

Dalla democrazia dei partiti al plebiscito dell'audience

di Nadia Urbinati

I. Premessa

In questo breve contributo vorrei sostenere una tesi forte e probabilmente controversa: nella democrazia contemporanea (quella italiana in modo molto visibile) i partiti politici, essenziali attori del sistema rappresentativo fin dalla sua apparizione nell'Inghilterra dei *commonwealthmen*¹, hanno mutato la loro funzione, ma non sono decaduti o finiti come spesso si sente sostenere; a questa loro mutazione è corrisposta una trasformazione della democrazia da rappresentativa a plebiscitaria, con la precisazione che il plebiscitarismo contemporaneo non è fatto di masse mobilitate da leader carismatici auspicato da Max Weber e teorizzato da Carl Schmitt come forma più completa di democrazia. Il nuovo plebiscitarismo è quello dell'audience, l'agglomerato indistinto di individui che compongono il pubblico, un attore non collettivo che vive nel privato della domesticità e, quando è agente sondato di opinione, opera come recettore o spettatore di uno spettacolo messo in scena da tecnici della comunicazione mediatica e recitato da personaggi politici². La personalizzazione del potere e della politica è un sintomo e un segno tanto della trasformazione dei partiti quanto

1. In *A Dissertation upon Parties*, che apparve a puntate settimanali tra il 1733 e 1734 sulla rivista politica da lui diretta, “The Craftsman from 1733 to 1734”, Henry Saint-John Bolingbroke giustificava per la prima volta nell’Europa moderna la “divisione” partitica come positiva nel governo basato sulle elezioni e a patto che nessun partito mettesse in discussione la costituzione o usasse il governo per perseguire interessi di parte. Divisione partigiana era una divisione di interpretazione politica sul comportamento del governo esistente e in vista di promuoverne uno diverso. Sulla formazione dei partiti insieme alla trasformazione della designazione degli incarichi per elezione nell’Inghilterra del diciassettesimo secolo, si veda M. A. Kishlansky, *Parliamentary Selection. Social and Political Choice in Early Modern England*, Cambridge University Press, Cambridge 1986.

2. Sul reclutamento da parte dei partiti di esperti di comunicazione e produttori televisivi, si veda S. Fabbrini, *Il Principe democratico. La leadership nelle democrazie contemporanee*, Laterza, Roma-Bari 1998, p. 36.

della formazione della democrazia dell'audience³. Circa la trasformazione dei partiti, un punto sul quale non intendo per altro concentrare la mia attenzione, essa riguarda il loro dimagrimento democratico al quale corrisponde un'obesità di potere materiale effettivo nelle istituzioni dello Stato e, soprattutto, la catena di funzioni che si dipana dall'esecutivo, il potere dello Stato che questa trasformazione ha esaltato oltre e sopra quello del parlamento⁴. Non è per questo convincente presentare la democrazia dei partiti come una fase, ormai tramontata, della storia del governo rappresentativo⁵. Vero è che essa è diventata a tutti gli effetti una democrazia "dei" partiti, cioè esercitata da loro senza più cercare (prima ancora che avere) un rapporto con i cittadini che non sia di strategia orientata alla conquista dei voti: democrazia "dei" invece che "per mezzo dei" partiti. Il declino dei partiti è quindi declino di una forma democratica di essere del partito politico; un declino che si manifesta con il restringimento fino alla scomparsa della sua struttura organizzativa periferica o territoriale, segno tangibile di una trasformazione di funzione, poiché l'organizzazione (partito pesante) si addice a un partito che deve cercare un rapporto molto stretto e continuativo (non solo nel momento delle elezioni) con i cittadini, per muoverli o renderli partecipi (a favore di una parte) attraverso narrative ideologiche che creano identità di appartenenza o di ispirazione ideale e fungono da strumenti interpretativi e critici⁶; il partito come struttura articolata dalla base al vertice e ritorno, che regola la designazione collettiva e per consenso dei leader locali e nazionali, che costituisce un attore collettivo pubblico. L'erosione del partito-organizzazione non ha significato la fine del partito, ma la fine di un partito che aveva bisogno e cercava innervamento nella società perché aspirava a costruire consenso e

3. Tra i primi in Italia a individuare i segni della personalizzazione del potere e della trasformazione plebiscitaria è stato L. Cavalli, *Il capo carismatico*, il Mulino, Bologna 1981.

4. Sulla relazione stretta tra trasformazione dei partiti e rafforzamento dell'esecutivo – molto visibile non solo negli Stati Uniti ma anche in Inghilterra, culla e roccaforte del parlamentarismo –, si veda T. Poguntke, P. D. Webb (eds.), *The Presidentialization of Politics. A Comparative Study of Modern Democracies*, Oxford University Press, Oxford 2005.

