

Società è comunicazione

Mario Ricciardi (Politecnico di Torino)

Abstract

L'articolo analizza lo stato attuale della comunicazione in rapporto alla società. Laddove la comunicazione in passato è stata decisiva per affermare le tecnologie di libertà, oggi appare subalterna al potere economico-finanziario che la usa come strumento per ottenere il consenso più o meno spontaneo, più o meno estorto di grandi masse di popolazione. Ma la comunicazione non si deve limitare ai numeri, in quanto deve essere capace di raccontare la crisi radicale dell'attuale civiltà e delle relazioni sociali, un compito che oggi viene efficacemente assolto da opere come *The Wolf of Wall Street*, capaci di evidenziare la forza delle comunità emozionali. Max Weber aveva individuato all'origine della società totalitaria del Novecento il ruolo delle comunità emozionali in stretto rapporto all'affermarsi del leader carismatico e alla diffusione di derive plebiscitarie. Oggi le comunità emozionali sono decisive, legate ai processi di crisi economica e alla vittoria del capitalismo finanziario: il loro sfruttamento è oggi funzionale alla fortuna del populismo. Tuttavia, una speranza può nascere, dal popolo degli outsiders i nuovi soggetti che agiscono "culturalmente" prevalentemente nel mondo delle reti. Gli outsiders sono il segnale buono in alternativa all'estinzione delle élites intellettuali; segnalano un popolo che è tuttora senza terra e senza tradizione.

The aim of the article is to analyze the current state of communication in relation to society. Where communication in the past has been crucial to affirm the technologies of freedom, now appears subordinate to economic and financial power that uses it as a tool to gain public consent more or less spontaneous, more or less extorted from large masses of the population. But communication should not be limited to the numbers, as it must be able to tell the radical crisis of the civilization and social relations, a task that is now effectively absolved of film such as *The Wolf of Wall Street*, able to highlight the strength of communities emotional. Max Weber identified emotional communities as an agent of the totalitarian society of the Twentieth Century with the charismatic leader and dissemination of plebiscite drifts. Populism is the current version of emotional communities. However, an hope can be born by the outsiders, the individuals whose main field of action is the network. The outsiders are the signal good alternative to the extinction of the intellectual elites, indicate a people who are still landless and without tradition.

Key words: comunicazione, crisi, comunità emozionali, populismo

Dal punto di vista tematico, il nostro libro indica le tendenze che trasformano il progresso culturale nel suo contrario.
(Adorno, Horkheimer 1966)

Pensai a come Sigmund Freud considerasse il potere in mano alle comunità, che possono sia plasmarci sia corromperci, e mi venne in mente un gioco di parole psicanalitico: "il disagio della connettività".
(Turkle 2011)

Ciò che mi turba profondamente è lo stato attuale della comunicazione. Mi domando come sia stato possibile che una grande spinta di civiltà basata sulle tecnologie di libertà si rovesci nel suo opposto. Al superamento dell'economia del silenzio propria della società fordista e delle società totalitarie del Novecento concorrono forze e ideali diversi; il risultato comune è occasioni di libertà basate sui principi della condivisione e collaborazione alimentati dallo sviluppo delle scienze dell'informazione e poi delle tecnologie digitali e poi da internet e poi dalla società dei network. A questo processo concorrono grandi intellettuali, spesso veri e propri eroi, capaci di vivere in situazioni tragiche, apparentemente senza speranza. A essi si

affiancano giovani imprenditori, gruppi sempre più numerosi e liberi che accettano la sfida del cambiamento.

Oggi, invece, assistiamo alla dissoluzione della società dei produttori e dell'economia industriale e al dominio dell'economia finanziaria. La comunicazione rivela una doppia faccia: ambigua e ambivalente. E' stata decisiva in tutti e due i processi: nel primo caso è protagonista, nel secondo è serva.

Comunicazione e crisi economica

Lo stato attuale della comunicazione facilita le relazioni e aiuta a condividere le risorse, ma appare subalterno al potere economico-finanziario che usa la crisi economica per ribaltare i precedenti rapporti di forza imponendo nuove allocazioni e distribuzioni di potere. Processo che avviene contemporaneamente su scala globale e nei comportamenti della vita quotidiana e nell'intimità (Turkle 2011) delle persone. Rovesciare l'ordine sociale, radicato in un recente passato, negare significato al valore dei migliori, irridere al valore della competenza, rottamare valori morali consolidati. Sono oggi alcune delle conseguenze della cultura comunicativa diffusa, basata su condivisione e facilitazione dei contatti.

Per me si tratta della degenerazione e della distorsione dello spirito di frontiera che ha animato la nascita e lo sviluppo della "rivoluzione" digitale e della cultura di Internet. Se c'è stata una rivoluzione fondata sulla nuova era della società digitale, l'esito attuale è in contraddizione con quel mondo pur usando i vantaggi di quel processo. E' una reazione, cioè una controrivoluzione. Alla dimensione globale della società di internet si risponde con una crisi globale e con una forma inedita di governo globale, basato sulla recessione economica e sull'impoverimento di grandi masse di cittadini. La forza di questa controrivoluzione non si ferma al global, penetra profondamente nelle mentalità, nella vita quotidiana, nell'esperienza di tutti, contrastando l'utopia concreta che affidava alla comunicazione la salvezza del mondo dalle ingiustizie, dalla povertà e infine dai disastri generati dalla seconda guerra mondiale e dal terrore atomico.

Un paradosso: la possibilità a tutti (e quindi a ciascuno) di contattare tutti senza barriere, può essere oggetto di degenerazione criminale. È il mondo di mezzo. Non ci sono barriere sociali né ordini costituiti e riconosciuti che frenino questo processo criminale. E' la scoperta estrema, oggi, in Italia.

"Ci sono i vivi sopra e i morti sotto e noi in mezzo. C'è un mondo in cui tutti si incontrano, il mondo di mezzo è quello dove è anche possibile che io mi trovi a cena con un politico...", così Massimo Carminati nell'intercettazione di una conversazione tra lui e il suo braccio destro Brugia. "Carminati ha creato sinergie illecite con mondi diversissimi tra di loro - spiega il procuratore capo di Roma Giuseppe Pignatone nel corso della conferenza stampa - La teoria del mondo di mezzo è un mondo in cui tutti si incontrano indipendentemente dal proprio ceto. Un mondo in cui tutto si mischia. Carminati parla con il mondo di sopra (ossia la politica e gli imprenditori) e con quello di sotto, ossia quello criminale. E' al servizio del primo avvalendosi del secondo soprattutto per il suo vantaggio" ¹

A conferma di questa rappresentazione "criminale" di un mondo sottosopra, un vero mondo alla rovescia, possiamo riprendere un passo della *Microfisica del potere* (1972) di Michel Foucault: il potere "non è qualcosa che si divide tra coloro che lo possiedono o coloro che lo detengono esclusivamente e coloro che non lo hanno o lo subiscono. Il potere deve essere analizzato come qualcosa che circola o meglio come qualcosa che funziona solo a catena. Non è mai localizzato qui o lì, non è mai nelle mani di alcuni, non è mai appropriato come una

¹ www.repubblica.it 2 dicembre 2014

ricchezza o un bene. Il potere funziona, si esercita attraverso un'organizzazione reticolare". Carminati non rappresenta soltanto l'esemplificazione di come funziona la microfisica del potere, è un vero stratega delle nuove forme di microfisica del potere in Italia. Il potere che circola deve trovare l'habitat adatto, deve essere facilitato attraverso un'immane esasperazione del valore della circolazione, impiantata su una frenetica innovazione tecnologica, orientata soltanto a questo valore. Una situazione che Foucault non poteva ancora sperimentare.

