente collegata al coinvolgimento collettivo; come l'esperienza del 1968 in Italia ci conferma, l'unica generazione politica conflittuale al momento che ha manifestato forte interesse nei confronti dei "destini comuni" (Mannheim, 1928) trasformandolo in partecipazione e mobilitazione, a riconferma del fatto che quando le aspettative non trovano soddisfazione si viene a creare un sentimento di delusione. Così, dopo aver inseguito la felicità attraverso la valorizzazione di interessi personali e non vedere soddisfatti i propri bisogni, il cittadino si orienta verso l'arena pubblica al fine di risolvere quel senso di frustrazione e cercare, di nuovo, la felicità. La delusione, quindi, reindirizza il coinvolgimento privato nell'ambito pubblico, attraverso azioni collettive di interesse comune.

In tal senso, l'economista tedesco Albert Hirschman, definisce diverse situazioni che si verificano al non soddisfacimento dei bisogni del cittadino; la prima strategia è di uscita (*exit*), ossia la scelta di abbandonare per il non soddisfacimento delle aspettative; segue la protesta (*voice*), il cittadino-consumatore che alza la voce contro il piano politico; e, infine, la lealtà (*loyalty*), quel comportamento di accettazione a riconferma del sentimento di fiducia. Non si tratta di passività, bensì di un orientamento razionale che si basa sulla fede e sulla speranza.

I tempi brevi della politica

Ciò di cui si sancisce l'urgenza sono, quindi, risposte immediate alla volontà popolare. Bisogni che in un periodo di benessere sociale e di sicurezza economica tendono ad assumere caratteri post-materialisti, come ci suggerisce il sociologo statunitense Ronald Inglehart. Bisogni che nella fluidità dello scenario attuale si concretizza nell'impegno dei cittadini su questioni urgenti, specchio di un mondo sempre più veloce che segue le logiche mediali. Una dinamica anche comunicativa più imprevedibile, in discontinuità con la rigidità organizzativa tradizionale. Un logica per cui un battito d'ali produce conseguenze concrete e imprevedibili e che produce situazioni di debolezza alle azioni del governo. In quest'ottica, il cittadino appare sempre più un consumatore politico, un individuo che si cimenta a forme di mobilitazione ma insito nella logica del marketing politico, per cui la scelta di offerte in campo vengono profondamente ispirata al leader per conquistare la più ampia arena mediatica.

Pose gladiatorie, scontri drammatici, protagonismi individuali impregnano l'intero racconto della vita politica. Non solo in campagna elettorale ai media piace offrirne una rappresentazione spettacolare e agonistica, intessuta di ambizioni e scontri personali, di regolamenti di conti, di vittorie e di sconfitte, di fatti scandalosi e di protagonismi che occupano la scena e oscurano altri, magari più rilevanti, oggetti del contendere: a cominciare dai disegni politici e dagli interessi, di cui i leader attuali o potenziali sono interpreti e portavoce. [Mastropaolo, 2011]

Una logica spettacolare che rischia il venir meno di grandi progetti collettivi, orientata a dare risposte semplici e immediate al popolo al fine di personalizzare la politica fine a se stessa; il leader ha bisogno di "promettere risultati immediati perché ciò che lo preoccupa è soprattutto il consenso alla sua persona" (Bagnoli, 2000).

Ciò si traduce, indubbiamente in un sentimento di insoddisfazione e di atteggiamento critico verso l'istituzione. Al tempo stesso, però, si osserva la possibilità di farsi carico attraverso modalità disintermedie di responsabilità politica. Un attivismo quotidiano, personale, con muri più bassi al coinvolgimento che si sviluppa in arene subpolitiche al fine di arricchire l'azione collettiva stessa. Thomas Casadei, docente di filosofia del diritto all'Università di Modena, si è chiesto se i media digitali siano davvero in grado di favorire questo processo di disintermediazione, togliendo quote di potere ai mediatori politici tradizionali e facilitando l'accesso diretto dei cittadini al potere decisionale.

La rete non offre ancora, in Italia, strumenti di partecipazione politica diretta. Non esistono possibilità di accesso dei cittadini al processo decisionale attraverso internet. Le strade percorribili per intervenire sull'amministrazione della res publica rimangono quelle tradizionali, come la proposta di una legge di iniziativa popolare, l'ingresso all'interno di un partito o la costituzione di liste civiche da presentare agli appuntamenti elettorali locali (...) Tuttavia è pur vero che grazie alla rete si può rompere quella asimmetria della visibilità insita nei media tradizionali. La rete non è stato l'unico strumento che, solo, è riuscito a rompere l'asimmetria. La rete, piuttosto, è stata il trampolino di lancio. [Casadei, 2015]

È pur vero che i mediatori politici tradizionali sono in grado di emergere con più forza nei media mainstream; tuttavia, utilizzano Internet e le sue risorse nell'architettura della partecipazione, meno sulla struttura democratica della società. Mancanza di tempo, poca abilità dello staff per massimizzarne l'uso, potrebbero esserne le cause. I partiti ad oggi hanno dimostrato una scarsa

capacità di entrare nel web o di utilizzarlo come luogo a cui accedere alla partecipazione *grassroots*, ossia quella con scopi promozionali e di marketing dei partiti. Il tentativo di avere un confronto tra arene non sussiste; la rivoluzione tecnologica aiuterebbe la democrazia ma, ad oggi, è l'unica attività umana non digitalizzata. L'agenda politica, in questo senso si impegna su altro.

Il buon governo

La trasformazione della politica fa, quindi, emergere la necessità di riappropriazione degli spazi pubblici da parte del cittadino e la riaffermazione di una dimensione etica e collettiva che consenta il confronto tra le forze presenti. L'antipolitica, quel fenomeno di reazione all'incapacità di produrre una svolta del paese, in tal senso non si traduce in apatia o di negazione nei confronti della politica, ma piuttosto in quella riappropriazione della sovranità del popolo nell'incidere su questioni di pubblica importanza.

È nel momento della crisi che si sente il maggior bisogno di una politica autorevole, non servente solo a logiche burocratiche, ma attenta al malessere che attraversa ampi e diffusi strati della società. [Galli, 2002].

La partecipazione legittima il sistema democratico e la presenza di cittadini informati aumenta la loro possibilità di influire sulle decisioni pubbliche. Ma un eccesso di partecipazione potrebbe portare a una situazione di "sovraccarico funzionale" del sistema politico, ossia quella condizione per cui i partiti, riceventi di troppe istanze diverse, ascolterebbero e agirebbero per chi le rivendica con più forza. Soddisfare tutte le pressioni dal basso, spesso particolaristiche e veicolate da gruppi particolaristici, potrebbe far perdere rilevanza agli interessi comuni di tutta la società. Tutto ciò si tradurrebbe nell'impreparazione politica di esercitare un potere di controllo delle azioni collettive e di assumere la tendenza ad una gestione particolarmente personalizzata delle azioni collettive. Paradossalmente, questo comporterebbe una crisi della democrazia per un suo eccesso. In tal senso, da un lato la partecipazione si configura come principio cardine della democrazia, dall'altro un certo livello di apatia, intesa non come disinteresse, distacco e indifferenza, migliorerebbe il sistema. Infatti, non andrebbe intesa come disincanto nei confronti delle istituzioni governative, bensì come una forma consensuale in chi governa.

Tuttavia, la questione della partecipazione resta un elemento principale della democrazia. Tanto che alla base della dimensione partecipativa vi è una valorizzazione dei cittadini nei loro ruoli di discussione, argomentazione e contro-argomentazione dei processi decisionali. La democrazia, in tal senso, dovrà rimettere al centro i bisogni principali in garanzia dei diritti sociali del cittadino, sempre più imperniati da logiche economiche e chiuse.

La riflessione sin qui condotta, quindi, ci riporta alla necessità del partito politico di far tornare in auge i valori e principi costituzionali, in modo che si traducano in una corretta visione cui indirizzare l'impegno per la ricerca del bene comune.

"L'arte del buon governo passa attraverso la buona politica che chiama ad amministrare le persone ricche, non di oro, ma di quella ricchezza che rende l'uomo felice, la vita onesta e fondata sull'intelligenza. Se invece vanno al potere dei pezzenti avidi di beni personali e convinti di dover ricavare il loro bene di lì, dal governo, non è possibile una buona amministrazione." [Platone, approssimativamente tra il 380 e il 370 a.C.]

Abbiamo visto come l'utilizzo della Rete nella sfera politica-istituzionale si configuri come un'esperienza eterogenea e diffusa; gli stessi attori politici ricorrono regolarmente alla logica mediale, scontrandosi con una crisi democratica che ormai ha fondato radici nei contesti in cui è consolidata. La crisi della democrazia è un fenomeno diffuso e controverso che si accompagna a un sentimento di disincanto verso l'istituzione e la politica in generale, dove la fiducia ormai tocca i minimi livelli storici. In tal senso, per i cittadini questo significherebbe alzare la voce e, nell'epoca delle reti, di partecipare alla vita politica seguendo logiche mediali convenzionali e non convenzionali.

In tempo di indignazione e scontento pubblico, la sfida di mantenere un "buon governo", in termini di comunicazione, trasparenza e controllo, risulta più ardua; ma cosa succede in un contesto già in crisi se si verifica un imprevisto di portata mondiale, capace di invadere tutte le sfere della società? Come si comunica in tempo di crisi? Come si partecipa se una pandemia globale costringe il cittadino a rinunciare alla propria libertà? La crisi si è manifestata in coesione o polarizzazione della società? La Rete si conferma la "fenice democratica"?

Nel terzo capitolo di questo elaborato tratteremo nello specifico tali questioni in riferimento all'emergenza sanitaria circa il Covid-19, analizzandone la comunicazione in tempo di crisi, la reazione dei cittadini tra paura e insicurezza, nello specifico generazionale, e affrontando il tema della qualità della democrazia tra monitoraggio, limitazioni, incertezza e sfiducia.

Capitolo 3. La pandemia da Covid-19 tra demopatia, comdemia e infodemia

3.1. La crisi da Covid-19

Come abbiamo visto nei capitoli precedenti, nelle democrazie moderne urge l'esigenza di un rinnovamento del patto democratico tra cittadini e governo, nel quale il legame comunitario tra le due sfere è sfilacciato dalla mancanza di fiducia. La nuova rappresentanza politica caratterizzata dall'uso intensivo dei nuovi media rappresenterebbe un modo per risorgere dalla crisi che permane da decenni nelle istituzioni, segnata da eventi come Tangentopoli, la crisi economica del 2008, l'estremizzazione del fenomeno neopopulista, eccetera.

Mantenere una buona politica in un'epoca di disincanto nei confronti delle istituzioni ma anche della rappresentanza politica in generale, risulta essere sempre più difficile, soprattutto quando un imprevisto con conseguenze di portata globale tocca diversi aspetti della vita sociale. La crisi mondiale causata dalla pandemia da Covid-19 rappresenta, infatti, una delle più grandi sfide che la società contemporanea si sia mai trovata ad affrontare. È difficile prevedere quanto ancora durerà la lotta contro questo nemico, non si hanno elementi certi, solo ipotesi.

“Covid-19”, secondo il giornalista Lelio Alfonso, non è solo una sigla di una tragica pandemia che ha colpito e falciato milioni di persone, bensì

un'emergenza dagli effetti devastanti non solo sul piano sanitario, ma anche su quello economico e sociale, con conseguenze non meno eccezionali per la comunicazione e l'informazione. Una crisi profonda che ha stravolto le nostre abitudini quotidiane, cambiando il ritmo della vita delle città e modificandone gli spazi e i tempi. Una situazione che ha spinto cittadini, professionisti e aziende alla ricerca quasi ossessiva di informazioni credibili, districandosi tra eccessi apocalittici, sottovalutazioni, fake news e irresponsabilità digitali, istituzionali o mediatiche. [Alfonso, 2020]

Da sempre i virus circolano e si diffondono in tutto il mondo, facendosi trasportare dagli animali o da noi esseri umani. Un tempo le malattie arrivavano per nave, come nel caso della peste nera nel lontano Trecento. Oggi, invece, il virus si muove leggero e la globalizzazione ne è il vero veicolo che ne accelera la sua circolazione. È il 23 gennaio 2020 quando a Wuhan, a più di ottomila chilometri da Roma, inizia il primo *lockdown* di massa della storia; 60 milioni di persone segregate in casa, strade deserte e servizi ridotti al minimo. Poche settimane dopo il virus ha un nome: Sar-Cov-2, identico per il 96.2% del genoma al coronavirus tipico del pipistrello. Un virus che sembrava lontano, circoscritto al territorio cinese; poche settimane dopo in Italia venivano già identificati diversi focolai nel Nord Italia, come a Vo' Euganeo e nella provincia di Bergamo. Il 21 febbraio un giovane di Codogno viene battezzato come il paziente zero; pochi giorni dopo i casi sono centinaia. È il 9 marzo 2020 quando il governo italiano decide di correre ai ripari di questa prima e devastante ondata ricorrendo al modello cinese: un *lockdown* nazionale che sottopone gli italiani a un confinamento nelle proprie abitazioni e limitazioni molto rigide.

È l'11 marzo 2020 quando il direttore generale dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, Tedros Ghebreyesus, comunica al mondo, scosso dal virus, la sua portata mondiale, facendo tornare in auge la parola “pandemia”, dimenticata ormai da oltre un secolo. Una parola che, ricordando il suo discorso, non è da usare con leggerezza o disattenzione e che, se usata in modo improprio, può causare paura irragionevole o sofferenze e morti inutili. Un discorso solenne, saturo di parole gravi che, come il virus, si espandono rapidamente, generano azioni e reazioni difficilmente prevedibili e

che, da quel giorno, hanno modificato la vita e i comportamenti dei singoli e della comunità. Una crisi d'ora in poi altrettanto disorientante per le sue dinamiche, in cui gli aspetti sanitari si sono fin da subito intersecati con quelli informativi, politici, economici, psicologici, educativi, mediali, eccetera. Del resto, di fronte a un evento inatteso e di simile portata, senza riferimenti scientifici e storici se non lontani nel tempo, era comprensibile un periodo di crisi e confusione collettiva. Un caos che non ha colpito solo il piano sanitario per la crescita esponenziale dei contagiati e delle morti, ma anche nei principi fondanti della democrazia e nel mondo dell'informazione e della comunicazione, trovatosi senza mezzi e conoscenze. Mai, a livello globale, si è dovuto affrontare un evento del genere; e così come era avvenuto un secolo prima per l'influenza spagnola (Spinney, 2018), la capacità dei sistemi sanitari e politici di rispondere alla pandemia è risultata per niente scontata e acquisita.

Sistemi sanitari sotto stress, Governi nazionali alla ricerca di soluzioni e sostegni per reggere l'impatto della crisi ma anche i sistemi dell'informazione chiamati a rispondere alle nuove necessità che questo sconvolgimento ha imposto in tempi brevi, sono solo alcune delle sfide che la società si è trovata ad affrontare. E se dal punto di vista dell'analisi politica la pandemia mostra delle affinità con le esperienze passate circa le crisi economiche oppure eventi imprevisi, decisamente più nuove sono state le circostanze relative alla comunicazione. Una lotta contro un nuovo nemico che, a differenza dell'influenza spagnola in cui il ruolo cruciale era svolto dai quotidiani, la pandemia da coronavirus, soprattutto dopo l'emanazione dei provvedimenti da parte del governo in accordo con la comunità scientifica, ha iniziato a percorrere la strada verso il digitale. Insomma, un evento che in poche settimane, se non giorni, ha presentato livelli allarmanti di diffusione e gravità e che, quasi come un evento bellico, ha stravolto il normale funzionamento della vita sociale e politica dell'intera società.

Democrazia sotto stress

Sin dal primo momento, nelle prime settimane del 2020 nelle quali il Covid-19 sembrava un problema circoscritto al territorio cinese, l'opinione pubblica si è chiesta se un regime con quelle caratteristiche fosse meglio attrezzato per rispondere a una crisi di quelle proporzioni (Bollyky e Gupta, 2020). Oltre che essere un'emergenza sanitaria di portata globale, la pandemia costituisce uno stress test per la democrazia: tracciamento e limitazione degli spostamenti personali, rapidità decisionale delle politiche sanitarie, controllo dell'informazione, sono solo alcuni dei limiti che questa situazione lasciava intravedere. Infatti, ne mettevano in risalto i punti di attrito rispetto ai valori, allo stile di vita, alle regole della liberal-democrazia (Sartori, 1987). Limiti che non si presentano in conflitto solamente tra le scelte nazionali e il volere del cittadino, ma anche in merito all'accettazione all'applicazione di questi obblighi in società e democrazie occidentali. Il risultato conseguente è stata una difficile accettazione da parte della comunità, ovviamente scossa dalla novità e dalla paura, ma anche un concatenarsi di dilemmi politici di lunga durata.

La natura planetaria della pandemia attraversa, infatti, contesti politici molto lontani fra loro. Nata in un regime non-democratico come quello cinese, si propaga in democrazie più o meno giovani. L'azione degli attori politici nei diversi contesti si sono ritrovate a fronteggiare la crisi sanitaria tramite procedure e vincoli formali che discendono dal tipo di regime, trovandosi in casi particolari nelle condizioni di estendere e ridisegnare tale perimetro. Necessità che, come spesso accade, si è trasformata in opportunità per molti leader del governo di abusare il loro potere, spesso mettendo a tacere i loro oppositori e indebolendo importanti istituzioni, spesso minando gli stessi sistemi necessari per proteggere la salute pubblica. Infatti, già a ottobre 2020 Freedom House riportava che

la pandemia da Covid-19 ha alimentato una crisi per la democrazia e nel rispetto dei diritti umani in tutto il mondo. Ma non solo la qualità della democrazia si è indebolita in ottanta paesi, ma il problema è stato notevolmente maggiore nelle democrazie già precedentemente in difficoltà e negli stati repressivi; insomma, quei paesi che avevano già deboli salvaguardie contro l'abuso di potere. In Cambogia "il governo ha preso il coronavirus come l'opportunità di demolire lo spazio democratico"; in Sri Lanka, il primo ministro, Mahinda Rajapaksa, ha accelerato l'agenda autoritaria, indebolito i controlli sul potere esecutivo e violato i diritti umani sfruttando le preoccupazioni per la salute nazionale come pretesto, soprattutto contro la minoranza musulmana; in Cina una retorica nazionalista e propagandistica con seri problemi di trasparenza e accountability, in merito alla severa sorveglianza esercitata grazie alle innovazioni tecnologiche, sembrerebbe essere il modello comunicativo adottato anche per il futuro. Un dato che ci rassicura, tuttavia, è la richiesta dei cittadini di adottare il modello democratico, nonostante esso sia sofferente in tutto il mondo.

In Italia, come abbiamo fatto riferimento nelle righe precedenti, il 9 marzo 2020 il bisogno di mantenimento del controllo sociale ha trovato una prima e decisa risposta nel lockdown totale deciso dal Governo. Fino a quel momento, le misure di contenimento avevano iniziato a incombere nella vita degli italiani ma in maniera piuttosto selettiva e non complessiva: annullamento dei contatti, cancellazione delle occasioni di incontro collettivo, sospensione delle lezioni scolastiche, degli allenamenti sportivi e delle manifestazioni culturali; ossia tutti quei momenti con forte potere di aggregazione sia di natura professionale che ludica. Da quel momento in poi, la modifica delle proprie abitudini e dei propri comportamenti dai parti dei cittadini è stata la strategia centrale adottata per la gestione della crisi sanitaria, vedendo nella chiusura totemica, nel distanziamento sociale, nelle limitazioni di movimento e nell'uso di mascherine chirurgiche l'unica soluzione al fine di contrastare il dilagamento del contagio.

Il Governo italiano ha, difatti, "fin da subito messo in atto delle *social control policies* in base alle quali ogni cittadino è stato chiamato ad adattare i propri comportamenti quotidiani" (Chriss, 2021). Un controllo sociale inteso come "meccanismo per far aderire gli individui alle leggi e garantire il mantenimento dell'ordine sociale" (Durkheim, 1893). In questo caso, l'ordine sociale è rappresentato al fine di proteggere la salute pubblica. Tale controllo, tuttavia, "non si ottiene attraverso imposizioni, punizioni o altre forme di controllo coercitivo, ma anche (e soprattutto) attraverso forme indirette di condizionamento, come la creazione di un sistema di valori condivisi dalla comunità che inducono i cittadini ad agire in un certo modo" (Nye, 1958). Un valore condiviso, l'importanza che la salute ricopre nella vita degli italiani, che ha giocato un ruolo cruciale nell'adesione dei cittadini alle regole anti-contagio. In questo modo "le restrizioni messe in atto sono state accolte, almeno in un primo momento, piuttosto favorevolmente dalla popolazione italiana, manifestando così la rilevanza che la salute ricopre nel proprio sistema valoriale" (Iannelli, 2020). Ad ogni modo, questa necessità ha giocato un ruolo cruciale nell'adesione dei cittadini alle regole per il contrasto al contagio, costituendo un terreno fertile per l'accoglimento di un *coverage* mediatico col fine di promuovere tali *social policies* adottate dal Governo. Come vedremo successivamente, infatti, è proprio attraverso i media che i cittadini hanno capito la natura stessa del virus, le misure restrittive e le accortezze per evitare di essere contagiati. In questo senso, in qualità di interpreti e di *gatekeepers* (Dunwoody, 1992) i nuovi media sono stati in grado di influenzare i comportamenti e le attività delle persone indicando la giusta strada da percorrere, giocando un ruolo cruciale nella creazione del sistema valoriale, ossia nella creazione di un "sentimento di bene comune condiviso", in grado di suscitare al tempo stesso indignazione verso

chi questi comportamenti li minano. La crisi, infatti, è stata fin da subito “interconnessa” (Legnante, 2020) per “genesi, geografia, dinamiche, istituzioni, impatto, prospettive, comunicazione, informazione, protagonisti, nonché per la centralità dell’infrastruttura digitale che innerva la comunicazione e le attività nel mondo contemporaneo” (Solimine e Zanchini, 2020); e l’impatto e le reazioni circa la pandemia sulla vita sociale sono apparse fin dai primi mesi del 2020, quando la crisi-Covid ha iniziato a svilupparsi globalmente. Vale la pena provare brevemente a ricostruirli:

1. Il principio del distanziamento fisico e sociale che ha innanzitutto posto una serie di limitazioni al normale funzionamento da vita dei cittadini: lo stare in gruppo, il riunirsi attorno a simboli, i fenomeni di piazza, il riunirsi in classe con i compagni o in ufficio con i colleghi, ossia tutti quegli incontri che costituiscono la collettività e che, spesso vengono usati come antidoti alle paure, garantendo stabilità e fornendo legami sicuri. Infatti, “il senso di coesione restituito dall’essere fisicamente parte di un gruppo è ciò che fornisce una spinta per contrastare i timori a un dato fenomeno” (Centorrino, 2020). Inoltre, tale principio ha di conseguenza rilanciato il dibattito su come la tecnologia possa contribuire ancora una volta all’innovazione politica (ma anche sulle criticità connesse al suo utilizzo);
2. La riduzione dei canali di partecipazioni politica e di manifestazione del dissenso ha circoscritto l’azione allo spazio virtuale dei nuovi media. Vicenda che, fin dalle prime settimane del lockdown, ha notato un allargamento della partecipazione politica, di socialità e di “partecipazione immobile” in Rete: flash mob, raduni canori sui balconi, videochiamate di gruppo, eccetera. Non a caso, l’Osservatorio Hyperion12 dell’Università di Padova ha rilevato, prendendo in oggetto il Veneto, come nel corso del 2020 il più alto tasso di coesione sociale sia stato registrato tra il 13 e il 19 aprile, in piena zona rossa. Invero, “l’impatto del contagio ha messo in crisi le varie isterie collettive – dall’odio verso i migranti, alla campagna antipolitica e antiistituzionale, alla bolla comunicativa contro i vaccini, scienziati ed esperti – che rappresentavano, fino a quel momento, l’unica possibile opzione di coesione nazionale-popolare nel nostro Paese, convogliandosi verso un più ampio senso di unità” (Morcellini, 2020);
3. La definizione di *social control policies* di contrasto alla diffusione del contagio ha gettato nuova luce sul rapporto tra poteri a diverso livello territoriale; una questione di natura globale trattata perlopiù con risposte di ordine nazionale, generando nuovi conflitti tra diverse architetture istituzionali e riaprendo la frattura centro-periferia;
4. Il rapporto tra potere politico e mezzi di comunicazione è un nesso delicato, soprattutto in situazioni di emergenza. Al fine di evitare che una inadeguata “comunicazione del rischio” (Pagano, 2001) faccia danni alla democrazia, ciò comporta “la ricerca di un difficile equilibrio tra trasparenza e controllo; tra il diritto dei cittadini ad essere informati e la necessità di limitare la proliferazione dei contenuti di impronta allarmistica e fake news” (Carone e Diamanti, 2020);
5. La ritrovata centralità della competenza tecnica: virologi ed epidemiologi chiamati a supportare le scelte politiche con l’effetto di essere a loro volta “contagiati” dalle logiche del circuito mediatico, dettato da spettacolarizzazione e immediatezza. Conferenze stampa nelle reti televisive unite, social, talk-show; opinioni di esperti del settore chiamati a porre in vetrina le proprie opinioni e confrontarle con quelle di commentatori, politici e gente comune;

6. Il problema dei confini del potere politico: dalle valutazioni sull'emergenza che ne ha rilanciato la necessità di uno "Stato imprenditore" (Mazzucato, 2013) e ad ipotizzare un rilancio dei processi (post-bellici) di espansione del welfare state (Borger, 2020), ai DPCM del Presidente del Consiglio e la marginalizzazione del Parlamento. In altri contesi, già precedentemente considerati, ha addirittura dato la possibilità ai diversi leader per consolidare la propria posizione di forza ed eccedere nella direzione della democrazia illiberale;
7. Tutto ciò va a pari passo con la compressione delle libertà individuali: limitazione e tracciamento degli spostamenti, sospensione delle attività economiche, trattamenti sanitari obbligatori, imposizione di dotarsi di dispositivi di protezione da indossare in pubblico.

