

LE PIAZZE DIGITALI DEL NUOVO MILLENNIO: DIALOGO TRA DIRITTO E STRATEGIE COMUNICATIVE IN AMBITO POLITICO

MATTEO PAOLANTI* - MARIA ROSARIA SPERANZA**

In un'epoca nella quale la comunicazione tra individui cambia, il diritto non può esimersi dal cercare di rimanere al passo con i tempi. In questo sintetico saggio si proverà a dare una panoramica su come nell'ultimo secolo la materia giuridica sia entrata a contatto con il delicato ambito della comunicazione politica e come quest'ultima abbia contribuito a plasmare il diritto e la società in cui oggi stesso viviamo. Una piccola riflessione sulle tre diverse dimensioni dell'individuo: come persona, come cittadino, ma anche come elettore.

In an era where communication among people changes, law must keep pace with modern times. In this brief essay, we'll try to explain how law embraced political communication and how communication has changed law itself and even our contemporary society. An analysis on three different sides of the human being: person, citizen and voter.

SOMMARIO: 1. Comunico, ergo sum. - 2. Le epoche della comunicazione: dalla stampa alla "videocrazia". - 3. Sviluppi contemporanei della comunicazione politica: i social network e la libertà di espressione. - 4. Conclusioni.

1. *Comunico, ergo sum.* - Comunicare, da sempre, è stata prerogativa tipica degli esseri umani: Aristotele già nel IV secolo sanciva la natura sociale¹ di questi ultimi e, per quanto le epoche abbiano portato con loro i cambiamenti più vari - sia nei mezzi sia nei modi, si intende - nulla ha potuto distogliere questa radice esistenziale dal genoma psicologico dell'uomo.

¹ Chiaramente, il riferimento in questione va alla proposizione fatta dal filosofo stagirita nel noto trattato "La Politica", nel quale si delinea l'uomo come vero e proprio "animale sociale".

* Studente di Giurisprudenza presso l'Università degli Studi di Firenze.

** Dottoressa in Scienze Umanistiche per la Comunicazione presso l'Università degli Studi di Firenze.

A questo riguardo, non c'è da stupirsi se il primo dei cinque assiomi della comunicazione statuisca l'impossibilità a non comunicare.

Il carattere "sociale" della comunicazione nasce dal suo senso di esistere: interagire e sviluppare. Non è un caso, infatti, come sottolinea Mario Ricciardi, che "Comunicazione" e "Comunità" posseggano la stessa radice, in quanto «non esiste comunità senza comunicazione e viceversa una comunicazione senza comunità»².

Ma non è tutto: se volessimo darne un'analisi sistemica, si potrebbe notare come il carattere emblematico della relazione tra società e comunicazione sia rappresentato anche - o magari soprattutto - dalla configurazione di quest'ultima. Dunque, si rivelerebbe corretto considerarla un'infrastruttura della società, un parametro che possa indicare il grado di evoluzione e di complessità di una civiltà.

La comunicazione, così definita, si è dunque evoluta e si è prestata agli usi più disparati: sia come strumento vitale ed essenziale di tutti i giorni, sia come mezzo di propagazione della cultura - sia giuridica che non -, ma anche come vero e proprio strumento di persuasione - nella piena componente della sua derivazione latina *persuadere*, der. *suadere*, ossia convincere - e di comprensione - nel senso etimologico anch'esso latino del termine, ossia quello di "prendere con sé ed attraverso sé" - delle opinioni degli altri consociati.

È anche in questo modo che, negli ultimi due secoli, la comunicazione politica³ ha acquisito un ruolo decisivo nella sua capacità di plasmare la coscienza delle masse elettorali. Ciò specificato, questo studio si pone esattamente il fine di tracciare una linea temporale che possa dimostrare, in pochi passaggi, - e senza la volontà di essere esaustivi - come la comunicazione politica si sia evoluta nell'ultimo secolo e come essa abbia avuto l'abilità di

² M. RICCIARDI, *La comunicazione maestri e paradigmi*, Bari-Roma, 2010, p. 93.