Facilitare e condividere sono stati utilizzati per buttare all'aria l'ordine della società. Lo stato attuale della comunicazione significa: tecnologie digitali, network e reti abilitate per la circolazione, apparati mediatici in trasformazione dalla funzione di megafono, fondato sulle comunicazioni di massa del Novecento, alla penetrazione nell'intimità. Scardinata la distinzione tra sfera pubblica e privata, prevale la comunicazione diretta a ricezione attiva e quindi in qualche modo partecipata, ma senza difese, senza filtri o protezioni. Si dissolve il mito della privacy come luogo personale, separato e protetto: per comunicare bisogna condividere la propria intimità le emozioni gli affetti le conversazioni.

Non si tratta di una distribuzione pacifica di poteri, ma di stravolgimenti nei rapporti di forza. Ci sono i vincitori (pochi) e i perdenti (moltissimi). E' una guerra che comporta una redistribuzione forzata del reddito e del benessere. Siamo il 99% (secondo Wall Street Occupy) ma non contiamo nulla. Facciamo sentire la nostra voce, parliamo ovunque e continuamente (iperconnessi), ma il potere sta altrove e in larga maggioranza accettiamo un percorso eterodiretto, quello tracciato dai leader populistici attraverso la comunicazione diretta e la distruzione delle élites intellettuali. Tutto fluisce in un tempo presente così dilatato da sembrare eterno; in realtà è cambiato –attraverso la crisi e le politiche a essa connesse- un ordine costituito, basato sul riconoscimento di alcuni attori principali che fondavano la loro legittimazione sulla storia della modernità a partire dal XVIII secolo. Si tratta dello stravolgimento di valori e di gerarchie sociali. Un ordine che viene ribaltato alla radice. L'esperienza del tempo presente è diluita nei flussi che ci circondano (apparentemente solo in superficie) e nei mutamenti significativi dei comportamenti e della vita quotidiana. La mutazione e la conseguente pressione sui comportamenti, avviene contemporaneamente dentro e fuori, in superficie e in profondità; quello che viviamo e sperimentiamo sembra dare nuovo fondamento alle teorie di Foucault (1972; 1978-1979). E' singolare che in questo trasferimento dell'attenzione verso il molecolare, il micro-mondo dei rapporti di prossimità, non venga posta la dovuta attenzione alla funzione che esercita la comunicazione sia come apparato sia come pratica, nel semplificare e nel rendere attivi e diretti, canali che distruggono tradizioni e forme consolidate di trasmissione di consenso e di potere mentre creano legami diffusi e efficaci.

La società è nella sua essenza comunicazione. Le comunità come forma attuale della società costituita sono anch'esse permanentemente e costantemente società. E lo stato attuale della comunicazione ci rivela quanto le teorie e le pratiche della comunicazione digitalizzata abbiano sconvolto la società e abbiano indirizzato la nostra visione, forgiato il nostro consenso, scardinato alcuni paradigmi (come il valore della produzione e del lavoro), dissolto il principio di separazione tra pubblico e privato e infine rovesciato culture. La forma che, genericamente e spesso impropriamente, viene definita populismo è la versione politica di un processo che critica e spesso distrugge i presupposti sociali di questo ordine.

La comunicazione è passata al servizio della rivoluzione finanziaria contro il capitalismo industriale e contro gli assetti di potere contrattati nella seconda metà del secolo passato. Politiche di austerità contro politiche dei redditi, liberismo senza regole contro welfare e patti intergenerazionali.

Per semplificare: il campo della comunicazione è un campo di battaglia, dove si praticano guerre globali e guerre locali. L'attuale stato della comunicazione è il risultato di una fondamentale ambiguità che gli esperti di scienza della comunicazione non hanno saputo né leggere né interpretare. I più docili non hanno fatto altro che mettersi al servizio del vincitore. Ambiguità o ambivalenza, la comunicazione è un campo decisivo per le sorti della nostra società e dei cittadini.

Nella guerra tra comunicazione buona e comunicazione cattiva, oggi i cattivi stanno vincendo a mani basse. Ma ci sono e soprattutto ci sono stati anche i buoni.

Lévi Strauss (1968) indica la comunicazione quale struttura portante della società: *Una società è fatta di individui e di gruppi umani che comunicano fra loro*. Senza comunicazione non esiste società.

Lo strutturalismo facilita enormemente la circolazione delle idee dei comportamenti e le relazioni biunivoche tra umano e realtà esterna (*tout se tient*). La circolazione dei messaggi trova un habitat comune permanente poiché ogni cosa è in rapporto materiale a un'altra, e per ogni cosa esiste una ragione che ne spiega il significato in rapporto all'intero sistema che definiamo come realtà. Le relazioni, le connessioni sono più significative dei contenuti. La struttura è l'essenza permanente della realtà, ma le dinamiche che fanno sì che la realtà sia una partita tra viventi, si giocano tutte nelle reti di relazioni e di significati che incessantemente vengono generate.

"Io ho ... cercato di definire delle cose, non delle parole.² In *Miti d'oggi* (1957) Roland Barthes si presenta come uno studioso all'interno delle scienze sociali e presenta la semiologia nell'orizzonte delle scienze sociali. La semiotica di Barthes cerca i segni diffusi e distribuiti che ci sono dappertutto ma spesso sono discriminati dalla cultura ufficiale che non ne vede i legami. Barthes in *Miti d'oggi*, individua l'esplosione dei segni come relazioni mediatiche delle comunicazioni di massa. La società si riempie di segni e di simboli che dilagano dappertutto e rivelano significanti e significati dappertutto, in ogni luogo, rendendo insignificante ogni luogo. La matrice sociale, che non viene negata anzi esaltata, è radicata dalla socialità materiale, fisica di corpi e territori, si ricolloca nell'universo dei segni: per Barthes sono i segni che vincono sulle cose. Barthes scopre la produttività infinita della cultura di massa, la sua riproducibilità senza limiti, bulimica invasiva invadente: in una parola sola, dominante. Essa esprime, alla fine, un dominio globale attraverso lo sfruttamento delle reti digitali, ma è una produttività di segni, di simboli non di oggetti o di prodotti "Questa parola è un messaggio. Quindi può essere tutt'altro che orale; può essere costituita da scritte o da rappresentazioni: il discorso scritto, ma anche la fotografia, il cinema, il reportage, lo sport, gli spettacoli, la pubblicità, possono servire da supporto alla parola mitica" (1957).