"Sono misure imposte un po' in tutti i paesi, associati ad un sistema di obblighi e sanzioni più o meno stringenti. Sollevando dubbi, soprattutto in casi di applicazione per periodi prolungati, circa la loro compatibilità con i principi fondanti su cui reggono i regimi liberal-democratici, portando in superficie un sempre latente conflitto tra valori nel momento in cui lo Stato, per difenderne alcuni – sicurezza e salute – ne limita altri. Il tema del controllo – si pensi al nodo della privacy – si pone allora in modo diverso, portando i critici a parlare di Stato spia o addirittura di uno Stato polizia" [Bordignon, Diamanti, Turato, 2020]

Uno Stato di polizia che si fonda "sull'amministrazione interna e la comune felicità dei sudditi quale fine più alto dello Stato" (de la Mare, 1729) e che dipendesse da sicurezza e prosperità al fine ultimo del benessere collettivo. Tale teoria nel contesto analizzato, porta a interrogarci sulla direzione che può prendere il "bene comune" e il "buon governo" esercitato da leader forti, non necessariamente autoritari. Tale dibattito, tuttavia, non è da dichiararsi nuovo. Richiama perlopiù tendenze di lungo periodo che il virus ha rilanciato "mettendo ancora più in risalto i fattori di tensione che investono l'evoluzione dei sistemi politici democratici" (Mauro, 2020), innestandosi su una già conosciuta demopatia (Di Gregorio, 2019), ossia quella democrazia patologicamente malata da curare evidenziandone i sintomi, eseguendo la diagnosi e proponendo terapie.

3.2. Comunicazione in crisi

Il percorso della comunicazione politica italiana, come abbiamo già sottolineato, è stato oggetto di numerose riflessioni sin dalle sue origini. Sulla spinta di Tangentopoli, grazie alla quale la televisione diventò una grande arena della "gogna mediatica", la comunicazione politica si affermò come strumento necessario per instaurare un rapporto tra cittadini e istituzioni. I partiti si sfidavano sotto gli occhi del pubblico di tutta Italia, per la prima volta i processi venivano trasmessi sul piccolo schermo; dai tribunali arrivarono nelle case degli italiani. La disintermediazione prodotta dai media digitali, inoltre, ha fatto in modo che quei confini tra comunicazione istituzionale e politica, di cui ambiti non dovrebbero essere sovrapponibili, si dissolvessero tra loro (Mazzoleni, 1198). Nei nuovi media, alle immagini istituzionali gessate si sono affiancate fotografie personali e private, alla ricerca di consenso sono state proposte nuove logiche di partecipazione ai "pubblici connessi"; la distinzione è diventata sempre più difficile e "il ruolo della comunicazione istituzionale viene attenuato dalla moltiplicazione dei luoghi d'interlocuzione con i cittadini anche all'interno di una stessa pubblica amministrazione" (Solito, 2018).

Sullo sfondo di questo contesto, se c'era un modo per mettere alla prova la comunicazione, la pandemia è stata un drammatico e realistico banco di prova. La comunicazione politica è stata travolta dal virus, costringendo la classe dirigente ad abbandonare linguaggi tradizionali e

sperimentarne di totalmente nuovi, dalle conferenze in diretta all'uso dei social come veicolo primario di contatto con i cittadini. Questo perché il virus è una minaccia che mostra sia i limiti del potere umano sia del potere dello Stato. Un imprevisto fuori portata che costringe il Paese a creare una risposta diversa immaginata per i casi di guerra (Dottori, 2020). L'antagonista odierno è sfuggente e i leader politici appaiono disorientati quanto i cittadini. Di qui il ricorso da parte delle istituzioni alla competenza tecnica, alla formazione di commissioni nelle quali si valorizza il contributo tecnico-scientifico (e sui quali scaricare parte della responsabilità). La crisi, infatti, ha acquisito grande visibilità mediatica e posto in primo piano il tema della connessione tra comunità scientifica e comunicazione politica. Le istituzioni, nel tentativo di fare fronte alle emergenze, ha portato risposte immediate conciliando la crisi sanitaria con la conseguente crisi economica e le reazioni dell'opinione pubblica, spesso invase da fake news. L'affollamento di informazioni e narrazioni, come vedremo in seguito, nell'ambiente comunicativo ibrido e sovrabbondante costituisce una sfida per il funzionamento delle democrazie e nella fiducia nei confronti degli attori politici, poiché il flusso di notizie hanno un ruolo fondamentale nel costruire l'opinione pubblica e, di conseguenza, nell'indirizzare i comportamenti individuali e le scelte dei decisori.

Le crisi generano una molteplicità di aspettative nei confronti del leader; da loro ci si attende che forniscano "risposte esaurienti e mettano in campo le azioni difensive e di ripristino alla normalità, incarnino il sentimento di determinazione collettiva di fronte alla sfida, si assumano responsabilità, apprendano dall'esperienza" (Ansell, Boin e t'Hart, 2018). Di qui, gli stessi politologi hanno individuato cinque compiti che i capi governo dovrebbero affrontare dinanzi a una crisi:

1. Il *sense-making*, ossia la raccolta ed elaborazione delle informazioni necessarie a definire la natura della crisi;
2. Il *decision-making*, che comporta la presa delle decisioni cruciali e il coordinamento della messa a punto di risposte coerenti al fine di implementare quelle decisioni;
3. Il *meaning-making*, attraverso il quale fornire una narrativa che sia convincente, utile e in grado di ispirare e mobilitare i cittadini e coloro che sono chiamati ad agire;
4. L'*accounting*, cioè il rendere conto ai pubblici di cosa è stato fatto per prevenire e gestire la crisi e perché;
5. Il *learning*, ovvero l'apprendimento dall'esperienza.

"I leader si sono sfidati a presentare una storia persuasiva che descriva che cosa comporta la crisi: che cosa è in gioco, quali sono le cause, cosa può essere fatto" (Boin, 2017). Un'azione comunicativa necessaria e che ha richiesto un "terreno comune tra l'oratore e il suo uditorio" (Cian, 2011), ovvero il Presidente del Consiglio e i suoi cittadini.

Tuttavia, le crisi sottopongono i decisori e il pubblico alla necessità di soluzioni immediate e, dal punto di vista comunicativo, elevate capacità per gestire il livello di incertezza che, come vedremo in seguito, si è diffuso. Per questo motivo, "per essere ascoltato, creduto e seguito il leader non può poggiare la sua azione semplicemente sulla credibilità acquisita nel periodo pre-crisi" (Boin, t'Hart, Stern e Sundelius, 2016) ma anche nella capacità del leader a imporsi nella guerriglia di opinioni generate dai vari attori, forze di opposizione comprese, per affermare i propri *frame*. Difatti, molti esponenti politici, anche a causa della scadenza elettorale per il rinnovo dei vertici politici del Veneto, della Puglia, Toscana, Campania e di altre centinaia di comuni, non hanno perso l'occasione per puntare al consenso immediato. In questo senso, l'equilibrio tra propaganda elettorale e comunicazione istituzionale si è frammentato di continuo con linguaggio violento, quasi partigiano, provocazioni speculative, volontà di polarizzare la società.

Tornando al piano della comunicazione, il tempo ha giocato un ruolo fondamentale. Le istituzioni si sono viste costrette a superare una fase iniziale di disorientamento non soltanto dal punto di vista comunicativo. Sia sul piano dei comportamenti collettivi sia su quello dell'informazioni, le istituzioni si sono viste impreparate nell'affrontare la pandemia e il flusso delle informazioni, lasciandole spesso correre senza preoccuparsi di rispettare le regole basilari di verifica.

Abbiamo assistito a una rappresentazione in cui ogni attore sceglieva la propria maschera e il personaggio, troppo spesso spinto dalla speranza di ricevere più applausi del collega vicino piuttosto che dalla buona riuscita complessiva [Alfonso, 2020]

In questo contesto, i media tradizionali e i canali informativi costituzionali, comprendenti comunicatori di servizio ma anche l'universo digitale e dei social network, tesi alla disintermediazione, sono stati capaci di alimentare paure o esaltare soluzioni presunte; ovvero, hanno cercato "di mostrare i muscoli, esprimendo giudizi sull'operato reciproco e difendendo la bontà del proprio" (ibidem). Soprattutto, le istituzioni si sono viste in difficoltà nella gestione dei rapporti con i media stessi, le cui informazioni in primo luogo erano affidate agli incontri stampa all'interno delle strutture sanitarie ma, in questa occasione, rese impossibili dalla blindatura degli stessi a causa dell'emergenza sanitaria. In questo contesto, quindi, si è stati costretti a operare in uno scenario "infodemico", ove la gestione dell'informazione è stata affidata ai social e ai new media. Un'autocomunicazione di massa che rischiava di screditare anche le fonti di comunicazione pienamente validate. Inoltre, un altro punto di debolezza fu la centralità delle procedure. L'attenzione sulla comunicazione interna, infatti, oscurò i contenuti di essa, presentando tutto in forma prettamente burocratica, difficile da catalogare e bisognose un'opera di semplificazione per i cittadini. Circolari ministeriali che spaziavano dall'uso delle mascherine da indossare alle modalità di ricovero, dalle indicazioni per registrare i pazienti nei database alle sperimentazioni di possibili cure in atto. Ma non solo, perché questa opera di decodifica è stata richiesta ai cittadini stessi bloccati in casa o alle imprese ferme nelle attività produttive. Dpcm, Dl, Ateco, Mes, task force, triage, droplet sono solo alcune delle sigle diventate parte del dibattito senza che i cittadini avessero la possibilità di capirne il significato a pieno e senza che venisse fatto un reale sforzo di chiarezza da parte delle istituzioni, travolte dal caos emergenziale. La "battaglia al burocratese" (Alfonso, 2020) diviene, quindi, necessità nel rispondere in maniera efficace alle crisi sanitaria, economica e sociale; un "urgenza civile più che politica, per uscire dal labirinto di atti normativi e di lessico complicato in cui il cittadino deve districarsi" (ibidem). Dunque, in accordo con Freedom House per compiere questa battaglia, una comunicazione per essere efficace e corretta deve seguire alcuni punti:

1. *Engage in clear communication*, ossia comunicare informazioni chiare e coerenti, attuate in modo trasparenti e ben fondate sulla legge in modo da ridurre il panico, mantenere l'ordine e perseguire lo scopo legittimo;
2. *Strive for maximum credibility*, ovvero elaborare strategie per raggiungere il massimo livello di credibilità, includendo esperti ma tenendo in considerazione che la fiducia nei loro confronti non è immediata né tantomeno scontata. Inoltre, garantire che le misure di emergenza siano proporzionate e limitate nel tempo;
3. *Communicate with empathy*, ossia tenere in considerazione i bisogni, le preoccupazioni, le dinamiche sociali e le diversità socio-culturali, proprio perché le restrizioni incidono sui diritti fondamentali, compresi libertà di riunione, associazione o movimento interno;

4. *Communicate with openness, freakness and honesty*. Diventa fondamentale il “farsi capire” e spiegare il perché di azioni inevitabili;
5. *Recognize that uncertainty is inevitable*, che si traduce nel produrre certezze, evitare l’ambiguità e non creare illusioni nel tentativo di non erodere la fiducia necessaria per il mantenimento dell’ordine;
6. *Account for levels of health literacy and numeracy*, ossia assicurarsi che i cittadini dispongano di conoscenze di base sulla salute e le capacità di processare le informazioni quantitative;
7. *Empower people to act*, la richiesta di unità, di “fare squadra”. La coesione è importante, affrontare la crisi con unità alimenta il senso di comunità e incoraggia le persone ad andare oltre alle differenze. La comunicazione deve facilitare l’azione nella direzione delle misure suggerite.
8. *Appeal to social norms*, affidarsi alla ricerca psicologica nell’incentivare la solidarietà e allineare i messaggi con le norme sociali affinché le persone sentano la responsabilità dei loro comportamenti;
9. *Consider diverse community needs*, ascoltare i bisogni di tutta la comunità e rendere accessibili le informazioni in modi diversi. I bisogni specifici individuati comprendono modalità di lavoro, la formazione sull’uso delle piattaforme di comunicazione, la sicurezza digitale, considerando il digital divide e i problemi nell’accesso a Internet in molte aree;
10. *Be proactive in combating misinformation*, ossia il limitare la disinformazione e delle teorie complottistiche. Garantire che i media liberi e indipendenti possano prosperare informazioni e che le persone abbiano accesso a informazioni basate sui fatti. Ricordare le fonti e lavorare sulla credibilità di governo e delle autorità sanitarie diventa fondamentale. Inoltre, diventa necessario il sostegno finanziario ai giornalisti nella lotta contro il virus e alla disinformazioni. I governi dovrebbero fornire informazioni chiare, accurate e aggiornate sul virus e i funzionari non dovrebbero approvare speculazioni o falsità.

Insomma, da un lato si chiede di “fare squadra” e di mostrare una fiducia doppia, dall’altro ci si aspetta che il decisore pubblico agisca per proteggere i dipendenti e le comunità locali, applicando politiche coerenti per il welfare e per il lavoro. “I cittadini pretendono chiarezza. A tutti, ma in primis alle istituzioni, si chiede uno sforzo di trasparenza e condivisione di informazioni per bloccare, assieme alla diffusione del contagio, il contagio dell’infodemia. Per non soccombere” (Alfonso, 2020).

Clima politico e fiducia nelle istituzioni

La pandemia ha messo a nudo una fragilità di sistema. L’impatto della pandemia sulla ridefinizione delle agende è apparso fin da subito, generando consensi e reazioni diversi nei cittadini. Infatti, è stata affrontata in modo diverso a seconda dei paesi e del comportamento di decisori pubblici, comunicatori, giornalisti, scienziati e potenziali vittime. Ha, inoltre, “sospeso” i processi di comunicazione politica per come erano e ha cambiato i rapporti tra politica, media e pubblico.

Le istituzioni si sono trovate in una fase iniziale di disorientamento, anche se non imprevedibile. Già negli anni 2000 le epidemie Sars e Mers avevano rischiato di trasformarsi in epidemia. Ciononostante, l’Italia si è trovata totalmente spiazzata dall’evento, poiché priva di un serio piano di intervento. Per le ragioni precedentemente citate, in un primo momento il Governo guidato da Giuseppe Conte ha visto accrescere i consensi personali, nonostante l’assenza del piano e un “vuoto della politica”. Le figure delle cariche istituzionali, dal Presidente della Repubblica al Presidente del Consiglio, hanno acquisito maggiore popolarità. Una “rimonta istituzionale” emersa dal flusso

mainstream e alimentato dai media tradizionali. Se da un lato, conferenze stampa del Presidente del Consiglio nelle reti unite, il quotidiano bollettino in diretta dal Capo della Protezione civile e la continua informazione nei media tradizionali e nei social network, sono diventati un punto di riferimento al centro della vita quotidiana dei cittadini con il conseguente consolidamento della credibilità nel fornire un quadro unico da parte degli emittenti istituzionali, dall'altro è lecito attendersi che a livelli più elevati di timore corrisponda una maggiore propensione ad accettare limitazioni alle libertà individuali imposte dal vertice del potere. In particolare, quello che ha assunto particolare rilevanza nella costruzione di un "terreno comune tra l'oratore e il suo uditorio" (Cian, 2011) è stata la particolare azione comunicativa del Presidente del Consiglio. Infatti, nella routine dei cittadini a farsi terreno sono state le conferenze stampa trasmesse sui più importanti canali televisivi e attraverso la pagina Facebook del Presidente stesso. La chiave è stata, quindi, la presenza della figura istituzionale nel processo di *meaning-making* e la sua continuità nell'annunciare e illustrare i provvedimenti volti a gestire l'emergenza sanitaria.

Al tempo stesso, si può ipotizzare che la disponibilità ad accettare tali restrizioni sia maggiore tra chi nutre una maggiore fiducia nei suoi confronti. Atteggiamenti che ridisegnano il concetto di libertà e democrazia e che possono variare in base alla specifica concezione di democrazia di cui il cittadino è portatore. In questo contesto, è possibile ipotizzare che spinte tipiche dei fenomeni populistici, come ad esempio l'adesione a una democrazia senza mediazioni oppure orientata al rafforzamento della leadership, possano essere accettate dal popolo, vista la condizione precaria e insicura su cui riversa il governo, come una sorta di "deroga" agli stessi principi fissati della democrazia su cui si poggia il Paese. L'io Conte, il Noi governo, il Noi italiani, il Voi cittadini giocano un ruolo importante nella narrazione "contiana". Strategia che vede nelle affermazioni che esprimono la qualificazione dell'azione di governo, nelle informazioni per rassicurare, nel processo decisionale trasparente, nell'attribuzione di responsabilità e nel riconoscimento della gravità della crisi un rafforzamento della centralità del capo del governo, nonostante lo abbia fatto utilizzando registri della post-politica riconducibili alla categoria del populismo (Massida, 2019). È una fase in cui la paura, da intendere come chiave d'azione sociale in risposta a una condizione pericolosa, ha giocato un ruolo rilevante.

La metafora bellica, più volte impiegata per spiegare la pandemia, in realtà non si spiega. Si tratta di un autentico shock destinato a segnare gli atteggiamenti degli italiani nei mesi a venire. La scelta di comunicare ai cittadini la gravità della situazione mette al riparo il consenso nei confronti del governo. Rendere consapevole l'opinione pubblica sin dagli inizi della crisi sanitaria evita all'esecutivo e alle istituzioni l'effetto boomerang della delusione, qualora un eccessivo «ottimismo» fosse stato poi smentito dal precipitare dei fatti. Ne è un esempio il «caso americano», dove il presidente uscente rischia di compromettere la rielezione proprio per avere minimizzato il dilagare del contagio [Boni, 2020]

Non va dimenticato, infatti, come la pandemia abbia rappresentato una "cultura della paura", toccando un nervo scoperto delle società occidentali contemporanee, quelle società più sicure di tutte le altre. Sono tre, come riassume Davide Bennato, sociologo dei media digitali, gli elementi principali che caratterizzano questa cultura: il pericolo quale frutto della percezione collettiva di fattori esterni non controllabili e dei potenziali danni; le "narrative di controllo", ossia quei discorsi in cui si tenta di limitare la componente ignota del pericolo designando come comportarci; infine, il ruolo dei media, tradizionali e new, i quali contribuiscono alla costruzione del contesto e finendo con l'essere di risonanza per le polemiche.

Una narrazione bellica che ha favorito, secondo le prime ricerche,

la designazione del comandante capo per il decisore politico e, conseguentemente, l'accettazione delle forme di autoritarismo. Il contenimento del contagio diviene guerra con i suoi caduti, i suoi eroi, i suoi martiri, i bollettini giornalieri dal fronte, gli ospedali come trincee, le battaglie quotidiane, gli alleati, il virus che diventa un nemico. In guerra occorre unità, non c'è spazio per critiche sulla condotta dei vertici dell'esercito, il disfattismo viene messo al bando e si accettano più facilmente le misure di controllo sociale. [Pedroni, 2020]

In questo quadro la società scopre un nuovo nemico che non li odia, non dichiara loro guerra, che non intende indebolire la loro cultura. Ma trova un antagonista che al tempo stesso minaccia il loro benessere. Per questo motivo, spesso è impiegata una comunicazione politica di tipo emozionale, che su questi sentimenti fa leva. In questo modo, democrazia e sicurezza si intrecciano. Le forme di costruzione del consenso si basano in modo crescente sulla capacità di suscitare emozione tra gli elettori. "Il legame fiduciario con loro passa sempre meno dal fare/amministrare dell'agire pubblico orientato allo scopo e sempre più dall'essere/apparire che suscita identificazione" (Parito, 2015). Una personalizzazione della campagna che vede nel linguaggio provocatorio, nei facili allarmismi, una possibilità per il leader di costruire con facilità le proprie strategie, conquistando attenzione e alimentando polarizzazioni. In termini generali, il clima culturale "ci restituisce l'immagini di una società disintermediata e disorientata, senza sistemi immunitari" (Morcellini, 2020).

In questo quadro, la comunicazione ha dovuto tener conto dell'effetto *rally around the flag* (Blumer, 2020) nelle variazioni di contesto politico, sistema dei media e leadership personale nella gestione della pandemia di Covid-19. Questo concetto è utilizzato in scienza politica, infatti, per spiegare il maggiore sostegno popolare di breve periodo al governo o ai leader politici durante periodi di crisi ed è, quindi, necessario per innescare un processo di costruzione di consenso da cui dipende l'efficacia degli interventi messi in campo. Dalla necessità di consolidare un patrimonio di strategie alla necessità di maggior coordinamento degli impianti di comunicazione governativi, fino alla restituzione del ruolo attivo e partecipativo del cittadino, di cui le condizioni mutate vengono tenute conto. Dopotutto, la risposta degli attori politici si connette alle reazioni dell'opinione pubblica, orientandola al tempo stesso nella direzione voluta: quella di coniugare le tendenze individualiste con le esigenze collettive per mantenere la società ordinata e, quindi, accettando le regole del controllo sociale. Peraltro, "il ricorso a pratiche discorsive che hanno più lo scopo di tutelare i leader e le organizzazioni chiamati a rispondere della crisi e meno quello di salvaguardare gli interessi degli stakeholder e dei cittadini" è piuttosto diffuso (Kenton e Boatwright, 2018). Quella che Timoty Coombs, chiamerebbe *reputation repair*, ovvero "l'azione condotta per ridurre gli effetti negativi che una crisi produce sulla reputazioni dell'organizzazione".

I leader, abituati alla mera battaglia di interessi, sfruttano la loro saggezza e prudenza per "fare politica". La comunicazione politica, in questo frame, decide il confronto fra i leader.

L'idea che la politica sia fuori controllo – e che le depressioni economiche, le pandemie o la guerra siano in definitiva al di fuori del controllo dei leader, ritenuti responsabili di tutto ciò che accade – è per tutti noi insopportabile. Quindi, i cittadini si «aggrappano» ai leader, L'evoluzione del consenso sembra dunque riflettere la capacità di fornire soluzioni. Favorisce l'apprezzamento di professionalità e competenza, ma anche l'importanza di saperle comunicare. [Friedman, 2020]

Quindi, l'attenzione dedicata ai processi rivela anche l'attitudine a utilizzare quegli strumenti manipolatori utilizzati nella narrazione "contiana", evocando un rapporto collaborativo ed efficace

con enti locali e Regioni, sorvolando sulla realtà di cortocircuiti, conflitti, difficoltà di coordinamento che l'hanno caratterizzato (Capano, 2020). Le istituzioni, dilaniate tra crisi della fiducia e necessità di gestione efficace e responsabile, hanno affrontato la sfida dividendosi anche su base territoriale, un "pendolo" (Alfonso, 2020) nella gestione della situazione tra realtà nazionali e locali, dove uno rincorreva l'altro e viceversa. La ricerca di soluzioni, ma anche di visibilità, che spesso è sfociato in linee di coordinamento distinte e contraddittorie, hanno certamente creato un clima di confusione. Al tempo stesso, si è alzata di livello quella fiducia regionale, mancante alle istituzioni centrali. Un clima di fiducia generato, presumibilmente, da un ulteriore "compattamento" attorno alle istituzioni da parte degli elettori dei partiti al governo o comunque da parte di coloro più incerti rispetto al proprio orientamento politico. In questo quadro, in regioni come il Veneto, Emilia Romagna, il virus ha agito come liquido di contrasto, esaltando le contraddizioni, le questioni irrisolte, le patologie pregresse del centro governativo. Un virus che iniettato nelle "democrazie reali" porta alla luce il "conflitto tra valori" al suo interno.

