

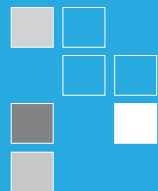


*30 anos*  
**ALAIC**

**Ensaio Especial**

*Giovanni Bechelloni (Università di Firenze)* **70**

**ENSAIO ESPECIAL**



## Giovanni Bechelloni

(Università di Firenze)

### VERSO UNA SCIENZA NUOVA. NUOVI ORIZZONTI EPISTEMOLOGICI NEGLI STUDI DI COMUNICAZIONE

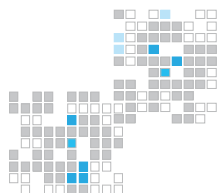
#### I

Da qualche tempo mi sono venuto convincendo che proprio a partire dagli studi sulla comunicazione sia necessario muovere verso la costruzione di una scienza nuova. Non di una nuova scienza della comunicazione bensì di quel tipo di scienza nuova (sulla scia del filosofo napoletano del XVIII secolo Giambattista Vico), auspicata, in modo più o meno esplicito, da studiosi, i quali, pur provenienti da discipline diverse, hanno in comune una forte tensione filosofica, sociologica o antropologica a conoscere la verità delle cose del mondo nei loro aspetti realistici ed estetici: antinihilistici e antirelativistici. Penso ad autori molto diversi tra loro come Pierre Bourdieu o Leo Strauss, René Girard o Allan Bloom.

Nessuno studioso della comunicazione ne ha ancora parlato o scritto esplicitamente. Nemmeno quei sociologi della comunicazione che, più di altri, si sono dimostrati sensibili al problema del realismo: dagli statunitensi J.D. Peters, e M. Schudson al francese D. Wolton.

Pensare a una scienza nuova e lavorare nella direzione di una sua costruzione è ciò che mi è venuto in mente quando ho cominciato a capire che era necessaria quella che ho denominato “la conversione dello sguardo” se si voleva raggiungere l’obiettivo di costruire un’attenzione alla comunicazione capace di rovesciare gli atteggiamenti e le pratiche dominanti nei riguardi di ciò che viene oggi ricompreso dentro la parola comunicazione.

Anche quando vengono condannate le pratiche manipolatorie delle televisioni, anche quando vengono stigmatizzati i media giornalistici perché sono diventati fabbricanti di paure e venditori di sfiducia, l’atteggiamento prevalente è quello di accettare tali pratiche professionali come inevitabili aspetti della realtà. Non solo, ma è diventato dominante, in tutti gli ambienti e in tutti i paesi, un paradigma semplicistico che potrebbe essere denominato, nobilitandolo con un’espressione latina, *repetita iuvant*. Tradotto significa che qualsiasi bugia – se ripetuta a lungo, se abbellita con parole e immagini seducenti – riesce a convincere un pubblico disinformato che può essere convocato considerandolo come “massa”, più o meno amorfa, che si beve qualsiasi storia e qualsiasi ideologia. In altri termini: la parola “comunicazione” non viene problematizzata. Quando si dice: “c’è un problema di comunicazione” ci si limita ad alludere al fatto che si è comunicato poco o male, non si è speso abbastanza, non si è investito a sufficienza in uffici stampa, pubbliche relazioni e simili.