5. Questa la tesi sostenuta da B. Manin, *The Principles of Representative Government*, Cambridge University Press, Cambridge 1997 (trad. it. *Principi del governo rappresentativo*, il Mulino, Bologna 2000). In questo articolo farò sempre riferimento all'edizione inglese.

6. Michael Freeden ha spiegato come l'ideologia sia un modo per semplificare una realtà sociale complessa il cui nocciolo di significato altrimenti sfuggirebbe alla comprensione di molti. Semplificando la complessità, l'ideologia è una guida pratica per «la conversione dell'inevitabile varietà delle opinioni in una certezza monolitica che è l'inevitabile forma di una decisione politica e alla base della costruzione di una identità politica» (M. Freeden, *Ideologies and Political Theories: A Conceptual Approach*, Oxford University Press, Oxford 1996, pp. 76-7).

ottenere un'affermazione che non era solo numerica, ma era anche di progetto. Quel partito pesante perché basato sull'organizzazione era per metà dentro e per metà fuori delle istituzioni statali, cerniera tra Stato e società, un "corpo intermedio" della democrazia rappresentativa che svolgeva varie funzioni di limitazione del potere: selezione degli eleggibili, controllo degli eletti (che il libero mandato rende legalmente irresponsabili verso i cittadini), stimolo e orientamento dell'opinione; infine esso fungeva da scuola vera e propria per la formazione del personale politico delle istituzioni periferiche e centrali dello Stato⁷. Nei primi decenni del secondo dopoguerra, età della formazione e del consolidamento della democrazia rappresentativa in Europa, la democrazia dei partiti ha gestito il reclutamento tra cittadini/e ordinari/e di sindaci e dirigenti, di parlamentari e ministri.

Il declino di questa forma di partito ha corrisposto a una crescita proporzionale del partito elettoralistico, votato esclusivamente alla riproduzione di se stesso come organismo interno alle istituzioni, ovvero alla riproduzione della classe politica; una funzione molto più simile di quella precedente a quella forma oligarchica di cui avevano diagnosticato la nascita Robert Michels e Vilfredo Pareto. I partiti della democrazia "dei" partiti sono ben incardinati nella struttura dello Stato e tutt'altro che in declino; sono, per riprendere l'analisi di Mauro Calise, rinchiusi nello Stato e capaci di rafforzare «la propria capacità di controllo degli accessi al potere istituzionale», contando sul fatto «o l'illusione che, alla lunga, il monopolio del governo resterà nelle proprie mani»⁸. Questo non significa che essi godano di legittimità morale presso i cittadini; mai come oggi sono destituiti di legittimità. Significa invece che sono diventati a tutti gli effetti un mezzo indispensabile attraverso il quale poter perseguire una carriera (sempre più privilegiata proprio perché sempre meno democratica) e che hanno come referente principale le istituzioni dello Stato in tutte le loro ramificazioni, dal livello ministeriale a quello regionale, spesso impermeabili alla voce dei cittadini. La descrizione proposta da Calise è, ancora una volta, molto eloquente:

Nei partiti tradizionali, i militanti svolgevano il ruolo cruciale di "terminali intelligenti" delle domande provenienti dai vari segmenti della società [...] costituivano

7. Rinvio al mio *Lo scettro senza il re*, Donzelli, Roma 2010, e soprattutto al volume che ispira la mia interpretazione, ovvero L. Basso, *Il principe senza scettro*, Feltrinelli, Milano 1998 (1 ed. 1958). Sulla funzione dell'organizzazione nel partito politico si veda, se non altro, P. Mair, *Party Organization: from Civil Society to the State*, in R. S. Katz, P. Mair (eds.), *How Parties Organize. Change and Adaptation in Party Organizations in Western Democracies*, Sage, London 1994, pp. 1-22.

8. M. Calise, *Il partito personale. I due corpi del leader*, Laterza, Roma-Bari 2010, p. 45.

un sistema capillare e diffuso di rilevazione delle preferenze dell'elettorato, fornendo all'organizzazione di partito e alla sua dirigenza le informazioni necessarie per operare le scelte in una direzione o in un'altra⁹.