È in questo contesto che la *comdemia* va interpretata come una

sovraabbondanza di attori che vogliono accreditarsi all'interno dei meccanismi di comunicazione pubblica istituzionale e contemporanea inadeguatezza di strumenti tradizionali a fronte di uno scenario di crisi inedita. [Centorrino, 2020]

Inoltre, evidenzia le difficoltà nella gestione della comunicazione di crisi ma anche nella rappresentanza di tutte quelle misure di contenimento e delle raccomandazioni verso la cittadinanza che si sono succedute. Problematica che la comunicazione pubblica si è trovata ad affrontare, specie con l'avvento dei media digitali, dopo una prima fase di sviluppo.

I media hanno in questo senso "partecipato attivamente alla gestione della crisi fornendo alla popolazione le informazioni necessarie per sopravvivere in una situazione emergenziale e contribuendo all'elaborazione dell'ansia collettiva e alla metabolizzazione pubblica del rischio grazie alle loro rappresentazioni" (Vasterman e Ruigrok, 2013). In qualità di interpreti e *gatekeepers*, infatti, sono stati in grado di "influenzare i comportamenti e le attività di persone indicando ciò che è giusto e ciò che è sbagliato" (Rossmann, 2018). In particolare, i giornalisti hanno vestito i panni di "custodi della coscienza", operando un "ruolo di servizio" e stimolando l'esercizio del controllo sociale attraverso la segnalazione dei numeri dei contagi, narrando storie personali o mascherando coloro che esercitano comportamenti devianti. Al tempo stesso, però, l'emergenza ha posto in primo piano il ruolo delle fake news nel formare l'opinione pubblica e nell'indirizzare i comportamenti individuali e le progressive scelte dei decisori.

L'affollamento di informazioni e narrazioni nell'ambiente comunicativo ibrido e sovraabbondante costituisce una sfida per il funzionamento delle democrazie, con le conseguenti problematiche di ricerca connesse ai temi del disordine informativo, della possibile segmentazione dei consumi comunicativi in "camere d'eco", delle conseguenze sulla qualità e la formazione dell'opinione pubblica. [Castro et al., 2021]

Queste dinamiche si sono profondamente intrecciate con la necessità delle policy making con forti ripercussioni sia politiche che economiche, toccando il benessere individuale, la socialità e i valori.

3.3. Il volto umano della pandemia

Pochi giorni e in Italia, un virus che sembrava lontano, tutte le pagine dei giornali e i dibattiti televisivi sono dedicati a esso. Come abbiamo visto, a tanta attenzione mediatica, però, non ha

corrisposto un'adeguata e sostanziale risposta istituzionale, tra le incertezze dato l'imprevedibilità dell'evento e la difficile attribuzione delle competenze tra i vari livelli. Le motivazioni sono molteplici: se da un lato tra la sovrabbondanza di attori si alza un certo desiderio di protagonismo, dall'altro da sempre il coordinamento tra Stato e Regioni non è semplice e il sovrapporsi di ordinanze spesso in contrasto tra loro ha avuto la conseguenza di generare confusione nell'opinione pubblica e una litigiosità normativa della quale non si sentiva il bisogno. A questi fattori si somma un profondo senso di incertezza e paura tra la popolazione che, chiusa in casa, ha trovato nella narrazione giornalistica un modo per restare in contatto con il mondo, di tenersi aggiornata sugli sviluppi e per avere informazioni affidabili sulle regole da rispettare. Ed è così che "l'incertezza genera dubbi e l'autonomia si trasforma in un agire scoordinato tra centro e periferia del Paese" (Alfonso, 2020). Il rischio è che in una fase di crisi possano originarsi degli sbilanciamenti che rischiano di diventare permanenti.

"L'insicurezza, specie in situazioni di crisi, può inoltre determinare una riconfigurazione degli orientamenti sociali" (Diamanti, 2020). Essa si origina in un ambito specifico, dai conflitti nazionali a un attentato, nel nostro caso da un'emergenza sanitaria mai vista prima, fino a "contagiare" questioni limitrofe. Schiacciati tra la grandezza della globalizzazione e il microorganismo fuori dal controllo delle persone, ma anche della politica, i cittadini si sono trovati in preda a un senso di insicurezza profondo e generalizzato. In questo modo, la situazione sanitaria in disagio ha subito invaso altre sfere, trasladandosi in insicurezza globale, circa la distruzione dell'ambiente e della natura, la sicurezza dei cibi, lo scoppio di nuove guerre nel mondo, la globalizzazione; insicurezza economica, toccando vari aspetti della vita quotidiana, come la paura di non avere abbastanza soldi per vivere, di non avere o perdere la pensione, la perdita del lavoro o di perdere i propri risparmi; e infine, in insicurezza legata alla criminalità, il timore di essere derubati o essere truffati. L'insicurezza è in grado di "superare la dimensione individuale e travalcare i confini nazionali, diventando insicurezza sociale che, in queste situazioni, può crescere la disponibilità ad accettare una riduzione delle libertà e dei diritti, barattati con altri valori" (Diamanti, 2020). All'insegna della fiducia, i cittadini accettano le limitazioni alle libertà personali. Così lockdown e quarantene hanno generato un profondo sconvolgimento della routine democratica dal secondo dopoguerra.

Uno studio promosso dal Parlamento europeo del 2020 evidenzia come il Covid-19 abbia accentuato per i cittadini europei il sentimento di incertezza (50%) ma, al tempo stesso quello della speranza (41%). Sentimenti certamente contrastanti, ma che marciano ancor più il senso di attonimento che i cittadini stanno vivendo. A queste si aggiungono impotenza, frustrazione e paura che cresceranno a dismisura nel momento in cui alla crisi sanitaria seguirà quella economica. In questa indagine, gli italiani oscillano tra incertezza e speranza, mostrando livelli più alti di impotenza e paura verso la situazione di crisi rispetto la media continentale. La rabbia sale al 16%, la frustrazione al 25%, mentre il grado di soddisfazione complessiva declassa al 7%. Con il passare del tempo assume sempre più le sembianze del disturbo post-traumatico: attacchi di panico, crisi d'ansia e depressione sono solo alcune delle conseguenze che la crisi ha avuto sulla psiche di migliaia di individui. Secondo l'indagine condotta dal Consiglio Nazionale dell'Ordine degli Psicologi, nel 2022, a due anni dall'inizio dell'emergenza, la percentuale di cittadini che ha avuto la necessità di ricorrere all'aiuto di uno psicologo è passata dal 40% al 62%. Ciò si traduce che otto italiani su dieci si sono trovate in difficoltà nel gestire la situazione; bisogno che raddoppia per chi vive in coppia rispetto a chi convive con un intero nucleo familiare. Per i single, tra solitudine e insoddisfazione, il bisogno aumenta del 12%. In generale sono le donne e i giovani più che gli uomini a sentirne la necessità. Infatti, soprattutto i

giovani della fragile età hanno accusato un duro colpo. Se il lockdown ha ridotto le attività sportive e ludiche, la didattica a distanza ha cambiato le modalità di apprendimento e ridotto la socialità e il ritrovo con gruppo di pari li distraevano da ulteriori pensieri, ora le restrizioni obbligate hanno fatto in modo che gli adolescenti si trovassero davanti a grandi cambiamenti rispetto ai coetanei dell'era pre-pandemica. Scrive l'Istat: "la vita quotidiana dei giovanissimi è radicalmente cambiata a seguito delle misure adottate per il contenimento della pandemia da Covid-19". Il dato preoccupante risulta quello sulla salute mentale: secondo il rapporto UNICEF pubblicato nel giugno 2020, infatti, i giovani che soffrono autolesionismo, ansia e ritiro sociale, dipendenze patologiche, disturbi alimentari, panico e depressione sono circa 89 milioni di ragazzi e 77 milioni di ragazze. C'è chi parla di generazione Covid, una generazione smarrita e angosciata che si trova davanti all'impotenza di una situazione drammatica e dal futuro incerto. Non solo: "il distanziamento sociale ha causato un crollo nella frequentazione degli amici (diminuita per il 50,5% degli alunni), compensato solo in parte da un aumento del ricorso a chat e social media per comunicare (aumentato per il 69,5% dei ragazzi)". In questo modo, nonostante i nativi digitali erano già iper-connessi, il ricorso alle ICT ha determinato anche nuovi elementi di disuguaglianza, connessi a diversi divari digitali preesistenti, aumentando ancor più il livello di disagio.

Tuttavia, il modo in cui giornalisti e attori istituzionali riportano l'evento, soprattutto se drammatico e imprevedibile come la pandemia, è in grado di influenzare la popolazione a seguire determinati comportamenti e rispettare le regole imposte, anche non considerando le conseguenze. Infatti, "l'incertezza sarebbe solo una conseguenza delle dinamiche di spettacolarizzazione e drammatizzazione dell'evento" (Strömbäck e Van Aelst, 2010); "la narrazione delle esperienze di dolore e sofferenze connesse alla pandemia fa sì che la crisi venga percepita come seria e pericolosa inducendo le persone a rispettare le regole" (An e Gower, 2009).

Dunque, le modalità con le quali l'evento è riportato è in grado di "influenzare profondamente il dibattito pubblico, contribuendo a incidere sulla percezione del rischio e della crisi in corso" (Vasterman e Ruigrok, 2013) e amplificando timori e incertezze, sia per quanto riguarda il proprio futuro, sia per la classe dirigente.

Il quotidiano dibattito pubblico, prima del virus, viveva ben altri meccanismi; la paura è dunque fondamentalmente un meccanismo protettivo da situazioni reali e immaginarie. Rispetto al passato, però, è cambiato soprattutto il rapporto tra cittadino e malattia. Dopo anni pesanti tagli, la Sanità pubblica ritorna ad essere importante. Ma non solo, perché in passato al cittadino sfuggiva la comprensione del quadro epidemico complessivo. Oggi no, la possibilità di attingere a informazione è sempre più comune, dai telegiornali all'auto-informazione grazie ai social-network. Mai, a livello globale, la diffusione di una notizia era andata a pari passo con quella di un virus, pervasiva più della paura al terrorismo o di qualsiasi altra catastrofe naturale o evento di cronaca. Vicenda che modifica radicalmente lo scenario della comunicazione, soprattutto in uno "stato di eccezione" come l'emergenza sanitaria.

Falsità, infodemia e polarizzazione

Se in passato l'unica informazione giungeva dai canali istituzionali, nelle democrazie liberali, nonostante la messa in discussione da alcuni, le modalità di comunicazione si moltiplicano. Nonostante il sistema dell'informazione in Italia sia caratterizzato da alcuni "vizi storici" che potrebbero aver contribuito alla creazione di un forte parallelismo politico e un basso livello di professionalizzazione (Hallin, 2004) e che, dinanzi a un'emergenza, potrebbero aver trascinato i giornalisti a favorire un racconto conflittuale e timoroso, trasformando la pandemia in campo di

battaglia tra le diverse inclinazioni politiche, il diffondersi dei social media ne costituiscono una nuova frontiera. Le uniche finestre sul mondo che i cittadini hanno avuto sono state attraverso un dispositivo; la comunicazione digitale (e politica) è diventata un modo per informarsi e informare, portando dei timidi passi avanti in questo senso. Mai come nell'era del Covid-19 i cittadini hanno avuto a disposizione una così vasta gamma di notizie in tempo reale; informazione che contribuiscono a tenerci al sicuro, di avere una comprensione approfondita di cosa succede nel mondo e come tali eventi impattino sulla nostra vita e quella dei nostri cari.

Si moltiplicano, però, anche il proliferare di false notizie. È pur vero che il diffondersi dei social media non ha rappresentato esclusivamente un nuovo canale su cui diffondere informazioni false. Né, tantomeno,

il loro ruolo può essere circoscritto a quella mancanza di controllo della veridicità delle informazioni stesse che rischia di inquinare in modo consistente i pozzi dell'intero processo comunicativo. Piuttosto hanno costituito un vero e proprio terreno di coltura per le fake news, poiché attraverso meccanismi di riproduzione e creazione delle relazioni sociali online sono risultati essenziali nel favorire il funzionamento e il propagarsi del falso. [Riva, 2018]

La problematica in questione riguarda, per l'appunto, il volto umano della pandemia, dove i valori barattati fanno in modo che diverse categorie, il vero e il falso, vengano messe in discussione. "Quando il comportamento è in conflitto con i nostri valori, la menzogna è più probabile che accada, ed è più probabile che si scelga di riconsiderare tali valori" (Keyes, 2004). Dove "affidarsi sistematicamente a stralci di informazione condivisi sui social media ci mette in condizione di subire una deprivazione epistemica, vale a dire credenze vere e false, e un aumento di beni epistemicamente degenerati, vale a dire credenze false o ingiustificate" (Piazza e Croce, 2019).

Faccenda che riguarda sia la dimensione ludica, dall'uso dei social network dove il confine tra realtà e finzione può essere sfumato, dove finti decreti di chiusura, riproduzioni di testate giornalistiche o parole fittiziamente attribuite a leader politici non hanno fatto altro che dilagare la paura e del disagio psicologico (Garfin, 2020); alla dimensione criminale, dove sono stati diffusi notizie false circa finti controlli a domicilio o presunti rimedi miracolosi per contrastare la pandemia, specialmente ai danni delle categorie più deboli. Ma non solo, perché l'aspetto più oscuro è stato rappresentato dalla dimensione politica, dove le principali menzogne hanno riguardato le modalità di nascita e diffusione del virus, le strategie di cura dei diversi paesi democratici, la gestione degli aiuti (Centorrino, 2020). D'altronde, "l'utilizzo dei social come arma di propaganda è tema su cui esistono già ampi riscontri, cristallizzati anche da numerose ricerche" (tra gli altri, Singer e Brooking, 2018).

Tuttavia, il problema della "circolazione di una quantità eccessiva di informazioni, talvolta non vagliate con accuratezza, che rendono difficile orientarsi su un determinato argomento per la difficoltà di individuare fonti affidabili" sembra trovare un'etichetta. Un problema ben noto da tempo, prima che la pandemia contribuisse alla diffusione di concetti ridondanti: "infodemia". Una definizione che arricchisce ma che, al tempo stesso, fa ulteriore confusione nella "plethora di definizioni che utilizziamo per dare senso alla complessità del reale" (Simon e Camargo, 2021).

Insieme alla pandemia si è diffusa, con la stessa rapidità, una incontrollata infodemia. Una nuova malattia? Forse. Se c'era un modo per mettere alla prova l'informazione e la comunicazione, l'emergenza provocata dal Covid-19 ne è stata la più drammatica e

realistica conferma. Quel che è certo, ad oggi, è che i comunicatori, al fianco di scienziati, economisti ed esperti, avranno un ruolo sempre più centrale nel disegnare e condurre le strategie di governance e gestione del bene comune. [Alfonso, 2021]

Il nostro Paese, diversamente di altri, è stato colpito da questa infodemia che ha confuso l'opinione pubblica. L'Italia, prima ad essere colpita dalla pandemia in Europa, si è trovata dinanzi a questa problematica dai contorni frastagliati: ansiogena, confusa, senza punti di riferimento puntuali. Ha travolto i media, messo in crisi le istituzioni, stravolto la comunicazione politica, costringendo gli attori del caso ad abbandonare linguaggi e stili utilizzati da anni per sperimentarne di nuovi come interventi in diretta o usare i social come strumento primario di contatto con i cittadini. Per affrontare questa epidemia comunicativa, si sono trovati costretti ad accantonare il burocratese che da decenni dominava i loro discorsi, per favorire i cittadini alla capacità di comprendere e di elaborare le informazioni evitando menzogne o speculazioni.

In realtà, infodemia è un termine che arriva da lontano: coniato per la prima volta in un articolo del Washington Post del 2003 da David Rothkopf, professore, politologo e giornalista, per analizzare la Sars che aveva spaventato il mondo, ancora con gli strascichi della paura segnata dall'attentato alle Torri Gemelle.

Cosa intendo esattamente per infodemia? Alcuni fatti mescolati alla paura, alla speculazione e alle voci, amplificati e trasmessi rapidamente in tutto il mondo delle moderne tecnologiche dell'informazione, hanno influenzato le economie nazionali e internazionali, la politica e persino la sicurezza in modi assolutamente sproporzionati rispetto alle realtà radicali. È un fenomeno che abbiamo visto con maggiore frequenza negli ultimi anni, non solo nella nostra reazione alla Sars, ad esempio, ma anche nella nostra risposta al terrorismo e persino a eventi relativamente minori come gli avvistamenti di squali. [Rothkopf, 2003]

Un quadro rispetto al quale le istituzioni hanno provato a far fronte, nonostante l'allarme non sia stato accolto appieno. "Questo Governo non lavora col favore delle tenebre", il Presidente del Consiglio guarda in faccia gli italiani e parla con chiarezza. In questo scenario, le istituzioni nazionali e internazionali si sono trovate a gestire l'emergenza e, al tempo stesso, di far fronte al paniere di soggetti variegati e alla falsità. Curatori miracolosi, propagatori di fake news e veri e propri criminali che hanno sfruttato la crisi a proprio vantaggio. Nell'ottica mediatica, è riconosciuto anche il plotone dei medici, virologi ed esperti nella lotta contro l'infodemia, volta alla comprensione e alla responsabilizzazione.

Tuttavia, nella Rete, intesa come ambiente partecipativo, l'apporto degli utenti è essenziale. Dunque l'attribuzione di responsabilità nei loro confronti è usata dalle istituzioni come mobilitazione necessaria per coinvolgerli nella soluzione della crisi, che si insidia nelle loro paure e difficoltà: si ricorda che se le cose andranno male sarà anche colpa loro. È una fase in cui "la paura, da intendersi in chiave di azione sociale in risposta a una condizione percepita come rischiosa o pericolosa, ha giocato un ruolo rilevante" (Centorrino, 2020). Di fronte all'emergenza, i cittadini si sono mostrati responsabili e sostanzialmente disciplinati, anche se hanno dovuto scontare carenze culturali e strutturali. Ciò con cui non si è fatto i conti, però, è questo contesto infodemico che ha fortemente disorientato i cittadini, rendendo difficile la ricerca di fonti informative affidabili per dare risposta ai loro bisogni conoscitivi. Le teorie del complotto sono state molte, dal 5G quale causa del virus, al virus costruito in laboratorio a vantaggio delle multinazionali, eccetera.

Ma non solo, perché questa ondata infodemica ha travolto i cittadini in termini di sicurezza e fiducia

nei confronti delle istituzioni, polarizzando nettamente la società. Da un lato vi è chi indebolisce la propria individualità, ha fiducia nell'autorità, segue il leader, anche quando il leader punisce la gente e attribuisce più responsabilità del dovuto oppure quando sperpera fondi che potrebbero essere utilizzati in modo migliore, poiché "l'autorità deve aver ragione, poiché l'alternativa è rimanere soli di fronte alla paura provocata dall'emergenza: la razionalità è anti-patriottica, il pensiero critico un nemico pubblico" (Monsurrò, 2022); dall'altro si hanno i cospirazionisti del Covid, ossia coloro che negano l'esistenza del virus e l'efficacia dei vaccini e che le misure di contenimento siano solo una forma di coercizione da parte dei poteri forti. In questo caso si presenta un rifiuto della realtà, poiché troppo difficile da accettare. Chi afferma ciò "ha inventato una realtà virtuale in cui si illude di avere ragione, nonostante l'evidenza. Un approccio nevrotico di negazione alla realtà, di spegnimento delle proprie facoltà intellettive superiori e, a volte, di disonestà intellettuale" (ibidem). Ma non solo, perché nella polarizzazione sono presenti coloro pronti a spacciare ogni minima variante come un'apocalisse, pronti a difendersi al limite del buonsenso. Ma è il gioco della polarizzazione, cioè la divisione in gruppi estremi e il rafforzamento di tali bias cognitivi radicali. La polarizzazione si rafforza da sola, più un estremo alza la voce su una questione, più l'altro gruppo dice il contrario. Ci si circonda di persone che la pensano allo stesso modo, indipendentemente dal fatto che siano fake news o meno, e ci si radicalizza nei propri convincimenti. Il cedimento diventa una debolezza, il dubbio un tradimento.

Ogni decisione politica ha i suoi costi e benefici, non si può accontentare tutti, men che meno in una situazione di crisi imprevedibile. L'intervento tempestivo delle istituzioni per combattere la disinformazione è necessario al fine di mantenere saldo il rapporto di fiducia.

Alla luce degli errori, delle omissioni, ma anche delle scelte e delle istituzioni dettate dalle necessità quotidiane, questa esperienza deve diventare l'occasione per evitare il ripetersi di cortocircuiti istituzionali e mediatici, dannosi tanto al cittadino quanto alla reputazione stessa dei media e delle Istituzioni. Quale medicina è più efficace della conoscenza?
[Alfonso, 2020]

Sia chiaro, in generale sono state scritte e lette pagine di altissimo livello di giornalismo e ottima comunicazione istituzionale ma nella comunicazione della pandemia è mancato soprattutto il riconoscimento della professionalità. Giornali e tv avrebbero dovuto affidare l'informazione al reparto scientifico invece di talk show polemici per intrattenere l'audience e per avere un minuto di celebrità. Non sono mancati pareri di economisti, sociologi, giornalisti, clinici, manager e politici; si è assistito a una crescente diffusione di disinformazione e un conseguente indebolimento degli sforzi volti a contenere il contagio. Una cura mal gestita e con il rischio di esiti infausti, nonostante il governo abbia più volte ricordato ai cittadini l'importanza di affidarsi ai canali di comunicazione ufficiali e contrastare la diffusione delle menzogne.

L'intervento tempestivo delle istituzioni per combattere la disinformazione è necessario al fine di mantenere costante il rapporto di fiducia che i cittadini nutrono nelle stesse ma anche per rafforzare la forza di coesione creatasi tra i cittadini in un primo momento. Però, a due anni dal primo caso italiano, il clima sociale, fortemente segnato dalle crisi economiche-politiche e dai conflitti internazionali, sembra non mantenere tale promessa.

Capitolo 4. Il contagio della sfiducia. Analisi dell'opinione pubblica ai tempi del Coronavirus.

4.1. Obiettivi e metodologia della ricerca

La crisi mondiale causata dalla pandemia da Covid-19 rappresenta una delle più grandi sfide che la società contemporanea si sia mai trovata ad affrontare. Tale indagine ha l'obiettivo di indagarne le problematiche conseguenti all'emergenza, affrontando sia l'aspetto governativo e gestionale, sia il volto umano della pandemia, dal senso di incertezza alle difficoltà che i cittadini si sono trovati ad affrontare. La ricerca si struttura in tre sezioni.

Nello specifico, la prima ipotesi dalla quale il lavoro si muove riguarda la sfida che l'emergenza sanitaria ha imposto alla democrazia e alle sue regole democratiche. Infatti, le decisioni intraprese dal Governo per fronteggiare la crisi, come abbiamo visto, non sono state accettate da tutta la società civile in modo indistinto, bensì, al fronte di una vera e propria polarizzazione, si è notato come ne abbia messo in risalto i suoi punti di attrito per quanto ne concerne valori, stili di vita e interpretazione delle stesse regole democratiche. Per questo motivo è stato chiesto agli intervistati in che misura il Governo italiano sia stato capace di fronteggiare all'imprevedibilità dell'evento nei diversi aspetti legati all'emergenza e, soprattutto, se tale situazione si leghi alla sfiducia percepita nei confronti degli attori politici o delle istituzioni in senso generale. Da questi aspetti, ne derivano anche domande riguardanti comportamenti elettorali e opinioni circa la rappresentanza al fine di scavare alle fondamenta dell'operato politico e trarre le origini di tale sfiducia già segnata da eventi particolari e consolidata nel tempo.

La seconda ipotesi concerne gli aspetti propriamente comunicativi dell'emergenza. Come abbiamo visto, la crisi sanitaria ha fin da subito pervaso qualsiasi aspetto sociale, anche quello informativo. Se per quanto riguarda l'aspetto politico della problematica, la classe dirigente è stata costretta ad abbandonare i linguaggi tradizionali e sperimentarne di totalmente nuovi, all'altra l'affollamento delle informazioni ha costituito una sfida per la ricerca della verità. In questo modo, l'autocomunicazione di massa si è scontrata con le fonti di comunicazione istituzionali e validate, generando uno scenario infodemico e il diffondersi di fake news. L'obiettivo è stato quello di analizzare in che modo tale scenario confuso abbia modificato opinioni e credenze dei cittadini, con domande riguardanti la comunicazione politica dei leader al Governo, i mezzi di comunicazione tradizionali e nuovi, inclusi i Social Network, e veridicità di tali canali in un confronto tra diverse generazioni, tra immigrati e nativi digitali e i problemi che ne conseguono.

La terza e ultima ipotesi riguarda, invece, in che misura il senso di insicurezza dovuto alla crisi economica, politica e sociale si leghi all'emergenza sanitaria. Per questo motivo è stato chiesto agli intervistati il loro stato d'animo e l'origine di tale incertezza e se tale, è frutto di nuove problematiche o se, invece, si trattasse di un fenomeno di lungo periodo.