³ Prima di iniziare, è forse il caso di esporre - anche brevemente - cosa si è soliti intendere per comunicazione politica. Quest'ultima è legata, senza alcun dubbio, all'esercizio del potere; in questo senso va anche la nota visione di Lasswell, secondo il quale «il linguaggio della politica è il linguaggio del potere» (a riguardo H. LASSWELL, H. KAPLAN, A. STOPPINO, M. STOPPINO, *Potere e società uno schema concettuale per la ricerca politica*, Milano, 1979, p. 36.)

adeguarsi in maniera eccezionale al cambiare dei tempi e degli strumenti di uso quotidiano, con l'ineluttabile destino di essa a scontrarsi con la dimensione dei diritti fondamentali dell'individuo, ed in particolare con la sfera della libertà di manifestazione del pensiero.

2. *Le epoche della comunicazione: dalla stampa alla "videocrazia"*. - Il primo grande salto compiuto dalla comunicazione di massa è senza dubbio riconducibile alla diffusione pubblica della stampa, soprattutto quotidiana.

Con il finire del XIX secolo, in particolare, hanno iniziato a diffondersi - almeno guardando al panorama italiano - giornali schierati politicamente che hanno svolto un ruolo rilevante nel veicolare messaggi di tipo politico, pur in un quadro, condiviso anche da altre realtà coeve, che tendeva a limitare e disciplinare la libertà di stampa (art. 28 Statuto albertino).

Nello stesso torno di tempo - e in particolare dalla fine del XIX secolo - alla comunicazione, per lo più elitaria, facente capo alla stampa, si accompagna la progressiva emersione di voci - il riferimento non può che vertere sul quarto stato - che iniziano a occupare le piazze come luogo anche di espressione e rivendicazione politica. Nè la risposta repressiva con cui furono trattati questi fenomeni servì, per dirla con De Andrè, a fermare il vento: l'emersione della società di massa, che è fenomeno tipico del XX secolo, avrebbe infatti portato a dare un'inedita rilevanza alle c.d. piazze e alle dinamiche psicologiche che ne guidano inclinazioni e scelte.

Se questo è sicuramente vero per i contesti democratici, lo fu - a suo tempo - anche per il ventennio fascista: esso, infatti, si caratterizzò, da un lato, per la presenza di significativi interventi repressivi, che riguardarono anche (non solo) la libertà di stampa, limitata nella forma più radicale della censura preventiva. Il che favorì la formazione della stampa clandestina ovvero la pubblicazione, in sedi apparentemente prive di una connotazione politica, di scritti invece caratterizzati in tal senso.

Dall'altro lato, il fascismo - come tutti i regimi totalitari infrabellici - fu il primo movimento, costituitosi poi in partito, a capire quanto la psicologia della piazza potesse prendere parte attiva nella vita politica dei cittadini. Non a caso, in concomitanza con le nuove creazioni tecnologiche, i fascisti furono i primi a utilizzare le radiocomunicazioni e le comunicazioni a distanza a scopo politico, riuscendo a miscelare in maniera organica il sistema di propaganda di piazza a quello di comunicazione a distanza.

A questo riguardo, la semantica del messaggio politico fu profondamente studiata al fine di corroborare il pensiero totalitario, attraverso un continuo rafforzamento dei concetti chiave dell'ideologia e una contestuale soppressione delle libertà politiche, resa possibile anche dalla presenza di una costituzione - lo Statuto albertino - non rigida.

Terminata la tragica esperienza del Ventennio, la Repubblica si trovò dinanzi all'annoso problema di ricongiungere i pezzi della vita civile, facendo sì che quanto accaduto non avesse in futuro possibilità di ripresentarsi. Tuttavia, come la storia insegna - a maggior ragione negli ultimi decenni -, il tempo della tecnica era scorso molto più velocemente di quanto la cultura giuridica avesse potuto fare.