Con i nuovi partiti *liquidi* o leggeri, la funzione di captare gli interessi e le opinioni, una funzione che è di rappresentatività, è svolta non più dalle idee e dalle narrazioni ideologiche ma dai sondaggi. Se non che, i sondaggi servono al partito non per rappresentare al meglio o anche indirizzare la politica governativa, ma per vincere le elezioni e seguire al meglio gli umori sociali. Il declino del *partito-organizzazione* ha corrisposto alla crescita di un *partito-spugna*, che segue cioè i flussi e in qualche modo li irroria o alimenta ad arte per meglio guadagnare consenso. Infine, il partito leggero è di difficile controllo da parte dei cittadini simpatizzanti e iscritti che non dispongono più di strutture e regole per l'articolazione interna del dissenso e del controllo, mentre è propenso a esaltare la persona del leader e per questo può farsi istigatore di politiche populistiche, se trova ciò conveniente, invece che essere una diga che le argina come era il partito-organizzazione. Questo slittamento da organizzazione a liquidità e professionalizzazione sondaggistica, da educatore politico a seguace e istigatore degli umori popolari fa sì che la democrazia “dei” partiti sia una democrazia protesa verso nuove forme plebiscitarie. È questo l'aspetto sul quale vorrei qui soffermarmi.

2. La democrazia del pubblico

La democrazia del pubblico, quella che chiamo plebiscitarismo dell'audience, è l'esito non della fine della democrazia “dei” partiti, ma della loro affermazione come corpo oligarchico che da intermedio si fa occupante diretto e per suo proprio interesse della politica rappresentata. Questo argomento vuole essere una risposta a quello proposto da Bernard Manin nel citato *The Principles of Representative Government*. La posizione di Manin riposa su e sviluppa la critica di Carl Schmitt alla democrazia parlamentaristica dalla quale ha preso le mosse la teoria della democrazia plebiscitaria. Schmitt interpretò la democrazia plebiscitaria facendo leva sul mutamento di significato del “pubblico” da una categoria giuridico-normativo (ciò che pertiene allo stato civile) a una categoria estetica, come di ciò che è esposto alla vista e esistente in senso teatrale (ciò che è fatto davanti agli occhi del popolo).

9. Ivi, p. 43.

Questa visione *romana* del pubblico – con la centralità del *forum* – ritorna nel plebiscitarismo contemporaneo, come dimostrano i recenti scritti di Jeffrey Edward Green e poi di Eric A. Posner e Adrian Vermeule (che riprendono e sviluppano l'intuizione di Manin)¹⁰. La rinascita degli argomenti e delle idee che pilotarono la crisi del parlamentarismo nei primi decenni del ventesimo secolo – quando la concezione plebiscitaria prese una configurazione alternativa alla democrazia rappresentativa o dei partiti – è un'indicazione preoccupante del nuovo filone di ricerca teorica e applicazione pratica interno alla democrazia contemporanea, un filone ancora una volta critico nei confronti della struttura parlamentare e della funzione mediatrice dei partiti politici. Il libro di Manin è forse il documento che meglio rappresenta questo trend, se non altro perché capta la trasformazione e addirittura la teorizza come segno di un mutamento in senso più democratico – laddove per democrazia Manin intende democrazia di massa guidata da leader come nella formulazione di Weber e Schmitt. Il tema conclusivo del libro di Manin è la diagnosi del declino della democrazia del partito politico e la crescita della “democrazia del pubblico” nella quale la fiducia nel leader e l'accettazione di una crescente richiesta di potere discrezionale da parte dell'esecutivo si incontra con un mutamento nell'organizzazione della democrazia elettorale che è ora gestita non più da partiti di leader e di militanti, ma da partiti di esperti della comunicazione e di candidati alla carriera politica. «La democrazia dell'audience è governo degli esperti di media»¹¹, e quindi la celebrazione del «potere oculare», come scrive Green completando la diagnosi di Manin. Mentre nell'età della democrazia dei partiti politici le elezioni erano fortemente basate sulla dimensione vocale e l'aspetto volitivo della politica – la partecipazione alla decisione era espressione della forma classica della sovranità popolare che i partiti si incaricavano di organizzare – l'apparire in pubblico o il sottoporsi al verdetto dell'audience è ora ciò che definisce l'arte della politica.

La transizione dalla centralità della volontà alla centralità del giudizio è un corollario di questa trasformazione. La voce è infatti l'organo di un'azione politica che vuole essere di proposta e di critica, espressione di una idea di partecipazione attiva o protesa alla decisione secondo la definizione classica della sovranità democratica come autonomia o autogoverno, cioè il darsi leggi. D'altro canto, la visione è l'organo di un'azione giudicante non attuativa, valutativa di qualcosa che esiste e altri fanno e

10. J. E. Green, *The Eyes of the People: Democracy in the Age of Spectatorship*, Oxford University Press, Oxford-New York 2010; E. A. Posner, A. Vermeule, *The Executive Unbound: After the Madisonian Republic*, Oxford University Press, Oxford 2011.

11. Manin, *The Principles of Representative Government*, cit., p. 221.

che si mostra all'occhio di chi è titolato a giudicare piuttosto che agire. Parole, discussione e conflitti tra idee e interessi (o tra programmi di partiti), ovvero deliberazione in senso lato, sono centrali quando la voce è il centro della politica; trasparenza o “candore” (nel senso romano classico per cui chi si candidava metteva una stola candida dando così il segno di volersi esporre al pubblico) sono centrali nel caso della democrazia dell'audience, in cui l'organo del potere popolare diventa «l'osservazione piuttosto che la decisione, e l'ideale critico del potere del popolo è il candore piuttosto che l'autonomia»¹².