Per questi due ultimi punti, ho pensato fosse interessante analizzare i diversi profili generazionali e le differenti problematiche che le caratterizzano. Per questo motivo è stato chiesto ai partecipanti la propria fascia d'età, suddividendoli in:

1. Under 25, i nativi digitali. Compimento della maggiore età tra il 2015 e il 2022. Generazione caratterizzata dagli attacchi terroristici in Europa, del Covid-19 e della Guerra in Ucraina;
2. Under 45. Compimento della maggiore età tra il 1994 e il 2014. Generazione caratterizzata da Berlusconi e la nascita della Seconda Repubblica, dalla crisi economica del 2008 e dalla nascita dei primi social network e della conseguente comunicazione politica online.

3. Over 45, compimento della maggiore età prima del 1994. Generazione degli “immigrati digitali”, ricordi di una comunicazione tramite strumenti tradizionali. Socializzazione politica caratterizzata dal Pentapartito, Tangentopoli, la Caduta del Muro di Berlino, dei movimenti femminili e del 1968.

(Input: Corbetta e Ceccarini, Generazioni politiche in Italia: coorti di nascita e caratteristiche del momento storico-politico, 2010)

L'indagine è stata svolta tramite l'utilizzo del sondaggio d'opinione (*survey*), impiegato frequentemente nel dibattito politico e strumento per eccellenza nella rilevazione dell'opinione pubblica in un determinato contesto. La rilevazione è stata condotta nei giorni 8 – 13 agosto 2022 con metodo Cawi. Il questionario è stato creato utilizzando il software Google Forms, grazie ai quali è stato possibile creare un indirizzo web al quale i questionari compilati e inoltrati tramite l'applicazione Whatsapp potessero venire indirizzati e di generare un file per la loro analisi. Gli intervistati sono stati chiamati a rispondere a un questionario caratterizzato da domande standardizzate sia chiuse che aperte, infatti, in alcuni casi è stato chiesto di specificare la motivazione della risposta.

Il campionamento della ricerca ha seguito un metodo probabilistico e indirizzato a persone di fasce d'età differenti solamente al fine del confronto generazionale circa i temi trattati. L'indagine è stata svolta su un campione di circa 350 soggetti maggiorenni residenti in Italia, più specificamente in diversi comuni del Veneto. Le risposte al sondaggio sono state 150, circa il 42% del campione. Nello specifico, hanno partecipato all'indagine 44 individui appartenenti alla categoria Under 25 (29.3%), 47 soggetti Under 45 (31.3%) e 59 (39.3%) della categoria Over 45. Il questionario è rappresentativo per i caratteri socio-demografici, in totale assenza di limitazioni alla partecipazione. La ricerca è stata condotta nel rispetto dell'integrità e della dignità del soggetto intervistato in tutti i suoi aspetti e in tutte le sue fasi. Per questo motivo le informazioni sono state raccolte in modo totalmente anonimo e non è stato in nessuna maniera riconoscibile chi le ha fornite. Il problema della desiderabilità sociale è stato, quindi, affrontato assicurando agli intervistati la completa anonimata. Per quanto concerne il problema del digital divide, è stato necessario elencare alcune istruzioni per la compilazione del sondaggio ma non è stato richiesto di allargare l'indagine a un sistema Capi o Cati.

4.2. Democrazia e clima politico

Tra le innumerevoli conseguenze che la crisi sanitaria ha avuto e avrà sullo scenario globale, un fattore da considerare è anche la salute della democrazia. Da diversi anni si parla di un “trend illiberale” (Cassani, 2021) e del rischio di una deriva autoritaria. Una sfida ai valori dei regimi democratici, che si lega “all'idea che le libertà, i diritti, le stesse regole su cui tali regimi si fondano possano essere sospesi, limitati, ridefiniti, dentro una cornice emergenziale” (Bordignon, 2020). I lockdown hanno rappresentato naturalmente una forte limitazione al normale svolgersi della vita quotidiana dei cittadini, frenando la libertà di muoversi, di riunirsi e di manifestare. Così come, le tecnologie per il tracciamento dei contagi, hanno minato il sacrosanto diritto alla privacy. Per non considerare il fatto i diversi rinvii delle elezioni che hanno soppresso il diritto dei cittadini di esprimere le proprie preferenze di voto e alle difficoltà dei parlamenti di mantenere una politica di controllo e trasparenza di conseguenza alla necessità di intraprendere decisioni urgenti. Insomma, un forte stress test per la democrazia, descritto da una fetta dell'opinione pubblica come un “evento bellico” o una “dittatura sanitaria”, come vedremo in seguito.

Mai una emergenza sanitaria aveva determinato lo stravolgimento della “routine democratica”. Per questo motivo è utile tentare di fornire una misurazione delle dinamiche democratiche, seppur in

forma parziale. Come anticipato, il primo obiettivo della ricerca è stato quello di studiare in che misura la sfiducia nei confronti delle istituzioni o verso i gruppi politici stessi si leghi alla condizione straordinaria del fenomeno. Per rispondere a tali domande, è stata utilizzata l'indagine condotta, supportata anche dalla rilevazione precedentemente condotta da a Demos & Pi tra dicembre 2019 e giugno 2020 e analizzata da Bordignon Fabio, Diamanti Ilvo e Turato Fabio nel dicembre 2020. Le rilevazioni coprono, dunque, le diverse fasi dell'emergenza; dalla crisi sanitaria che ha caratterizzato il 2020 e il 2021, all'indagine personale svolta nel 2022 con le conseguenti crisi economiche, politiche e sociali.

Deroghe alla democrazia e fiducia

In casi di emergenza alcune regole della democrazia possono venire sospese? Per contenere la diffusione del contagio e la sicurezza di tutti, lo Stato può limitare le libertà dei cittadini o anche in situazioni di emergenza le persone devono essere libere di muoversi, di incontrarsi e di lavorare? In che misura il senso di insicurezza si è tradotto nella disponibilità dei cittadini ad accettare una riduzione delle libertà individuali o la sospensione di alcune regole della democrazia?

Sulla scorta della letteratura presente è possibile ipotizzare che a livelli più elevati di incertezza corrisponda una maggiore propensione ad accettare limitazioni alle proprie libertà e che gli atteggiamenti in questione possano variare sulla base della diversa concezione di democrazia di cui il cittadino è portatore. Quindi, a un'adesione alla concezione di democrazia "senza mediazioni" potrebbe essere più facile l'accettazione di deroghe ai principi della democrazia liberale o rappresentativa (Davies e Silver, 2004).

Secondo tali ipotesi, si propongono due variabili nel verificare la diversa concezione di democrazia. La prima tratta della misura in cui gli individui siano d'accordo con l'affermazione: "in casi di emergenza alcune regole della democrazia possono venire sospese".



Figura 1. Concezione del concetto di democrazia in casi di emergenza (valori %). Il giudizio si riferisce a quanti individui esprimono la loro concordanza circa l'affermazione "In casi di emergenza alcune regole della democrazia possono venire sospese" (scala: "Molto"; "Abbastanza"; "Poco"; "Per niente"). N=148

Si tratta di un'affermazione generica al fine di analizzare la concezione di democrazia del cittadino, senza necessariamente entrare nel contesto emergenziale scatenato dal Covid-19, anche se la

risposta potrebbe essere condizionata dall'evento.

Alla domanda si registra un basso livello di astensionismo, soltanto due persone del campione non sono state in grado di rispondere. Solamente 17 persone (11.6%) concordano con l'affermazione. 57 individui (38.5%) si trovano "abbastanza" d'accordo, mentre 64 di loro (50%) hanno risposto "poco" o "per niente". Confrontando i dati della rilevazione Demos, emerge una relazione con la dimensione temporale e, dunque, con l'evoluzione del contagio. La quota di cittadini intervistati che si dicono "molto" o "moltissimo" d'accordo con l'affermazione sono il 39% nella survey condotta a maggio e scendono al 34% nella rilevazione di giugno 2020. Si nota, dunque, come l'andamento della pandemia abbia fortemente condizionato l'evoluzione del concetto di democrazia e delle sue regole democratiche. Infatti, a distanza di due anni, la metà della popolazione presa in considerazione è segnata da una netta diminuzione al consenso delle limitazioni imposte, anche in casi emergenziali.

La seconda ipotesi si riferisce all'accettazione dell'idea che "per garantire la sicurezza di tutti, lo Stato deve limitare le libertà dei cittadini", posta in alternativa all'affermazione speculare "anche in una situazione d'emergenza le persone devono essere libere di muoversi, di incontrarsi, di lavorare".

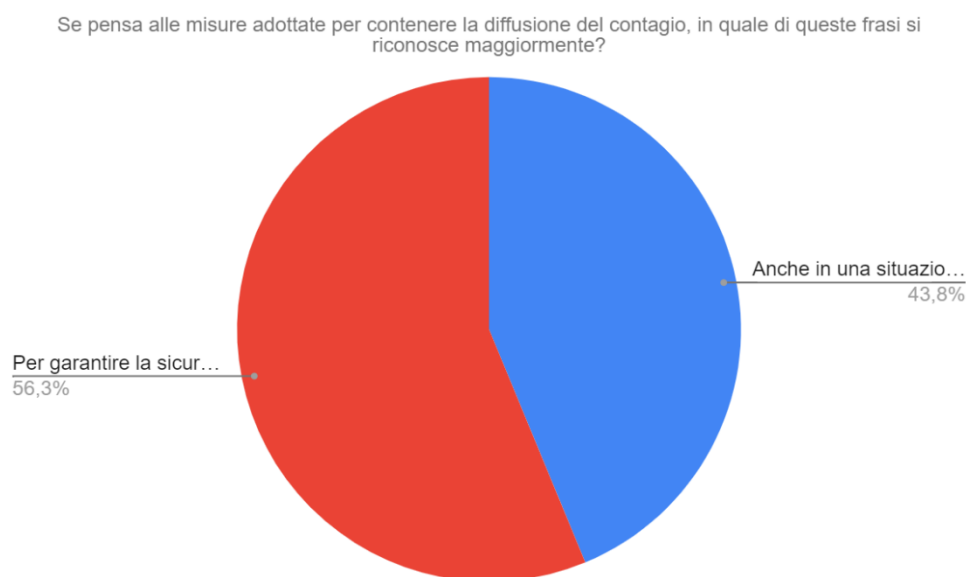


Figura 2. Accettazione all'idea della sospensione delle libertà personali per questioni di sicurezza. Il giudizio si riferisce a quanti sono d'accordo con l'affermazione "per garantire la sicurezza di tutti, lo Stato deve limitare le libertà dei cittadini", oppure con "anche in una situazione d'emergenza le persone devono essere libere di muoversi, di incontrarsi, di lavorare". N=146

In questo caso, il quesito fa esplicito riferimento alla situazione emergenziale e alle misure imposte dal Governo italiano per il mantenimento dell'ordine pubblico a seguito della diffusione capillare dei contagi. Secondo l'indagine Demos condotta nel 2020, nelle settimane più acute della crisi il 91% degli intervistati esprimevano una forte apertura al principio per cui le libertà individuali potessero fermarsi di fronte alla minaccia sanitaria. Dalla rivelazione condotta ad agosto 2022, su un campione di 146 persone (4 astensioni), 83 persone (56,8%) si dicono favorevoli ad accettare le limitazioni in caso di emergenza per garantire la sicurezza personale e collettiva. Invece, 63 di loro (43,2%) si pongono contrari alle ordinanze imposte. Quindi, possiamo osservare come ad alti gradi di incertezza e paura corrisponde una maggiore propensione ad accettare le limitazioni. In funzione del livello di minaccia percepita, gli orientamenti degli individui cambiano notevolmente. Due anni dopo i cittadini risultano, come vedremo in seguito, stanchi della situazione precaria e forse non più

pronti a essere sottomessi alle rigide regole imposte.

In sintonia con la rilevazione Demos, tuttavia, la questione della sospensione alle regole democratiche e alle limitazioni alle libertà personali sono strettamente collegate alla contemporaneità del virus e che, tali provvedimenti, sembrano essere accettati solo in quanto “interruzioni” al normale funzionamento della democrazia.

Al tempo stesso, possiamo ipotizzare che la disponibilità ad accettare tali restrizioni da parte delle diverse istituzioni sia maggiore tra chi nutre maggiore fiducia nelle istituzioni stesse e che i diversi orientamenti nei confronti dell'emergenza sanitaria interagiscono nel determinare la concezione generale di libertà e democrazia.

Giudizi positivi (% 6-10) Governo in carica		Fiducia (% 6-10) Presidente della Repubblica		Fiducia (% 6-10) Regione di appartenenza	
Giugno 20	Agosto 22	Giugno 20	Agosto 22	Giugno 20	Agosto 22
60	54.4	60	61.1	42	69.1

Tabella 1. Fiducia nelle istituzioni e giudizi positivi sul Governo (valori %). Confronto indagine Demos & Pi di giugno 2020 e sondaggio condotto ad agosto 2022. I giudizi positivi sul Governo e la misurazione della fiducia nel Presidente della Repubblica e nella Regione di appartenenza si riferiscono alla percentuale di quanti, su una scala da 1 a 10, esprimono una valutazione superiore o uguale a 6. N=1006, N=150.

In generale, possiamo notare diminuzione del livello di fiducia nei confronti del Governo italiano, che scende di ben 6 punti percentuali. Con la crisi del Coronavirus i principali capi di governo europeo vedono crescere i propri consensi popolari. Considerazione valida anche per il Presidente del Consiglio in carica nel giugno 2020, Giuseppe Conte che, in un primo momento, vede il 60% dei giudizi favorevoli. Immagine che in un primo momento sembrava consolidata nell'opinione pubblica grazie alla sua collocazione esterna ai partiti politici e complice del fatto che il Governo in carica si sia trovato in una situazione del tutto imprevista. Tuttavia, con l'evolversi della pandemia, l'imposizione di obblighi sempre più restrittivi e la crisi del Governo Draghi iniziata a luglio 2022 con la scelta del Movimento Cinque Stelle dello stesso Giuseppe Conte, nel frattempo diventato segretario del partito, di non votare la fiducia, si è registrata una perdita dei giudizi favorevoli. Infatti, nell'indagine condotta ad Agosto 2022, soltanto 81 persone hanno giudicato in modo positivo l'operato del Governo italiano nella gestione della pandemia. È importante sottolineare che quest'ultima domanda posta agli intervistati vuole trattare l'operato complessivo del Governo. Non è stato specificato il capo di Governo nello specifico e i soggetti ne hanno dato un voto complessivo influenzato dal contesto critico affrontato nell'ultimo mese.

Al contrario, il livello di fiducia è in aumento per il Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, complice anche la sua rielezione avvenuta a febbraio 2022 che fa di lui il secondo presidente più votato di sempre dopo Sergio Pertini. A permettere la rinnovata fiducia è stato l'accordo stabilito da tutti i leader di partito, tranne Giorgia Meloni di Fratelli d'Italia, condizione che, in qualche modo, fa pensare che l'emergenza abbia contribuito a un superamento delle divisioni partitiche. Una scelta di grande responsabilità e di mantenimento all'azione per il Paese, per la collocazione europea e i rapporti internazionali.

Un incremento dei giudizi positivi e di fiducia si registrano anche per le Regioni, coinvolte direttamente nella gestione della crisi. Nello specifico, osservando i dati Demos del 2020, la fiducia

sale di ben dodici punti percentuali dal contesto pre-pandemico, accompagnato da un apprezzamento molto elevato nei confronti dei presidenti di Regione. È il caso di Luca Zaia in Veneto, di Stefano Bonaccini in Emilia Romagna e di Vincenzo de Luca in Campania (Diamanti, 2020). Ad agosto 2022, nel caso specifico del Veneto si nota un innalzamento della fiducia nei confronti della Regione che arriva a sfiorare il 70%, complice una nota coerenza del Presidente, la prontezza d'intervento, le ordinanze chiare, una comunicazione trasparente e facilmente comprensibile, la presenza fisica giornaliera nelle reti televisive regionali. Alla mancanza di fiducia alle istituzioni centrali, si alza il livello di fiducia regionale generata probabilmente dal sovraffollamento di ordinanze e la mancanza di coordinamento tra Stato e Regioni. Ordinanze non sempre in sintonia tra loro e che la Regione è riuscita ad esaltarne le contraddizioni, le questioni irrisolte, le patologie pregresse del centro governativo.

L'evoluzione della fiducia sembra quindi riflettere la capacità di mantenere una stabilità di lungo periodo e la capacità di fornire soluzioni. Incoraggia il riconoscimento della professionalità e della competenza del proprio lavoro, della sincerità di ascoltare giudizi di esperti di settore, ma anche l'importanza di saperle comunicare. In conclusione, possiamo ipotizzare che la disponibilità ad accettare le restrizioni sia maggiore per chi nutre una maggiore fiducia. Per questo, di fronte alla minaccia di un momento fuori dall'ordinario i cittadini si sono stretti attorno a quelle istituzioni che hanno mantenuto la loro parola e un certo livello di perseveranza. Il Governo italiano negli ultimi mesi si vede lacerato dalle divisioni partitiche e dal conflitto di personalismi, opposto alla fermezza del Presidente della Repubblica e la tenacia del Presidente di Regione.

Prontezza d'intervento

Il Governo italiano è stato adeguatamente preparato a fronteggiare l'emergenza o era precedentemente in un contesto di crisi? Possiamo parlare di una democrazia in crisi in Italia? Il Governo italiano ha avuto il pieno controllo della gestione della situazione di emergenza?

La riflessione maturata in riferimento alla diminuzione dei giudizi positivi nei confronti del Governo suggeriti dai dati empirici, forniscono l'ipotesi che la crisi di Governo non sia frutto di un fenomeno nuovo ma che ne abbia solo accelerato la tendenza. In un contesto in cui la democrazia tende a diminuire la sua qualità in seguito alla difficoltà degli attori politici a prefigurare scenari in sintonia con la domanda sociale, la doppia pressione esercitata sia dai centri di potere sovranazionali sia da un'opinione pubblica critica e, infine, il dominio dei grandi interessi economici-finanziari per cui diventa difficile mantenere le *policies*. In aggiunta della crisi economica, della situazione di disagio vissuta dai cittadini italiani, la criminalità organizzata, il problema migratorio e la posizione nazionale in conflitti internazionali, la democrazia in Italia vive la sua "era della sfiducia e del disagio" (Rosanvallon, 2006). Ciò si riflette, come abbiamo visto nella fiducia e nei giudizi negativi dell'operato del Governo. Sembra che non sia "andato tutto bene"; l'Italia è stata la prima democrazia liberale a fare i conti con la necessità di imporre restrizioni alle libertà personali e produttive, per di più in uno scenario di enorme incertezza e sgomento. Se sin dal primo momento in cui il Covid-19 sembrava un problema circoscritto al territorio cinese, l'opinione pubblica si è chiesta se un regime con quelle caratteristiche fosse meglio attrezzato per rispondere a una crisi di quelle proporzioni (Bollyky e Gupta, 2020). Tuttavia, il Governo ha adottato i primi provvedimenti tra lo sgomento della popolazione, certamente non pronta a vivere sulla propria pelle il dramma degli abitanti di Wuhan. Possiamo dire in termini generali che il Governo italiano ha reagito con prontezza, dichiarando lo stato d'emergenza e sospendendo i voli internazionali subito dopo l'allerta dell'Oms.

È necessario chiedersi se, secondo i soggetti intervistati, il Governo italiano abbia svolto un buon operato nell'imprevedibilità della situazione.



Figura 3. Giudizio sull'operato nella gestione d'emergenza (valori %). Alla domanda "il Governo italiano ha avuto pieno controllo della gestione della situazione d'emergenza?", il giudizio si riferisce a quale affermazione tra "no, ma hanno fatto il possibile...", "no, non era per nulla preparato...", "Sì, penso siano riusciti a gestire..." oppure "Non so". N=148

Alla luce dei risultati ottenuti, i soggetti non soddisfatti circa la gestione della pandemia da Covid-19 sfiorano il 90%; 76 di loro (51.4%) dichiarano di non essere appagati, ma che abbiano fatto il possibile dato l'imprevedibilità dell'evento, mentre 56 individui (37.8%) afferma che il Governo non sia stato per nulla preparato alla crisi. Solo 9 (6.1%) dichiara di essere soddisfatto.

Siamo a conoscenza del fatto che l'Italia sia stato uno dei paesi più colpiti dell'Unione Europea e che, a causa di ciò, abbia avuto un scarso margine di manovra fiscale e un settore turistico duramente colpito. Tuttavia, qualsiasi manuale di risk management spiega che la gestione della crisi funziona solo se ti sei preparato in tempo di pace. Nella gestione del rischio l'improvvisazione non paga mai e, secondo il parere dell'Harvard Business School, l'Italia avrebbe "seguito la diffusione del virus, più che prevenirlo, trovandosi sempre un passo indietro rispetto alla traiettoria letale del virus".

Dall'impatto della vita degli italiani, alle difficoltà di coordinamento, alla mancanza di strategie e protocolli a una comunicazione fallace che spesso scarseggiava di trasparenza, sono alcuni delle complicazioni dovute all'emergenza. Risultati in conformità con lo studio svolto da More in Common del 2021, un'associazione attiva a livello internazionale che si pone l'obiettivo di contrastare polarizzazione e divisioni sociali, nel quale quasi un italiano su due considera incompetente la gestione della pandemia da parte del Governo, tra cui gli "invisibili" sembrano provare maggiore risentimento per come i governanti hanno gestito la crisi. La maggior parte degli italiani non è sicura che il Governo sia in grado di affrontare e vincere le sfide poste dal Covid-19.

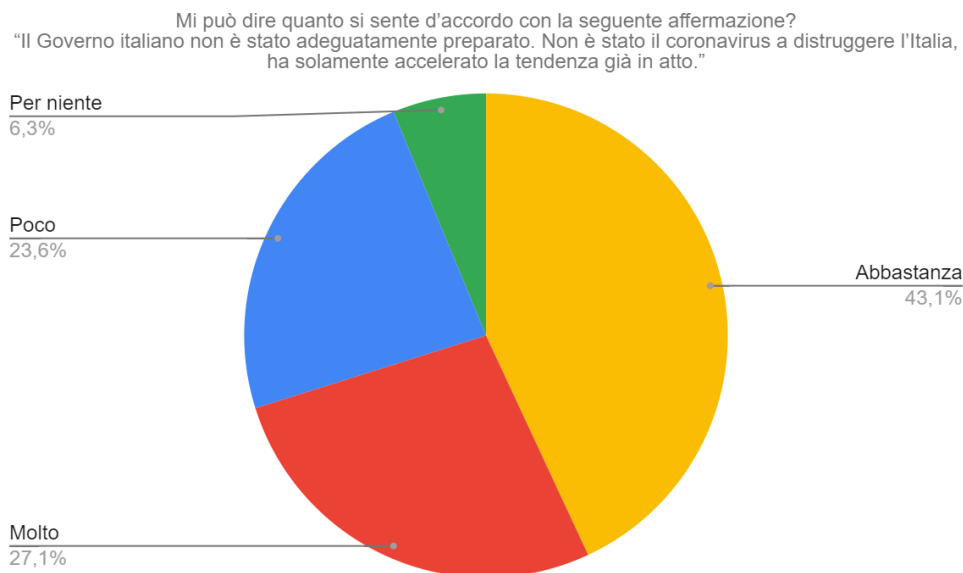


Figura 5. Giudizio sull'operato nella gestione d'emergenza (valori %), i giudizi di riferiscono a quanto concorde all'affermazione "il Governo italiano non è stato adeguatamente preparato. Non è stato il Coronavirus a distruggere l'Italia, ha solamente accelerato la tendenza già in atto" (scala: "Molto"; "Abbastanza"; "Poco"; "Per niente"). N=148

Come era già avvenuto con l'influenza spagnola un secolo prima, la capacità dei sistemi sanitari e politici di rispondere alla pandemia è risultata tutt'altro che scontata e acquisita. Problemi che, come esaminato nei capitoli precedenti, sembrano caratterizzare il suolo italiano da diversi anni. Nel quesito in questione veniva chiesto agli intervistati in che misura fossero d'accordo con il fatto che, al fronte dell'incompetenza dimostrata, la crisi non sia scatenata solamente dall'emergenza sanitaria ma che, al contrario, si sia trattato di un fenomeno di lungo periodo. Concorde con tale circostanza il 70% degli intervistati. È bene specificare che si tratta di una domanda a largo raggio, non facendo riferimento a nessun episodio avvenuto negli anni precedenti quali, ad esempio, Tangentopoli o la crisi economica del 2008. Il quesito, dunque, potrebbe essere diversamente interpretabile a seconda del proprio vissuto e dalla diversa percezione che si ha sull'argomento. Tuttavia, ciò ci dimostra che l'opinione pubblica, nonostante le incongruenze e i ritardi degli ultimi avvenimenti, soffre già in precedenza di difficoltà di tipo economico e politiche ma che il virus ha fortemente agito da liquido di contrasto esaltandone le problematiche.

