

Verso una democrazia multiplebiscitaria?

Francesco Antonelli

The aim of this paper is to analyze the transformation of populism and charismatic phenomena in contemporary societies and, in particular, in Italian society.

The argument is that the effects of diffusion of new technologies and structural changes in the functioning of social systems are leading to increased fragmentation of democracy. Instead of the traditional charismatic leader described by Weber, we face a number of leaders who are directly appeal to the people, through the mainstream media or new media, such as normal and not exceptional for political action. The first three paragraphs of the essay are devoted to general analysis of these transformations in the context of liquid modernity. In the last paragraph, we will instead develop some considerations and reflections about the Italian case.

Questo saggio intende analizzare le trasformazioni dei fenomeni carismatici e del populismo all'interno delle società contemporanee e, in particolare, in quella italiana. La tesi sostenuta è che queste trasformazioni, riconducibili in gran parte agli effetti combinati della diffusione delle nuove tecnologie e dei cambiamenti strutturali nel funzionamento dei sistemi sociali, stiano comportando una frammentazione della democrazia che si avvia a divenire una “democrazia multiplebiscitaria”: in luogo del tradizionale capo carismatico descritto da Weber¹ e tipico della prima modernità che, con la seduzione e la forza, ricompon

¹ Presa nel suo complesso, la teoria weberiana del carisma attribuisce a questo fenomeno quattro caratteristiche strettamente legate tra loro che possiamo così formulare: a) il carisma è filogeneticamente, ontologicamente e sociologicamente radicato nella sfera del sacro: il carisma rientra nell'ordine dei fenomeni extra-economici ed extra-razionali, come anelito direttamente sperimentato alla trascendenza e al contatto diretto con il senso del divino, qualunque sia la divinità in questione; b) il carisma insorge in momenti di acuta crisi di un sistema socioculturale e comporta la sua risoluzione: il fenomeno carismatico è tanto più probabile quando il tessuto istituzionale perde la sua legittimità, la società si dis-integra e le consuete dinamiche di riproduzione sociale non sono più riconosciute come adeguate né al soddisfacimento dei bisogni e dei desideri degli attori sociali (dimensione individuale) né alle sfide del tempo che il gruppo nel suo complesso deve affrontare (dimensioni collettiva); c) il carisma è un fenomeno di rottura dell'or-

il potere, gli interessi e i conflitti in un quadro unitario, ci troviamo di fronte una pluralità di fenomeni carismatici emergenti; di leader che fanno direttamente appello al popolo, tramite i *media mainstream* oppure i *new media*, come modalità normale e non più eccezionale di azione politica. Ne deriva un quadro di crescente frammentazione che fa dell'eccezionalità, simulata oppure reale, la modalità normale di governo quanto di costruzione del conflitto.

I primi tre paragrafi del saggio sono dedicati all'analisi generale di queste trasformazioni nel quadro della modernità liquida. Nell'ultimo paragrafo verranno invece sviluppate alcune considerazioni e riflessioni riguardanti il caso italiano.

Ascesa e crisi della mediazione monista: l'epoca d'oro dei capi carismatici

Come argomenta Carlo Galli in apertura del suo monumentale lavoro su Carl Schmitt *Genealogia della politica. Carl Schmitt e la crisi della politica moderna* (2010), il tema della mediazione (*Vermittlung*) assume un ruolo centrale nella costruzione dell'ordine sociale e politico della modernità. Per mediazione si intende, infatti, lo specifico rapporto razionale, costruttivo e discorsivo che il Soggetto (immanente e fondativo, dopo il declino dell'ordine simbolico e istituzionale della *Res Publica Cristiana*) istituisce con il mondo per negare ogni dato irrazionale e per produrre ordine e forma, superare la micro e macro-conflittualità, ridurre a sintesi ed unità la crescente complessità sociale. Il Soggetto può essere volta a volta, a secondo dei diversi ordini discorsivi e delle varie dinamiche economico-politiche, la Classe, lo Stato, la Nazione, il Partito e così via, soggetti pensati come "storici", in grado di fondare ed esercitare il potere istituzionale: la mediazione è capacità di formalizzare il sociale, nella modernità secondo i codici razionali, tanto nella loro versione razionalistica quanto dialettica, della *Reductio ad unum* di comitiana memoria.

dine simbolico, culturale e sociale, operato innanzitutto dall'azione storica di un individuo (riconosciuto e che si riconosce) straordinario, che offre una nuova via e/o nuovi orientamenti normativi per superare la crisi: questo vuol dire che l'insorgere del carisma si accompagna ad un mutamento sociale altamente personalizzato (sfiducia nelle capacità innovative delle "masse") e che agisce, innanzitutto, come metanoia della personalità umana (mutamento "dall'interno" del soggetto); d) il carisma comporta la ridefinizione o la fondazione di dinamiche di gruppo ad alto tasso emotivo ed altamente personalizzate: all'accentuata individuazione di un attore sociale, il portatore primario del carisma, che assume la funzione della leadership come elemento catalizzatore della coesione del gruppo, corrispondono rapporti sociali e di potere con i membri del gruppo (che si definiscono o sono definiti "seguaci") altamente asimmetrici, fondati sulla comunanza di fedeltà incondizionata al capo e su una personalizzazione di ciascuno, operata dal capo stesso, altamente diseguale (i seguaci possiedono status e ruoli, missioni e compiti, differenziati in base al riconoscimento di Sé che ne dà il leader). Cfr. Weber 1961, 1982; Beetham 1989; Mommsen 1993; Cavalli 1995.