La società può essere descritta, abitata e interpretata in modo significativo solo attraverso lo studio dei messaggi. I messaggi per Wiener non sono soltanto segni che danno senso al mondo abitato; sono messaggi a matrice tecnologica, generati da tecnologie e da modelli computazionali che, a loro volta, generano nuove forme di relazioni e quindi di società. E' mia convinzione che il comportamento degli individui viventi è esattamente parallelo al comportamento delle più recenti macchine per le comunicazioni" (1950).

La strategia è questa: disseminazione delle informazioni in opposizione al segreto militare, condivisione delle risorse contro lo sfruttamento industriale della conoscenza. La disseminazione delle informazioni e la trasparenza sono le armi contro il monopolio, che è tendenza strutturale del capitalismo industriale. La comunicazione può salvare il mondo sia dallo sfruttamento del mercato sia dal terrore atomico. Wiener ha la visione di un *homo communicans* a forte base etica, pronto a usare le macchine per comunicare: "per l'uomo vivere equivale a partecipare a un grande sistema mondiale di comunicazione" (1948). La realtà deve essere interpretata e spiegata in termini di informazione e di comunicazione. Wiener intuisce che occorre legare la categoria scientifica dedicata all'analisi del "comportamento" a quella dell'informazione: il "comportamento" degli esseri umani consiste nello "scambio di informazioni" ed è integralmente spiegabile attraverso le categorie di informazione e di comunicazione. È un nuovo paradigma che mette al centro l'informazione e le dinamiche che la caratterizzano: La società può essere compresa soltanto attraverso lo studio dei messaggi e dei mezzi di comunicazione relativi ad essi.

² <http://www.leparoleelecose.it/?p=6133> intervista a Roland Barthes per *Mythologies* (1957)

E' possibile realizzare l'utopia concreta di una società tra pari perché attraverso le macchine e poi internet, gli accessi alla rete sono fondati su di una struttura costituita di nodi tutti allo stesso livello? E' possibile una società non governata da monopoli o da gerarchie precostituite?

Di fronte allo stato attuale della comunicazione ci dobbiamo porre la domanda decisiva. Le macchine connesse hanno in sé il germe di una società senza mediazioni e quindi non democratica in cui il leader vince con la linea plebiscitaria? Le macchine digitali cooperano nel trasformare la società delle mediazioni (che ha fallito in tutta evidenza), ma il sistema delle connessioni e oggi il sistema dei network può indebolire, può inquinare e infine declassare il valore delle relazioni umane nella società?

La disfatta dei numeri

Nell'attuale situazione, la diffusione e l'accettazione dei messaggi sono indipendenti dai numeri, che dovrebbero rappresentare oggettivamente la crisi stessa. I messaggi soverchiano i numeri rendendoli privi di valore. Le parole e le immagini dominanti indicano la causa della crisi in uno smodato uso di beni di interesse pubblico, uso incontrollato e eccessivo, da parte dei cittadini stessi. Questa idea diffusa della crisi non è possibile senza lo stato attuale della comunicazione. La comunicazione è il veicolo più potente per affermare i meccanismi della crisi come governo delle persone (Gallino 2013). Se facciamo un elenco dei messaggi diffusi per spiegare le cause della crisi e le sue necessarie conseguenze, possiamo concludere che siamo di fronte a un conflitto palese tra la rappresentazione della crisi stessa attraverso l'informazione fondata sui numeri, cioè su dati oggettivi, e la comunicazione delle cause e dei responsabili della crisi, indirizzata a ottenere il consenso più o meno spontaneo, più o meno estorto di grandi masse di popolazione. Alla fine la stragrande maggioranza della popolazione distribuita nel mondo appare vittima e colpevole della crisi in atto (quella contemporanea, che definisce la contemporaneità, a partire dal 2007/2008).

Le correlazioni tra numeri e comportamenti sono rivelatrici di processi sociali: il debito come modalità per creare sottomissione al potere dominante attraverso il legame inter-generazionale, il dominio delle banche (quindi il potere finanziario) con inarrestabili e incontrollabili tassi di disoccupazione e di disuguaglianza. Più il denaro si smaterializza, più la povertà si materializza e si espande. E' significativo che tra gli economisti che più criticano le scelte di politica economica messe in atto, quelle che, con una sola parola, sono etichettate come politiche di austerità, venga messo l'accento sull'azione aggressiva per ottenere consenso attraverso forme di persuasione truffaldina e alla fine di distorsione totale e di deformazione profonda della realtà. Le parole utilizzate impongono un paradigma che fa capo alla deformazione e allo stravolgimento dei valori base della società e della cittadinanza per arrivare infine all'immagine di un mondo capovolto in cui la ragione i valori e le responsabilità sono mascherate in un continuo e pesantissimo gioco di messaggi e di segnali che fluiscono direttamente dai luoghi più inaccessibili della finanza ai luoghi più indifesi del cittadino, raggiunto dalle comunicazioni di massa o dalla comunicazione personale attraverso i social network.

Nel recente dibattito, Piketty e Graeber (2013) si concentrano sul debito e sull'enorme rilevanza della disuguaglianza. La crescita a dismisura della disuguaglianza mette in crisi le forme di governo. È possibile un crollo del sistema? Secondo Piketty (2013): "Un simile esito è in realtà strettamente dipendente dalle reazioni della politica e dalla capacità delle élites di CONVINCERE il resto della popolazione che la situazione sia accettabile. Se si dà un apparato di persuasione molto efficace non c'è alcun motivo per ritenere che il sistema non possa continuare a esistere nelle attuali condizioni. Non credo pertanto che delle forze puramente economiche saranno in grado di determinarne la caduta." Ma la disuguaglianza è insostenibile e aggiunge ancora Piketty: "sì ma anche qui l'apparato di persuasione o quello repressivo a seconda del paese di cui parliamo oppure la combinazione di entrambi possono fare sì che una tale situazione duri molto a lungo". Per Graeber il liberismo ha privilegiato il politico e l'ideologico sull'economico, infine "ha dispiegato tutto il suo arsenale per far sì che la gente

creda che il capitalismo sia sostenibile a lungo termine ... Un'offensiva dell'immaginario tanto efficace che molti che fanno un lavoro di merda pensano che non esistano alternative (Graeber 2011)

Accanto alla parola "disuguaglianza" appare spesso la parola "persuasione"! i numeri da soli non sono persuasivi e non rappresentano efficacemente la crisi, occorre trovare una spiegazione nei comportamenti e più a fondo nelle emozioni e nelle convinzioni che appartengono alla sfera delle persone. Come spiegare da parte di milioni di persone l'accettazione del peggioramento delle proprie condizioni di vita insieme a quelle politiche di austerità che sono le principali cause di quel peggioramento? bisogna capire cosa sta succedendo nella mente e nel cuore delle persone.