Attori, maschere e mascherine

I diversi attori politici hanno lavorato in modo semplice e coerente? E soprattutto, hanno lavorato in modo unito o hanno cercato di prevalere nella situazione scontrandosi con i colleghi? Che riflesso ha avuto ciò nel comportamento elettorale dei cittadini? Quali sono i motivi per cui la loro opinione è cambiata?

Nei periodi di limitazioni delle libertà dei cittadini, come abbiamo visto, per il "bene comune" alcuni leader possono avvantaggiarsi della situazione. In questo quadro la comunicazione politica decide il confronto fra i leader e la crisi sanitaria ci dimostra che "saggezza e prudenza del leader sono gli elementi che fanno la politica" (Diamanti, 2020). Abbiamo notato che, di fronte alla minaccia di un momento fuori dall'ordinario, i cittadini si sono stretti attorno a quelle istituzioni che hanno mantenuto la loro parola e un certo livello di perseveranza. Soprattutto a chi nell'ecosistema mediale dimostrava empatia e credibilità. In un momento di crisi diventa essenziale comunicare in modo chiaro e coerente al fine di ridurre il panico e perseguire lo scopo legittimo.

La pandemia ha messo a nudo la fragilità di questo sistema. L’eccezionalità, la sua storica portata, le dimensioni globali e l’orizzonte vago, generano confusione a tutti i livelli. E in tale disordine il virus livella orizzontalmente o al ribasso ogni attore o spettatore (istituzioni, mondo dell’informazione e cittadini). Ritrovatesi in una fase di disorientamento e di difficile ripresa, comunicare in modo efficace risulta sempre più difficile. Sulla scorta della letteratura presente a riguardo, si può ipotizzare che il fenomeno della diminuzione di fiducia nelle istituzioni e nello Stato, corrisponda una scarsa credibilità ai leader che hanno comunicato la situazione pandemica. In un contesto in cui, soprattutto, non sono mancati pareri non medici, volti ad alimentare speranze e accreditarsi cinque minuti di applausi. Leader politici che si prestano al gioco dell’infotainment, una comunicazione emozionale che tenderebbe alla spettacolarizzazione a tutti i costi.



Figura 6. Giudizio sull’operato degli attori politici (valori %), i giudizi di riferiscono a quanto concorde all’affermazione “Abbiamo assistito a una rappresentazione in cui ogni attore sceglieva la propria maschera e il personaggio, troppo spesso spinto dalla speranza di ricevere più applausi del collega vicino piuttosto che dalla buona riuscita complessiva” (Alfonso, 2021), (scala: “Molto”; “Abbastanza”; “Poco”; “Per niente”). N=142

È necessario sottolineare che non è obiettivo di questa indagine approfondire la guerriglia politica o i pareri che si sono insediati nel girone infodemico, ogni giudizio sarebbe parziale poiché i fattori da considerare sarebbero decisamente troppi e ci porterebbero a condurre altre strade. Ma non considerare l’impatto dell’operato dei leader e partiti nella crisi di fiducia manifestata sarebbe un’omissione da non poco conto.

Per questo motivo si è chiesto agli intervistati quanto fossero concordi con l’affermazione: “abbiamo assistito a una rappresentazione in cui ogni attore sceglieva la propria maschera e il personaggio, troppo spesso spinto dalla speranza di ricevere più applausi del collega vicino piuttosto che dalla buona riuscita complessiva” (Alfonso, 2021). In un contesto in cui i media istituzionali e i canali informativi governati dai comunicatori, capaci di coltivare paure o soluzioni presunte, hanno cercato di “mostrare i muscoli, esprimendo giudizi sull’operato specifico e difendendo la bontà del proprio”. Analizzando i risultati, gli astenuti risultano essere otto. La maggioranza (48.6%) si schiera “abbastanza” d’accordo con l’affermazione, mentre 44 soggetti (31%) si dicono essere in maniera assoluta in sintonia. Il restante (20.4%) si dichiara si concilia poco o per nulla.

Esiste però un elemento positivo, a cui abbiamo già accennato: se da un lato la pandemia ha dissolto

la fiducia nei confronti degli attori politici, sempre più impegnati a mantenere una buona facciata dal lato comunicativo e meno sull'operato effettivo, dall'altro ha fatto emergere una rinnovata fiducia nella scienza dopo un lungo oblio reputazionale.

Possiamo, dunque, ipotizzare che a un maggior appello fideistico nella scienza e nella "buona informazione", sia venuta meno quella fiducia verso coloro che, da definizione populista, hanno fatto delle crisi e dei bipolarismi la loro strategia di sopravvivenza. È doveroso sottolineare che la questione è stata trattata con assoluta neutralità, senza nessun riferimento a leader specifici. L'obiettivo di questa indagine è analizzare in quale misura la fiducia o la sua mancanza abbia orientato i cittadini nelle scelte di schieramento. Per tale motivo, si è misurata la fiducia nei confronti dell'opposizione al Governo la quale, senza entrare nei dettagli, più volte si è posizionata nella frattura tra la pro-scienza accarezzando il popolo No Vax, per citare il caso più emblematico, alimentando complottismi e sabotando ordinanze. Dall'altro lato, abbiamo assistito al lavoro chiaro di esperti per stabilire l'ordine e scontrarsi con tale informazione pseudo-scientifica. Circa la questione, risultano significative le parole del premier Conte pronunciate dopo un mese dall'inizio della pandemia: "è importante che il dibattito si sviluppi con chiarezza, senza falsità. Ecco perché mi occorre l'obbligo di fare certe precisazioni (...) al contrario di come falsamente dichiarato, questa volta devo fare nomi e cognomi: da Matteo Salvini e Giorgia Meloni. Non è esattamente così. Questo Governo non lavora con il favore delle tenebre, questo Governo guarda in faccia agli italiani e parla con chiarezza" (Conte, 2020).

Giudizi positivi (% 6-10) opposizione di centro-destra	Giudizi positivi (% 6-10) sistema sanitario	Giudizi positivi (% 6-10) Protezione civile
Agosto 22	Agosto 22	Agosto 22
30.4	70.9	83

Tabella 2. Giudizi positivi nell'opposizione di centro-destra e nelle istituzioni (valori %). I giudizi si riferiscono alla percentuale di quanti, su una scala da 1 a 10, esprimono una valutazione superiore o uguale a 6. N=150.

Come già precedentemente accennato, in media, ma i cittadini in primis, hanno restituito centralità alla competenza degli esperti. Aspetto da non sottovalutare se si vuole trovare il giusto equilibrio tra informazione, comunicazione e sicurezza. Saltano subito all'occhio dove i cittadini ripongono la propria fiducia: i giudizi positivi nei confronti dell'opposizione di centro-destra risultano essere meno della metà rispetto a quelli riposti nel sistema sanitario o nella Protezione civile.

"In un momento di crisi è essenziale comunicare in modo chiaro e coerente, perché in tutti i periodi di emergenza il ruolo dei leader e delle istituzioni è predominante".Pensa che le istituzioni italiane abbiano comunicato in modo semplice e trasparente al popolo?

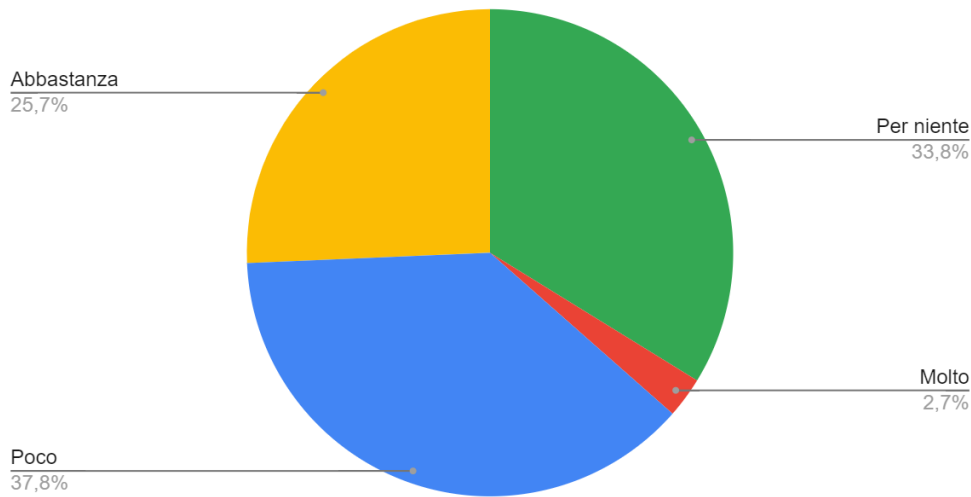


Figura 7. Giudizio sulla comunicazione degli attori politici (valori %), i giudizi di riferiscono a quanto concorde all'affermazione "In un momento di crisi è essenziale comunicare in modo chiaro e coerente, perché in tutti i periodi di emergenza il ruolo dei leader e delle istituzioni è predominante" (Alfonso, 2021), (scala: "Molto"; "Abbastanza"; "Poco"; "Per niente"). N=149

Le istituzioni italiane, nel loro ruolo di comunicare in modo chiaro e coerente, alla luce dei risultati non sembrano aver fatto un buon lavoro. Infatti, la poca comprensione è puntualizzata da più dei tre terzi degli intervistati, i quali hanno risposto con "poco" o "per niente" all'affermazione proposta. Possiamo dire, dunque, che il linguaggio scientifico è stato chiaro, il linguaggio istituzionale oscuro. In altre parole, i soggetti intervistati hanno mostrato fiducia a coloro che hanno agito in modo trasparente, senza complottismi e false credenze, appellandosi ai fatti e seguendo le regole imposte dalla comunità scientifica in accordo con il Governo; ossia a coloro che si sono rivolti ai cittadini, a fianco a di pareri complessi, con spiegazioni molto semplici e chiare, non a chi ha attuato misure di varia natura ed efficacia, mancando di comprensibilità.

A fianco alla chiarezza del linguaggio, si aggiunge una responsabilità etica nella condivisione, essendo essi stessi responsabili della comunicazione istituzionale. Tolta la camicia da "emergenza nazionale" per molti di loro si è tornati alla vera natura, quella delle manifestazioni contro le mascherine, dei dubbi sui vaccini, del no al Green Pass, pronti ad afferrare il voto di quella porzione di popolazione incerta e sconclusionata. Oppure la tentazione di portare al consenso immediato e diatribe non necessarie.

Personalismi e voglia di protagonismo che, come abbiamo visto, a luglio 2022 è sfociata in una crisi che più di Governo sembra essere di sistema. In un contesto dove dal punto di vista del premier Mario Draghi non c'era spazio per nulla di diverso da una maggioranza di unità nazionale dove tutti si sacrificassero per la rapidità d'intervento, i personalismi dovrebbero essere banditi.

Così i cittadini rimangono soli e sconclusionati di fronte alla tempesta. In un primo momento, analizziamo il loro comportamento verso il voto. L'ipotesi da cui muove questo approfondimento è vedere se gli avvenimenti enunciati in precedenza hanno fatto in modo che l'opinione di voto fosse condizionata da tali. La seconda ipotesi è che, in un clima di disincanto verso la politica e di profonda incertezza, i cittadini non siano più spronati a esprimere la propria preferenza.

Alla luce del ricorso alle urne del prossimo 25 settembre, come si comporterà?



Figura 8. Previsione di comportamento elettorale in vista del voto del 25 settembre 2022 (valori %), i soggetti intervistati potevano scegliere tra l'opzione "andrò a votare, ma deciderò la mia preferenza all'ultimo momento", "andrò a votare, nutro ancora fiducia nel mio partito", "non andrò a votare, preferisco non esprimere il mio giudizio...", "non andrò a votare, non mi interessa", "andrò a votare ma non voterò il partito che votavo in passato" oppure "andrò a votare ma lascerò scheda bianca". N=147

Il voto è espressione massima di democrazia. Sulla base della letteratura esistente, possiamo dire che la scelta di voto si configura come un processo complesso, che nella sua comprensione è reso più difficile dall'influenza di fenomeni di lungo periodo e di carattere strutturale. Non solo l'attenuarsi delle appartenenze politiche e del declino del ruolo tradizionale dei partiti, ma include anche la mediatizzazione della comunicazione politica e delle campagne elettorali, le quali producono un'elevata quantità di informazioni da elaborare (Ceccarini e Diamanti, 2013). A rendere il quadro più complesso, si aggiunge anche la maggiore individualizzazione e l'eterogeneità culturale e sociale dell'elettorato. Alla luce dei risultati, i cosiddetti *late deciders*, ossia coloro che rimandano la scelta di voto agli ultimi giorni, risultano essere la maggioranza (47.6%). La scelta elettorale, dunque, non si configura come l'esito di un meditato processo decisionale e i fattori di breve periodo si collocano al centro della scelta, complice anche l'imprevedibilità della necessità di tornare ai seggi e la rapidità della campagna elettorale che caratterizzano questa tornata. Al secondo posto (20.4%) troviamo coloro che andranno certamente a votare, ma che hanno cambiato la propria opinione sul partito votato in precedenza. Sotto il profilo della cultura politica il voto costituisce, a volte, un atto di fede. Ma se quella fiducia viene a meno, ci si sposta verso chi ha dimostrato maggiore solidità, come abbiamo visto, oppure si manifesta un senso di apatia verso la politica, poiché disincantata da tale. Tuttavia, non è di interesse per l'indagine misurare le intenzioni di voto. Solamente il 18,4% degli intervistati nutrono ancora fiducia nel proprio partito di appartenenza. Il senso di lealtà tra elettore e partito, in questo caso, è molto alto. Rafforzato il livello di stabilità della scelta elettorale, l'elettore risulta poco sensibile agli orientamenti programmatici e operativi dei partiti. È un atto di fede.

Tra i votanti, sono significativi anche quella piccola porzione che nonostante il recarsi alle urne, non esprimeranno la propria preferenza, lasciando scheda bianca o rendendola nulla. Seppur in piccola parte (4.1%), al fine della ricerca è importante sottolineare la loro presenza nella loro volontà di partecipare ed esprimere silenziosamente il disagio nei confronti della politica e dell'offerta partitica. È un messaggio di protesta, non si tratta di apatia. Al contrario, il senso di responsabilità

nei confronti del sistema politico e per la consapevolezza dell'importanza politica del cittadino nel suo ruolo di elettore attraverso l'espressione del voto è molto elevato. Il recarsi alle urne viene, quindi, utilizzato per manifestare un segno, che potrebbe essere di conferma, punizione o avvertimento nei confronti dei partiti.

Invece, anche se in minima parte, sono presenti elettori che pur godendo del diritto di voto non si recano alle urne in occasione della consultazione elettorale. Questo comportamento presenta motivazioni diverse; tra chi (6.8%) preferisce non esprimere il proprio giudizio se non sa a chi affidarsi o a chi porre la propria fiducia e chi (2.7%) mostra segni di indifferenza e di distacco nel recarsi alle urne. Difficile in questa sede indagarne le motivazioni ma, se si va a chiedere direttamente a chi si è astenuto come ha fatto la comunità SWG in occasione delle elezioni amministrative del 2021, il 27% dichiara di non aver potuto fisicamente recarsi alle urne, mentre le altre motivazioni sono tutte, a vario titolo, una forma di denuncia: inadeguatezza della politica, poiché poco interessante o per protesta, o dei candidati, perché poco graditi o non in grado di compiere al meglio il loro lavoro. L'astensione quindi sarebbe dovuta a questioni personali, all'idea che il proprio voto non cambi la situazione e allo scarso interesse verso la politica.

Accanto al forte astensionismo e alla diminuzione della partecipazione si è accompagnata sempre più una volatilità elettorale. In altre parole, si vota sempre di meno e chi va tende a cambiare la propria preferenza da un'elezione all'altra più facilmente rispetto al passato. La volatilità del voto rappresenta un elemento di complessità per i partiti che devono fare i conti con il cambiamento del proprio elettorato, la difficoltà di individuare proposte da indirizzare ai segmenti sociali che lo compongono e di creare strategie comunicative efficaci. Nell'insieme degli astenuti, quindi, non si trovano solo cittadini disinteressati, ma anche coloro delusi dall'offerta politica al momento della campagna elettorale.

Le motivazioni di conseguenza sono molteplici; in questa sede, alla luce dei risultati precedenti e al netto della fiducia dimostrata, non è stato chiesto agli intervistati le motivazioni per cui non andassero a votare, ma perché il loro voto, in tale ipotesi, fosse cambiato. La considerazione principale è quella che a una volontà di erogarsi dei propri diritti di cittadino tuttavia, si dimostri un senso di incertezza e disincanto nel farlo.



Figura 9. Motivazioni per cui la preferenza di voto è cambiata (valori %), i soggetti intervistati potevano scegliere tra le opzioni (in grassetto) "promesse non mantenute", "incoerenza dei leader", "i miei valori sono cambiati", "spettacularizzazione dell'evento" oppure aggiungere la propria spiegazione enunciandola nella voce "altro...". N=98

Il comportamento elettorale può essere considerato un posto in prima fila per osservare il cambiamento che si innesta tra politica e società. Un aspetto importante da considerare è la progressiva personalizzazione della politica che abbiamo trattato nei capitoli precedenti in relazione ai progressi della comunicazione politica. A questo tema, tenendo conto delle risposte alla domanda "se la sua opinione di voto è cambiata, perché?", si lega alle varie mancanze dei leader nel contesto. Infatti, il 39.8% degli intervistati ha cambiato la propria preferenza per via delle promesse non mantenute, oppure il 6.1% ne denuncia la sua incoerenza. A questo proposito, data la possibilità agli intervistati di aggiungere la propria motivazione oltre alle risposte proposte, alcuni di loro manifestano una mancanza di fiducia nella classe politica in termini generali, segnata da un'uniforme disonestà e incoerenza, la presenza di politici inadeguati e corrotti, la mancanza di serietà in alcuni ambiti. Altri, dichiarano di essere "in balia di una classe politica di incapaci, incoerenti e irresponsabili" o di non sentirsi "più rappresentato da alcun partito in quanto nessuno ha la maggior parte di proposte positive, poiché prevale sempre l'assurdo o il negativo". Altri, invece, dichiarano il loro cambiamento di rotta a causa della non ricandidatura del proprio partito di appartenenza o la decomposizione delle strutture partitiche. Ancora, è presente chi ha approfondito la propria conoscenza dei vari partiti proposti o chi pensa che il mondo che credeva di conoscere è cambiato, nonostante solo il 6.1% dichiara di aver mutato i propri valori. Tra le persone che non hanno risposto, 27 di loro alla domanda precedente hanno dichiarato di non aver cambiato opinione nel proprio partito, mentre 22 di loro si sono astenuti.

Approfondendo più nello specifico la situazione attuale, il 13.3%, in conseguenza alle ordinanze imposte, si è lamentato di un'eccessiva spettacolarizzazione e drammatizzazione dell'evento da parte di alcuni partiti. Inoltre, non sono mancate dichiarazioni circa la questione della "sospensione" alle regole della democrazia per contenere il numero di contagi: c'è chi considera la situazione una "prova di dittatura in atto dal parlamento" e chi pensa di essere in "uno stato di polizia, prima della finta pandemia non lo sapevo. Se danno mano libera alla polizia noi "maledetti NOvax" faremo tutti la fine di Stefano Cucchi, la polizia aspetta solo di menare le mani e i manganelli, godono a picchiare

chi non si è piegato agli ordini". Sulla base della letteratura presente, sappiamo che alla dilatazione dei margini di manovra, corrisponde una compressione delle libertà individuali. Tale tema del "controllo" porta i critici a parlare di Stato spia o addirittura uno Stato di polizia, mettendo ancora più in risalto i fattori di tensione che investono l'evoluzione dei sistemi politici democratici (Mauro, 2020) e, in questa fase storica, la pandemia si è fusa con un clima di demopatia. La teoria dello Stato di polizia sostenuta da Nicolas de La Mare si fonda sull'amministrazione interna e la comune felicità dei sudditi e che, quest'ultima, dipendesse da sicurezza e prosperità.

Quest'ultima considerazione ci porta a interrogarci su che valori si basa il bene comune e l'apprezzamento verso leader forti e stabili, non necessariamente in termini autoritari anche se, come abbiamo visto è stato un fenomeno comune. Sappiamo che "dalla crisi del Covid-19 ne uscirà solo chi dimostrerà di mantenere tasche profonde non solamente in termini finanziari" (Bordignon, Diamanti e Turato, 2020) e che le interazioni digitali appiattiscono le gerarchie cognitive (Fukuyama, 2020) tanto che il processo decisionale politico è, come abbiamo visto, guidato da una scarsa dialettica e organizzazione. In un periodo di soppressione della libertà di scelta, si chiede ai mass media di mantenere alta l'attenzione, al fine che casi di autoritarismo non capitino.

4.3. Chiarezza e credibilità

Credibilità, chiarezza e stabilità sono gli elementi, come abbiamo visto, che costituiscono il confronto politico tra leader. Mantenere una buona politica in un momento in cui il disincanto e la sfiducia prevalgono su qualsiasi opinione risulta sempre più difficile. Un'emergenza dagli effetti imprevedibili che partendo dal piano sanitario ha contagiato anche il settore dell'economia e ha avuto conseguenze anche nel mondo della comunicazione e dell'informazione. Per questi ultimi, chiamati a rispondere alle nuove necessità del cittadino di essere costantemente informato essendo circoscritto nelle quattro mura domestiche, non hanno avuto vita facile in questo contesto.

Per definire il quadro in cui si innesta l'arrivo della pandemia sul versante della comunicazione occorre evidenziare alcuni aspetti. Da un lato, si sottolinea la centralità delle fake news nel dibattito, dall'altro si ricordano le problematiche che la comunicazione pubblica si è trovata ad affrontare dopo una prima fase di sviluppo dei media digitali. I media digitali "pongono rilevanti questioni in merito al rapporto tra elettori ed eletti, all'idea e ai caratteri della cittadinanza, ai processi di selezione della classe dirigente, alla relazione tra Stato e società civile, alle idee stesse di partecipazione e rappresentanza democratica" (Riva, 2022). Però, in questo contesto, il diffondersi dei social media ha rappresentato anche un nuovo canale attraverso il quale diffondere in maniera più o meno intenzionale informazioni false. E se nel secolo scorso con l'influenza spagnola le informazioni si diffondevano tramite la distribuzione dei giornali e il problema principale erano le costrizioni legate alle regole del *newsmaking*, ora la comunicazione rischia di essere inquinata da menzogne, le quali si diramano in meccanismi di riproduzione e creazione delle relazioni sociali online.

Questo secondo tema trattato nella ricerca, riguarda gli aspetti propriamente comunicativi dell'emergenza, dove dal lato politico la comunicazione ha dovuto reinventarsi abbandonando i linguaggi del "politicante" mirando ad aspetti più innovativi, dall'altro l'affollamento delle informazioni ha creato un percorso a ostacoli nel tagliare il traguardo della verità. In questo senso, l'autocomunicazione di massa attraverso i social network si è scontrata con le fonti di comunicazione istituzionali e validate, generando uno scenario infodemico e il diffondersi di fake news. Il primo aspetto dell'analisi riguarda l'integrazione delle nuove tecnologie per questioni

istituzionali, ovvero se esse siano state rese fruibili e facilmente utilizzabili da tutte le diverse generazioni digitali. Il secondo obiettivo è quello analizzare in che modo tale scenario confuso abbia modificato opinioni e credenze dei cittadini, testando ancora una volta la fiducia posta nelle varie istituzioni e analizzandone in che modo lo scenario infodemico abbia modificato la loro percezione.

Immigrati e nativi digitali

Dove i soggetti intervistati si sono maggiormente informati circa le notizie riguardanti la pandemia? In quale strumento ripongono maggior fiducia gli immigrati e i nativi digitali? La comunicazione istituzionale è stata chiara o ci sono state delle difficoltà? Possiamo ancora distinguere le generazioni in immigrati e nativi digitali?

Internet rappresenta una struttura di opportunità per informarsi e partecipare. Il ricambio generazionale, secondo la letteratura presente, una diffusione di queste modalità di coinvolgimento. Le nuove generazioni, infatti, si distinguerebbero per essere nate in Rete. Le loro abilità tecnologiche innate, l'essere stati socializzati con i social media, in un contesto in cui il loro consumo era già presente e superato. La seconda generazione, invece, ha visto lo svilupparsi delle reti televisive, hanno vissuto i primi blog, la nascita di Facebook. Insomma, sono cresciuti assieme ai nuovi modi di interazione. Se le generazioni appena citate sperimentano senza difficoltà i nuovi canali di mobilitazione, la terza fascia d'età sono venuti a conoscenza del mezzo solo in età più adulta. Ossia non sono nativi, bensì immigrati, coloro che hanno dovuto migrare dalla radio alla televisione, fino all'arrivo dei new media. Nell'immaginario comune pensiamo ai genitori seduti sul sofà davanti alla televisione o a leggere il giornale appena comprato, mentre il giovane figlio a smanettare sul telefonino. Ma è andata davvero così?