Il monismo istituyente conduce gli attori sociopolitici della modernità ad elaborare idee, teorie e pratiche di società fortemente accentrate e gerarchizzate, come tessuto connettivo di sistemi orizzontalmente differenziati per linee funzionali: lo stesso Talcott Parsons, che formula inizialmente la sua sintesi sociologica e la sua teoria dell'ordine come superamento dell'opzione statocentrica hobbesiana, finisce per costruire, su un terreno culturale e normativo, un modello analitico monistico che, pur mantenendo l'idea di una diffusività dell'ordine, pone le credenze valoriali-normative al centro dell'impalcatura sociale (Parsons 1981, 1987; Bortolini 2005).

La centralizzazione (burocratica), la gerarchizzazione delle stratificazioni sociali ed il monismo della modernità fondano la politica sulla chimera irriflessiva della società. Come argomenta Laclau (2008), in questo orizzonte simbolico "La" Società esisterebbe solo se il sistema sociale, i cui confini sono definiti e mantenuti dallo Stato-nazione, fosse una totalità pacificata: il dinamismo della modernità, sia dal lato tecnologico-materiale che da quello politico-emancipativo, ha, al contrario, moltiplicato le linee di conflitto, le tensioni e soprattutto la frammentazione socioculturale. "La" Società è dunque più un referente, un "universale vuoto", seguendo Lacan, che uno stato positivo del mondo. La politica moderna insegue la chimera de "La" Società e si fonda (contingentemente) su pratiche egemoniche e costruzione di poteri e contro-poteri a partire dai conflitti che attraversano il corpo sociale: la modernità è inconsapevole del carattere irriducibilmente complesso del sociale, mentre la mediazione come centralizzazione, gerarchizzazione e monismo si ripropone di continuo pur essendo continuamente e strutturalmente insufficiente. Nel complesso, tematizzando il rapporto tra potere legal-razionale, potere carismatico e forme di mediazione monistica, la parabola intellettuale di Max Weber, che inizialmente pensa ed analizza politica e società sulla base della centralità dei partiti e delle classi per poi concludere il suo percorso in direzione della democrazia plebiscitaria (Beetham 1985), diventa lo spazio dicotomico "puro" in cui oscilla l'intera modernità societaria. Mantenendo un'alta coerenza interna, pur al variare delle diverse forme e formule politiche.

Infatti, da prima (anni Venti e Trenta) l'emersione del carisma è rottura di uno stato di crisi, così come il movimento ed il capo carismatico hanno una funzione di ri-centralizzazione e ri-mediazione del sistema, nella ricerca chimerica, ad alto tasso ideologico, de "La" Società. In tale forma di dominio carismatico, il modello socio-antropologico di riferimento – o modello di attore sociale² – è costituito dall'*homo sociologicus*, nella sua duplice specificazione

² In questa sede, con modello socio-antropologico o modello di attore sociale, non facciamo riferimento ad un archetipo di uomo, cioè ad un'idea totale dell'essere umano, riscontrabile in

di “uomo-massa e produttore”: il dominato “tipico-ideale” aspira ad una socialità (anche politica) fusionale, costruita più per identificazione reciproca ed omologazione che per individuazione\distinzione, all’interno di un gruppo o di un occasione sociale (ritualizzata) basati sulla compresenza concreta degli attori sociali (dei loro corpi)³. Allo stesso tempo, le forme di integrazione attive nella quotidianità della sua vita, si fondano sul primato dei ruoli produttivi, sulle identità collettive costruite ed esperite attraverso l’appartenenza a grandi organizzazioni, burocratizzate e taylorizzate, che riducono l’attore sociale ad ingranaggio di grandi macchine. All’eccezionalità del carisma corrisponde la pressione istituzionalizzata all’ordine e al conformismo totale.

Quando, dopo gli anni Cinquanta, a partire dalla mediatizzazione e, dunque, dalla spettacolarizzazione della politica favorita dalla diffusione del medium televisivo, il carisma diventa tecnologia del potere, operazioni di marketing politico, il capo si trasforma in simulacro ed il progetto in simulazione, ma la tendenza alla centralizzazione, su un terreno generalista di comunicazione, permane. In questa declinazione del carisma, il modello socio-antropologico di riferimento continua ad essere l’*homo sociologicus*⁴, ma attraverso una diversa, duplice, specificazione: lo “spettatore-audience” ed il “consumatore”. Il dominato tipico-ideale è prevalentemente un “contemplatore”, un fruitore di contenuti tendenzialmente simili, pur al variare delle caratteristiche socioeconomiche degli spettatori, che li riceve ed elabora nel proprio micro-contesto. Contemporaneamente, le forme di integrazione attive nella sua vita quotidiana, si fondano sui codici della società dei consumi, delle merci vendute ed acquistate, come mezzo proteiforme di costruzione delle identità sociali e collettive. In questo contesto, a prevalere è la «funzione dimostrativa del consumo di massa» (Alberoni 1964), il suo essere mezzo atto a mostrare uno stile di vita moderno e una rottura con i codici della tradizione.

La crisi di questo monismo della mediazione si determina, già negli anni Settanta, a partire tanto dai processi di mutamento della sfera tecnologico-

molte o tutte le società e culture umane esistite. Più limitatamente, ci riferiamo all’immagine prevalente di uomo socializzato (o Sé sociale), riscontrabile in un dato sistema sociale. Questo vuol dire che nell’ipotesi teorica di un’iper-socializzazione, l’attore sociale concreto, nella sua intera esistenza, sarebbe dominato ed integralmente risolto nelle sue pratiche di vita, ai codici stabiliti dalle immagini.