La crisi come modalità di governo delle persone è il titolo di un capitolo di una recente pubblicazione di Luciano Gallino (2013). Come si possono governare le persone, in questa situazione, senza usare esplicitamente il bastone del comando cioè la figura propria dello stato totalitario? Gallino legge la crisi in corso come la forma necessaria di governo globale attraverso un gigantesco controllo sociale. Rimane però insoddisfatta la domanda: che cosa è cambiato nelle forme di potere dalla società totalitaria del Novecento a oggi? La creazione di un consenso di massa fu ottenuta tramite la violenza e tramite una forma di mobilitazione di tutti in piazza, nei grandi raduni in pubblico, nelle adunate. Non è questo lo strumento attuale per governare attraverso la crisi. La strada è facilitata sia su scala globale sia su scala personale dall'uso delle tecnologie digitali e dei network digitali che consentono di distruggere alcuni ostacoli e di diffondersi direttamente a livello di quotidiano, quindi di uso personale. La comunicazione persuasiva e personale bypassa gli istituti della mediazione politica sociale e economica, ne mette in discussione l'autorità e mette in discussione l'autorità delle élites, soprattutto delle élites intellettuali (i migliori, i competenti, i capaci). Calcolo economico e interesse personale corrispondono a un'azione di disintermediazione cioè di distruzione dei corpi intermedi, quindi della politica della mediazione. In questo modo, però, si recidono legami e relazioni tra individui, cioè attività condivise in cui c'è sempre una forma sociale di collaborazione e di cooperazione, indispensabile per un corretto rapporto tra sfera pubblica e sfera privata. L'istituto della mediazione è sostituito dalla comunicazione diretta, facile e diffusa. Il mezzo sono le tecnologie abilitanti e facilitanti fondate sul combinato disposto tra rivoluzione digitale e creazione dei network globali e delle comunità virtuali. Queste sono le nuove forme di relazioni sociali e culturali, penetrate nella vita quotidiana e quindi facilmente appropriabili da tutti. Il potere finanziario piega la comunicazione digitale al suo servizio. L'abbandono dell'idea forte di produzione (non solo tecnica) per un'idea debole di produzione è il segno del passaggio da un'economia industriale a un'economia finanziaria (Stiglitz 2002). Oggi la comunicazione divora la produzione, elimina soprattutto il luogo deputato alla produzione, fa scomparire i cancelli (le recinzioni, le enclosures, simbolo della proprietà alle origini del capitalismo) e fa prevalere le finestre (simbolo del mondo aperto di internet) nei network a facilitare un lavoro senza orari, quindi senza tempo, fondato sul flusso di conversazioni e scambi di messaggi. La comunicazione si impone come nuova forma di produzione (nuovo modo di produzione).

Homo homini lupus e mondo alla rovescia

La crisi colpisce le persone direttamente nelle condizioni materiali di vita e dentro le stesse persone; è anche una crisi di persone. I numeri rappresentano in modo troppo debole e mistificabile dalla comunicazione la gravità della crisi economica. Quali sono gli strumenti e i modi per descriverla e interpretarla in modo più efficace se "l'uomo è essenzialmente l'insieme dei rapporti sociali in cui si trova a vivere" (Gallino 2013)? Anche gli economisti evocano un Balzac redivivo che, attraverso una nuova *Comédie Humaine*, sappia fare la sintesi tra numeri e persone, cioè sappia rappresentare una società e individuarne i caratteri profondi. Questa sintesi ha necessariamente come forma di comunicazione pertinente il linguaggio; attualmente le soluzioni più efficaci sono state realizzate attraverso il linguaggio cinematografico.

Io penso che i due caratteri fondamentali, che possono essere così rappresentati, siano la riapparizione della legge della giungla e l'immagine di una società messa sottosopra.

La legge della giungla è un meccanismo primordiale che fu combattuto e represso dalle diverse forme politiche che diedero origine alla società moderna; perché il prevalere della pratica generalizzata di *homo homini lupus* impedisce la formazione della società civile. Dopo l'affermazione della civiltà moderna, il modo più efficace per rappresentare questi istinti e queste motivazioni, che hanno origine dal profondo sia dell'umano sia del sociale, è quello di narrarlo come degenerazione, come l'esito drammatico di un mondo messo sottosopra in cui i valori e le motivazioni dell'uomo comune sono rovesciati e ribaltati: un vero mondo alla rovescia. E' il ritorno a uno stadio pre-civile. La legge della giungla riapparsa richiama con efficacia la recessione economica come fenomeno non solo di impoverimento. E' una regressione sia sociale sia morale, un violento ritorno all'indietro che blocca ogni aspettativa di futuro. Istinti e passioni senza regole contro la razionalità e il dovere proprio della società del capitalismo industriale.

Nel cinema esiste la possibilità di usare le forme e i linguaggi del racconto emozionale, parlato e rappresentato per immagini suggestive e flussi di impressioni. Un esempio eccellente è il film *The Wolf di Wall Street* (2013): qui le persone e i rapporti tra le persone sono i rivelatori della degenerazione in atto. Una degenerazione che consente loro di guadagnare ricchezza, tanta ricchezza e in breve tempo. *The Wolf of Wall Street* rappresenta in modo magistrale sia la ferocia del paradigma *homo homini lupus* sia l'affermarsi di una società sottosopra. Lo straordinario linguaggio cinematografico utilizzato da Scorsese mostra la violenza e la trasgressione anche esibizionistica dei protagonisti. Rende con efficacia e con grande potenza espressiva un mondo alla rovescia in cui vincono i più furbi, gli imbroglioni. Costoro provengono dalle classi medie declassate, espulsi a causa della crisi proprio da quella classe media di cui aspiravano di fare parte. Ottengono un successo insperato agendo fuori dalle regole e conquistando in tempi brevissimi un'incredibile ricchezza. Il loro nuovo status si basa sull'esibizione di una pratica costante di violazione delle regole, di comportamenti fuori misura e trasgressivi rispetto alla morale dominante. In apertura del film il valore dell'apparenza è celebrato nella presentazione pubblicitaria della società fondata dal protagonista. La pubblicità esalta i valori correnti e riconosciuti (lealtà, onore), ma la società reale, promossa da quella pubblicità, mette in pratica comportamenti opposti. Perché? E' dichiarato nella presentazione stessa: "Wall Street può essere una giungla" dove valgono ovviamente le leggi della giungla. Il protagonista Jordan Belfort si presenta come ex membro della classe media, quella rappresentata dai genitori (ragionieri) ma lui a 26 anni guadagna 49 miliardi di dollari (quasi un milione di dollari a settimana) e esalta il dio denaro. Le sue parole: il denaro ti rende invincibile (dopo avere esaltato l'uso massiccio di droghe)³. E' un campione dell'ascesa sociale a ogni costo ma il modello non sono i più bravi, gli esperti, quelli capaci; i suoi compagni sono i meno dotati e i meno intelligenti, i meno competenti, quelli che non vengono accettati e riconosciuti dalle regole stabilite. Jordan rappresenta un vero tipo antropologico, il risultato di uno snaturamento che produce energie e motivazioni che pongono al primo posto: vivere l'attimo, le emozioni e il risultato immediato. Contrariamente a quanto sostenuto dall'ideologia del liberalismo e cioè l'esaltazione del valore assoluto del calcolo personale (come dice la Thatcher: "non esiste la società"), del "pensa solo a te stesso", questi non-valori si accompagnano a forme nuove di socialità, alla costruzione di rapporti di fratellanza originati fuori e contro le regole della società costituita. Si formano gruppi bande organizzazioni che hanno la loro moralità la loro solidarietà e i loro affetti. Sono vere comunità emozionali fuori dalle leggi dell'apparenza "etica" della società borghese. Gli esempi di società sono esempi di fratellanza⁴. La storia del film racconta come si costituisce la fratellanza nel nuovo mondo della dissoluzione violenta della classe media e della sua sostituzione con bande di avventurieri