Prendiamo in considerazione le criticità dovute alla DAD. Molti avrebbero potuto prevedere le difficoltà degli insegnanti nel maneggiare strumenti tecnologici di cui sono poco abili, molti meno avrebbero potuto prevedere le difficoltà degli studenti, tutti considerati per ragioni anagrafiche "nativi digitali". eppure, in questo caso, essere "nativi digitali" non sembra essere sinonimo di "competenti digitali". Vediamo dove e come si sono informate principalmente le tre generazioni considerate.

Tabella 3. Dove si sono maggiormente informati i cittadini circa le notizie riguardanti la pandemia (valori %). I soggetti intervistati potevano scegliere tra "Radio e televisione", "Web e Social Network" oppure "Giornali, quotidiani e riviste". N=148

	(%) Under 25	(%) Under 45	(%) Over 45
Radio e televisione	51.1	46	40
Web e Social Network	40	42	56.5
Giornali, quotidiani e riviste	8.9	12	3.5

In termini generali, possiamo dire che il 55,4% degli intervistati si sono informati tramite radio e televisione, attraverso telegiornali, conferenze stampa, talk show eccetera. Un risultato non sorprendente se consideriamo l'importanza dei telegiornali su qualsiasi rete televisiva oppure le numerose dirette televisive tramite cui i principali leader esponevano le varie ordinanze. Per non parlare dei numerosi talk show dedicati al dibattito sul virus, tramite cui politici, medici e opinionisti hanno avuto la possibilità di intrattenere il loro pubblico.

In aggiunta, a febbraio 2020 la *Growth from Knowledge* ha attivato un tracking settimanale per misurare gli effetti della pandemia sugli stili di vita, le abitudini e le strategie di consumo degli italiani. A conferma del fatto, i dati ci mostrano che il tempo speso davanti alla televisione alla

ricerca di preziose informazioni sul Coronavirus in un momento di forte incertezza è aumentato del +19%. Gli italiani, infatti, avrebbero scelto il mezzo televisivo per ascoltare le comunicazioni del Governo, per ottenere informazioni sui decreti e gli aggiornamenti giornalieri. È importante sottolineare come a seguito del lockdown imposto gli italiani abbiano aumentato anche il consumo di contenuti legati all'intrattenimento e un uso ludico della televisione. Allo stesso modo, per rompere l'isolamento, il tempo dedicato agli strumenti digitali è cresciuto del +45% nel dedicare tempo a siti di informazione quotidiana e un +17% nell'intrattenimento.

Tuttavia, se consideriamo le tre fasce d'età distinte, notiamo un cambio di rotta. Come detto precedentemente, ci si aspetta l'immigrato digitale informarsi tramite la televisione, mentre il nativo digitale guardare i Social Network. Invece, questo trend si è ribaltato: nell'uniformità di interesse manifestata dalla categoria Under 45, che vede prevalere con solo quattro punti percentuali in più la radio e la televisione rispetto al web e ai social network, notiamo una maggiore fruizione della televisione (51.1%) negli Under 25 e del web e Social Network (56.5%) negli Over 45. Da questa lettura, possiamo formulare due ipotesi:

- La prima, ossia la possibilità per la quale a una maggiore drammatizzazione dell'evento, possa combaciare una maggiore responsabilità e predisposizione a seguire le regole imposte;
- La seconda, che a una maggiore auto-informazione tramite il web e i social network riscontrata negli Over 45 possa verificarsi una maggiore propensione a credere alle voci circolanti nel web.

Virality show

Dove l'informazione è stata maggiormente spettacolarizzata? Il flusso di notizie è stato eccessivo e ha contribuito a far nascere il contesto infodemico? Il Covid-19 è un'invenzione?

La conferma che il Covid-19 sia un'emergenza sanitaria globale ci viene data anche dall'Organizzazione mondiale della sanità. Ma che in questa situazione di profonda incertezza, la percezione distorta del fenomeno e la narrazione tossica è stata data dai media italiani. Secondo la letteratura esistente, infatti, "l'allarmismo si è subito trasformato in spettacolarizzazione e sensazionalizzazione, come avviene spesso davanti a situazioni di questo tipo" (Mastrodonato, 2020). Il sistema giornalistico italiano è da sempre affetto da una frammentazione cronica dettata di influenze di carattere economico e politico ma in occasione della pandemia, le principali fonti d'informazioni non sono riuscite a fornire un racconto coerente, data l'elevata notiziabilità. Un contesto informativo che ha anche da sempre puntato sull'intrattenimento, che ama il racconto in cui si privilegiano le emozioni, che tende alla spettacolarizzazione. Circostanza che vede i leader politici selezionati più nella loro abilità di muoversi nel mondo dello spettacolo che per le loro capacità politiche, ai quali si è chiesto di prestarsi al gioco di intrattenere e di personalizzare il proprio operato.

Seppur in un contesto di simile emergenza, dunque, non sembrerebbero stati capaci di comprendere in profondità una realtà troppo complessa e problematica per essere narrata in maniera esaustiva nei tempi brevi che caratterizzano il mondo dell'informazione (e dell'infotainment). Tale fattore, in aggiunta della predisposizione del giornalismo a creare un racconto che si sposi con quelle posizioni politiche più compatibili con la loro audience, avrebbe contribuito ad alimentare quel clima di incertezza e disorientamento, generando sentimenti di smarrimento e sfiducia.



Figura 10. Dove è stata proposta una maggiore drammatizzazione dell'evento (valori %). I soggetti intervistati potevano scegliere tra "Radio e televisione", "Web e Social Network" oppure "Giornali, quotidiani e riviste". N=148

Non va dimenticato, infatti, come la pandemia abbia rappresentato una "cultura della paura", toccando un nervo scoperto delle società occidentali contemporanee, quelle società più sicure di tutte le altre. Come percepiamo dalle risposte offerte dagli intervistati, gli strumenti nei quali è passato un maggior flusso di contenuti drammatici e altamente allarmistici sono state la radio e la televisione. Come accennato in precedenza, è possibile ipotizzare che a una maggiore consumo della televisione nel contesto informativo da parte della generazione più giovane e, di conseguenza, di una maggiore fruizione di un'ottica drammatica si verifichi una maggiore predisposizione a seguire le regole e non considerarle troppo stringenti.

Per tale ipotesi, si è chiesto agli intervistati se le misure per sconfiggere il Covid-19 sia stata eccessiva e se l'informazione sia stata manipolata e resa più preoccupante, in questa circostanza, dal Governo per fini propagandistici e di sicurezza.

Figura 11. Valutazione delle misure anti-contagio (valori %). Gli intervistati potevano scegliere tra "Falso, al contrario si dovrebbero mantenere ancora a lungo", "Falso, la situazione era grave e le misure adottate sono state lecite", "Vero, poteva essere gestita in altro modo, come all'estero" oppure "Vero, perché il Covid-19 è un'invenzione". N=147

UNDER 25 - C'è chi sostiene che le misure contro il Covid-19 siano eccessive e che sia stata manipolata l'informazione a fini propagandistici. Lei pensa che questo sia:

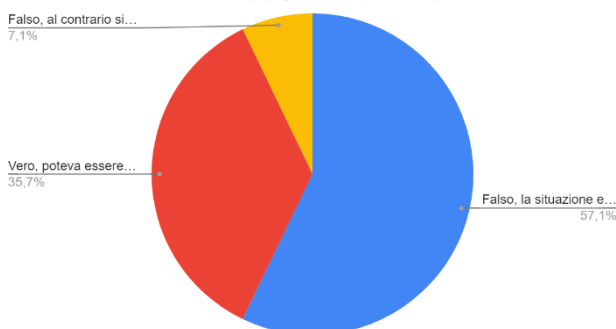


Figura 11A. Valutazione categoria Under 25.

UNDER 45 - C'è chi sostiene che le misure contro il Covid-19 siano eccessive e che sia stata manipolata l'informazione a fini propagandistici. Lei pensa che questo sia:

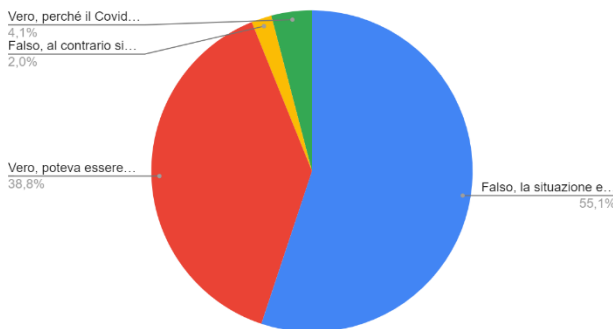


Figura 11B. Valutazione categoria Under 45.

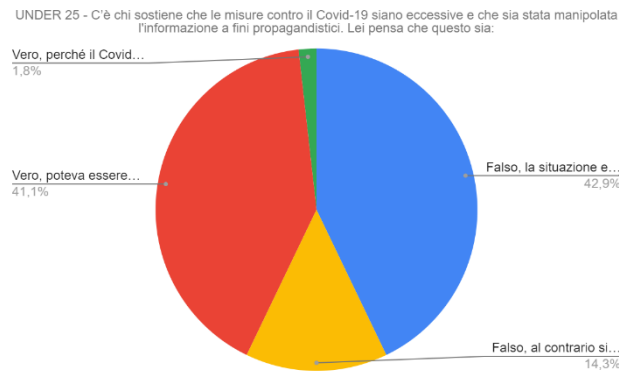


Figura 11C. Valutazione categoria Over 45.

In modo equo nelle tre categorie, la maggioranza delle risposte è concentrata nell'opzione "falso, la situazione era grave e le misure adottate sono state lecite". A pari uniformità, si potrebbe considerare, anche se in misura minore, il fatto che la situazione, secondo gli intervistati, potesse essere gestita in modo diverso, come ad esempio all'estero dove le misure anti-contagio almeno in una prima fase erano molto meno ferree. C'è da tenere in considerazione, però, che la penisola italiana è stata la nazione più colpita a livello di contagio. La categoria Under 45 si rivela quella più incerta nel prolungare le misure restrittive. Al contrario, la fascia d'età Over 45, probabilmente a causa di un maggior timore in termine salutistico in caso di contrazione del virus, è quella più propensa a estendere le ordinanze. Tuttavia, al fine della ricerca, è interessante costatare che all'avanzare dell'età nelle diverse categorie, si accompagna la tendenza di sminuire l'evento vissuto. La possibilità che potesse essere gestita come all'estero tende a crescere con l'avanzamento dell'età; mentre la probabilità che il Covid-19 sia un'invenzione, come una prova di dittatura imposta dal Governo, il quale avrebbe manipolato l'informazione per raggiungere i propri fini, nella categoria Under 25 non è presente. Difficile confermare in questa sede l'ipotesi sopra citata, ossia quella per cui a una maggiore fruizione della televisione a fini informativi corrisponda una minore propensione a credere alle bufale ed essere spaventato dall'evento, con la conseguenza di una maggiore propensione a non considerare le misure eccessive.

Ad ogni modo, a conferma dell'ipotesi, l'opinione di More in Common circa l'argomento è che in media la maggior parte degli italiani ritiene che le restrizioni che hanno dovuto affrontare per impedire la diffusione del Covid-19 fossero ragionevoli e proporzionate, sebbene gli uomini e le persone nella fascia di età 30-54 abbiano maggiori probabilità di trovarli sproporzionate.

Tuttavia, vi è presente un'ambiguità. Nonostante la maggior propensione nell'utilizzo del web e dei Social Network da parte della terza fascia d'età, confrontandoli con dati circa la fiducia espressa, sembrerebbe essere la categoria che meno confida in essi.

	Giudizi positivi (% 6-10) giornalisti	Giudizi positivi (% 6-10) Social Network
TUTTI	28.5	22.2
Under 25	27.9	32.6
Under 45	30	22
Over 45	27.6	12

Tabella 4. Giudizi positivi nei giornalisti e nei Social Network (valori %). I giudizi si riferiscono alla percentuale di quanti, su una scala da 1 a 10, esprimono una valutazione superiore o uguale a 6. N=150.

Infatti, la differenza che percorre tra il numero di giudizi positivi manifestati nei confronti dei Social Network tra Under 25 e Over 45 è di venti punti percentuali, mentre la categoria Under 45 sembra quella più fiduciosa (30%) nei giornalisti. Quindi, sembrerebbe che a una maggiore propensione a informarsi tramite la televisione corrispondano voti più alti per i Social Network; al contrario, alla predisposizione di informarsi tramite i Social Network, corrisponderebbe una minor fiducia in essi. Difficile anche in quest'occasione stabilirne le cause, tuttavia si potrebbe ipotizzare che i "nativi digitali", ossia coloro che per definizione utilizzano in modo articolato e competente gli strumenti della comunicazione digitale, approcciandosi in modo naturale al mondo social, siano maggiormente in grado di riconoscere le fonti affidabili di informazioni e credere in parte a ciò che gli viene proposto. In altre parole, gli "immigrati digitali" sarebbero più "creduloni" a tutto ciò che il flusso infodemico offre e, di conseguenza, verrebbe naturale non riporre fiducia in quegli strumenti, ricredendosi nei giornalisti nel loro ruolo tradizionale.

Post-verità

Sul punto precedente si è parlato di una connessione tra pandemia e infodemia (Alfonso, 2020). Mai come nell'era del Covid-19 i cittadini hanno avuto a disposizione una così vasta gamma di notizie in tempo reale; informazioni che contribuiscono a tenerci al sicuro, di avere una comprensione approfondita di cosa succede nel mondo. Al tempo stesso, però, si proliferano anche false notizie. Una faccenda che riguarda tutto il mondo dell'informazione: dalle testate giornalistiche o parole fittiziamente attribuite ai leader politici che hanno dilagato quella che abbiamo chiamato "cultura della paura", ma anche la dimensione dei Social Network dove anch'essi non hanno fatto altro che dilagare la paura e il disagio psicologico. Regno incontrastato del fake è stata la Rete, dove è più facile che circolino notizie non controllate, poco attendibili, autoprodotte, per divertirsi o per generare il panico. Di fronte all'emergenza, i cittadini si sono mostrati responsabili e sostanzialmente disciplinati, anche se hanno dovuto scontare carenze culturali e strutturali. Ciò con cui non si è fatto i conti, però, è questo contesto infodemico che ha fortemente disorientato i cittadini, rendendo difficile la ricerca di fonti informative affidabili per dare risposta ai loro bisogni conoscitivi. Il virus è stato sottratto da un laboratorio cinese, un gruppo finalizzato da Bill Gates ha brevettato il virus, la vitamina C previene il Covid-19, c'è correlazione tra pandemia e rete 5G dei cellulari, gli extracomunitari sono immuni al Covid-19 grazie al vaccino contro la Tubercolosi, facendo il tampone collocano un microchip nel cervello. Queste sono solo alcune delle voci circolanti sul web e nei talk show televisivi.

Chi crede maggiormente alle fake news? È auspicabile che a una maggiore auto-informazione tramite il web e i social network riscontrata negli Over 45 possa verificarsi una maggiore propensione a credere alle voci circolanti nel web? La tanta comunicazione è servita a chiarire le idee o ha solo peggiorato la situazione?

Figura 12. Valutazione delle misure anti-contagio, confronto generazionale (valori %). Alla domanda "ha mai creduto a una o più delle seguenti affermazioni?" gli intervistati potevano scegliere tra "No, verifico sempre le fonti dalle quali mi informo", "Sì, ma successivamente grazie al lavoro dei giornalisti e della comunità scientifica ho capito fossero bufale", "Sì, sono d'accordo con alcune delle informazioni". N=145

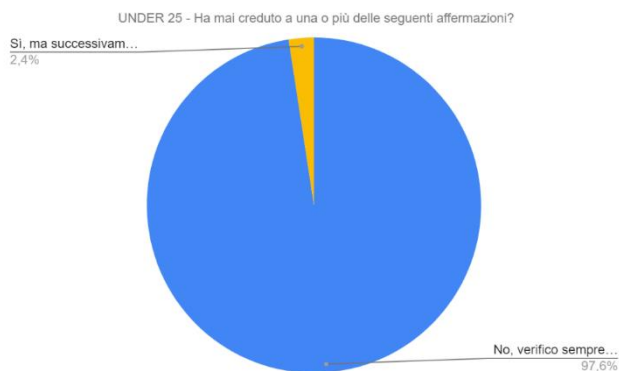


Figura 12A. Valutazione categoria Under 25.

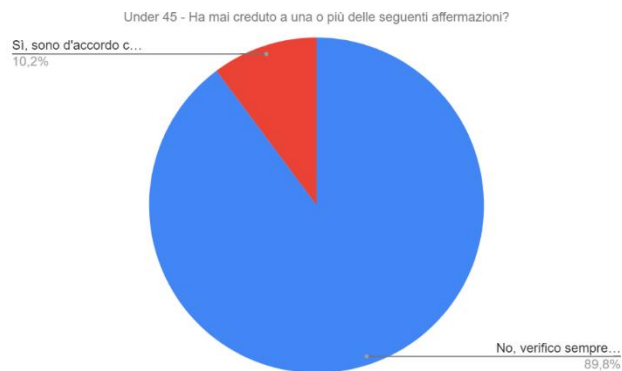


Figura 12B. Valutazione categoria Under 45.

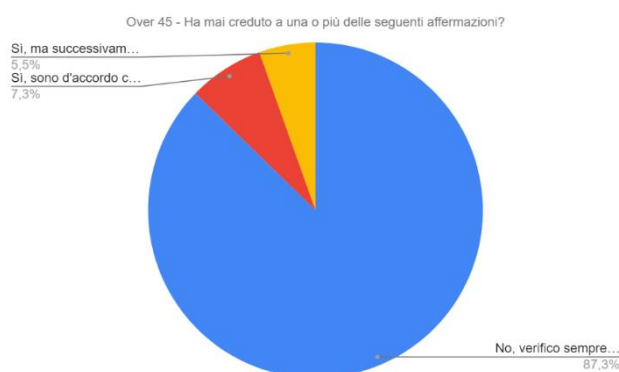


Figura 12C. Valutazione categoria Over 45.

In generale, il 91% del campione non ha mai creduto a tali affermazioni. I soggetti che sono più inclini a credere in fake news sono gli Under 45, seguono la categoria Over 45, mentre negli Under 25 non si verifica nessun caso di sintonia. Sarebbe confermata, quindi, l'ipotesi per cui a una maggiore autocomunicazione e informazione di massa si verifichi anche un più facile accesso alle fake news. Di conseguenza, a una maggiore età si verificherebbe una minor competenza nell'individuare fonti affidabili. Quindi, le fasce adulte considerate sembrerebbero più sospettose nei media e nelle informazioni diffuse dal Governo, considerando la drammaticizzazione della crisi da Covid-19 uno stratagemma per promuovere la propria agenda. A questo proposito, More in Common ha individuato che per il 69% degli appartenenti alla categoria 30-55 i mezzi d'informazione sembrano seguire una loro agenda invece di raccontare i fatti e che il governo conosce cose sulla pandemia che sta nascondendo al pubblico. Il rapporto Censis ci dice che sono 29 milioni (il 57,0% del totale) gli italiani che durante l'emergenza sanitaria hanno trovato su web e sui social media notizie che successivamente si sono rivelate false o sbagliate su origini, modalità di contagio, sintomi, misure di distanziamento o cure relativi a Covid-19.

Paradossalmente, dunque, la tanta comunicazione non è servita a chiarire le idee degli italiani: sin dalle prime fasi dell'emergenza è emersa, invece, una carenza di flussi informativi utili e verificati, nonostante la comunità scientifica si sia unita nella lotta alla controinformazione. Certo, si trattava di un evento mai vissuto prima e di cui si sapeva pochissimo, in cui spesso i medici si sono dovuti formare strada facendo e si sono trovati spesso smentiti. Ma i problemi di comunicazione sono rimasti nel tempo, alimentando falsi allarmismi e ingiustificati rilassamenti. Pertanto, avendo avuto una comunicazione poco organizzata, le persone si sono trovate costrette a prendere delle decisioni

da sole tramite i mezzi di cui disponevano. A questo proposito, secondo la rilevazione compiuta dal Censis, il 52,2% degli italiani pone l'accento sull'obbligo da parte delle piattaforme di rimuovere le fake news, dato che sale al 57,5% tra i 35-64enni. Inoltre, il 41,5% degli italiani è convinto che i social media debbano attivare dei sistemi di controllo (il cosiddetto *fact checking*) delle notizie pubblicate, con quote che superano il 50% tra i giovani al di sotto dei 34. Fondamentale anche l'attivazione di campagne di sensibilizzazione e di prevenzione sull'uso consapevole dei social, che vengono segnalate come prioritarie dal 34,7% della popolazione, soprattutto dai più giovani (41,6% tra i 18-34enni). Da parte dei giovani si chiede una maggiore responsabilizzazione dell'uso dei social per questioni informative. Falsi allarmismi e menzogne che minano all'operato del Governo e alla messa in discussione delle regole democratiche. Sono giovani che hanno in mano, per ragioni anagrafiche, il futuro di questa democrazia. Un futuro che, come vedremo in seguito, è sempre più incerto e ricco di ostacoli.

4.4. Prospettive per il futuro

A queste conseguenze, si somma un profondo senso di incertezza e paura tra la popolazione che, chiusa in casa, ha trovato nella narrazione offerta dai media un modo per restare in contatto con il mondo, di tenersi aggiornata sugli sviluppi e per avere informazioni affidabili sulle regole da rispettare. Il modo in cui giornalisti e attori istituzionali riportano l'evento, soprattutto se drammatico e imprevedibile come la pandemia, è in grado di influenzare la popolazione a seguire determinati comportamenti e rispettare le regole imposte, anche non considerando le conseguenze. Dunque, le modalità con le quali l'evento è riportato è in grado di "influenzare profondamente il dibattito pubblico, contribuendo a incidere sulla percezione del rischio e della crisi in corso" (Vasterman e Ruigrok, 2013) e amplificando timori e incertezze, sia per quanto riguarda il proprio futuro, sia per la classe dirigente.

L'insicurezza è in grado di "superare la dimensione individuale e travalcare i confini nazionali, diventando insicurezza sociale che, in queste situazioni, può crescere la disponibilità ad accettare una riduzione delle libertà e dei diritti, barattati con altri valori" (Diamanti, 2020). Ma non per tutti è stato così. La propagazione online della disinformazione si potrebbe riassumere con la teoria di "effetto farfalla", nel quale il cambiamento impercettibile iniziale causato da un suo battito d'ali, coincide con l'interpretazione di un messaggio da parte del singolo individuo che può trasformarsi in un condizionamento di pensiero collettivo e dell'agire delle masse. L'incertezza genera dubbi e il rischio è che in una fase di crisi possano originarsi degli sbilanciamenti che rischiano di diventare permanenti.

Ama il tuo prossimo

Come è cambiata la fiducia negli altri durante la crisi? Più divisi o più uniti dall'arrivo del Covid-19? Ad un certo punto, le principali istituzioni italiane hanno dovuto affrontare, come abbiamo visto, una crisi economica e politica. Una crisi dalla gravità da potersi paragonare a un evento bellico, nonostante l'uso improprio della metafora. Quella che è stata poco considerata, tuttavia, è l'aspetto sociale, ossia i problemi individuali e collettivi della società nella situazione post-pandemica. Non si saprà quanto ne usciremo, ma ne contiamo già le numerose conseguenze. Sfiducia, incertezza e paura sono le parole chiavi per descrivere il fenomeno. Prima di tutto, però, è importante considerare un altro fattore: la polarizzazione della società. Abbiamo visto come il contesto infodemico abbia fortemente disorientato i cittadini nella scelta della loro routine, rendendo anche difficile trovare fonti d'informazione validate a cui porre la propria fiducia. Le teorie del complotto

sono state molte e le abbiamo già elencate; il fattore da approfondire ora riguarda chi decide di stare da una parte o l'altra della polarizzazione createsi dai diversi punti di vista. Da un lato vi è chi indebolisce la propria individualità, ha fiducia nell'autorità, segue il leader, anche quando il leader punisce la gente e attribuisce più responsabilità del dovuto oppure quando sperpera fondi che potrebbero essere utilizzati in modo migliori; dall'altro si hanno i cospirazionisti del Covid, ossia coloro che negano l'esistenza del virus e l'efficacia dei vaccini e che le misure di contenimento siano solo una forma di coercizione da parte dei poteri forti. Non esiste un giusto o un sbagliato, nonostante il parere della comunità scientifica sia chiaro, poiché ognuno ha le proprie radici, le proprie convinzioni, il proprio vissuto su cui fare riferimento. In aggiunta, il mondo politico non può accontentare tutti, da quando vige la destra e la sinistra ogni decisione politica ha dovuto fare i conti con i suoi costi e benefici, con le questioni favorevoli da un lato e i contrari dall'altro. È importante considerare tuttavia, che le diverse aree sono polarizzate già da tempo, sulla spinta delle trasformazioni tecnologiche della comunicazione politica, dove è cresciuto il conflitto tra i leader politici, è cresciuta la distanza tra essi sui diversi temi politici e hanno avuto maggiore spazio le identità più divisive. La polarizzazione si rafforza da sola, più un estremo alza la voce su una questione, più l'altro gruppo dice il contrario. Ci si circonda di persone che la pensano allo stesso modo, indipendentemente dal fatto che siano fake news o meno, e ci si radicalizza nei propri convincimenti. Consideriamo, prima di tutti, la fiducia riposta negli altri nell'emergenza sanitaria che, ricordiamo, ha imposto l'accettazione da parte dei cittadini di obblighi e divieti. Il caso dell'obbligo vaccinale e del Green Pass è il più emblematico, ma si può far riferimento anche ai diversi timori del soggetto, sottovalutato o a volte addirittura deriso.