³ Sul rapporto tra carisma, nella sua versione totalitaria, e società di massa cfr. Arendt 2004.

⁴ Con il concetto di *homo sociologicus*, si fa riferimento ad un modello euristico che coglie la persona essenzialmente dal lato della sua integrazione in un sistema di ruoli sociali pre-determinati, aventi una forza coercitiva (legale, morale, sociale-informale) sull’agire dell’individuo. Cfr. l’ormai classico Dahrendorf 2010. Per un’analisi dell’idea di società di cui l’*homo sociologicus* è portatore, cfr. Cesareo e Vaccarini 2007; Antonelli 2010.

materiale quanto di quella simbolica e politica, rendendo esplicita ed oggetto di riflessività, la chimera de “La” Società.

Tali processi di mutamento, che in questa sede possono essere semplicemente nominati, sono:

- La crisi del fordismo, del consumo massificato e della razionalità burocratico-organizzativa “classica”, con la conseguente dinamizzazione e flessibilizzazione del sistema economico-organizzativo, nonché la moltiplicazione delle nicchie di consumo e degli stili di vita;
- Il crescente ruolo della “conoscenza applicata alla conoscenza” – come fattore centrale di produzione e valorizzazione economica – e la terziarizzazione dell’economia, processi che hanno contribuito all’ascesa di una nuova intellettualità direttamente orientata al lavoro: i *knowledge workers*;
- I nuovi movimenti sociali degli anni Sessanta e Settanta che hanno favorito l’affermazione dei soggetti personali e, dunque, l’individualizzazione;
- Il postmodernismo, che ha finito per destrutturare l’idea ontologica e forte di Verità, negando non solo la possibilità di accesso ad essa ma, addirittura, la stessa esistenza de “La Verità” (Antonelli 2010).

Ciascuno di questi processi non ha solo contribuito, specie in un primo momento, a moltiplicare la frammentazione sociale e a rendere sempre più insostenibile l’idea di una mediazione monistica del sociale – come mostra l’ampio dibattito sulla crisi di governabilità, degli anni Settanta (Crozier *et. al.* 1975; Offe 1977; O’Connor 1977; Ardigò 1980). Piuttosto, ciascuno ha posto le basi per una saturazione crescente dei modelli di razionalità burocratica e gerarchizzazione, su cui si erano rette tanto la stessa mediazione quanto la sua formula carismatica incentrata sul capo, quale percorso salvifico verso l’unità e la pacificazione del “La” Società. La saturazione si è consumata attraverso l’ascesa delle rappresentazioni collettive e dei modelli di organizzazione e funzionamento sociale, economico e culturale, incentrati sul “paradigma e sul nuovo ordine simbolico della rete”: *networking* e Internet sono stati i due vettori, a loro volta sospinti dai processi di trasformazione sopra messi in luce, che rendono possibile la “molecolarizzazione” delle forme di mediazione in luogo di un modello monistico.

Molecolarizzazione della mediazione e democrazia multiplebiscitaria

La molecolarizzazione, in quanto isomorfa all’avvenuta presa di coscienza circa la natura chimerica de “La” Società, può essere definita come un processo di riorganizzazione secondo codici polari, della crescente frammentazione e moltiplicazione degli attori (in primo luogo, gli intellettuali) e delle forme contemporanee di mediazione.

La frammentazione sociale, politica e culturale cui stiamo assistendo è qualitativamente diversa dai processi di differenziazione tipici della modernità societaria. In primo luogo, in un sistema sociale che funziona secondo i codici del *networking* cambia la natura sia dei nodi che dei legami delle reti sociali. I nodi sono altamente eterogenei e, accanto al permanere di attori individuali e collettivi “tradizionali” (come burocrazie, partiti, mass media) sorgono soggetti del tutto nuovi, il cui orientamento normativo è incentrato sull’“auto-mediazione” e “auto-rappresentanza” di Sé. Si tratta tanto di singoli individui quanto di organizzazioni di movimento, gruppi tematici, agenzie comunicative, che non ricorrono più all’opera mediatrice di un soggetto terzo per comunicarsi e per mobilitarsi. La rete internet, specie il web 2.0 (blog, social networks) offre i mezzi tecnici per intrattenere direttamente relazioni e per agire nella sfera pubblica. Inoltre, questi nuovi soggetti incentrano le proprie pratiche su una politica dell’identità e della differenza, che rifiuta strutturalmente la riduzione monistica e le rappresentazioni sintetiche tipiche della modernità societaria: in luogo del Soggetto astratto e razionale della modernità societaria, sorgono una molteplicità di soggetti singolari (Touraine 2009; Cesareo e Vaccarini 2007).

Rispetto al tema dei legami, le relazioni tra questa pletera di soggetti tende a produrre forme di socialità altamente personalizzate, “emozionali”, sebbene spesso caratterizzate dalla discontinuità e dall’utilizzo di codici comunicativi dominati dalla brevità, dall’istantaneità, dalla contaminazione multimediale degli stili e dei generi. Per definire queste forme di socialità, Manuel Castells ha parlato di «relazioni sociali terziarie», vale a dire:

comunità personalizzate incarnate su network io-centrati [...] Questa relazione individualizzata con la società è un modello specifico di socialità, non è un attributo psicologico. È radicata, innanzitutto, nell’individualizzazione della relazione tra capitale e lavoro, fra lavoratori e processo di lavoro nell’impresa a rete (Castells 2002: 127).