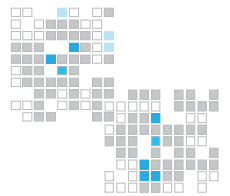


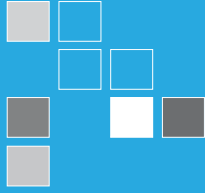
E' paradossale quanto ho appena scritto. Ma dobbiamo arrenderci all'evidenza: la teoria dominante, quella che orienta le pratiche comunicative di chi ha risorse finanziarie da investire in comunicazione, è la teoria del "proiettile magico". Accompagnata, nei casi più sofisticati, a un marketing che si basa su sondaggi mirati territorialmente in modo da calibrare "il proiettile magico" alle etnie prevalenti (nel caso statunitense) o ai problemi e ai desiderata che maggiormente assillano le popolazioni di un determinato territorio. La teoria del proiettile magico è stata costruita negli anni Trenta del Novecento quando le grandi macchine propagandistiche, che avevano fatto le prime prove durante la Grande Guerra, cominciarono a lavorare a pieno regime, l'una contro l'altra armata. Negli Stati Uniti: per vendere il Sogno americano a Hollywood e le automobili a Detroit. In Unione Sovietica per vendere la Società socialista come paradiso in terra. In Italia e in Germania per vendere l'alternativa, ad un tempo tradizionalista e modernizzatrice, sia al Sogno americano sia alla Società socialista. Sappiamo tutti come è andata a finire! Ciò di cui non vi è ancora sufficiente consapevolezza è il destino delle grandi macchine propagandistiche di allora. Non sono state smantellate. All'ombra della Guerra fredda e della Società aperta prima e del mito della Società dell'informazione e della conoscenza poi, quelle grandi macchine – più sofisticate, meglio lucidate e imbellettate – sono ancora con noi e continuano a seminare ignoranza e confusione, paura e sfiducia.

Da tale concezione banale e semplicistica di comunicazione derivano numerose conseguenze pratiche e politiche che sono sotto gli occhi di tutti. Invece di considerare la comunicazione un'attività strategica fondamentale per gli scopi della diplomazia pubblica, della comunicazione pubblica, della comprensione internazionale e interculturale la si considera al pari di una qualsiasi "bomba" (la bomba mediatica, appunto), tanto più efficace quanto più grande e potente. In altre parole, la comunicazione viene vista e teorizzata come una derivata del potere, della politica o del denaro. E' per questo motivo che si investono molte risorse – finanziarie e di attenzione – sui sondaggi di opinione e ben poche sulla formazione di professionisti – siano essi giornalisti o sceneggiatori – veramente preparati e dotati delle competenze necessarie a costruire una comunicazione complessa, adeguata allo scopo di costruire comprensione tra i popoli o competenze tra i cittadini.

Titolo ambizioso, dunque, per un programma ambizioso che è necessario e urgente costruire. Se non vogliamo accontentarci di una crescita quantitativa degli studi di comunicazione nelle università di tutto il mondo che non si accompagna a quel riconoscimento di status accademico e di autorevolezza scientifica che dovrebbero caratterizzare un ambito di studi e di ricerche che è venuto assumendo una rilevanza strategica di primaria importanza. Accade, invece, che gli studi di comunicazione siano, tuttora, percepiti come un'area marginale quasi del tutto subalterna o appiattita alle logiche economiche e di immagine dei mass media tradizionali o, peggio ancora, dei nuovi media e delle nuove logiche che stanno attivando la cosiddetta società digitale.

La stessa parola comunicazione viene usata in tutte le salse e, per lo più, deprivata dei suoi significati filosofici, sociologici e culturali più veri e profondi. Come se si trattasse di un insieme di tecnologie o di tecniche del tutto subalterne e strumentali.





Per rovesciare tale situazione occorre, innanzitutto, rendersi conto che gli studi di comunicazione sono diventati e sono percepiti, nella loro abnorme e incontrollata proliferazione; come il “buco nero delle scienze sociali”. Una specie di *terra incognita* che nessuno ha veramente esplorato perché la sua verità e realtà, bellezza e percezione, era (ed è) tutta spiattellata sotto gli sguardi di tutti, un ambito di studi che appartiene a tutti e a nessuno.

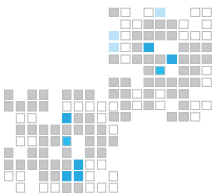
## II

Gli studi di comunicazione – in Europa, nelle Americhe e nel mondo – stentano a trovare l'*ubi consistam* epistemologico che sarebbe necessario per consolidare le loro ambizioni e per ancorare strategie internazionali di ricerca adeguate alla *magnitudo* dei problemi di comunicazione che sarebbe necessario affrontare e risolvere. Si è tenuta di recente (25-28 novembre 2008) a Barcellona la 2ª Conferenza Europea di Comunicazione organizzata dalla ECREA (European Communication Research and Education Association) e qualche nuova voce si è pure sentita. Ma in questa come in altre conferenze, nazionali o internazionali recenti, tende a prevalere la routine congressuale nella logica di una accentuata specializzazione accademica capace di produrre segmentazione tematica e separazione disciplinare. Sarebbe, invece, necessaria una forte consapevolezza della necessità di una svolta epistemologica.