³ Il denaro ti rende un uomo migliore Ho sempre voluto essere ricco

⁴ Con il team giusto la vita ti cambia in una notte, la scena del presunto addio all'azienda in cui viene esaltato la nuova forma di coesione aziendale, lo spirito di gruppo: Ti amo... lo spettacolo continua"

pirati e delinquenti. Questi infrangono ogni giorno le vecchie leggi della legalità e dell'onore con la pratica "smodata" di sesso droghe ... ma rispettano tra di loro le stesse leggi, rovesciate, in cui c'è fratellanza solidarietà amicizia. Così la società costituita viene capovolta e stracciata nei suoi valori principali di coesione e di rispetto delle regole. In questa rappresentazione filmica sono soltanto REGOLE ASTRATTE. I comportamenti trasgressivi sono diretta conseguenza della sfiducia nei processi di emancipazione attraverso l'istruzione o attraverso il lavoro e l'impegno: la classe media come cuscinetto tra ricchi e poveri viene distrutta da un declassamento violento e irrisa nei valori che tenta ancora di far accettare: Siamo dei degenerati. Questo tipo di comunità emozionale si costruisce sul successo economico, cioè sul valore assoluto del denaro. La giungla dentro la società è dentro le società che operano per generare ricchezza. Gli esempi sono numerosi nel film. La presentazione della società di Jordan attraverso la pubblicità. L'entrata di Jordan a Wall Street: Il mito della classe media viene sbeffeggiato dai comportamenti e dalla rivelazione dei veri fini che dominano Wall Street. Bisogna apparire e fare denaro per sé attraverso l'imbroglio e sfruttando la cieca avidità di chi compra azioni per speculare. Jordan entra a Wall Street per capire le regole del mercato finanziario e subito scopre quanto sia volatile il denaro (sono numeri, sono click al computer per tutto il giorno: il denaro è valore astratto.) Non ci sono esperti e autorità se non quelle repressive. Jordan ne viene espulso dalla crisi; più nessuno vuole i brokers nella middle class; devi cercare più in basso per risalire senza ostacoli e senza regole. La sintesi del lavoro del broker è: guadagnare sulle percentuali delle operazioni finanziarie, il resto è inganno, è immateriale e volatile (finanza).

Il film di Scorsese rappresenta uno strappo rispetto alle diverse rappresentazioni filmiche che propongono una visione e un'interpretazione di ciò che cambia nella società mondiale. Non possiamo qui analizzare la serie di film di fiction, di *docufilm* o di serial che sono apparsi per il grande pubblico, possiamo sinteticamente ricordare film che identificano con efficacia valori o disvalori

Ad esempio il valore della competizione esasperato fino agli estremi limiti proprio di una società in espansione e votata al cambiamento. I protagonisti non perseguono una forma di oltraggio alle regole costituite, applicano il modello *Wired*, *Change is good*. Sono ad esempio i protagonisti di *The social network* (Fincher 2010) o de *I pirati della Silicon Valley* (Burke 1999). Il limite è la giustizia, che combatte l'espansione monopolista nel caso di Microsoft e che impone l'applicazione del giusto diritto di proprietà per Zuckerberg. Si creano i miti di Bill Gates l'infame imbrogliatore e di Steve Jobs creativo e aperto a ogni innovazione. L'inizio dei Pirati si apre sul set cinematografico dello spot televisivo della Apple, la cui regia fu affidata a Ridley Scott. E' il monologo di Steve Jobs per illustrare lo spot pubblicitario di Apple: "Non voglio che pensiate sia... solo un film, un processo di conversione di elettroni e impulsi magnetici in forme, figure e suoni; no! È ben altro! Siamo qui per cambiare l'universo, altrimenti perché saremmo qui? Stiamo creando una coscienza completamente nuova, come fanno gli artisti o i poeti. Così dovete vedere la cosa: noi stiamo riscrivendo la storia del pensiero umano"

Il film sintetizza in personaggi, episodi, frasi a effetto la realtà del vincente potere finanziario a partire dai miti di *Wall Street* nel film di Oliver Stone con alcune frasi celebri dei protagonisti: "Avidità?! Cosa c'è di male... dopotutto, è solo una questione di soldi". Sono le parole di Gordon Gekko in *Wall Street* (1987) diretto da Oliver Stone opposto o forse soltanto parallelo a "La vita si condensa in pochi attimi" il motto di Buddy il giovane protagonista "buono". *Too Big To Fail – Il Crollo dei Giganti* (Hanson 2011) diffonde il mito "troppo grandi per fallire" che favorisce la diffusione dei derivati, l'inquinamento del valore reale di banche e di associazioni finanziarie. E ci sono anche eccellenti docufilm che documentano con un'abile mescolanza di fiction e di riprese ad es. di telegiornali o di episodi reali il meccanismo della "truffa globale" come nel caso di ENRON o l'origine di questi processi (l'Islanda!!) in *Inside job* (Ferguson 2010). Ma *In the Wolf* appare la tendenza "interna" alla nostra società di oggi. I protagonisti sono quelli che agiscono selvaggiamente contro le regole del capitalismo, per ribaltarne i valori infrangendo ogni forma di etica. I loro comportamenti esaltano ciò che la società costituita

presenta come non-valore: sono le motivazioni per nuovi comportamenti che violano proprio quelle regole e ottengono quello che vogliono, creando al tempo stesso nuove forme di fratellanza. Gli esempi più convincenti sono le riprese filmiche e documentarie delle assemblee, delle riunioni di queste comunità di affari, coinvolgenti e esaltanti tutti coloro che vi aderiscono e vi appartengono, quasi sempre come soci o consulenti o collaboratori, non come dipendenti. Qui appare ben visibile la forza trainante di una comunità emozionale. Questa è la nostra società?

Comunità emozionali

Il ruolo delle comunità emozionali era già stato analizzato da Max Weber in stretto rapporto all'affermarsi del leader carismatico e alla diffusione di derive plebiscitarie: carisma comunità emozionale e deriva plebiscitaria costruiscono la società totalitaria del Novecento.