Ne risulta un quadro in cui la sfera pubblica – come dimensione nella quale i vari attori individuali e collettivi, “nuovi” e “tradizionali”, producono senso e significato intorno alla politica (intesa in senso ampio) – è dominata da una moltitudine di processi e agenzie e, dunque, non è più direttamente controllabile né dai mass media generalisti né dai partiti di massa.

Tuttavia, questa frammentazione non produce un’età orizzontale: i nodi della rete hanno un’importanza diversa, in termini di visibilità, influenza, capacità di mobilitazione e *agenda building*; un grado di importanza che, nel suo complesso, dipende dalle caratteristiche e dall’ampiezza dell’*audience* raggiunta o che partecipa alle linee di discussione ed elaborazione dei discorsi politici. Semplificando analiticamente, da una parte, infatti, una fascia del-

la popolazione, prevalentemente anziana e\o con limitato capitale culturale, vive (quasi) esclusivamente all'interno dello spazio pubblico prodotto dai mass media, dai Partiti e dai "grandi" intellettuali pubblici. Dall'altra, a partire dalla spinta proveniente dalla nuova intellettualità diffusa, la moltiplicazione delle nicchie e delle soggettività accresce la settorializzazione degli stili di vita, dei consumi, delle opinioni politiche e così via risolvendole in un "autismo comunitario"; questo individualismo in rete non conosce altri ambiti, altri temi di confronto e discussione al di fuori della rete auto-centrata: il paradosso del *Zero comments* individuato da Geert Lovink (2008) a proposito dei blog, non è la dimostrazione del fallimento della Rete, ma la massima espressione della modalità contemporanea di utilizzarla. Con una locuzione paradossale, si potrebbe affermare che il rapporto tra autore e pubblico si modifica al punto che ciascun autore diviene pubblico di se stesso. La frammentazione viene dunque ricomposta attraverso nuove modalità polari di ri-gerarchizzazione delle forme di mediazione, dei pubblici, degli strumenti comunicativi cioè, appunto, nei termini di una crescente molecolarizzazione (fig. 1).

Fig. 1 – Molecolarizzazione della sfera pubblica e delle forme di mediazione



Nello spazio pubblico molecolarizzato, tramontata la possibilità delle mediazione monistica, lo "spazio" del carisma si dilata enormemente. Da una parte, vecchi e nuovi media, più che favorire la discussione fondata sulla razionalità comunicativa, incentrano la loro relazionalità comunicativa sulla personalizzazione, la drammatizzazione, l'emotività, l'estemporaneità dei codici comunicativi, riducendo l'impatto ed il ruolo del discorso politico dotato di

profondità e spessore: non più il parlamento ma il *reality show* è il luogo simbolo di questa nuova politica dell'iper-realtà, con la sua logica della star e del divismo (Mazzolenni e Sfardini 2009). Dall'altra parte, le pressioni del sistema economico impongono un'efficientizzazione ed una velocizzazione del processo decisionale, il cui orizzonte utopico (o distopico, a secondo dei punti di vista) diviene, a partire dal dibattito sulla crisi di governabilità degli anni Settanta, la sterilizzazione dalla complessità del sociale e delle domande che ne emergono: l'uomo forte che decide, si propone, si mobilita ma anche si oppone per portare la propria, personale logica decisionista, è invocato da ogni angolo. Entrambe le tendenze finiscono per creare una struttura di opportunità favorevole all'insorgere di una politica tutta incentrata sulla personalizzazione carismatica, mentre la democrazia diviene multiplebiscitaria.

Tale configurazione si caratterizza per la mancanza di una volontà e di una tendenza all'unificazione simbolica e sociale del momento carismatico. Il leader carismatico si estrinseca, oggi, come "neo-tecnologico", tipico di quella porzione dello spazio pubblico e di audience dominata dai *media mainstream*, in particolare dalla televisione. Questo capo carismatico, tecnologia del potere maggiormente perfezionata, presuppone ancora l'*audience* ed il "consumatore" ma nella loro versione individualizzata e differenziata: il consumo come la fruizione del mezzo di comunicazione, sono strumenti per costruire, primariamente e in una logica "semiotica", la propria identità personale e, a partire da questa, le identità sociali e collettive (Baudrillard 2008). La rappresentanza e le dinamiche di dominio si costruiscono, a questo livello, essenzialmente sui codici dell'edonismo. L'*homo sociologicus* sperimenta qui il suo limite estremo e la sua crisi (Abruzzese e Susca 2004).

Siffatto capo carismatico può essere integralmente interno al simulacro di logica gerarchica moderna che domina questa dimensione oppure può trovare nel sistema televisivo come negli altri media (ormai) "tradizionali", un punto di emersione e di consacrazione ma non di origine. In questo caso, la genealogia del fenomeno carismatico è da cercare nella maturazione di un qualche "carisma di gruppo" la cui accresciuta importanza, rappresenta il fenomeno davvero caratterizzante l'attuale fase di molecolarizzazione delle forme di mediazione e della sfera pubblica.

Infatti, l'estrinsecazione politica delle relazioni terziarie, altamente personalizzate, che si sviluppano e si radicano nella Rete Internet, consiste primariamente nel carisma di gruppo e nell'affermazione di un leader che non è e non si propone come un *primus super pares* ma come un *primus inter pares*, una figura che rappresenta una causa e un insieme di orientamenti più vasti, cui va primariamente la fedeltà dei sostenitori. Questo genere di leader sviluppa un dialogo continuo con il suo seguito e tale interattività, che gli da forma e rappresentanza, è la base del suo stesso carisma: il modello socio-antropologico sotteso a

questa forma di carisma è il *prosumer*, espressione che indica quel duplice ruolo di produttore e consumatore incarnato dall'utente della Rete, fruitore di merci e contenuti quanto, per il tramite delle reti sociali e tecnologiche messe in piedi dal dispiegamento del "modello Wiki" della collaborazione di massa, costruttore di contenuti ed idee suscettibili di produrre valore aggiunto nel mercato dei beni di consumo (Tapscott, Williams 2007) quanto in quello dei "beni politici".