Anche la recente campagna presidenziale statunitense che ha incoronato Obama, lodata da molti come campagna sofisticata e innovativa, si è limitata a usare a tappeto due nuovi media – come il cellulare e Internet – per trasmettere i messaggi (le parole e le immagini) del candidato, come se cellulari e Internet fossero radio e tv, mailing e agenzie stampa più “personalizzati”: la voce e il volto, il corpo e i gesti resi quasi “familiari” dai piccoli schermi del cellulare e del laptop.

Da dove partire, allora, per impostare le mosse giuste, per costruire progetti di ricerca e di formazione capaci di incidere sulla realtà delle cose? Ci sono mosse apparentemente semplici e banali e altre ben più complesse e sofisticate.

Tra quelle “semplici”, la *prima mossa* è quella di capire – come studiosi e ricercatori – e far capire – come educatori – che le parole sono molto importanti. La parola, parlata e scritta, ci caratterizza e ci definisce come specie animali, ci rende unici e diversi rispetto a tutte le altre specie viventi. La nostra esistenza storica, e cioè la nostra capacità come creature umane, di fare la storia, di costruire futuro e serbare memoria, inizia con la parola parlata e con la scrittura che fissa la parola e la rende comunicabile attraverso lo spazio e il tempo. Non è cosa da poco. Tutti noi, come studiosi di comunicazione, siamo in grado di constatare girando il mondo che oggi non si insegna quasi più: né a parlare né a scrivere. La maggior parte delle persone – anche studiosi e ricercatori – parlano male e scrivono peggio. Pochissimi usano correttamente la propria lingua nazionale e tanto meno hanno imparato a pronunciare le parole in modo che siano chiaramente comprensibili in pubblico (pochi sono i luoghi al mondo dove si insegna public speaking; e Obama è uno dei rari politici che ha imparato la retorica classica!).



La *seconda cosa* da fare dovrebbe consistere nell'insegnare *a tutti* i bambini del mondo almeno altre due lingue, diverse da quella materna. Questo tipo di insegnamento dovrebbe cominciare subito dai paesi più ricchi e da quelli la cui lingua madre è l'inglese: Regno Unito in Europa, Canada e Stati Uniti nelle Americhe, Australia e Nuova Zelanda. Basti pensare ai disastri diplomatici e alle guerre che sono state provocate dall'ignoranza della lingua (e *di conseguenza* della cultura e della storia) da parte di persone in posizione di leadership (perfino nella politica e nell'accademia, nella diplomazia e nell'intelligence) provenienti da paesi che hanno avuto e tuttora hanno grande importanza nelle vicende politiche ed economiche mondiali.

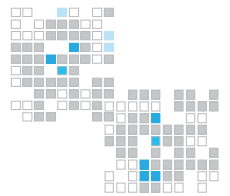
La *terza cosa* da fare è più complicata, sommersi come siamo dalla propaganda diffusa sia dai soggetti della cosiddetta new economy sia da giornalisti e intellettuali attivi nei media tradizionali e perfino nelle scuole e nelle università a favore della cosiddetta "società digitale" o della "società dell'informazione" contrabbandata come "società della conoscenza" o peggio ancora, come "società della comunicazione". Le nuove generazioni dei paesi più ricchi e più "digitalizzati" stanno crescendo privi del supporto caldo e accogliente della relazionalità umana e sempre più "prigionieri" del digitale, di una versione virtuale del mondo e della realtà che ha poco a che vedere con l'altra grande e importante caratteristica degli esseri umani: quella di essere "animali terrestri", che nascono, crescono e muoiono, e cioè che vivono, sulla terra.

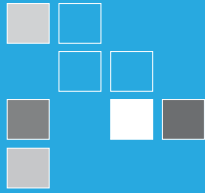
La crescita in tutti i paesi più ricchi e "civilizzati" del vandalismo contro cose e persone è una prova molto forte di tale progressiva perdita di rapporto con la territorialità. Il vandalismo equivale al gesto del marinaio che affonda la barca che è in grado di portarlo in porto.