La democrazia dell'audience costituisce un significativo passo verso la politica della passività spettatoriale. Come ha scritto Pierre Rosanvallon diagnosticando l'incremento del potere “negativo” contro quello “positivo” nelle democrazie contemporanee, la legittimità informale che l'azione di contro-democrazia genera non consiste nell'incalzare le istituzioni dal punto di vista della volontà popolare (è il suffragio a dare questa legittimità), ma nel tenere le istituzioni sotto i riflettori, se così si può dire, sotto l'occhio di un pubblico che vuole guardare. Nelle democrazie contemporanee i cittadini non incalzano più la democrazia rappresentativa nel nome della democrazia diretta o di più partecipazione, ma la criticano nel nome della politica rappresentata cioè letteralmente esposta al pubblico. Invece che dal popolo-elettore, la legittimità informale della contro-democrazia ha come protagonista il popolo-giudice o controllore, l'occhio pubblico che vuol vedere, non la voce che rivendica il fare. Quello giudicante è un potere negativo o censorio.

La storia delle forme di potere negativo è lunga e ricca: va dal tribunato e l'eforato, alla petizione al monarca e la denuncia via stampa, al monitoraggio attraverso le associazioni della società civile, alla contestazione per opera dei movimenti sociali e dei partiti politici, e ora anche all'azione di Internet, e poi ancora alle forme giuridiche di impedimento come la Corte suprema americana e le corti costituzionali nei nostri ordinamenti parlamentari, le forme di azione giudiziaria individuale e collettiva contro le decisioni politiche e amministrative dello Stato, infine le forme modernissime di opposizione messe in atto dai movimenti anti-global, al potere delle agenzie internazionali come l'ONU di interferire con l'azione dei governi monitorandoli in vista della difesa dei diritti umani, ma anche al potere ben più pervasivo del mercato, forse il potere negativo moderno più influente proprio per la capacità che ha fin qui avuto di rivendicare la legittimità di porre veti alle decisioni politiche nel nome di regole presunte neutre e

12. Green, *The Eyes of the People*, cit., p. 15.

perfino naturali, regole impersonali e compiutamente indirette¹³. Delle tre forme di potere negativo – quella di impedimento, quella di sorveglianza, e quella di giudizio –, l'ultima è senza dubbio la più moderna e quella che ha avuto una crescita straordinaria nella seconda metà del secolo ventesimo, sia in conseguenza della vittoria giudiziaria con la quale si è conclusa la Seconda guerra mondiale (un fatto straordinario che ha portato il giudizio a svolgere un compito assolutamente inedito di legittimazione per via di una “vittoria” che eccedeva quella ottenuta sul campo di battaglia) e poi in relazione all’innovazione tecnologica dei mezzi di informazione e alla crescita della società civile, nazionale e globale.

È bene precisare che il giudizio come forma di azione politica pone una serie di problemi alle strategie classiche di opposizione e di denuncia e deve essere concepito non come sostitutivo della decisione politica democratica. Prima di tutto, perché esso accresce il potere delle procedure giuridiche e dei giudici (siano essi quelli dell’opinione mediatica, dei mercati azionari, o quelli che siedono nei tribunali), un potere che tende a deprimere quello dei corpi politici, come appunto i partiti-organizzazione ma anche i parlamenti e i cittadini elettori. In secondo luogo, mentre la decisione politica – anche quando è fatta oggetto di contestazione – mette in moto il cittadino attivo, l’azione giudicante dà risalto al ruolo dello “spettatore” e mette in moto un criterio di giudizio, quello dell’imparzialità, che è esterno alla politica. In terzo luogo, l’azione del giudizio amplia la dimensione pubblica, ma in una forma che è di teatralità o estetica e che per questo si presta a essere strumentalizzata dai mezzi di comunicazione di massa, i quali tendono a trasformare il processo di formazione delle opinioni in una sorta di tribunale della trasparenza e dello svelamento che è più consono alla demagogia che alla deliberazione ragionata¹⁴.

Tornando a Manin, a conclusione dell’analisi storica delle forme del governo rappresentativo, egli sostiene che rispetto a quella gestita dai partiti, la democrazia post-partitica o «del pubblico» prefigura un ampliamento della libertà perché «l’ascesa dei mezzi di comunicazione di massa non di parte, determina una conseguenza importante: quali che siano le loro preferenze, tutti gli individui ricevono le stesse informazioni su un determinato tema. Le persone, ovviamente, continuano ad avere opinioni divergenti sulle questioni politiche, ma la percezione stessa del tema ten-

13. Questa tesi è al centro del volume di P. Rosanvallon, *La contre-démocratie. La politique à l’âge de la défiance*, Seuil, Parigi 2006.