Fino a quando questo carisma di gruppo si sviluppa solo nella Rete, ci troviamo di fronte ad una "politica dell'identità confinata": il leader esprime una parzialità in un luogo parziale, per quanto vasto e potenzialmente accessibile da tutti. È la televisione che lo consacra e, infatti, quando il carisma di gruppo ha particolare successo, accede a questo palcoscenico più vasto. A tale livello il leader ed il suo gruppo possono scegliere di accentuare la loro parzialità oppure di trasformarla in una base per un consenso più generale.

Riassumendo l'analisi sin qui svolta, con riferimento ai diversi tipi di società comparsi a partire dagli anni Settanta del Ventesimo secolo e definiti dalle modalità di produzione\accumulazione\sviluppo, possiamo ricondurre "la genealogia"⁵ del capo carismatico e del movimento carismatico (anni Venti e Trenta del Novecento) nell'alveo della società industriale di massa; del capo carismatico come tecnologia del potere alla società del benessere e del consumo (anni Cinquanta e Sessanta del Novecento); il capo carismatico come neo-tecnologia del potere alla società post-industriale (fine anni Settanta del Novecento); il capo carismatico con carisma della Rete alla società (post-industriale) dell'informazione (fine Novecento, primo decennio del Ventunesimo secolo) (tab. 1):

Tab. 1 – Le forme del carisma in rapporto alle forme di razionalizzazione

		Forme di razionalizzazione		
		<i>Genealogia: tipi di società</i>	<i>Modelli socio-antropologici di riferimento</i>	<i>Rapporto sfera politica \ sfera sociale</i>
Forme del carisma	<i>Capo carismatico e movimento carismatico di massa</i>	Società industriale di massa	Uomo-massa, uomo-produttore	Forma monista di mediazione
	<i>Capo carismatico come tecnologia del potere</i>	Società del consumo e del benessere	Uomo-spettatore, uomo-consumatore di massa	
	<i>Capo carismatico come neo-tecnologia del potere</i>	Società post-industriale	Uomo-spettatore individualizzato, uomo-consumatore edonista	Forma molecolarizzata di mediazione
	<i>Capo carismatico e carisma della Rete</i>	Società (post-industriale) dell'informazione	Uomo-prosumer	

⁵ Sul piano analitico e metodologicamente alla maniera di Foucault (2005), in questa sede parliamo di genealogia delle forme del carisma, cioè di un rapporto tra queste stesse forme e le condizioni socioeconomiche (livelli e tipi di razionalizzazione) che ne hanno favorito la nascita.

Populismo e carisma

Quando Walter Benjamin ne *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* (1936), sviluppò la sua analisi sui mutamenti dell'arte e dell'estetica in seguito all'avvento dell'industria culturale, fu tra i primi a parlare di «estetizzazione della politica», mettendola in relazione con l'ascesa dei regimi fascisti. Riflettendo profondamente su ciò che le avanguardie artistiche e letterarie moderniste avevano contribuito a creare in proposito, Benjamin individuò nella produzione tecnologica e mirata di una falsa aura, lo strumento tramite il quale i fascismi creavano il loro consenso di massa (Benjamin 2000). Una riflessione cui lo storico George Mosse diede ulteriore profondità nel suo classico lavoro *Die Nationalisierung der Massen* (1975), quando individuò nei riti collettivi – di durkheimiana memoria, anche se Mosse non cita il sociologo francese – una dimensione ancor più importante delle stesse azioni “manipolatorie” dei mass media, nel creare quell'estetizzazione della politica funzionale alla riproduzione di una «concezione totalitaria della democrazia» (Mosse 2009): ideologia ed estetizzazione, “sostanza” e “forma” sono state, nel Novecento, le due gambe della politica di massa.

Come mostrano le analisi di Michel Maffesoli (2009), la politica contemporanea, come il resto della società, si nutre al contrario della sola estetizzazione. Questo vuol dire che qualunque sia l'origine e la specificità dei fenomeni carismatici contemporanei, essi non costruiscono più il loro consenso, le loro epiche narrazioni, avvalendosi anche dell'ideologia: il monismo delle novecentesche religioni secolari, come abbiamo mostrato, è ormai inattuale. La chimera de “La” Società è coscienza comune.

La produzione del consenso e la formazione di campi conflittuali tra opposti carismi, non richiede un'idea, un ragionamento, un'argomentazione ma uno “stile” – un'estetica di tono, un'iconografia, una compulsività emotiva – favorito dalla molecolarizzazione dello spazio pubblico. Il populismo rappresenta lo stile politico universale di questa, attuale, politica del carisma (carisma come neo-tecnologia del potere, carisma della Rete) quale riproduzione vuota della stessa chimera (disvelata) de “La” Società. Oggi carisma e populismo divengono sinonimi, in un'equazione già preannunciata, come mostra Richard Sennett (2006) dalla comparsa del carisma come tecnologia del potere.