E' a partire appunto dal riconoscimento pieno della nostra "terrestrità" che, non a caso, si torna da qualche tempo a parlare – in chiave transdisciplinare – di *geo-politica*; e a usare il prefisso geo di fronte a molte altre parole chiave: geo-economia, geo-cultura, geo-comunicazione, geo-sociologia... Tornano così di attualità le riflessioni del grande Carl Schmitt sul "nomos della terra". Sul significato che ha avuto la Guerra civile europea (1914-1945) e in particolare la fine della Seconda Guerra Mondiale che ha segnato la scomparsa dalla storia dei più importanti imperi del mare che mai fossero esistiti – quello inglese e quello nipponico; nonché il crollo definitivo degli altri imperi europei, travolti dalla fine del colonialismo: francese, portoghese, spagnolo, e belga (già da tempo crollati quelli olandese, danese e svedese) e anche gli ultimi due nati tardivamente: quello italiano e quello tedesco.

Apparentemente il mondo sembra pronto a dividersi in due blocchi contrapposti capeggiati dai due grandi imperi che escono dalla guerra non solo vincitori ma anche enormemente rafforzati. E, infatti, la storia ufficiale ci consegna, per più di quarant'anni, quella che viene chiamata una "Guerra fredda" tra le cosiddette due Superpotenze: gli Stati Uniti, come impero del mare e l'Unione Sovietica, come impero continentale.

Poca attenzione si è finora dedicata al fatto incontrovertibile che la Guerra fredda è stata anche una "guerra civile", combattuta prevalentemente con due differenti tipi di armi propagandistiche: quelle stesse che uscirono vincitrici dalla Guerra enfatizzata come Guerra antifascista. Una





denominazione quest'ultima utilizzata soprattutto dall'Unione Sovietica alla quale offriva enormi vantaggi posizionali per la costruzione della sua propaganda pacifista e della sua rete di alleanze.

Gli Stati Uniti, d'altra parte, vi contrapposero un'altra costruzione ideologica, altrettanto potente: quella di essere i paladini della civiltà occidentale.

Ciò che finora non è stato sufficientemente analizzato e raccontato è il fatto che entrambi gli imperi hanno costruito rozzamente ma efficacemente – scommettendo sull'ignoranza e sulla paura - due potenti e menzognere immagini di se stessi e del ruolo da giocare in una guerra mediatica e comunicazionale che è stata – nella sostanza – una guerra civile.

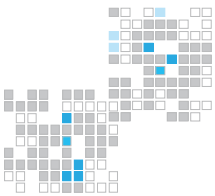
Cosa è, infatti, una guerra civile se non una guerra che ha motivazioni prevalentemente “religiose” ed “ideologiche”, una guerra combattuta non per il possesso di qualcosa che uno dei due contendenti non vuole cedere all'altro che lo pretende (come sono le guerre territoriali classiche, a cominciare dalla più antica e celebre come la Guerra di Troia), bensì una guerra per la definizione di cosa è vero e cosa è falso, di cosa è buono e cosa è cattivo. Una guerra, in altri termini, che non prevede il riconoscimento reciproco della dignità e dell'onore del combattente avversario bensì l'eliminazione pura e semplice del nemico.

Orbene è proprio nel contesto di una guerra civile che i media di ogni tipo – che la comunicazione intesa come propaganda menzognera – acquistano un'enorme rilevanza, diventano vere e proprie armi di un combattimento che non prevede prigionieri.

Ecco, allora, perché gli Stati Uniti, con la complice alleanza del Regno Unito (e di altri Paesi, soprattutto del Nord Europa e del Nord America, di matrice prevalentemente anglo-sassone, germanica e protestante) hanno fabbricato un'immagine potente, ma falsa e dimidiata, dell'identità occidentale da contrapporre a un Oriente dispotico e arretrato. Un'immagine che ha danneggiato enormemente l'Europa meridionale e il mondo mediterraneo, l'America latina e il Medio Oriente. Costruendo, fra l'altro, una barriera tra Mondo moderno e Mondo classico, tra gli Antichi e i Moderni, tra Mondo Ellenistico (Etrusco-Greco-Romano) e Mondo Cinese, tra Oriente e Occidente che non ha fondamenti.