14. Ho svolto questi argomenti in *Unpolitical Democracy*, in “Political Theory”, 38, 2010, 1, pp. 65-92. Si veda A. Pizzorno, *Il potere dei giudici: Stato democratico e controllo della virtù*, Laterza, Roma-Bari 1998.

de a emanciparsi dalle tendenze politiche individuali»¹⁵. Questo corollario vale a condizione che i mezzi di informazione siano pubblici o non soggetti al monopolio di capitali privati o di maggioranze parlamentari. A queste condizioni, la democrazia dell'audience, secondo Manin, sarebbe più democratica, perché metterebbe tutti indistintamente nella condizione di ricevere le informazioni senza ipoteca ideologica o partitica.

Nondimeno, la «democrazia del pubblico» offre un'immagine alquanto diversa, anche qualora le fonti di informazione siano pubbliche e anche quando sono private e non sono monopolizzate da chi aspira alla leadership politica: quella di una ristrutturazione e di una riorganizzazione della forma partito sulla base di obiettivi e criteri che non sono necessariamente più democratici. In Italia, il paese in cui il telepopulismo ha lanciato una sfida radicale al sistema dei partiti tradizionali, Silvio Berlusconi è riuscito a conquistare una maggioranza stabile solo quando ha creato un suo proprio partito, promuovendo una forte identità ideologica (perfino più marcata di quella dei vecchi partiti) e dando ai suoi elettori la certezza di appartenere a una parte, non soltanto a una televisione commerciale. Se di primo acchito la «democrazia del pubblico» sembra incarnare un sistema di rappresentanza fluido, aperto, caratterizzato dall'indeterminatezza e gestito da candidati individuali invece che dai membri omologati di partiti-organizzazione, a un'analisi più attenta, tuttavia, siffatto sistema si rivela non meno gerarchico, rigido e omologato del suo antenato, con la notevole (e negativa) differenza che ora l'elemento unificante è, direttamente, la persona del leader e, indirettamente, il potere subliminale dei media e dei tecnici che li usano. Nel frattempo, inoltre, i partiti non sono scomparsi, ma sono diventati macchine per la costruzione e il mantenimento del potere del leader e dei suoi agenti fuori da ogni controllo da parte dei militanti e, sempre più facilmente e spesso, della legge.

Sulla scia di Manin, i sostenitori della democrazia del pubblico ritengono che con il trasferimento del potere del giudizio pubblico dalle parole alla visione si ritiene di poter rendere il «tribunale dell'opinione» effettivamente efficace e di sfruttare al meglio le potenzialità democratiche dei mezzi di informazione e di comunicazione, strumenti in grado di restituire al popolo il suo ruolo più specifico, che non è quello di agire (una massa, come scriveva Weber, non è in grado di agire senza un leader), ma quello di guardare, osservare e giudicare. La democrazia plebiscitaria risulta in un divorzio interno alla sovranità popolare tra il popolo come cittadini partecipanti (con ideologie, interessi e l'intenzione di competere per ottenere la maggioranza) e il popolo come un'unità impersonale e completa-

15. Manin, *The Principles of Representative Government*, cit., pp. 228-9.

mente libera da interessi che ispeziona e giudica il gioco politico giocato da alcuni e gestito da partiti elettoralistici. La partigianeria non è espulsa dal dominio della decisione; è espulsa dal forum, nel quale il popolo sta o opera come pubblico o una massa indistinta e anonima di osservatori che come supremo spettatore «guarda soltanto» e giudica ma «non vuole vincere» nulla¹⁶.

Il prezzo per diventare un leader in questa democrazia plebiscitaria deve essere reso alto e costoso: questa è l'unica arma di controllo che l'audience ha dalla sua. Il costo che il leader deve pagare in cambio del potere che gode è la rinuncia di molta parte della sua libertà individuale. Il leader si mette completamente nelle mani del popolo-audience perché è permanentemente sotto i suoi occhi. Questo è «l'extra-ingombro sulle figure pubbliche» che la democrazia del pubblico od *oculare* esercita su chi ha il potere. Jeffrey Green, l'autore di questa interpretazione, propone un'idea interessante perché è innegabile che coloro che competono per il potere devono essere consapevoli di non godere né di poter reclamare la stessa ampiezza di diritto alla privacy di un cittadino ordinario. Più potere comporta più responsabilità e quindi meno libertà di nascondere e nascondersi. D'altro lato, chi esercita il potere politico desidera avere l'anello di Gige, cioè di essere invisibile per riuscire a fare ciò che non potrebbe impunemente fare in pubblico senza subire reprimende o censure¹⁷. La segretezza è un bene fondamentale nella vita privata degli individui, ma può essere un ostacolo intrattabile nel caso dei pubblici ufficiali e uomini politici. Certo, un ministro o un primo ministro è protetto nel suo diritti fondamentali come ogni altro cittadino. Tuttavia, affinché la sua vita privata si dimostri trasparente e dentro la legge, una qualche ispezione deve esserci. Nel caso dei politici eletti e benché non siano soggetti a nessun mandato imperativo, la fiducia non viene data *ex ante* come un assegno in bianco, ma comporta e anzi richiede di essere corroborata dall'evidenza. Gli organi di stampa o quel che si chiama il potere negativo dell'opinione coprono questa funzione di monitoraggio. È un fatto che competere per posti pubblici è una libera scelta del candidato, il quale quando la fa deve mettere in conto gli oneri che da ciò derivano.