Il neonato art. 21 della Carta Fondamentale, infatti, sin dai primi anni di vita, dovette scontrarsi con una realtà decisamente più complessa e frastagliata di quanto avesse dovuto affrontare la precedente Carta Fondamentale. Il tessuto sociale ed economico ricevuto in eredità dalla guerra ebbe modo, in pochi anni, di approcciarsi ad una nuova modalità di fare comunicazione, la quale avrebbe dato vita a decenni di scontri dottrinali e giurisprudenziali.

Si sarà potuto intuire come i riferimenti vadano all'universo televisivo.

Quando la televisione entrò nelle case degli italiani, necessariamente la comunicazione politica corse ad adeguarsi al nuovo mezzo tecnologico, mentre più lenta fu la reazione normativa e culturale. Con la conseguenza che, per molto tempo, si lasciò il panorama fin qui descritto al semplice monopolio della

Concessionaria pubblica senza immaginare strumenti atti a garantire una estesa e plurale possibilità di espressione alle diverse anime (politiche e non) del paese⁴. Un primo passo in questa direzione fu senz'altro rappresentato dall'iniziativa intrapresa dagli stessi autori e conduttori della RAI, di predisporre, , spazi di confronto politico - le c.d. "Tribune politiche" - che, per qualche anno, avrebbero retto da sole il compito di garantire, ai sensi del combinato disposto tra gli artt. 3 e 21 Cost., la tendenziale eguaglianza tra le diverse anime politiche che paese (non è un caso che, di lì in poco tempo, si inizierà a parlare più compiutamente del concetto di "pluralismo informativo", il quale troverà il suo *acme* con la sentenza 826/1988 della Corte Costituzionale).

Tuttavia, quando il legislatore si rese conto del cambiamento, il tempo della tecnica era già corso ancora più lontano: gli anni Ottanta, dopo il periodo di enorme instabilità sociale del decennio precedente, hanno posto sempre più in alto l'asticella a cui adeguarsi.

Volendo guardare all'ambito più prettamente comunicativo, gli anni Ottanta hanno rappresentato a tutti gli effetti uno 'spartiacque' tra i modi di far politica: quest'ultima, infatti, da vero e proprio progetto collettivo, il quale trovava palese esplicazione nelle comunità e - più in grande - nelle piazze, ha iniziato a risentire del vento individualista e neo-liberista che iniziava a soffiare sul mondo.

Questo ha contribuito a dare particolare rilievo, nella comunicazione politica (e nella politica *tout court*), al rapporto tra *leader* ed elettori nel quadro di una visione crescentemente personalistica.

Queste premesse hanno rappresentato gli albori di quella che sarà in seguito definita come "Videocrazia"⁵, ossia un regime culturale e sociale nel quale i *mass media*, prima fra tutti la televisione - ed ovviamente coloro che sono

⁴ Sul punto, v. A. CARDONE, P. CARETTI, *Diritto dell'informazione e della comunicazione nell'era della convergenza stampa, radiotelevisione, telecomunicazioni, internet, teatro e cinema*, Bologna, 2019, pp. 103-183; L. BIANCHI, *Libertà di espressione radiotelevisiva e servizio pubblico*, Torino, 2012, *passim*.

⁵ T. SNAIDERO, *Osservazioni sui modelli di comunicazione e produzione intellettuale nella Videocrazia italiana*, in *Italica*, 2014, XCIII (III), pp. 523-532.

riusciti a carpirne il potenziale comunicativo politico - hanno avuto il potere di influenzare larghi strati di cittadini-telespettatori, attraverso l'accurata scelta delle notizie e delle modalità con cui offrirle al pubblico⁶.