Classicamente, le scienze sociali hanno cercato di studiare il populismo con i tradizionali strumenti tassonomici utilizzati nel caso delle altre ideologie (ad esempio, Germani 1974). Da circa un decennio a questa parte, studiosi di formazione diversa (Merker 2009; Taguieff 2003) hanno invece messo in luce come il populismo sia un proteo stilistico, non un *quid* teorico, caratterizzato da alcuni tipici meccanismi di mobilitazione e di costruzione del discorso politico:

- appello al “Popolo”, inteso come una comunità originaria, autentica, laboriosa, opposta al “non-popolo”, che incarna l’esatto contrario ontologico (“polemologia orizzontale”);
- vaghezza contenutistica della nozione di “Popolo”, che consente di far appello a ceti sociali diversi quanto di mobilitare le potenti risorse emotive e cognitive legate tanto all’idea di democrazia (Popolo come *Demos*) e di Nazione (Popolo come *Ethnos*);
- appello agli istinti più immediati di questo “Popolo” e ricerca del contatto personale, rituale e suggestivo, tra capo e “Popolo”;
- anti-intellettualismo e primato dell’azione sulla parola;
- contrapposizione tra il Popolo buono e le classi dirigenti, accusate di tradimento, parassitismo, lontananza (“polemologia verticale o anti-politica”).

Come mette convincentemente in luce Nicolao Merker, il populismo così inteso non solo si adatta a molteplici contenuti politici, divenendo il vettore di questi stessi contenuti, soprattutto assume carattere isomorfo rispetto ai fenomeni carismatici: il “Popolo” esiste grazie al capo, al gruppo e al potere; potere, capo e gruppo sono possibili solo grazie a quel (particolare) “Popolo”, al suo tribalismo, alla sua esclusività e alla sua dialettica contrappositiva con il “non-Popolo” e le classi dirigenti.

Sarebbe tuttavia un errore giudicare il populismo contemporaneo e gli stessi, connessi, fenomeni carismatici (carisma come neo-tecnologia del potere, carisma della Rete) come una negazione pura e semplice di ogni dimensione democratica. Il populismo contemporaneo esercita la sua presa, come suggerisce Pierré-André Taguieff, proprio perché offre un surrogato stilistico, emotivo, simulato, della democrazia partecipativa: al fondo, esso esprime sempre il bisogno di riappropriazione, per strade semplici ed “immediatamente” accessibili, del mondo, innanzitutto del proprio. E dunque, la tensione irrisolvibile tanto alla totalizzazione della propria parzialità identitaria quanto al ripristino, contingente, de la chimera de “La” Società. Moderno e postmoderno qui si toccano strettamente così come, e non è un caso, stili populistici e culture tecno-democratiche della Rete: nata libertaria, negli Stati Uniti, come manifestazione dell’ideale di massima libertà ed auto-affermazione del singolo, la Rete Internet radicava la propria ideologia in quella dei movimenti degli anni Sessanta e Settanta. Ma negli USA, questi movimenti, in una loro larga parte, rinverdivano quell’ideale jeffersoniano della democrazia dal basso, dello *township* come messo in luce classicamente da Hanna Arendt (1989), tanto matrice della tradizionale opposizione culturale degli statunitensi all’invasività delle istituzioni pubbliche quanto origine culturale dello stesso movimento populista americano, animato, su basi ruraliste, libertarie e localiste, da Henry David Thoreau.

Considerazioni sul caso italiano: verso una democrazia multiplebiscitaria?

Le categorie analitiche sin qui discusse consentono di mettere a fuoco alcuni punti nodali che hanno caratterizzato le trasformazioni della così detta Seconda Repubblica, a partire dalla metà degli anni Novanta. Il considerare Silvio Berlusconi, la sua figura e, soprattutto, il suo «corpo mediatizzato» (Boni 2008) come il baricentro dell'intero sistema politico italiano negli ultimi venti anni – con profonde conseguenze sulla stessa cultura del paese – è divenuto ormai un *cliché* consolidato della pubblicistica nazionale e internazionale. La *politica-pop* da lui incarnata – in un quadro di profondo indebolimento o, addirittura, di totale scomparsa delle tradizionali organizzazioni politiche di massa che affondavano le loro radici nelle linee di frattura (*cleavages*) determinatesi con il processo di modernizzazione – rappresenta l'ambiente ideale per lo sviluppo pieno, quasi archetipo, del leader carismatico come neo-tecnologia del potere. Berlusconi ha fatto della sacralizzazione della sua figura, della sua opera, del suo corpo, il baricentro di un nuovo stile politico incentrato sui codici del marketing e dell'appello diretto al popolo-elettore, approfondendo quel processo di frammentazione delle forme moniste di mediazione tra politica e società, che erano state proprie della Prima Repubblica e, in genere, della prima modernità. In questa sede non intendiamo, tuttavia, approfondire l'analisi delle modalità e delle forme assunte dalla costruzione carismatica del potere berlusconiano; piuttosto, ciò che ci interessa è la disamina, sebbene per sommi capi, di un più generale processo di ridefinizione del posto e delle vicende stesse della “epifania carismatica” all'interno del sistema politico italiano. La nostra ipotesi, da verificare e approfondire ulteriormente, è che per tutti gli anni Novanta il berlusconismo abbia rappresentato il tentativo o l'orizzonte all'interno del quale, tanto lo stesso Berlusconi – primariamente attraverso le campagne elettorali, la sua retorica anti-comunista e anti-giudiziaria – quanto i suoi avversari – mediante la costruzione di discorsi, narrazioni, forme di integrazione politica, fondate essenzialmente su una radicale logica di contrapposizione all'avversario\l'nemico – hanno messo in scena la tragedia di un tentativo di ricomposizione monista della politica e della società. In questo quadro, i berlusconiani e gli anti-berlusconiani si sono rappresentati e auto-rappresentati, essenzialmente, come due volti diversi, addirittura due mondi radicalmente contrapposti, “due società” – parafrasando Alberto Asor Rosa – aventi l'ambizione, però, di ricondurre l'intera gamma del ricco pluralismo della società italiana, ad una sintesi coerente, ad un'unica dimensione: alla “storia italiana” di Berlusconi – culminata nell'omonimo *leitmotiv* della sua campagna elettorale del 2001 – dimensione narrativa in cui la favola vissuta dal capo viene offerta come orizzonte di vita a tutti coloro i quali vorranno mettersi nelle sue mani, si è contrapposta, nel