Attualmente, le ripercussioni globali in termini di disagio economico, politico e sociale hanno dato ulteriore concretezza all'ipotesi del legame tra diffusione di notizie distorte e polarizzazione della società. La condivisione sui social media di messaggi inerenti alla pandemia privi di fondamenta può influenzare fattualmente il giudizio di massa, sino alla condivisione di idee da parte del cittadino di informazioni in contrasto con quelle offerte dai canali istituzionali e scientifici. Per comprendere i passaggi del processo di divisione, occorre un'analisi del fattore emotivo che accompagna l'interpretazione dei messaggi contro-informativi.

Fiducia (% 6-10) in se stesso, nei suoi comportamenti quotidiani		Fiducia (% 6-10) nei cittadini italiani, nei loro comportamenti quotidiani	
Giugno 20	Agosto 22	Giugno 20	Agosto 22
92	87.3	69	49

Tabella 5. Fiducia in se stesso e nei comportamenti altrui (valori %). Confronto indagine Demos & Pi di giugno 2020 e sondaggio condotto ad agosto 2022. I giudizi positivi si riferiscono alla percentuale di quanti, su una scala da 1 a 10, esprimono una valutazione superiore o uguale a 6. N=1006, N=150.

Per questa ragione, si è chiesto ai soggetti intervistati in che misura la loro fiducia sia cambiata dopo gli avvenimenti di questi due anni di pandemia. Si ricorda come l'inizio pandemia a marzo 2020 la riduzione dei canali di partecipazione abbia circoscritto l'azione allo spazio virtuale, allargando la partecipazione sociale in Rete tramite flash mob, raduni canori dal balcone, videochiamate di gruppo, diffusione di messaggi di speranza e così via.

Secondo il Governo, dalle crisi si esce solo se uniti e coesi, allora perché in questo momento

l'opinione pubblica è così divisa? Misuriamone la fiducia. I giudizi positivi circa il proprio comportamento, a distanza di due anni, confrontando i dati offerti da Demos, scendono ma sono comunque positivi. In altre parole, i cittadini si ritengono responsabili delle proprie azioni, hanno potuto scegliere liberamente come informarsi e che posizione prendere nel dibattito. Il bisogno di credere a volte è più importante del contenuto, l'importante è sentirsi dalla "parte giusta". Non possiamo dire la stessa cosa nella fiducia manifestata nei confronti della collettività, che scende in due anni di venti punti percentuali.

L'opinione di More in Common è che molti italiani hanno subito un deterioramento della loro fiducia negli altri durante la crisi e che tendono a percepirsi più divisi dopo la pandemia, anche se non drasticamente. È importante considerare che, essendo un virus trasmissibile da umani, il comportamento degli altri influisce pesantemente nel proprio. Per tale motivo risulta facile e a volte conveniente "puntare il dito" sull'altro. Il 58% degli italiani si è sentito solo e che per il 53% degli intervistati la pandemia è stato un banco di prova circa l'interesse negli altri, dimostrando come, in realtà, si è molto individualisti. A questo proposito, un terzo degli italiani pensa che l'attenzione per gli altri sia migliorata durante la crisi, anche se la maggioranza ritiene che non siano avvenuti grandi cambiamenti in questo senso. Più di un terzo degli italiani pensa che la qualità del dibattito pubblico sia peggiorata dall'inizio della pandemia. Inoltre, gli italiani pensano alle pratiche di contenimento del virus come ad un loro dovere civico (83%), ma molti credono che la maggior parte dei loro concittadini non abbia adottato in maniera adeguata tali pratiche. Infatti, solo il 65% degli intervistati pensa che le persone abbiano rispettato le regole e fatto la propria parte per contrastare il virus, mentre per il restante 35% le persone hanno fatto troppo poco.

In aggiunta, in un contesto dove l'unico dibattito possibile era quello mediale, più di un terzo degli italiani pensa che la qualità del dibattito pubblico sia peggiorata dall'inizio della pandemia. Infatti, la letteratura presente ci espone che la confluenza di tematiche eversive e dibattito politico nella disinformazione stia fomentando questa percezione politicizzata e polarizzata delle normative anti-Covid, rappresentando come anti-democratiche quelle misure mirate a contenere il contagio e usando nel dibattito tematiche inerenti all'individuazione di capi espiatori. Infatti, solo il 54% degli italiani ritiene che la gestione della crisi da parte del Governo sia stata democratica. A sottolineare la polarizzazione è il dato divisivo.

Ma l'obiettivo del Governo non era questo. L'impatto del contagio ha messo in crisi le varie isterie collettive tradizionali nel dibattito politico, dalla chiusura dei porti alle campagne antipolitiche. Questioni che rappresentavano, fino a quel momento, l'unica possibile opzione di coesione nazional-popolare. In questo senso, la diversa posizione nel dibattito si convoglierebbe in un più ampio senso di unità, poiché il senso di coesione è ciò che fornisce la spinta per contrastare i timori al fenomeno. In contrasto all'emergenza, quindi, il Governo avrebbe chiesto unità, non divisione. Affrontare la crisi con unità alimenta il senso di appartenenza alla comunità, incoraggiando le persone ad andare oltre le differenze e proseguire lo stesso cammino di tutti. La comunicazione istituzionale in un primo momento ha utilizzato un repertorio emozionale per dipingere l'idea di Stato presente e comprensivo della situazione, ma allo stesso tempo operativo a diversi livelli in modo coeso per superare il momento emergenziale. Insomma, una politica volta all'unità nazionale contro il nemico comune, nella quale è stato chiesto di fare squadra e di accrescere il livello di responsabilità personale per il bene della comunità. Ad oggi, è lecito chiedersi se il Governo sia riuscito nell'intento.

Per tali ragioni, è stato chiesto agli intervistati se fossero maggiormente concordi con l'affermazione

“il Governo è riuscito nell’intento primario di fare squadra per affrontare la crisi con unità” oppure con “il Governo ha solo alimentato il conflitto tra i cittadini, imponendo restrizioni e una limitata libertà di scelta”.

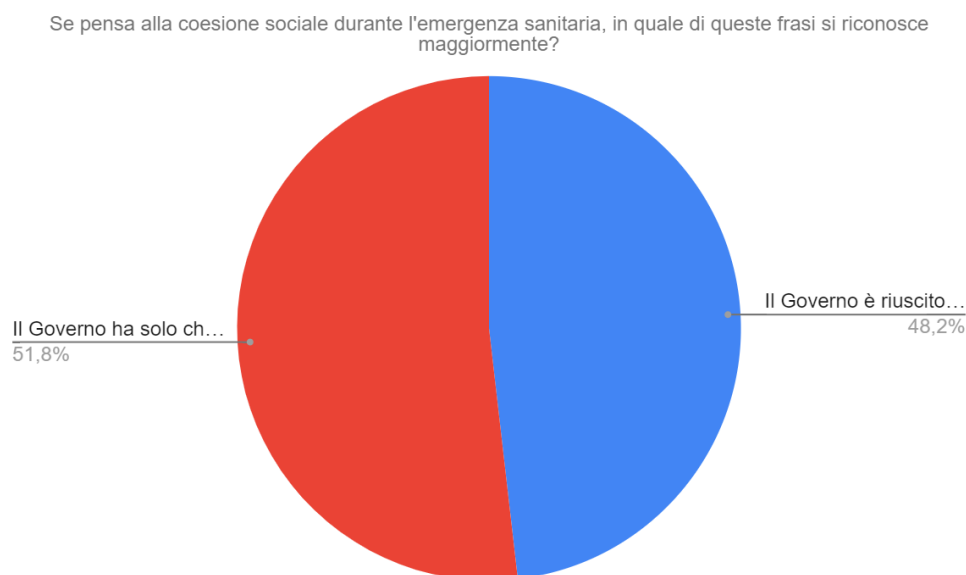


Figura 13. Valutazione del senso di coesione (valori %). Gli intervistati potevano scegliere tra “il Governo è riuscito nell’intento primario di fare squadra per affrontare la crisi con unità” oppure “il Governo ha solo alimentato il conflitto tra i cittadini, imponendo restrizioni e una limitata libertà di scelta”. N=139

Alla luce dei risultati, gli astenuti, coloro che non hanno saputo rispondere sono 11. Il restante, come previsto, è fortemente diviso. Infatti, tenuto conto dei fatti, il 51.8% degli intervistati ritiene che le istituzioni abbiano giovato al fenomeno della polarizzazione, ponendo questioni divisive e una limitata libertà di scelta. Si pensi all’obbligo vaccinale per gli Over 50 o al bisogno di Green Pass per continuare a lavorare; chi non accettava le imposizioni era considerato da parte dell’opinione pubblica un deviante e un irresponsabile, una persona che, come un criminale, comprometteva la sicurezza nazionale. Dall’altro lato in leggera minoranza chi ritiene che il Governo abbia fatto un buon lavoro nel mantenere salda la nazione, affrontando la pandemia con solidità. È anche vero che, secondo i dati di More in Common, il 73% degli italiani si sentono più consapevoli delle condizioni di vita degli altri e che la crisi abbia ricordato che, a prescindere dalla propria provenienza o status economico-sociale, come essere umani siamo fundamentalmente uguali.

Tuttavia, gli italiani si sentono in misura maggiore divisi e la domanda più importante è se vi saranno mai spinte depolarizzanti. Difficile stabilirne le conseguenze in uno scenario in cui gli sviluppi sono ancora tutti da definire; però, per uno dei paradossi della democrazia, una situazione di crisi e scontento diffuso può portare alla protesta e l’elezione di partiti anti-sistema. Ad oggi, c’è poco spazio per la protesta: una campagna elettorale tanto rapida e confusionaria quanto divisiva e polarizzante è alle porte e un profondo senso di scoraggiamento per la stanchezza incombe nello spirito collettivo. Siamo in un momento del genere.

Inquietudini per il domani

Gli italiani potranno mai nelle difficoltà comuni ritrovare il senso di unità? Ad oggi, si prospetta un futuro luminoso? Nella crisi si è in grado di progettare il proprio futuro? Quali temi deve affrontare la politica italiana?

Ad oggi ci è difficile prospettare un domani senza il virus. Più di due anni fa la nostra vita veniva stravolta dalla sua diffusione. Di acqua sotto i ponti ne è passata tanta: lockdown, mascherine, igienizzanti, terapie intensive, vaccini, Green pass sono entrati nella nostra quotidianità. Con l'arrivo dei vaccini e la riduzione delle restrizioni si è iniziata a intravedere un ritorno alla normalità che mancava da anni. Tuttavia, il virus non sparirà da un giorno all'altro. I vaccini ci hanno permesso di diminuire i decessi, ma c'è la reale possibilità che possa tramutarsi un virus endemico con il quale convivere. Ad oggi, poiché i casi continuano ad essere in espansione e gran parte della popolazione è ancora suscettibile è considerata ancora una pandemia. Per raggiungere quello stato di stazionarietà ci potrebbero servire anni. Tuttavia, anche se ne siamo ancora potenziali vittime, possiamo già fare i conti con le conseguenze.



Figura 14. Word cloud dello stato d'animo. Ai soggetti intervistati è stato chiesto di riassumere in una parola la situazione attuale. Le parole emerse con maggiore frequenza sono raffigurate di grandezza maggiore e via diminuendo. N=121

Come esprimeva il sociologo Zygmunt Bauman, la modernità è caratterizzata incertezza e fragilità. Più di due anni di continui confronti con il sentimento dell'incertezza. Un'incertezza che si trasforma in ansia, un pensiero disfunzionale che implica una forte preoccupazione per ciò che è poco prevedibile. L'imprevedibilità dell'evento è stato sicuramente uno shock che ha segnato profondamente tutti noi nei nostri atteggiamenti e nelle nostre opinioni. Ma se da un lato alcune nuove abitudini possono avere un risvolto positivo, dall'altro in questo periodo in continua evoluzione può diventare difficile immaginare progetti per il futuro o rendere incerto ciò che si era

precedentemente pianificato. Lo stato psichico di ciascuno di noi ha avuto pesanti ripercussioni dopo mesi di difficoltà, suscitando forti emozioni e sentimenti. Sopra di tutti la paura, dall'inizio della sua diffusione al conteggio delle conseguenze. L'incertezza e la solitudine aprono facilmente strada al timore ma quella che si prova in questi giorni non è esattamente paura, ma un dilagante e profondo stato di angoscia. Un'angoscia che inizialmente riguardava l'angoscia della morte, ma che ora riguarda il nostro futuro dominato dal dubbio per il domani. La nostra psiche va in uno stato d'allarme quando si trova di fronte un nemico invisibile e onnipresente. Incertezza, confusione, sfiducia, disastro, preoccupazione sono i sentimenti espressi in misura maggiore in queste situazioni difficili, che potremmo definire post-pandemia. Una situazione "terribilmente precaria" e instabile caratterizzata da sfiducia, destabilizzazione, egoismo, disorganizzazione e incoerenza circa la classe politica e la persistente sensazione di essere "schiavi" in una dittatura sanitaria, nella quale a poco a poco i colpevoli di tale situazione verranno mascherati. Tutto è utile al fine di vivere nell'angoscia della fragilità, del non sapere cosa ci spetta. In tutto questo le aspettative positive sono veramente poche. Se i manuali di psicologia ci invitano a vivere la nostra vita senza aspettative sul futuro, senza un'attesa condizionata su come debbano andare le cose, poiché alla loro delusione ci ritroviamo disincantati di tutto ciò che ci circonda, noi tuttavia in un momento di incertezza dobbiamo fare i conti su ciò che abbiamo e su ciò che ci hanno tolto.

Per tale motivo, si è chiesto alle varie categorie a distanza di due anni dall'inizio della pandemia, se riuscissero a progettare il proprio futuro. Le risposte non sono state del tutto positive.

Figura 15. Progettazione del futuro, confronto generazionale (valori %, scala: "Molto"; "Abbastanza"; "Poco"; "Per niente". N=147

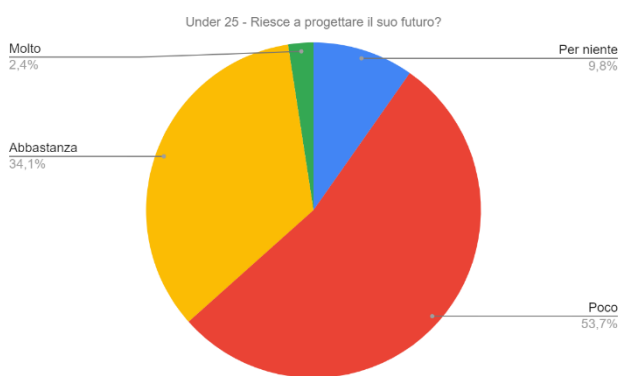


Figura 15A. Valutazione categoria Under 25.

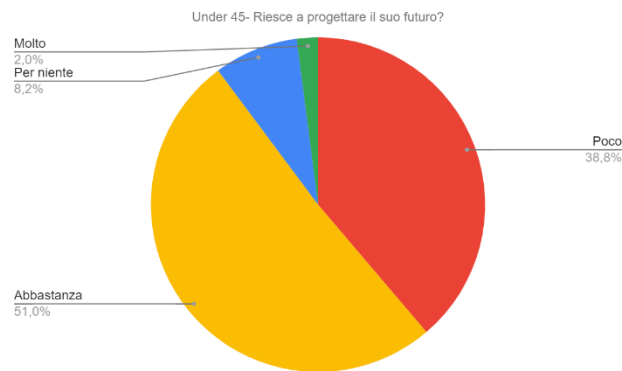


Figura 15B. Valutazione categoria Under 45.

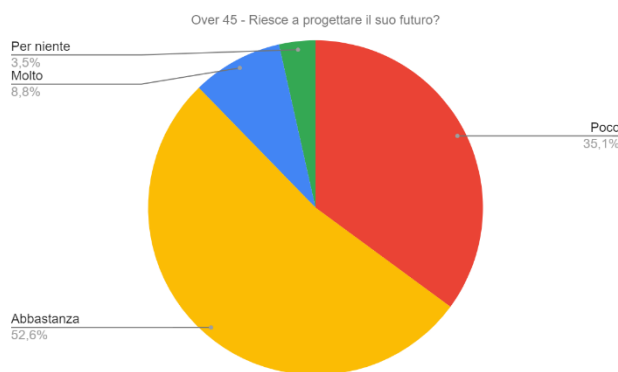


Figura 15C. Valutazione categoria Over 45.

Ci viene naturale allora, se la politica può ridurre tale incertezza. Ma quali sono i temi che preoccupano di più e che la politica dovrebbe affrontare immediatamente?

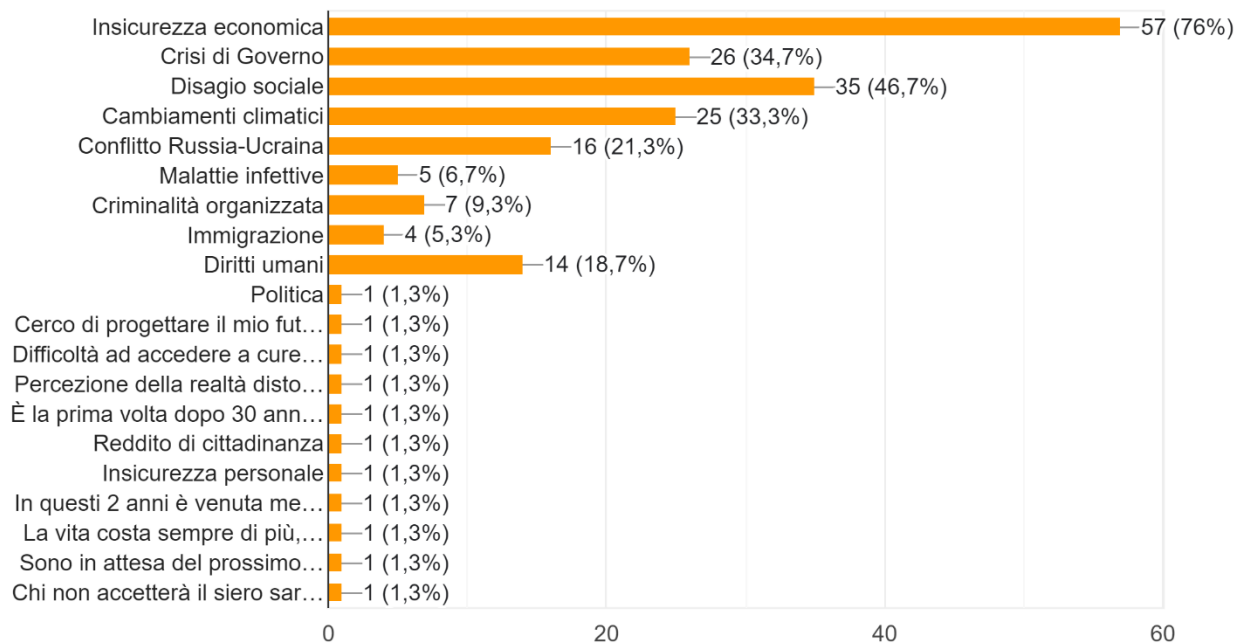


Figura 16. Preoccupazioni per il futuro (valori %), i soggetti intervistati che hanno risposto “poco” o “per niente” alla domanda 15 potevano scegliere tra l’opzione “insicurezza economica”, “crisi di Governo”, “disagio sociale”, “cambiamenti climatici”, “conflitto Russia-Ucraina”, “malattie infettive”, “criminalità organizzata”, “immigrazione”, “diritti umani” e “altro...”, con la possibilità di inserire la propria personalizzata. N=75

A questo proposito, secondo l’indagine condotta da *Quorum-YouTrend* nel 2022, la politica dovrebbe immediatamente affrontare la crisi energetica e l’aumento delle bollette (64.9%), a seguire il livello dei salari e l’inflazione (54.9%), l’ambiente e i cambiamenti climatici (45.2%), il futuro dei giovani e della scuola e la scuola (38,5%) le conseguenze del Covid e il sistema sanitario (33.2%).

Nell’analisi condotta in questa sede, la maggior preoccupazione dei soggetti intervistati sembra proprio essere l’insicurezza economica (76%). Se in Cina la situazione è già tornata ai livelli pre-coronavirus, in Italia la pandemia ha colpito molto più duramente. Non è compito di questa ricerca elencarne le cause, ma l’impatto economico della crisi varia a seconda dei settori industriali e delle imprese in funzione di una serie di fattori. Ciò che importa al fine della ricerca è l’incertezza scatenata dall’evento. A un elevato livello di sicurezza economica si mostra un elevato livello di felicità; non tanto per il reddito, benché ci sia un’associazione positiva, ma in termini di sicurezza di tale, quella che, al momento manca. Insicurezza economica che impatta sul benessere degli intervistati. Infatti, come preoccupazione segue il disagio sociale (46.7%). Durante il lockdown solitudine, emarginazione e paura per alcuni dei soggetti intervistati sono sensazioni all’ordine del giorno. La diffusione del virus ha determinato, oltre alle problematiche di tipo sanitario che ha fortemente impattato nella salute mentale dei cittadini, profondi cambiamenti nello stile di vita e nelle abitudini di tutti, con importanti ripercussioni a livello sociale. Questo disagio colpisce le tre generazioni in modo diverso ma equamente grave. È possibile individuare problematiche specifiche per i membri dei diversi gruppi sociali. Prendiamo in considerazione la prima categoria, i giovani Under 25. Il 63.5% di loro ha risposto di non riuscire a progettare il proprio futuro. Un’indagine Ocse su larga scala ha raccolto le opinioni giovani sugli effetti a lungo termine della pandemia e sulle

risposte fornite dai governi. I giovani risultano sempre più preoccupati: salute mentale e occupazione sono le maggiori preoccupazioni espresse ma sono emerse anche incertezze per quanto riguarda le relazioni familiari e le amicizie, sulle limitazioni delle libertà e nell'istruzione. Difficoltà di socializzazione, disturbi d'ansia, irritabilità, stress e disturbi alimentari sono in costante crescita, così come sono in aumento i casi di autolesionismo e di tentato suicidio. Inoltre, come abbiamo visto, il 38% dei giovani ha riferito che la fiducia nei membri del governo è diminuita dall'inizio della crisi. I giovani hanno paura del futuro. Sono terrorizzati non solo dagli effetti del Covid, dalle preoccupazioni legate alla crescita e alla ricerca di un'occupazione ma anche, come vedremo in seguito, dai cambiamenti climatici. Presentano paura per l'instabilità e questa angoscia per il futuro nasce dalla competizione professionale, dall'insoddisfazione lavorativa, il timore per la crisi ambientale, il non sentirsi politicamente rappresentati e il disincanto verso una politica "anziana", la quale non sembra essere concretamente interessata ai loro interessi e diritti umani. Il risultato di questi fattori è una totale perdita di sfiducia nella società, colpevole di non aver rispettato i patti del contratto sociale che avrebbe dovuto garantire il loro benessere. L'organizzazione evidenzia anche come la correlazione tra preoccupazione e disinformazione sia segnata, sia in generale circa gli aspetti specifici della pandemia ma anche nei confronti del clima sociale, segnato da confusione, divisione e sfiducia. L'incertezza e la visione negativa del futuro sta devastando la salute mentale dei ragazzi. Tutto ciò davanti gli occhi indifferenti di uno stato che sta affrontando in maniera frivola il fenomeno, addirittura sottostimando la gravità del fenomeno. Per quanto concerne il gruppo degli Under 45, alla domanda sul proprio futuro, la metà dei soggetti riesce abbastanza a proiettare la loro vita in un domani. Tuttavia, il 47% degli intervistati vedono difficile un futuro prospero. Bene o male, la categoria è formata da adulti già avviati nella loro attività lavorativa, a differenza dei giovani Under 25 ancora studenti o appena inseriti nel contesto lavorativo. Le preoccupazioni riguardano principalmente l'accesso al credito e gestione delle proprie attività per gli imprenditori, di mobilità e nuove modalità di lavoro agile per i lavoratori, di ricerca di lavoro per gli inoccupati o per chi, a causa della crisi economica, si è ritrovato disoccupato dopo tanti anni di lavoro. A questo proposito, è emerso da un soggetto intervistato che per la prima volta dopo 30 anni di lavoro si è trovato da un giorno all'altro senza lavoro con l'infelice conseguenza di non riuscire a vivere nel presente e di proiettarsi nel futuro. Autonomi, dipendenti, commercianti, si trovano tutti a gestire l'incertezza del futuro. Un futuro che ha con i postumi della crisi sanitaria e un'incertezza economica che attraversa il paese da molti anni, aggravata dalla situazione caratterizzata da chiusure e di rincari. Infine, il disagio sociale colpirebbe anche gli adulti Over 45, la quale principale preoccupazione sarebbe la cura di sé e la solitudine, specialmente per gli anziani. Anche per i meno giovani c'è stato un forte aumento del malessere. Come è emerso dall'ordine degli psicologi della regione Lombardia, per chi non è ancora andato in pensione è insorto un preponderante tecnostress, dove da un lato vi è l'utilità delle nuove tecnologie, dall'altro la grossa spossatezza del rimanere costantemente connessi nel lavorare a distanza. Per quanto riguarda la popolazione anziana, il cambiamento della vita quotidiana, l'uso della tecnologie e la difficoltà di accesso alle visite di controllo sulla salute hanno fortemente impattato la loro condizione. Infatti, dalla ricerca è emerso che la difficoltà ad accedere a visite mediche se non a pagamento è un problema da affrontare. Inoltre, il rapporto con il tempo è diverso. Per i giovani il tempo è recuperabile, ma l'impatto di quei due anni in un anziano alimenta il senso della perdita. Mentre per il giovane sicuramente impaurito per il futuro e desolato per aver "buttato" gli anni migliori, per gli anziani il tempo è scadenza.