16. Green, *The Eyes of the People*, cit., p. 29.

17. Per una valida riflessione sulla segretezza e l'opacità come un bene importante delle persone e i nuovi rischi che possono venire dall'ossessione per la trasparenza e le tecnologie che vogliono tutto sapere e controllare, si veda G. Kateb, *On Being Watched and Known*, in Id., *Patriotism and Other Mistakes*, Yale University Press, New York-London 2004, pp. 93-113. Sulla sfera nella quale la pubblicità è importante, si veda A. Gutmann, D. F. Thompson, *Democracy and Disagreement*, The Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge (MA)-London 1996, pp. 95-127; sulle promesse di pubblicità nello Stato democratico, si veda N. Bobbio, *Il futuro della democrazia*, Einaudi, Torino 1984, pp. 85-113.

3. La politica della passività

Ma dalla considerazione convincente sul “peso” della pubblicità che il politico eletto sopporta e deve mettere in conto non discende l’assicurazione che portare il leader sul palco del teatro pubblico comporterà *eo ipso* rendere il suo potere limitato e controllato; che in sostanza il pubblico possa sostituire la costituzione e la norma della limitazione del potere così da rendere la politica più democratica perché non soggetta a organismi non-democratici (come le corti) o a carte che, scritte da assemblee costituenti in un tempo passato, valgono a limitare la volontà dei cittadini presenti. La democrazia plebiscitaria, sia essa di massa o dell’audience, ha come obiettivo polemico le istituzioni non democratiche o di limitazione della funzione democratica di legiferare e prendere decisioni. Ma «la motivazione per la quale i politici accettano di mettersi una maschera che sia accettabile socialmente non scompare con l’avvento della democrazia moderna»¹⁸, e quindi l’argomento dei plebiscitari che insiste sul controllo del potere dell’occhio popolare – come controllo superiore anche a quello delle norme costituzionali e quindi veramente democratico – non è né convincente né provato. È basato su un’astratta considerazione circa il ruolo del “pubblico oculare” che le esperienze concrete sembrano contraddirsi.

Il primo ministro Silvio Berlusconi era permanentemente sotto l’occhio dei media che si intrufolavano nella sua vita non necessariamente per rivelare i suoi potenziali illeciti, ma per soddisfare la sete di scandali da mettere in pubblico, cosa che nel frattempo creava il mercato degli scandali e dava all’opinione pubblica la forma di tabloid¹⁹. Mettere la vita del primo ministro davanti agli occhi del popolo non serviva a controllare o limitare il suo potere; inoltre, non aveva nemmeno un ruolo deterrente sulle sue scelte o preferenze. Il fatto che Berlusconi possedesse o controllasse sei televisioni nazionali è stato certamente un fattore aggravante, ma non è stata solo questa la ragione che ha reso la democrazia italiana dell’audience una democrazia passiva e ben poco capace di controllarlo. Infatti, perfino più che il possesso e il controllo dei mezzi di informazione, l’impero del potere oculare o l’infrazione delle immagini è stato il fattore che ha reso l’“occhio” particolarmente inetto a controllare. Il paradosso di insistere sul fattore estetico dell’opinione pubblica a spese di quello cognitivo e di

18. Green, *The Eyes of the People*, cit., p. 29.

19. Un interessante studio sulla politica degli scandali è quello di N. Dirks, *Scandal of Empire: India and the creation of imperial Britain*, The Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge (MA)-London 2006, nel quale si sostiene che gli scandali numerosi che riempivano i giornali inglesi dell’Ottocento e del Novecento servirono più a sostenere la politica imperiale che a osteggiarla (in particolare, ivi, pp. 87-132).

quello politico-partecipativo è che non tiene conto del fatto che le immagini sono la sorgente di un tipo di giudizio che valuta gusti più che fatti politici, ed è quindi irrimediabilmente soggettivo²⁰.