Lo stesso può dirsi dell'Unione Sovietica (e dei suoi alleati) che ha fabbricato l'immagine altrettanto potente, ma falsa e bugiarda, di se stessa come paladina dell'antifascismo. Fra l'altro contribuendo all'uso generalizzato del termine fascismo – che, invece, ha riguardato storicamente un fenomeno molto specifico e tipicamente italiano che non può essere assimilato né al nazismo né ad altri regimi totalitari di destra. Collegando il termine antifascismo a parole molto potenti e attrattive come pace e democrazia, uguaglianza e socialismo.

Ma, non è tutto. Mentre le cronache giornalistiche e la storia, più o meno ufficiale, ci raccontano i grandi eventi: la Guerra fredda – il collasso del Comunismo Sovietico – la “fine della storia” e l'egemonia americana nel mondo con gli Stati Uniti unica superpotenza rimasta – la guerra in Irak e la crescita esponenziale dell'antiamericanismo nel mondo – il crollo di Wall Street e la grande paura. Mentre i guru e i *maitre à penser* valorizzati dai media giornalistici ci raccontano dei miracolosi successi dei nuovi media: dai cellulari a Internet e dell'avvento di un nuovo tipo di



società denominato digitale; nella quale tutto diventa virtuale e il mondo si fa sempre più piccolo. Mentre questi tipi di racconti e di razionalizzazioni ci vengono offerti, pochi si accorgono delle novità che ci vengono incontro da processi di lunga durata che stanno restituendo al territorio – alla terra che noi abitiamo – una nuova e inedita centralità. Che sempre più alberga nel cuore e nell’immaginazione di un numero sempre maggiore di persone nel mondo. Di cosa si tratta? E perché se ne parla così poco?

Si tratta di una serie di processi di lunga durata che hanno inciso e continueranno e incidere sui rapporti tra terra e mare. Da un lato: restituendo centralità alla terra e, di conseguenza, contribuendo a indebolire il primato statunitense in quanto impero del mare. Dall’altro lato ridimensionando il concetto di globalizzazione, del tutto inadeguato a spiegare processi che si radicano nel locale, un locale collegato e interconnesso con altri locali e, quindi, *glocal*.

Si tratta da un lato dell’invenzione di nuove armi che ne generalizzano la facilità d’uso e l’economicità contribuendo potentemente a modificare le politiche di controllo, prevenzione e repressione, della violenza. Cosa può significare, in tale nuovo contesto, l’esercizio da parte dello Stato di quel monopolio della violenza legittima sul territorio che è stata finora l’indicatore più importante dell’esercizio della sovranità?

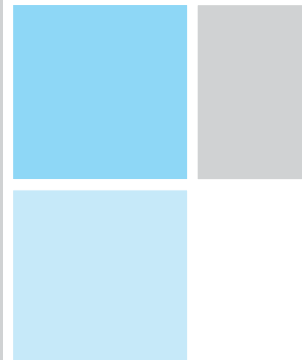
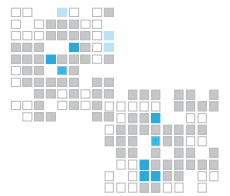
Ma si tratta anche dei nuovi mezzi di trasporto aerei – sempre più potenti, accessibili e numerosi – che favoriscono un nuovo tipo di mobilità sul territorio (così come sta accadendo in Europa e in Giappone con i treni superveloci). Il mare perde così quella centralità che aveva avuto nei tempi antichi nel contesto mediterraneo e dal ‘500 alla metà del ‘900 nel contesto degli oceani.

L’aria condizionata e il nuovo trattamento delle acque hanno reso abitabili e coltivabili territori desertici dislocati in climi troppo caldi. Inoltre, alcuni territori, un tempo poveri e disabitati, sono diventati ricchi e fertili perché ricchi di preziose fonti di energia come petrolio e gas.

L’insieme di tali processi (e di altri che potrebbero essere ricordati come i livelli di natalità, l’innalzamento dei livelli di istruzione, l’allungamento della vita, le correnti migratorie, la mobilità...) stanno trasformando il nostro mondo terrestre, rendendolo più “grande” e accogliente (e non più piccolo, come molti continuano a dire) ampliando gli spazi per una convivenza pacifica, aperta e civile. In altri termini stiamo assistendo alla moltiplicazione dei poli: alla formazione dal basso (*bottom up*) di una vera e propria multipolarità.