Ad aggravare la situazione, per i soggetti intervistati segue la preoccupazione per la crisi di Governo che sta affrontando il nostro paese (34.7%) e che, in alcuni dei soggetti si manifesta in disincanto verso la politica in senso generico, in un senso di sfiducia nelle principali istituzioni e nel timore di un “prossimo colpo di scena da parte del potere che arriverà questo autunno”. In questo senso, il grattacapo che sta affrontando il paese si dimostra l’ennesima prova che l’Italia sta vivendo una crisi di sistema che va affrontata con urgenza. Mancanza di credibilità, carenza di stabilità, sfiducia e disincanto sono i temi che abbiamo già affrontato. Altre problematiche che la politica dovrebbe affrontare nell’immediato sarebbero la difficoltà di accesso al reddito di cittadinanza e il progressivo caro-vita. Infatti, per un soggetto intervistato: “la vita costa sempre di più, aumentano i prezzi, il potere d’acquisto diminuisce anche a causa dell’aumento della massa monetaria. Purtroppo non nutro grande fiducia sullo Stato Italiano che da troppi anni risulta mal governato e sperpera il denaro pubblico”.

Segue la preoccupazione circa i cambiamenti climatici (33.3%). Cambiamento climatico, inquinamento dell’aria e smaltimento dei rifiuti sono le prime tre preoccupazioni legate all’ambiente per la maggior parte degli italiani nel 2021 rilevati dall’Ansa. In aggiunta della situazione drammatica legata alla siccità che nell’estate 2022 il paese ha affrontato, secondo l’indagine sono in apprensione anche per tali problemi, soprattutto in previsione del futuro. Cosa che il Governo, dalla rilevazione di More in Common, per quasi due terzi degli italiani non è stata fatta abbastanza. Ricorda la *Amnesty International* che il rispetto dei diritti umani è alla base della lotta al cambiamento climatico e gli Stati hanno l’obbligo di affrontare la crisi con professionalità. A tal proposito, la preoccupazione per i diritti umani interessa il 18.7% dei soggetti intervistati. Nel rapporto annuale del 2021 dell’Agenzia dell’Unione Europea per i diritti fondamentali, si sottolinea come il Coronavirus abbia reso necessarie alcune pratiche da attuare dai diversi stati. Si chiede di incrementare la capacità di ripresa dei servizi, della salute e dell’assistenza sociale, di prestare attenzione ai gruppi vulnerabili e di assicurare trasparenza e parità d’accesso ai vaccini. Alla crescita di crimini d’odio, hate speech e “sospensione” delle regole democratiche è diventato fondamentale contrastare la disinformazione al fine che tutti abbiano pari accesso alle informazioni e la disponibilità di fonti verificate. Infatti, una delle preoccupazioni emerse riguarda proprio la “percezione di una realtà distorta proposta dai media”. In generale, ci sono ancora moltissime persone che ad oggi non sono tutelate abbastanza, sulle quali si avrebbe ampio spazio di manovra ma che poi vengono ricordate solo in momenti drammatici. Si pensi al disegno di legge Zan contro i crimini e le discriminazioni contro gli omosessuali, transessuali, donne e disabili. Una proposta che lo scorso anno ha acceso il dibattito pubblico in Italia e ha alimentato le divisioni del mondo politico. La conquista dei diritti civili diviene un’emergenza che, sommate alle altre, la politica dovrebbe affrontare all’istante, al di fuori delle famiglie partitiche.

Successivamente, anche il conflitto tra Russia e Ucraina preoccupa l’opinione pubblica (21.3%). La paura di una guerra dopo un secolo di pace in Occidente spaventa l’ordine europeo e italiano. La guerra fa rivivere antiche tensioni tra Oriente e Occidente che pensavamo fossero cessate dal crollo del Muro di Berlino. Un timore che concerne sia l’aspetto economico con gli evidenti rincari delle materie prime, sia per quanto riguarda quella tradizionale dittatura ritorni in auge anche in Italia. Perché nel paese in cui regna il politicamente corretto e l’obbligo vaccinale è stato percepito come un assaggio di dittatura, un leader autoritario che confina i propri civili e manipola la realtà attraverso i media ci spaventa. Inoltre è importante la preoccupazione nei confronti delle vittime e dei rifugiati ucraini, meno per l’immigrazione in termini generali (5.3%), questione che ancora ad

oggi costituisce parte fondante delle campagne elettorali. Infatti, secondo i dati di More in Common la maggior parte degli italiani non ha cambiato idea sull'immigrazione dallo scoppio del Covid-19 e coloro che si oppongono all'accoglienza dei migranti in Italia sono i più numerosi. È un problema che la politica deve affrontare con serietà e senza alimentare contrapposizioni e falsi nazionalismi.

Altre preoccupazioni riguardano la criminalità organizzata (9.3%), la diffusione di ulteriori malattie infettive (6.7%). La paura per alcuni è quella di star vivendo in una dittatura sanitaria e che questa emergenza sia stata solo la scusa per attuare un tentativo autoritario. Per questi, "chi non accetterà il siero sarà emarginato dalla società se non addirittura picchiato o ucciso. Lo Stato è sadico, non aspetta altro". Ma in questo clima in cui regna il pessimismo, si può essere invece ottimisti sul mondo post Covid?

Per tutti è difficile stabilirlo. La tendenza delle persone di essere ottimiste o pessimiste dipende da una varietà di fattori, tra cui il loro temperamento, le loro fonti d'informazione e dove vivono nel mondo. Nessuno sa cosa ci riserverà il futuro, i cambiamenti ignoti sono inquietanti a volte: gli scenari geopolitici, la difficoltà relazionali, la sfiducia nel governo; ma forse la pandemia ci ha insegnato di avere più solidarietà e fiducia nelle competenze. Essere ottimisti è importante, in risposta alla domanda sul futuro c'è chi cerca di progettare il proprio futuro perché ha ancora fiducia in un cambiamento positivo e che, se così non fosse, sarebbe poi impossibile pensare a un futuro di vita felice. In questo senso i momenti di crisi ci presentano anche delle opportunità: nella volontà di una politica più sofisticata e maggiormente interessata alle problematiche comuni, in dei leader che si rispettano e che non guardino solo i loro interessi, in un uso più flessibile della tecnologia e nel desiderio della verità, nel ritrovare il senso della comunità e del venire a meno dell'individualismo e del far risaltare la competenza tecnica, lodando i meritevoli. L'ottimismo è quel tratto caratteriale che può essere definito come un'aspettativa generale che il futuro ci riservi più cose buone che cattive. È difficile metterlo in pratica, soprattutto quando la maggior parte degli italiani crede nell'importanza di cogliere l'opportunità data dal Covid-19 di apportare importanti cambiamenti sociali ma che solo un terzo di loro pensa che tali cambiamenti avranno effettivamente luogo. Soprattutto quando ad uno stato si chiede il cambiamento immediato e non viene mai soddisfatta tale volontà.

L'Italia dovrebbe diventare più...



	Media Italiana	Uomini	Donne	18-29	30-54	55+	Nord	Centro	Sud
Rispettosa dell'ambiente	31	31	31	22	27	38	33	30	28
Lavoratrice	26	24	27	25	25	26	26	25	26
Unita	23	22	24	22	22	24	22	25	23
Sicura	22	22	22	22	19	25	20	21	23
Istruita	22	20	24	29	20	22	24	26	18
Equa	21	21	21	22	19	23	22	19	21
Democratica	20	21	19	18	18	22	19	23	19
Orientata alla famiglia	16	17	14	6	17	18	16	14	16
Egualitaria	15	13	16	19	12	15	13	16	16
Sana	13	12	15	13	14	13	14	15	13
Prospera	12	12	11	9	12	12	11	10	13
Patriottica	11	12	10	13	11	10	12	10	10
Tollerante	10	10	10	11	9	10	11	9	9
Fiduciosa in sé	10	12	9	11	11	10	11	9	10
Tradizionale	7	9	6	8	10	5	7	6	8
Cristiana	7	8	6	5	7	7	5	5	9
Compassionevole	3	3	2	3	3	2	3	4	2

Figura 17. Su quali qualità deve concentrarsi l'Italia. L'Italia dovrebbe diventare più...

Fonte: More in Common, rilevazione 2021.

Immersi nel torpore pandemico, abbiamo disimparato a fidarci. Il disincanto ha rubato lo spazio alla curiosità. La soluzione non è rimarcare la nostra individualità e non guardare alle prospettive di un futuro migliore ma, come un naufrago si aggrappa ad un tronco, riuscire a guardare cosa c'è. La paura, la fragilità e l'incertezza ci hanno rimpicciolito. Il succo del discorso è che oggi dobbiamo vivere meglio di ieri e se ci impegneremo domani vivremo ancora meglio. Il futuro è nelle nostre mani; la soluzione non è fingerci malati ed essere oppressi dall'incertezza. Spaventa, disorienta ma, alla fine, erano più favorevoli situazioni apparentemente molto peggiori di quelle presenti, di cui pure ci lamentavamo. E se "al peggio non c'è mai fine", l'invito è quello di non abbattersi in questa situazione caotica e che gli eventi improvvisi, a volte, portano a un miglioramento.

Conclusione: la fiducia è una cosa seria

La pandemia da Covid-19 ha prodotto il più grande sconvolgimento per la routine democratica dalla Seconda Guerra Mondiale. L'Italia, essendo uno dei primi paesi in Europa ad aver dovuto affrontare una crescita esponenziale dei casi, ha vissuto una crisi umana senza precedenti.

Per quanto concerne la prima ipotesi condotta nella *survey*, l'emergenza sanitaria ha posto in evidenza le divergenze della democrazia e la difficoltà dei cittadini ad accettarne le difficili conseguenze. Si è visto un sistema sanitario quasi al collasso, con terapie intensive sovraffollate e la mancanza di medici per fronteggiare la situazione. Si è visto un Governo non preparato ad affrontare l'imprevisto, uno stato verso il quale già in precedenza non si rivolgeva una particolare fiducia. Una nazione non soddisfatta che, quasi come un evento bellico, tutto d'un tratto ha visto pian piano sgretolarsi tutte le certezze costruite negli anni. Persone che hanno visto perdere famigliari, perdere il lavoro, abbassarsi le saracinesche, frantumarsi le reti di solidarietà e, infine, il proprio futuro venire divorato dai dubbi. Lo stato d'emergenza ha anche generato una serie di dilemmi politici che hanno sconvolto e diviso l'opinione pubblica; ne ha evidenziato le patologie pregresse, le contraddizioni, le questioni irrisolte. In questo senso, pandemia, infodemia e demopatia si intrecciano reciprocamente, rafforzandosi sempre più con gli sviluppi dell'emergenza. I cittadini si sono trovati in preda a un senso di insicurezza generalizzato che dal contesto sanitario ha subito contagiato altre sfere. Ciò ha determinato una ridefinizione degli orientamenti nei confronti delle istituzioni e del governo, all'insegna della sfiducia. La pandemia si è trasformata in una sfida tra valori, quei valori inalienabili su cui i regimi democratici si fondavano; così l'idea che la libertà personale su cui si fondava il regime è cambiata, può essere sospesa, ridefinita, limitata dentro una cornice emergenziale. In questo senso, il timore fa accettare quei limiti che in passato appartenevano ai regimi autoritari, finendo per cambiare la concezione generale di libertà e democrazia all'insegna della sicurezza.

Al tempo stesso, però, si registra una mancanza di fiducia nelle istituzioni centrali, considerate non in grado di mantenere stabilità e un elevato grado di certezza ai cittadini. Alla mancanza di fiducia nelle istituzioni, si incoraggia il riconoscimento della professionalità di chi combatte in prima linea durante l'emergenza. Certo, abbiamo visto che dipende dalla dimensione temporale del fenomeno ed è normale che, a distanza di due anni dal primo contagio, i cittadini siano stanchi della situazione. Ma dipende anche dalla fiducia che, a sua volta, può essere ritirata in qualsiasi momento. Anche per questo, circa la metà degli intervistati percepisce i vincoli imposti una sospensione della democrazia e dei suoi valori. Sono solo poco più della metà coloro che pensano che per garantire la sicurezza di tutti in un contesto sanitario allo sfascio lo Stato debba limitare le libertà dei cittadini. Si tratta di una definizione di democrazia in continua evoluzione, non un'etichetta finita e interpretata, ma sempre pronta ad essere messa in discussione in situazioni diverse.

Le opinioni rilevate presso i cittadini sembrano persino suggerire una diminuzione di fiducia nel Governo ma in positivo verso la regione d'appartenenza, alimentando la tradizionale frattura rokkiana. La fiducia, quindi, sembra riflettere la capacità di mantenere una stabilità di lungo periodo e la capacità di fornire soluzioni immediate. In questo senso, la disponibilità ad accettare restrizioni si lega alla garanzia, alla sincerità e al sentirsi considerati. In un contesto dove partiti altamente personalizzati e polarizzanti emergono sugli altri, la stabilità e la forza di volontà vengono premiate dai cittadini. Tutto ciò si riflette nel comportamento elettorale di cittadini ormai disincantati dalla rappresentanza odierna. I dati ci permettono di rilevare un alto livello di indecisione, marcata da una generica insoddisfazione e spettacolarizzazione, con una critica

particolare verso chi ha cercato di emergere sfruttando la situazione. Al tempo spesso ci fanno percepire la volontà nel cambiamento, poiché alla luce delle conseguenze, comunque il senso di responsabilità nei confronti del sistema politico e per la consapevolezza dell'importanza politica del cittadino nel suo ruolo democratico di elettore è molto elevato, che la sua scelta sia frutto di un atto di fede, di punizione o di protesta.

Demopatia che si lega all'infodemia, un contesto in cui la comunità scientifica chiamata a supportare le scelte politiche, vengono risucchiati in un circuito mediatico nel quale si sono visti costretti a confrontare il loro sapere con opinioni dei vari commentatori, politici e gente comune. La seconda ipotesi della *survey* affronta il problema della comunicazione istituzionale in confronto alla protocommunicazione diffusa nella Rete. In questo senso, si è visto come la comunicazione scientifica abbia dovuto affrontare il problema infodemico. Il dilagarsi delle fake news in merito ha visto il crescere della fiducia in quei canali comunicativi istituzionali e la diffida verso i Social Network, accusati di plasmare le opinioni verso un'unica direzione, quella del contagio della paura. Paura che, tra polarizzazione delle opinioni e mancanza di solidarietà al netto della "lotta tra poveri", si trasforma in incertezza e sconforto di una popolazione. Abbiamo visto la sfiducia nel prossimo, lo scontro ideologico, l'importanza di essere dall'ipotetica parte giusta del confronto. Abbiamo visto opinioni cambiare in base alla fonte d'informazione. Siamo a fronte di un Governo che a sua volta ha alimentato questo divario e che non è riuscito a rispondere ai bisogni dei cittadini.

Affrontando la terza ipotesi, ossia analizzando in che misura il senso di insicurezza sia in relazione con la crisi economica, politica e sociale, abbiamo notato come l'incertezza si sia radicata nella sfiducia del presente e nel timore del futuro. Oltre l'incertezza c'è la confusione, lo schifo, la preoccupazione, il disagio, la sfiducia e la percezione dell'incoerenza. Sentimenti di lungo periodo, segnata da grandi eventi che sono rimasti impressi nella mente e negli atteggiamenti nei confronti del mondo politico, ma sicuramente aggravata da questi fenomeni di breve periodo e di difficile ripresa.

È un quadro necessariamente provvisorio e approssimativo, quello delineato dai risultati di questo lavoro, ma significativo proprio perché è registrato in una fase nella quale l'Italia è allo sconforto con il carovita e si avvicinano le prossime elezioni del Capo di Governo, dopo due anni di perplessità e scontento. I cittadini sono chiamati a operare il sacrosanto diritto del voto ma sono in difficoltà su chi affidare la loro fiducia. Non è solo la comunicazione in tempo di crisi, ma tutto il sistema. E se, al momento, in un quadro dipinto dall'insicurezza economica, politica e sociale, dai cambiamenti climatici e dalla persistenza di conflitti, ci sembra difficile progettare un futuro all'insegna della felicità, non ci resta che proiettare quella fiducia mancante, perlomeno in un domani migliore, per noi e per le generazioni che verranno.

Appendice

Tabella 6. Inchieste campionarie utilizzate nell'elaborato

Indagine	Date di rilevazione	Popolazione	Campione	Metodo di rilevazione
Personale	8-13 agosto 2022	18 anni e più	350 casi	CAWI
Growth from Knowledge – Covid-19 come cambia l'esposizione ai media, dalla TV ai contenuti digitali	21 febbraio-22 marco 2020	14 anni e più	Non specificato	Meter e software tracker
Atlante politico Demos-La Repubblica	15-17 giugno 2020	18 anni e più	1006 casi	Mixed-mode CATI-CAMI-CAWI
More in Common - L'impatto del Covid-19 sulla società italiana	1-8 luglio 2020	18 anni e più	2000 casi	CAWI
Rapporto Ital communication – Censis – disinformazione e fake news durante la pandemia	Aprile 2021	18 anni e più	Non specificato	Mixed-mode CATI-CAMI-CAWI
Ocse – Effetti a lungo termine della pandemia e sulle risposte fornite dai governi	Giugno – luglio 2021	15-29 anni	151 organizzazioni giovanili	Mixed-mode CATI-CAMI-CAWI
Quorum – YouTrend – Astensionismo e proteste anti Green pass	Ottobre 2021	18 anni e più	1426 casi	Mixed-mode CATI-CAMI-CAWI
We are social – Report digital growth 2022	Gennaio 2022	13 anni e più	Non specificato	CAWI

Bibliografia

- Alfonso, L. e Comin, G. [2020], #ZONAROSSA, il Covid-19 tra infodemia e comunicazione, Guerini e associati, goware.
- Almagisti, M. [2016]. Una democrazia possibile. Politica e territorio nell'Italia contemporanea, Carocci.
- Ambroso, O. e Beulcke, A. [2019], Click propaganda: come sfruttare il potere dei dati nella comunicazione politica, Edizioni LSWR.
- Barone, D. [2020], Polarizzazione dell'opinione pubblica e covid-19. Dove, come e a chi rivolgere lo sguardo, Cesi.
- Bentivegna, S. e Marchetti, R. [2014], Prove tecniche di ibridazione mediale. Guardare la Tv e commentare su Twitter, Il Mulino.
- Bordignon, F., Diamanti, I. e Turato, F. [2020], Il contagio delle opinioni. Cittadini e democrazia ai tempi del Coronavirus, Il Mulino.
- Carone, M. e Diamanti, G. [2020], La comunicazione politica dopo il coronavirus. Il caso italiano, Il mondo che (ri)nasce. La nostra vita dopo la pandemia. Rubbettino.
- Carone, M. e Diamanti, G. [2020], L'informazione 'virale' non passa il test della crisi, Limes, rivista italiana di geopolitica.
- Casadei, T. [2015], Il miro del popolo della rete e le realtà del capo. Nuove tecnologie e organizzazioni politiche nel contesto italiano, Il Mulino.
- Ceccarini, L. e Di Pierdomenico, M. [2010], Info-nauti. Cittadini in rete, Il Mulino.
- Cioni, E. e Marinelli, A. [2010], Le reti della comunicazione politica: tra televisioni e social network, Firenze University Press.
- Copernich, C. e Novelli, E. [2018], Sfumature del razionale. La comunicazione politica emozionale nell'ecosistema ibrido dei media, Il Mulino.
- Centorrino, M. [2020], Infodemia e comdemia: la comunicazione istituzionale e la sfida del Covid-19, HUMANITIES Numero 18.
- Cosenza, G. [2016], Il gossip al potere. Il politico celebrità nell'era della politica pop, Il Mulino.
- De Rosa, R. [2015], Partecipazione politica e nuovi media, Edizioni Nuova Cultura.
- De Rosa, R. e Reda, V. [2021], E-politics. La comunicazione pandemica nella datafied society, Il Mulino.
- Diamanti, I. e Ceccarini, L. [2018], Tra politica e società. Fondamenti, trasformazioni e prospettive, Il Mulino.
- Diamanti, G. [2015], I limiti del potere digitale. Riflessioni su rete, democrazia e uguaglianza, Pandora 2, 84-88.

Di Bonaventura, F. [2019], La partecipazione politica giovanile. Nuove politiche e nuove generazioni a confronto, Cavinato Editore International.

Epifani, S., Jacona, A., Magda, P. e Lippi, R. [2011], Manuale di comunicazione politica in Rete: costruire il consenso nell'era del Web2.0, Editrice Apes.

Gallo, G. [2022], Covid-19: i giovani sempre più preoccupati per l'impatto su salute mentale e istruzione, Asvis.

Giacomini, G. [2018], Potere Digitale. Come internet sta cambiando la sfera pubblica e la democrazia, Meltemi Editore.

Harrop, M. e Hague, R. (edizione italiana a cura di Almagisti, M. e Riccamboni, G.) [2011], McGrawHill.

Legnante, G. [2020], Iperconnessione e giovani, Fondazione Feltrinelli, Sillabario della crisi.

Legnante, G. e Splendore, S. [2021], Crisi-Covid e comunicazione politica. Un acceleratore di tendenze già in atto?, Il Mulino.

Marasti, M. e Ruffino, L. [2021], Come sarà il mondo post pandemia?, YouTrend.

Marchetti, R. [2013], Alessandro Lanni. Avanti popoli! Piazze, Tv, web: dove va l'Italia senza partiti, Il Mulino.

Marletti, C.A. [2012], La comunicazione politica in Italia (1946-2011), Il Mulino.

Mazzoleni, G. [1997], Comunicazione politica, Il Mulino.

Mazzoleni, G. e Bracciale, R. [2019], La politica pop online. I meme e le nuove sfide della comunicazione politica, Il Mulino.

Mazzoni, M. e Ciaglia, A. [2012], Quando la politica si fa intrattenimento. Il caso italiano, Il Mulino.

Mazzoni, M., Pagiotti, S., Stanziano, A., Mincigrucci, R. e Verza, S. [2021], La rappresentazione del Covid-19 in un sistema mediale polarizzato. Un'analisi del ruolo dei media in tempo di pandemia, Il Mulino.

Moro, G. [2013], Cittadinanza attiva e qualità della democrazia, Carocci.

Palano, D. [2020]. Bubble Democracy. La fine del pubblico e la nuova polarizzazione, Milano, Scholé.

Pira, F. [2012], La net comunicazione politica: partiti, movimenti e cittadini-elettori nell'era dei social network, FrancoAngeli.

Prensky, M. [2010], H. Sapiens Digitale: dagli immigrati digitali e nativi digitali alla saggezza digitale, TD-Tecnologie didattiche.

Repucci, S. e Slipowitz, A. [2020], Democracy under lockdown. The impact of COVID-19 on the Global Struggle for Freedom, Freedom House.

Revelli, M. [2019], La politica senza la politica. Perché la crisi ha fatto entrare il populismo nelle nostre vite, Einaudi.

Riva, C. [2021], Social media e politica: esperienze, analisi e scenari della nuova comunicazione politica, UTET Università.

Trancu, P. [2020], Lo Stato in crisi: Pandemia, caos e domande per il futuro, Franco Angeli.

Ventura, S. [2019]. I leader e le loro storie. Narrazione, comunicazione politica e crisi della democrazia, Il Mulino.

Ventura, S. [2021], La gestione della crisi e il meaning-making. Narrazione e manipolazione nelle conferenze stampa di Giuseppe Conte durante la pandemia del coronavirus, Il Mulino.

Vergani, M. [2011], Internet e partecipazione politica. Uno studio comparato tra V-Day e No B-Day, Il Mulino.