Max Weber mette in opposizione l'ascesa del leader carismatico con la razionalità del capitalista (e la sua etica). Il demagogo moderno sfrutta le emozioni mentre il capitalista si avvale della razionalità. Il potere della parola e poi dell'immagine e dei mezzi di comunicazione per le masse non sostituisce la violenza del dominio, ma la affianca e la rende totale, imponendo la società totalitaria.

Il gruppo di potere di questa specie costituisce una comunità di carattere emozionale. L'apparato amministrativo del signore carismatico non è un "corpo di funzionari", e tanto meno un corpo di funzionari dotati di preparazione specializzata. Esso non è scelto sulla base del ceto né con criteri di dipendenza domestica o personale. Esso viene invece costituito in base a qualità carismatiche: al "profeta" corrispondono i "discepoli", al "condottiero" corrisponde il suo "seguito" e al "duce" in genere corrispondono gli "uomini di fiducia". (Weber 1922)

Il leader carismatico "moderno" è soprattutto un demagogo cioè un capo con eccezionali qualità di comunicatore: "Dal tempo dello stato costituzionale e soprattutto della democrazia, il "demagogo" è il tipo del capo politico in Occidente." Politica moderna è comunicazione: "La demagogia moderna si serve senza dubbio anche della parola detta: in misura quantitativamente enorme, se si pensa ai discorsi elettorali che deve tenere un candidato moderno. Ma ancor più efficacemente si serve della parola stampata. ... Il pubblicista politico, e soprattutto il giornalista, è oggi il principale rappresentante della specie."

Oggi le comunità emozionali sono decisive, legate ai processi di crisi economica e alla vittoria del capitalismo finanziario. Sono orientate non politicamente ma dalla ricchezza ottenuta facilmente. Agiscono in una società in cui coesistono le comunicazioni di massa in trasformazione, con la diffusione dei network digitali e delle tecnologie mediatiche a portata di mano e facilmente usabili (Castells 2009). Il carattere attuale del populismo trionfante va legato a questi processi: disintermediazione e attacco ai corpi intermedi della società, utilizzo sempre più efficace di messaggi diretti e diffusi. Così viene distrutto il ruolo storico delle élites intellettuali e il loro patrimonio di elaborazione culturale, di competenze e la funzione storica, che spesso hanno esercitato, di filtro e difesa della società (e dell'individuo) dal dominio del potere assoluto.

Lo sfruttamento delle comunità emozionali è oggi funzionale alla fortuna del populismo e delle sue diverse apparizioni. In Italia significa Berlusconi, Grillo, Renzi.

Uno dei caratteri costitutivi del populismo contemporaneo è la negazione del valore delle élites intellettuali e del sapere specifico: la distruzione delle élites si accompagna all'eliminazione dei corpi intermedi. Quello che si chiama disintermediazione. Eliminare la funzione di corpi sociali, storicamente costituiti, è possibile soltanto se si ha la disponibilità piena del territorio della comunicazione, dei media per le masse e soprattutto dei media a portata di mano, facilmente usabili e scambiabili, che penetrino nell'intimità e risolvano tacitamente (dissolvendola) l'antica gerarchia che collegava ma distingueva la sfera pubblica dalla sfera privata (Habermas e Thompson). La sfera privata era campo protetto di valori e di intimità all'opposto della sfera pubblica, deputata al confronto aperto al dialogo e alla competizione. Mescolando intimità con pubblicità, la personalizzazione del medium crea una nuova forma di solitudine. Il soggetto si isola dai tradizionali luoghi in cui si genera consenso, dagli spazi di pratica sociale; crolla il

valore dello stare insieme, del conversare e del reciproco e quotidiano dialogo, esplicito e implicito (il valore storico della conversazione). Lo stato attuale della comunicazione a predominio digitale consente di rendere molto più diretto molecolare e intimo, quindi più persuasivo, il messaggio, specie nella sua interferenza con la vita quotidiana. Questo è il terreno adatto per predisporre grandi masse di popolazione ad accettare, senza difesa, messaggi non controllabili né verificabili autonomamente. L'eliminazione degli esperti o competenti nel decifrare il messaggio stesso, è essenziale. Il convincimento e il consenso non derivano dall'adesione a ideali o dalla partecipazione a grandi progetti, ma si generano nella pratica e nell'esperienza quotidiana anche quando, proprio la vita di tutti i giorni, rivela oggettivamente perdita di vantaggi o privilegi, abbassamento evidente del tenore di vita. *Siamo il 99%* dicono i *Wall Street occupy (We are the 99%)*. Una dichiarazione che, involontariamente, segnala la disperante assenza di rappresentanza politica e culturale di quella altissima maggioranza così richiamata. Toni diffusi di rassegnazione e segnali senza speranza per il futuro erano testimoniati anche dai sondaggi più tradizionali; un futuro migliore sembra uscito dai radar della parte più numerosa della popolazione che realmente si impoverisce: si impoveriscono quelli che vivevano nel mondo della società opulenta e ricca; l'altra parte del globo, assai più numerosa, nasceva "storicamente" povera.

Contro il populismo si sono sempre schierate le avanguardie culturali, le élites intellettuali. Una forma tipica di avanguardia nella rivoluzione tecnologica è rappresentata dagli hackers. Il limite degli hacker (buoni) immaginati da Pekka Himanen (2001), è tuttavia quello di essere avanguardie nell'abbondanza di risorse, élites legate a una società sempre in crescita, a una società opulenta. La critica dell'etica del lavoro di Max Weber quale fulcro del capitalismo industriale, è la base per costruire l'ideologia degli hacker "buoni". Gli hacker sono visti da Himanen in opposizione all'etica del lavoro propria del capitalismo, quali protagonisti delle tecnologie di libertà, dell'arte della programmazione, dunque della creatività digitale. Una forma di nuova avanguardia, di nuove élites in cui il salto di qualità è rappresentato dal valore totale, attribuito alle tecnologie digitali. Un orizzonte totalmente estraneo all'etica weberiana. Ma gli hacker "buoni" sono un'avanguardia impotente di fronte ai meccanismi globali di distruzione delle risorse e di opportunità, come avviene nell'attuale dominio del capitale finanziario.

Il popolo degli outsiders

Una speranza se non un'utopia può nascere, oggi, non dalle avanguardie, ma dal formarsi di un popolo: è il popolo degli outsiders. Sono nuovi soggetti che agiscono "culturalmente" prevalentemente nel mondo delle reti. Gli outsiders non hanno posizioni di rendita, né privilegi da difendere: non più élites o avanguardie, ma popolo, un popolo diffuso, reticolare, fuori dai canoni, che riemerge. Sfortunatamente riemerge alla fine di una fase di ricchezza e opportunità e deve confrontarsi con una globalizzazione che produce marginalizzazione, disuguaglianza e povertà.

Lo scenario in grande di cui gli outsiders sono partecipi (e debolmente consapevoli) è l'irruzione della ratio computazionale (Turing 1936-7) a sostituire la ratio alfabetica (Havelock 1986). Spostare l'interesse sul gioco sulla manipolazione sul contatto e sulla mescolanza fisica di oggetti e manufatti, può essere l'opportunità per superare la debolezza intrinseca della mente computazionale. Essa nasce solo mente e non corpo, è ratio astratta per necessità storica, incapace di fronteggiare la forza del nuovo potere finanziario che si appropria delle reti, delle comunità virtuali e dei social media.