corso del tempo, una contro-ideologia del centro-sinistra fondata su modelli altrettanto monisti; incentrati ora sul mito della superiore capacità di governo e della responsabilità, ora sul contro-carisma di Romano Prodi ora sull'appel e sul dinamismo di Francesco Rutelli, sempre e comunque sulla centralità camaleontica dei partiti. Tutte fenomenologie in cui centrale è l'idea che alla parzialità dei segmenti sociali, dei territori, degli interessi, debba corrispondere una centralizzazione della politica, con simboli forti e narrazioni aggressive a rappresentare l'unitarietà del potere. In questo senso, il carisma berlusconiano come neo-tecnologia del potere appariva del tutto incompiuto: costruito attraverso i mezzi e le forme tipiche della società dello spettacolo, avente come referente ideale l'uomo-spettatore e consumatore, si sviluppava ancora all'interno di un orizzonte pienamente moderno, quasi a voler riprodurre i tratti di una democrazia plebiscitaria.

Negli ultimi dieci anni questo orizzonte ha mostrato tutti i suoi limiti fino ad entrare definitivamente in crisi: in luogo della definitiva vittoria di un unico capo carismatico, di una democrazia plebiscitaria o di un contro-modello ispirato alle forme partito-centriche, la politica italiana ha sperimentato il contagio della personalizzazione, della frammentarietà, della balcanizzazione corporativa degli interessi e dei territori. Entrando così in una fase pienamente realizzata di molecolarizzazione delle stesse forme di mediazione, dove il carisma, persino quello centrato sui media generalisti, come nel caso del berlusconismo, non ha più l'aspirazione utopica alla costruzione politica de "La" Società; ma alla pura rappresentazione\riproduzione delle differenze, attraverso la moltiplicazione dei leader con funzioni eponime o puramente auto-referenziali. In questo senso, è il carisma di Umberto Bossi, il modello culturale e politico ad esso sotteso e volto all'esaltazione della parzialità, che ha avuto la meglio. L'espansione dei nuovi media ha contribuito a rinforzare queste tendenze: il web 2.0 è divenuto il luogo dove si articolano, primariamente, fenomeni carismatici come quello di Beppe Grillo o, anche, di Antonio Di Pietro e, da ultimo, di Nichi Vendola. Una dimensione dove si addensano gruppi di sostenitori in grado di esprimere il proprio dissenso rispetto al modello dominante ma non più egemone del berlusconismo *mainstream*, dando così forza alle campagne politiche di leader altrettanto populistici quanto portatori di identità parziali, che chiamano, quotidianamente, sostenitori e avversari ad un plebiscito pro o contro di loro. Riportando, per un più largo pubblico, queste modalità narrative sui media generalisti.

La democrazia italiana si avvia così a divenire una democrazia multiplebiscitaria dopo aver fallito l'opzione mono-plebiscitaria; un sistema politico cioè, in cui la comunicazione politica così come le tecniche di costruzione del consenso e del conflitto, non passano più per la realizzazione, lenta e faticosa, di un progetto politico condiviso; ma sulla continua spinta emergenziale al-

tamente personalizzata, sulla sospensione – pienamente inscritta nella logica carismatica – della normalità, della legalità: all’“emergenza terremoto” di cui Berlusconi si vanta di aver risposto con sollecitudine e con mezzi eccezionali si contrappone “l’emergenza democratica” rilanciata dalle opposizioni. All’eccezionalità della sfida rappresentata dal (presunto) dilagare della criminalità sul territorio, occorre rispondere dando poteri eccezionali, i poteri di ordinanza, ai sindaci e così via. Di fronte a questo scenario, l’ulteriore approfondimento delle forme e delle formule politiche della democrazia multiplebiscitaria non è solo all’inizio ma appare quanto mai urgente.

Riferimenti bibliografici

- Abruzzese A., Susca V. (2004), *Tutto è Berlusconi. Radici, metafore e destinazione del tempo nuovo*, Lupeti, Roma.
- Alberoni F. (1964), *Consumi e società*, Il Mulino, Bologna.
- Antonelli F. (2007), *Caos e postmodernità. Un’analisi a partire dalla sociologia di Michel Maffesoli*, Philo, Roma
- Antonelli F. (2010), *I conflitti di potere che plasmano il mondo. L’Homo Sociologicus di Ralf Dahrendorf*, «Il Manifesto», 30 maggio.
- Ardigò A. (1980), *Crisi di governabilità e mondi vitali*, Cappelli, Bologna.
- Arendt H. (1963), *On Revolution*, New York, trad. it. *Sulla rivoluzione*, Edizioni di Comunità, Milano, 1989.
- Arendt A. (1951), *The Origins of Totalitarianism*, New York; trad. it. *Le origini del totalitarismo*, Einaudi, Torino, 2004.
- Baudrillard J. (1970), *La Société de consommation*, Paris; trad. it. *La società dei consumi*, Il Mulino, Bologna, 2008.
- Beetham D. (1985), *Max Weber and the Theory of Modern Politics*, Oxford; trad. it. *La teoria politica di Max Weber*, Il Mulino, Bologna, 1989.
- Benjamin W. (1936), *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, in «Zeitschrift für Sozialforschung»; trad. it. *L’opera d’arte nell’epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino, 2000.
- Boni F. (2008), *Il superleader: fenomenologia mediatica di Berlusconi*, Meltemi, Roma.
- Bortolini M. (2005), *L’immunità necessaria. Talcott Parsons e la sociologia della modernità*, Meltemi, Roma.
- Castells M. (2001), *The Internet Galaxy, Reflections on the Internet, Business and Society*, Oxford; trad. it. *Galassia Internet*, Feltrinelli, Milano, 2002.
- Cavalli L. (1992), *Governo del leader e regime dei partiti*, Il Mulino, Bologna
- Cavalli L. (1995), *Carisma. La qualità straordinaria del leader*, Laterza, Roma-Bari.
- Cesareo V., Vaccarini I. (2007), *La libertà responsabile. Soggettività e mutamento sociale*, Vita e Pensiero, Milano.
- Crozier M., Huntington S., Watanuki J. (1975), *The Crisis of Democracy: Report on the Governability of Democracies to the Trilateral Commission*, New York University Press, New York.