Ciò posto, si potrebbe affermare come la televisione sia stato il primo strumento ICT⁷ ad aver permesso la creazione di una prima 'piazza virtuale', attraverso una comunicazione visiva a distanza e continua tra *leader* e militanti. Per ovviare all'inevitabile distacco fisico, si procedeva poi a spettacolarizzare⁸ la stessa politica, adattandola alla narrazione dei fatti tipica del mezzo televisivo.

Proprio attraverso la spettacolarizzazione della politica⁹, ad assumere una rilevanza decisiva, più che la parola, è l'immagine - quest'ultima ha rappresentato l'elemento più importante nella costruzione delle piazze virtuali. Dopotutto, gli elementi della comunicazione non verbale risultano i più efficaci nella creazione dei c.d. *'frame linguistici'*¹⁰.

Aspetto, postura e toni nel parlato assumono un ruolo centrale nella comunicazione di un *leader*, e senza dubbio Silvio Berlusconi, almeno

⁶ Quanto riportato trova riscontro anche nella definizione del fenomeno dato dall'Enciclopedia Treccani. Al riguardo, si veda la voce *Videocrazia*, *Dizionario online Treccani*, <https://www.treccani.it/vocabolario/videocrazia/>, consultato il 18 novembre 2022.

⁷ Per ICT s'intende una specifica tecnologia dell'informazione e della comunicazione.

⁸ A questo riguardo, si veda come già dalla fine degli anni Novanta si parlasse di criticità di questo segno: O. CALABRESI, *Come nella boxe lo spettacolo della politica in TV*, Roma, 2019, *passim*. Si aggiunga che la spettacolarizzazione della politica non è una patologia circoscritta del sistema italiano, quanto, semmai, appare chiaro che essa sia peculiarità dell'intera politica del nuovo millennio. Si legga, anche, l'intervista fatta al noto scrittore inglese Robert Harris nel 2008, contenuta in D. MELONI, *Più "scrittura politica" contro la "politica-spettacolo"*, in *Vita e pensiero*, 2008, I.

⁹ C. RIVA, *Social media e politica esperienze, analisi e scenari della nuova comunicazione politica*, Novara, 2021, pp. 6-8.

¹⁰ Ci sembra doveroso dedicare una piccola parentesi alla nozione di *"frame"*, la quale viene introdotta dal sociologo Erving Goffman nel 1974 (E. GOFFMAN, L. BOVONE, I. MATTEUCCI, *Frame Analysis L'organizzazione Dell'esperienza*, Roma, 2001, *passim*) per indicare lo schema interpretativo mediante il quale ognuno di noi interpreta la realtà in maniera differente dall'altro. La parola *frame* - che in italiano si può tradurre come "cornice/frammento"-rimanda al concetto secondo il quale il nostro presente è continuamente condizionato da eventi e ricordi passati; questo fa sì che anche le decisioni più immediate siano frutto di elementi preconcepi, perché ognuno di noi indirizza la propria attenzione verso aspetti precisi, per noi specifici. Nell'ambito politico, tale presenza è strategica per la nascita di quei 'mondi condivisi', che favoriscono l'immedesimazione da parte dell'interlocutore, che - a sua volta - è decisiva ai fini della formazione del consenso

nell'ambito della politica nostrana, è stato il primo grande comunicatore munito di tali caratteristiche.

3. *Sviluppi contemporanei della comunicazione politica: i social network e la libertà di espressione*¹¹. - Questa realtà appena disegnata, seppur foriera di criticità, con gli anni è stata in parte recepita dal diritto stesso¹²: come forse si sarà intuito in questo piccolo saggio, ogni tempo della tecnica viene poi raggiunto anche dai legislatori. Tale sforzo - tuttavia - è condannato a rimanere sempre incompiuto¹³, complice la velocità con cui si muove la tecnologia, e, di conseguenza, il tessuto sociale, che è molto più veloce ad adeguarsi alle novità.