Gli outsiders sono eredi della ratio computazionale nelle pratiche e estranei nella vita quotidiana alla ratio alfabetica e al modello logico-sequenziale. Noi ammiriamo attraverso i grandi processi storici e di civilizzazione, che sono la nostra tradizione, la grandezza della civiltà alfabetica che si trasforma in civiltà della scrittura e della stampa cioè nella società moderna. La mente computazionale ha percorso solo un breve tratto di strada; ci sono ancora percorsi drammatici da intraprendere, vie oscure e minacciose, a alta conflittualità. La mente computazionale può distruggere la mente alfabetica e il modello logico sequenziale e fondare

un nuovo paradigma. In tempi recenti l'affermazione della mente computazionale, applicata al lavoro, ha favorito l'affermazione del lavoro digitalizzato contro il lavoro produttivo (Marazzi 1999 e 2002; Rullani 2004)

Per gli outsiders funziona bene l'opposizione creata da Lévi Strauss tra i *bricoleurs* e gli *ingénieurs* (Lévi Strauss 1962). Io intendo il bricolage come segno qualificante gli utilizzatori di rete che identifico nella forma degli *outsiders*. Sono *segnali*, sono tipici di una cultura che sta abbandonando il codice alfabetico e la scrittura testuale; la sta svuotando dei suoi significati forti per sostituirla con pratiche dirette, manipolazioni di oggetti di natura diversa (non riconosciuti come culturali dalla tradizione o dal canone). Questi processi rappresentano un'estensione delle pratiche culturali, ma di una cultura che, secondo la profezia di McLuhan, può essere una cultura non alfabetizzata. Sono alfabeti di origine, ma non-alfabeti nelle pratiche: impegnati in attività culturali di tipo soprattutto visuale, desiderosi di manipolare e di toccare.

Gli outsiders sono il segnale buono in alternativa all'estinzione delle élites intellettuali; segnalano un popolo che è tuttora senza terra e senza tradizione. Per la prima volta un popolo debolmente alfabeto pratica ogni giorno cultura e manufatti culturali. E' l'erede di Turing, che con il modello computazionale agiva per sfuggire alla prigione della società totalitaria e del fordismo. Gli intellettuali non sono diventati "gente comune" come Turing (1950) auspicava. Ma incomincia a profilarsi un popolo che "gioca" con i manufatti culturali. Le statistiche recenti li descrivono come *users*, generatori di culture e non autori; deboli culturalmente, senza tradizione, manipolatori e non autori. Questa visione solo negativa riflette il modello di intellettuale tipico della società classista del Novecento, della società delle differenze, della modernità.

Io li vedo invece agire all'interno dei processi di globalizzazione, capaci di sfruttare positivamente le opportunità create dalla rivoluzione tecnologica del digitale mentre scompaiono le élites intellettuali come guida della società, si dissolvono la sfera pubblica e l'opinione pubblica (Habermas 1981). I processi in corso non agiscono per differenze. Gli strumenti culturali oggi possono essere maneggiati da gruppi e comunità ben più numerosi e cosmopoliti e nomadi che mai siano apparsi nella storia dell'umanità (Lévy 1999): la quantità può tramutarsi in qualità senza essere obbligata a trasformarsi in élite.

Per questo popolo prevale la cultura del fare per conoscere, del manipolare "cose" per saperne di più. Queste pratiche devono essere ghettizzate culturalmente o isolate come un mondo dei "loro", i primitivi, debolmente acculturati dalla scuola di massa e dalla cultura di massa e neppure lasciate indifese di fronte alle azioni di sfruttamento commerciale. Si stanno trasformando gli strumenti della conoscenza intellettuale insieme alla sua estensione globale a soggetti diversissimi per nazionalità, cultura, vita quotidiana. Ma le pratiche intellettuali aumentano. E' sufficiente leggere alcune delle principali ricerche di Giovanni Boccia Artieri dedicate alle attività prevalenti in rete per guardare a questi processi in modo diverso: quelli che sembrano pochi dal punto di vista delle percentuali riferite agli utenti colti e autoriali e quelle pratiche che sembrano solo attività di scarso interesse culturale, sono indici di una crescita globale senza precedenti. Mai gli umani furono caratterizzati "culturalmente" in così grande numero, in forme così diffuse e con pratiche quotidiane così complesse (uso delle tecnologie digitali e dei media contemporaneamente) nella storia del genere umano.

E' una generazione fai-da-te molto diversa dalle generazioni attive nel secolo XX. E' un movimento indipendente e alternativo al dominio del populismo, delle comunità emozionali sfruttate dal leader carismatico in una deriva plebiscitaria senza fine e senza opposizioni

Grandezza e miseria di scienze(a) della comunicazione

L' università italiana come luogo, già in crisi, di formazione di élites, attraverso scienze della comunicazione aprì le porte a un popolo di outsiders.

Scienze della comunicazione sta dentro l'onda lunga generata da una società, al tempo stesso, opulenta e repressiva, una società della liberazione (potenziale) e del boom economico (reale), e della re-distribuzione, attraverso il welfare, di potere politico e sindacale e di salario e

benessere a una più larga parte della popolazione. Tra la fine degli anni '80 e per tutto il decennio successivo, l'attivazione di Scienze della Comunicazione, la partecipazione dei giovani e la diffusione in sedi e contesti diversi, poteva essere il segnale di una svolta in cui il ruolo nuovo della comunicazione nella società "in crescita" la collocava ai primi posti in un processo di modernizzazione. La comunicazione poteva essere il mantra per le giovani generazioni che dovevano pur uscire dalla terribile tenaglia tra terrorismo e repressione e potevano farlo collocandosi ai primi posti nella società come in Francia e soprattutto come negli USA. Era una grande occasione ed è stato un fallimento.

Forse era l'occasione per avere i nostri Bill Gates e i nostri Steve Jobs. I giovani del sogno che esaltava intelligenza ricchezza protagonismo già a partire dalla giovinezza. Un'utopia concreta e un mettere a sistema, anche in Italia, lo slogan di un numero speciale di *Wired: Change is good*. Un progetto "grande" e una caduta veloce ai margini dell'Università e della società. Non si aprirono le strade per nuovi business o nuove professioni (sarebbe già stato molto) e l'innovazione restò al palo. Non ci fu innovazione nel mercato né l'idea di mercato fu rivoluzionata, neppure si creò nuova classe dirigente (al governo e all'opposizione), valorizzando la ricerca e la conoscenza fino ai livelli più alti raggiunti in Europa (obbiettivo raggiungibile) e in USA (obbiettivo difficilmente raggiungibile). Poteva essere il compimento dell'unica vera riforma dell'istruzione, quella realizzata nel 1962. Un percorso verso il futuro che proponeva alcune versioni possibili in Italia: la lunga marcia dentro le istituzioni (dentro e contro le istituzioni) teorizzata dallo SDS in Germania e in particolare da "Rudi il rosso", Dutschke, stroncata da un colpo di pistola (1968) o come la versione italiana, tutta politica, originale e tipicamente italiana, quella del compromesso storico, bloccata definitivamente con l'esecuzione di Aldo Moro (1978).