- Dahrendorf R. (1964), *Homo Sociologicus: ein Versuch zur Geschichte, Bedeutung und Kritik der Kategorie der sozialen Rolle*, Köln/Opladen; trad. it. *Homo sociologicus. Uno studio sulla storia, il significato e la critica della categoria di ruolo sociale*, Armando, Roma, 2010.
- Elias N. (1994), *The Established and the Outsiders*, Sage, London.
- Formenti C. (2008), *Cybersoviet. Utopie postdemocratiche e nuovi media*, Raffaello Cortina, Torino.
- Foucault M. (2005), *Antologia. L'impazienza della libertà*, Feltrinelli, Milano [antologia di testi scritti tra il 1960 e il 1980, a cura di Sorrentino V.].
- Galli C. (2010), *Genealogia della politica. Carl Schmitt e la crisi della politica moderna*, Il Mulino, Bologna.
- Germani G. (1974), *Movimenti dell'esperienza politica latino-americana: tre saggi su populismo e militari in America Latina*, Il Mulino, Bologna.
- Giddens A. (1990), *The Consequences of Modernity*, Cambridge; trad. it. *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*, Il Mulino, Bologna, 1994.
- Laclau E. (2005), *La Razón Populista*, Buenos Aires; trad. it. *La ragione populista*, Laterza, Roma-Bari, 2008.
- Lovink G. (2007), *Blogging and Critical Internet Culture*, London; trad. it. *Zero comments. Teoria e critica di Internet*, Bruno Mondadori, Milano, 2008.
- Maffesoli M. (2002), *La transfiguration du politique: la tribalisation du monde postmoderne*, Paris; trad. it. *La trasfigurazione del politico. L'effervescenza dell'immaginario postmoderno*, Bevivino, Milano, 2009.
- Mazzoleni G., Sfardini A. (2009), *Politica pop. Da «Porta a Porta» a «L'isola dei Famosi»*, Il Mulino, Bologna.
- Merker N. (2009), *Le filosofie del populismo*, Laterza, Roma-Bari.
- Mommsen W.J. (1974), *Max Weber und die deutsche Politik, 1890-1920*, Tübingen; trad. it. *Max Weber e la politica tedesca*, Il Mulino, Bologna, 1993.
- Mosse G. (1975), *Die Nationalisierung der Massen. Politische Symbolik und Massenbewegungen von den Befreiungskriegen bis zum Dritten Reich*. Frankfurt am Main; trad. it. *La nazionalizzazione delle masse. Simbolismo politico e movimenti di massa in Germania (1815-1933)*, Il Mulino, Bologna, 2009.
- O'Connor J. (1974), *The Fiscal Crisis of the State*, New York; trad. it. *La crisi fiscale dello Stato*, Einaudi, Torino, 1977.
- Offe C. (1975), *Strukturprobleme des kapitalistischen Staates. Aufsätze zur politischen Soziologie*. Frankfurt; trad. it. *Lo Stato nel capitalismo maturo*, Etas Kompass, Milano, 1977.
- Parsons T. (1937), *The Structure of Social Action*, New York; trad. it. *La struttura dell'azione sociale*, Il Mulino, Bologna, 1979.
- Parsons T. (1951), *The Social System*, Glencoe; trad. it. *Il sistema sociale*, Il Mulino, Bologna, 1981.
- Sennett R. (1977), *The Fall of Public Man*, Cambridge; trad. it. *Il declino dell'uomo pubblico*, Bruno Mondadori, Milano, 2006.
- Taguieff P.A. (2002), *L'Illusion populiste*, Paris; trad. it. *L'illusione populista*, Bruno Mondadori, Milano, 2003.
- Tapscott D., Williams D. (2007), *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*, Penguin Group; trad. it. *Wikinomics. La collaborazione di massa che sta cambiando il mondo*, ETAS libri, Milano, 2007.

- Touraine A. (2007), *Penser Autrement*, Paris; trad. it. *Il pensiero Altro*, Armando Editore, Roma, 2009.
- Weber M. (1918), *Parlament und Regierung im neugeordneten Deutschland*, München-Leipzig; tr. it. *Parlamento e governo nel nuovo ordinamento della Germania*, Einaudi, Torino, 1982.
- Weber M. (1922), *Wirtschaft und Gesellschaft*, Tübingen; trad. it. *Economia e società*, Edizioni di Comunità, Milano, 1961.