In questo orizzonte, come per quelli delineati precedentemente, si staglia la questione relativa all'uso dei *social network*. Questi ultimi, grazie alla loro capacità di coniugare più *input* audiovisivi ed alla mutata mentalità del cittadino-spettatore, hanno permesso un'ulteriore evoluzione del panorama politico-giuridico degli Stati, sia europei che non, fino ad assumere una posizione incredibilmente rilevante ai fini politici.

Non è un caso che numerosi trionfi elettorali da parte dei politici più disparati siano derivati da importanti campagne *social* che hanno determinato la nascita e il consolidamento di comunità molto polarizzate e fidelizzate nei confronti di un determinato *leader* o di una certa formazione politica¹⁴.

Tuttavia, per capire quanto questo fenomeno abbia raggiunto una inimmaginabile rilevanza nella società occidentale contemporanea, si rende necessario fare un piccolo salto oltreoceano. Il riferimento va alla sentenza

¹¹ Per una visione piena dal lato comunicativo, si consiglia la lettura intera del già citato volume di Claudio Riva.

¹² Si pensi anche solo ai passi in avanti fatti con l'avvento della L. 28/2000 (la c.d. "*Par condicio*"), in tema di comunicazione politica sia durante le legislature sia in fase di campagna elettorale.

¹³ Su questo, a parere di chi scrive, si può intravedere un moderno supplizio di Sisifo nei confronti del legislatore.

¹⁴ L'attenzione dei migliori informati a riguardo non potrà che ricadere sul fenomeno delle c.d. "filter bubbles"

Packingham vs North Carolina del 2017 emessa dalla Corte Suprema degli Stati Uniti¹⁵. Vediamone rapidamente l'antefatto.

Il signor Packingham nel 2002 era stato condannato per molestie sessuali nei confronti di una tredicenne; e nel 2008 lo stato della Carolina del Nord aveva disposto uno speciale sistema di gestione e limitazione dell'uso dei *social network*¹⁶ nei confronti di coloro che avessero in passato compiuto atti molesti di tale fattura, con la motivazione di far sì che tali soggetti non avessero la possibilità di replicare le proprie condotte nello spazio digitale dei *social media*. Qualora taluno dei condannati avesse creato un profilo *social*, ciò avrebbe portato alla chiusura dell'account.

Per aggirare il 'ban' nei suoi confronti, nel 2012 il signor Packingham procedeva alla creazione di un *account* falso con lo pseudonimo di "J. R. Gerrard", attività che lo avrebbe portato di nuovo dinanzi alle corti del North Carolina, dove sarebbe stato successivamente condannato avvalendosi della sospensione condizionale della pena¹⁷.

Ciò premesso, guardando alla difesa dell'imputato, si può notare come punto cardine della stessa non fu tanto il tentativo di scardinare la prova riguardante l'effettiva commissione dell'illecito, quanto, semmai, di sottolineare come la misura su cui si basava la condanna fosse totalmente contraria al contenuto previsto dal Primo Emendamento della Costituzione statunitense¹⁸, in quanto limitatrice della libertà di manifestazione del pensiero dell'individuo.

Proprio questa posizione, con altri termini e modi, è stata in seguito fatta propria dalla Corte Suprema, la quale ha affermato come i *social network* «diano l'opportunità di accedere e di condividere con altre persone informazioni di ogni genere ed argomento, offrendo molto probabilmente il meccanismo più potente

¹⁵ *First Amendment - Freedom of Speech - Public Forum Doctrine - Packingham v. North Carolina*, in *Harvard Law Review*, 2017, Vol. 131 (I), pp. 233-243.

¹⁶ Il quale, volendo essere più specifici, trova similitudini nelle attuali Condizioni d'Uso Generali di Meta. Si vedano le *Condizioni e Normative* di Facebook, <https://www.facebook.com/legal/terms>, consultato il 19 novembre 2022.

¹⁷ *Packingham v. North Carolina*, 137 S. Ct. at 1734.