\*

Esempi in positivo di quanto si potrebbe e dovrebbe fare ci possono venire dalle *tradizioni mediterranee*, che vanno ripensate nei loro più profondi significati, e dai *nuovi studi mediterranei* che vanno sviluppati in chiave di apertura interculturale, inclusiva non solo del Mediterraneo in senso stretto ma anche delle aree che già sono state, in tempi diversi, influenzate o lambite dagli aspetti positivi di una vera e propria “civiltà”. Civiltà, che *non* è all’origine di quel concetto di Occidente, diventato dominante come eredità della Riforma e della Guerra fredda, bensì è stata la culla di una *ibridazione culturale e linguistica* della quale si possono trovare tracce ovunque nel mondo: dove si possono trovare immigrati italiani, lusitani e ispanici ma anche arabi e turchi, greci





e slavi. La civiltà del Mediterraneo, infatti, ha lambito non solo i paesi che sul Mediterraneo si affacciano: europei del Sud, arabi del Nord Africa, asiatici e turchi, greci, albanesi e slavi; ma anche africani e arabi dell'interno e asiatici del più vasto Medio Oriente o della *MENA region*. Per non dire, ovviamente, di tutta l'America Latina e soprattutto del Brasile (a suo tempo definito da un grande studioso una *Roma tropical*). Senza dimenticare la Russia che, a suo tempo, si considerò la *Terza Roma*, dopo la *Seconda* di Costantinopoli e di Bisanzio.

E se quanto sono venuto schematicamente riassumendo è vero ed è fondato, abbiamo bisogno di moltiplicare la nostra capacità di imparare e conoscere allo scopo di poter dialogare e comunicare. E abbiamo bisogno di una scienza nuova che ci possa aiutare a capire e a pilotare i cambiamenti che sono intorno a noi prima che sia troppo tardi. Prima che gli impulsi ad una guerra civile generalizzata, che si sono insediati nei media comunicativi e giornalistici, producano guasti irrimediabili alla civile convivenza, impedendo quella comunicazione interculturale e internazionale che sola può consentire di vivere pacificamente nel riconoscimento e nella valorizzazione delle differenze.

#### RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- al-Farabi (2008), *L'armonia delle opinioni dei due sapienti il divino Platone e Aristotele*, Pisa.
- Bassetti P., (2008), *Italici. Il possibile futuro di una community globale*, Lugano-Milano.
- Bechelloni G. (2009), *La conversione dello sguardo*, Napoli-Roma.
- Bechelloni G. (2008), *The Opening of Mediterranean Minds. Towards a Geo-sociological Approach for Mediterranean Studies*, Barcelona.
- Bechelloni G. (2008), *Communication for What?* Firenze.
- Bechelloni G. (2007), *Svolta comunicativa, terza edizione*, Napoli-Roma.
- Bechelloni G. (2006), *Diventare cittadini del mondo*, Firenze-Roma.
- Bellow A. (2003), *In Praise of Nepotism*, New York.
- Bloom A. (1985), *The Closing of the American Mind*, Chicago.
- Cassano F. e Zolo D. (2007), *L'alternativa mediterranea*, Milano.
- Cheng F. (2007), *Cinque meditazioni sulla bellezza*, Milano.
- Duranti A. (2007), *Etnopragmatica. La forza nel parlare*, Roma.
- Germani G. (2006), *La renovacion intellectual de la sociologia*, Buenos Aires.
- Girard R. (2008), *Achever Clausewitz*, Paris.
- Goody J. (2008), *O roubo da historia. Como os europeus se apropriaram das idéjas e invenções do Oriente*, Sao Paulo.
- Jullien F. (2008), *Sull'efficacia. Cina e Occidente a confronto*, Milano.
- Meddeb A. (2002), *La Maladia de l'Islam*, Paris.
- Reid M. (2007), *Forgotten Continent. The Battle for Latin America's Soul*, New Heaven.
- Salzman P.C. (2008), *Culture and Conflict in the Middle East*, New York.
- Schmitt C. (2003), *Il nomos della terra*, Milano.
- Sloterdijk P. (2007), *Colère et temps*, Paris.
- Strauss L. (1995), *Liberalism Ancient and Modern*, Chicago.
- Taylor C. (2007), *A Secular Age*, Harvard.