Il “gusto”, ha spiegato Immanuel Kant, esalta anziché contenere le potenzialità retoriche del mondo della visione, e inoltre isola l’osservatore invece di facilitare la comunicazione con gli altri osservatori. Infatti, mentre è possibile “parlare di gusto”, è impossibile “disputare” sul perché una persona abbia quel gusto in quanto il gusto sta oltre la contestazione e la ragione deliberante perché è un’espressione personale che non ha parametri di misurazione fuori dal sentire del soggetto. Il massimo che si possa fare è aver fede che «si possa giungere a un accordo mutuo» su un certo gusto e operare per rendere ciò possibile (con l’arma per esempio della persuasione retorica). Ma il gusto è e resta soggettivo e può difficilmente essere veicolo per una condivisione o anche un accordo tra osservatori. Al contrario, è il ragionamento ipotetico (l’“immaginazione” secondo Kant) che ha il potere e la capacità di stimolare e animare la volontà dei soggetti e fa questo guidando le nostre ragioni verso la formazione di strategie che possono attrarre consenso: «ci deve essere la speranza di arrivare a un accordo mutuo; non si può contare su condizioni per un giudizio che non abbiano una validità meramente privata e non siano meramente soggettive, ciò che è completamente opposto al principio fondamentale per cui *ognuno ha i suoi gusti*»²¹. L’ideologia è figlia del ragionamento ipotetico e dell’immaginazione; ci fa preconizzare il futuro così da mobilitare la nostra e l’altrui volontà nel presente per cercare di realizzarlo. L’ideologia è un comportamento razionale in un campo che, come quello politico, ha a che fare con il futuro o con decisioni che fanno succedere cose. L’“affetto”, biasimato da Kant nella sfera della conoscenza, è dallo stesso Kant più benevolmente considerato quando si riferisce a «ciò che è *ideale* e anzi puramente morale». «Questa disposizione morale non può non mirare a una costituzione repubblicana»: del resto, con quali “strumenti” si può passare da un ordine dispotico a un ordine repubblicano se non si mette in conto la crescita di una sorta di credenza collettiva in qualche

20. Sulle tre funzioni del “pubblico”, si veda K. Eder, *The Transformations of the Public Sphere and their Impact on Democratization*, in A. Pizzorno (a cura di), *La democrazia di fronte allo Stato. Una discussione sulla difficoltà della politica moderna*, in “Annali della Fondazione Giangiacomo Feltrinelli”, XLIII, 2008, pp. 247-79.

21. I. Kant, *Critica del giudizio*, trad. it. di A. Gargiulo, introd. di P. D’Angelo, Mondadori, Milano 2008, p. 1092. Si veda P. J. Steinberger, *The Concept of Political Judgment*, University of Chicago Press, Chicago-London 1993, pp. 153-8; B. Longuenesse, *Kant et le pouvoir de juger: sensibilité et discursivité dans l’Analytique transcendentale de la Critique de la raison pure*, PUF, Paris 1993, p. 6.

cosa di buono e di possibile, così forte da riuscire a far superare il senso del pericolo e il calcolo della convenienza²²

Quale è invece il risultato delle immagini visive e del gusto? «L'esito è questo: che la priorità della televisione sono gli scoop e il rating (l'audience più ampia possibile)»²³. È prevedibile quindi che l'informazione non dia per se stessa più potere o non armi la facoltà del giudizio di più potere. Anzi, l'egemonia dell'occhio porterebbe il pubblico esattamente nella direzione opposta a quella prevista dai sostenitori del plebiscitarismo dell'audience. L'audience non controlla il leader, ma suggerisce al leader e ai suoi tecnici dell'immagine ciò che egli dovrebbe fare per incontrare il favore del popolo e, se necessario, mettere al riparo della vista ciò che il popolo non vuole vedere. Inoltre, l'impero della visione inevitabilmente guasta il tenore dello stile del discorso politico. L'esperienza italiana conferma questa diagnosi perché, negli anni nei quali Berlusconi regnò come leader plebiscitario con una politica dell'audience, le questioni al centro della conversazione erano suggerite dalle logica del marketing o della pubblicità di vendita. I temi e problemi politici erano nel frattempo stati espunti dal discorso pubblico che i mass media governavano poiché non erano attraenti né per gli assetti televisivi né per gli spettatori²⁴. Il paradosso del pubblico-occhio-totale, dell'idea cioè che l'audience consista in un efficace extra-impedimento al potere del leader proprio per la sua richiesta di trasparenza, è che le decisioni politiche restano non viste o non rivelate perché pertengono a oggetti che sono generalmente meno attraenti per i gusti estetici degli spettatori e il loro desiderio di spettacolarità. Conoscere molto poco di ciò che i politici eletti fanno quando governano è il costo che i cittadini italiani hanno pagato diventando un occhio che voleva vedere tutto e veniva alimentato da un tipo di informazione guidata dallo scopo di impressionare la mente dell'audience con immagini che provocavano o compassione o rabbia o simpatia o invidia ecc. Produrre effetto emotivo, ha scritto Niklas Luhmann, è la funzione dei mass media,