Questa forbice nasce dalla grandezza del progetto e dalla sua miseria nella realizzazione, da parte nostra, nelle stesse istituzioni pubbliche e nel mondo delle professioni e del lavoro industriale. Dobbiamo concludere che il progetto era troppo grande e noi, i realizzatori, inadeguati per una sfida così impegnativa tale da cambiare realmente opportunità e potere. Grande progetto che intendeva usare la comunicazione come veicolo di un rinnovato patto per l'innovazione tra università ricerca e società. Il campo era troppo grande e noi troppo piccoli?

Una sconfitta mediatica evidente: la scienza insegnata nei corsi di comunicazione e il sapere diffuso, il prodotto, valevano come una sciaboleta agitata vanamente, mentre i leader, che si sono succeduti al comando, hanno utilizzato la comunicazione come un randello e spesso come un manganello: Berlusconi Grillo Renzi, i veri populisti.

Una sconfitta reale nella società. La genesi di quell'utopia concreta aveva a che fare con il rivoluzionamento della società. L'istituzione pubblica, ma dovremmo dire più esplicitamente, "lo Stato", non ha mai accolto o favorito questo processo di liberazione di energie e di nuove opportunità. La società dell'economia e dell'industria non lo ha accompagnato in modo adeguato. Tutto è rientrato: in modo confuso e inadeguato, generando solo cattiva opinione. Siamo incappati, in Italia, in una versione post-moderna dei processi di rifeudalizzazione.

Questo esito per esperti (presunti) di media è una vera beffa. Ma è una questione di potere e qui siamo stati stritolati nel potere accademico nel potere politico nel potere economico e delle professioni. Invece un numero non piccolo di giovani, capaci e svelti, che hanno imparato da Scienze della Comunicazione, si è infiltrato nella società, ma ha dovuto sottostare alle regole di questa società: di una società che non ha progetti di sviluppo, che è inadeguata rispetto alle attese dei cittadini e che professa, in modo sempre più evidente, una dottrina fondata sulla disuguaglianza tra i cittadini, sulla riduzione dei diritti di cittadinanza e degli spazi di bene comune. La crisi economica sociale e culturale conduce inevitabilmente al rigetto di proposte che maturano in contesti potenzialmente innovativi. Adesso la competizione all'interno del comparto della ricerca e dell'Università è spenta.

Attualmente la logica prevalente sembra essere questa: quanto più la comunicazione è strumento di comando e di controllo della società tanto più viene messa in ombra la "scienza" della comunicazione.

Bibliografia

- Adorno, T. W., Horkheimer, M. (1947). *Dialettica dell'Illuminismo*. Torino: Einaudi 1966.
- Barthes, R. (1957). *Miti d'oggi*. Torino: Einaudi 1994.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione, pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*. Milano: Franco Angeli.
- Castells, M. (2009). *Comunicazione e potere*. Milano: Egea 2009.
- Foucault, M. (1978-1979). *Nascita della biopolitica*. Milano: Feltrinelli 2005.
- Foucault, M. (1972). *Microfisica del potere*. Torino: Einaudi 1977.
- Gallino, L. (2013). *Il colpo di stato di banche e governi*. Torino: Einaudi 2013.
- Gates, B. (2013). An Exclusive interview with Bill Gates. *Financial Times*, 1 Novembre testo disponibile al seguente link: <http://www.ft.com/cms/s/2/dacd1f84-41bf-11e3-b064-00144feabdc0.html#axzz3BIFikm7>
- Gates, B. (1996). *La strada che porta a domani*. Milano: Mondadori 1997.
- Graeber, D. (2011). *Debito. I primi 5000 anni*. Milano: Il Saggiatore 2012.
- Habermas, J. (1981). *Teoria dell'agire comunicativo*. Bologna: Il Mulino 1986.
- Havelock, E. (1963). *Cultura orale e civiltà della scrittura. Da Omero a Platone*. Roma-Bari: Laterza 1973.
- Havelock, E. (1978). *Dike. La nascita della coscienza*. Roma-Bari: Laterza 1983.
- Havelock, E. (1986). The Alphabetic Mind: A Gift of Greece to the Modern World. *Oral Tradition*, 1/1 pp. 134-150.
- Himanen, P. (2001). *L'etica hacker e lo spirito dell'età dell'informazione*. Milano: Feltrinelli.
- Levi Strauss, C. (1958). *Antropologia strutturale*. Milano: Il Saggiatore 1966.
- Levi Strauss, C. (1962). *Il pensiero selvaggio*. Milano: Il Saggiatore 1964.
- Levy, P., (1995). *L'intelligenza collettiva: per una antropologia del cyberspazio*. Milano: Feltrinelli 1996.
- Marazzi, C. (1999). *Il posto dei calzini. La svolta linguistica dell'economia e i suoi effetti sulla politica*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Marazzi, C. (2002). *Capitale & linguaggio. Dalla new economy all'economia di guerra*. Roma: Derive Approdi.
- Piketty, T. (2013). *Le capital au XXI siècle*. Paris: Seuil.

Piketty, T., Graeber, D. (2013). Come uscire dal debito. La guerra ai ricchi che nessuno ha il coraggio di fare. *Micromega*, 4/2014, pp.102-112.

Rullani, E. (1998). Dal fordismo realizzato al postfordismo possibile: la difficile transizione. In E. Rullani, L. Romano, (a cura di), *Il postfordismo. Idee per il capitalismo prossimo venturo*, Milano: EtasLibri.

Rullani, E. (2004). *Economia della conoscenza. Creatività e valore nel capitalismo delle reti*. Roma: Carocci.

Stiglitz, J.E. (2002). *La globalizzazione e i suoi oppositori*. Einaudi: Torino 2003.

Stiglitz, J.E. (2012). *Il prezzo della disuguaglianza. Come la società divisa di oggi minaccia il nostro futuro*. Einaudi: Torino 2013.

Turing, A. (1936-37). On Computable Numbers. *Proceedings of the London Mathematical Society*, Series 2, 42, pp. 230-265.

Turing, A. (1950). *Macchine calcolatrici e intelligenza*. In V. Somenzi, R. Cordeschi (a cura di), *La filosofia degli automi*. Torino: Bollati Boringhieri 1994.

Turkle, S. (2011). *Insieme ma soli. Perché ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri*. Torino: Codice Edizioni 2013.

Weber, M. (1922). *Economia e società, Volume I*. Milano: Edizioni di Comunità 1968.

Wiener, N. (1948). *La cibernetica*. Milano: Bompiani 1953.

Wiener, N. (1950). *Introduzione alla cibernetica*. Torino: Einaudi 1953.