¹⁸ Com'è noto, il testo del Primo emendamento della Costituzione Statunitense sancisce la libertà di parola e di riunione pacifica nei confronti di tutti i cittadini.

per il privato cittadino di far sentire la propria voce» e che questi siano considerabili a tutti gli effetti come delle «moderne piazze pubbliche»¹⁹.

Ciò posto, si intuisce come, all'aumentare dell'importanza delle piattaforme social - e, di aumenti il volume dei messaggi veicolati dai politici e aumenti, al contempo, il rischio che i diritti fondamentali del cittadino vengano lesi.

È in questa cornice, che si viene a delineare un'insidia in che situazione si verrebbe a trovare il cittadino-utente privato della propria capacità di espressione e informazione politica, qualora non fosse garantito dallo Stato che le piattaforme - o altri enti - proteggano il pluralismo informativo e, a sua volta, il diritto a manifestare il proprio pensiero?

4. *Conclusioni.* - A seguito di questo rapido *excursus* storico, si pongono dei punti su cui si dovrebbe porre l'attenzione, sia come giuristi sia, anche soltanto, come attenti cittadini.

Come prima cosa bisognerebbe guardare al lato più prettamente comunicativo: è indubbio che la comunicazione, come fenomeno puramente umano, sia soggetta a mutazioni nel tempo e che rispecchi in maniera fedele lo sviluppo del tessuto sociale e della mentalità degli individui. Al riguardo, si potrebbe affermare 'dimmi come comunichi e ti dirò come pensi' e, molto probabilmente, una comunicazione tanto veloce e talvolta sbrigativa suggerirebbe di ripensare un istante a come si preferisca far politica.

È quanto mai indubbio che l'immagine crei *frame* comunicativi che producono nell'utente una più facile immedesimazione scaturita dal sentimento di comune appartenenza ideologica - il soggettivismo dopotutto nell'era dei *social* è di certo il primo mezzo per ottenere consenso. Tuttavia, è a sua volta condivisibile²⁰ l'idea secondo la quale l'uso di *slogan* e messaggi più semplici sia alla lunga deleterio per il confronto democratico, non permettendo lo scontro tra diverse idee e la contestuale ricerca del compromesso, a favore, piuttosto, di

¹⁹ *Packingham v. North Carolina*, cit., 137 S. Ct. at 1734.

²⁰ RIVA, *Social media e politica esperienze*, cit., pp. 20-22.

un'estrema polarizzazione e di un conseguente scontro violento²¹, puramente infruttuoso per la società civile²².

Per ciò che riguarda l'ambito giuridico, invece, si rende sempre più necessario che l' "inseguimento" della tecnica da parte del diritto perda quei connotati di rincorsa disperata verso l'adeguamento dell'ordinamento, piuttosto puntando al rafforzamento dei principi costituzionali fondamentali ed al loro adeguamento alle nuove necessità dettate dal progresso tecnologico.

Solo in una cornice come quella del rinnovamento interpretativo dei pilastri costituzionali, come quello sancito dall'art. 21 Cost., si potrà maggiormente far sì che, in un contesto sociale e comunicativo più sano, ogni persona possa effettivamente prendere parte alla formazione dell'organizzazione politica dello Stato - così come prevede il dettato dell'art. 3 Cost - e che quindi vi sia una contestuale garanzia della democraticità del nostro Paese.

²¹ A questo riguardo, illuminante, nella sua semplicità, si rivela la visione del docufilm del 2020 *The Social Dilemma*, diretto da Jeff Orlowski.

²² Come un secolo fa ebbe modo di affermare il noto filosofo e giurista Hans Kelsen, la ricerca - in questo caso involontaria e non conscia - di valori assoluti presupporrebbe un rifiuto sottinteso dei valori democratici stessi. Secondo quest'ultimo «Il relativismo [politico] è di conseguenza la premessa filosofica del pensiero democratico», H. KELSEN, *Essenza e valore della democrazia*, Torino, 2004, p. 53.