22. Un simile ragionamento ha guidato l'analisi critica della convinzione liberale classica di Hirschman secondo la quale la "felicità" per i moderni può essere soltanto associata alla, o stimolata dalla, dimensione privata della vita e dagli interessi economici. Si veda, in modo particolare, A. O. Hirschman, *Shifting Involvements: Private Interest and Public Action*, Princeton University Press, Princeton (NJ) 1982 (trad. it. di J. Sassoon, *Felicità privata e felicità pubblica*, il Mulino, Bologna 1983).

23. G. Sartori, *Comparative Constitutional Engineering. An Inquiry into Structures, Incentives and Outcomes*, New York University Press, New York 1997 (II ed.), p. 149.

24. Commentando le relazioni extra-coniugali del presidente Clinton che occuparono la stampa americana per metà del suo secondo mandato, Gutmann e Thompson sostengono, giustamente, che la qualità della deliberazione in quegli anni sarebbe stata migliore se l'opinione pubblica fosse stata meno interessata alle vicende private e morali che a quelle politiche (Gutmann, Thompson, *Democracy and Disagreement*, cit., p. 124).

i quali per tanto riproducono la non-trasparenza proprio quando propagandano la trasparenza e la pan-conoscenza²⁵. Rendere la vita del leader visibile e un oggetto di spettacolo permanente può generare opacità con la pretesa della pubblicità.

Il caso italiano sembra provare, contro chi crede che la democrazia plebiscitaria dell'audience sia più vicina alla democrazia di quella rappresentativa per mezzo dei partiti e delle elezioni, che la trasformazione della base della politica dai partiti-organizzazione e programma ai partiti liquidi e dei sondaggi ha reso il popolo non solo meno capace di controllo e meno in controllo, ma a tutti gli effetti incapace di controllare, mentre ha reso il dominio della politica più vulnerabile alla segretezza, all'opacità e alla corruzione.

Alessandro Pizzorno ha qualche anno fa interpretato il paradosso contenuto in questa trasformazione mediatica della politica come un segno del declino del linguaggio e del giudizio politico e la sua sostituzione con il linguaggio e il giudizio della moralità soggettiva o dettata dal gusto. La centralità dei simboli sui programmi, della persona del leader sul collettivo del partito-organizzazione, si traduce nella centralità delle qualità morali su quelle politiche nella formulazione che i cittadini fanno dei loro giudizi politici. Le virtù politiche (prudenza, competenza ecc.) declinano, mentre quelle morali (estetiche, sessuali ecc.) diventano centrali. Un risultato provato di questa trasformazione è, secondo Pizzorno, la crescita della corruzione, perché ciò che dovrebbe essere un oggetto di visibilità non è interessante né per l'audience né per i tecnici dei media né ovviamente per gli esperti che curano l'immagine pubblica del leader. La politica diventa più professionale nel senso che diventa un'attività che vive di scambi privati e nascosti, benché meno attenta all'interesse dei cittadini e in questo senso meno politicamente competente. Infine, il plebiscito dell'audience facilita la corruzione, proprio quando pretende di fare del popolo un grande occhio²⁶.

4. Conclusione

Posso a questo punto portare a conclusione la riflessione sul modello di democrazia plebiscitaria dell'audience mettendolo a confronto con gli altri due modelli che si sono consolidati negli anni della democrazia per mezzo dei partiti, quello deliberativo (razionalistico e normativo) e quello proceduralistico (realistico e strumentale), il primo associato al nome di Jürgen

25. N. Luhmann, *The Reality of the Mass Media*, Stanford University Press, Stanford 2000, p. 103.

26. Pizzorno, *Il potere dei giudici*, cit., pp. 45-63.

Habermas e il secondo al nome di Joseph A. Schumpeter. Gli argomenti che i deliberativisti e i proceduralisti hanno avanzato sono essenzialmente etici e morali, fatti o nel nome del principio di universabilità degli argomenti razionali come principio legittimante o nel nome dei principi di aggregazione delle preferenze e ricambio periodico degli eletti come le sole vie pragmatiche per risolvere la carenza di razionalità contenuta nelle opinioni politiche, senza rinunciare alla libertà ovvero al consenso elettorale. I teorici habermasiani e quelli schumpeteriani concepiscono la democrazia come un ordine politico basato sull'autonomia e il voto, una visione dell'attività politica centrata sulla decisione e la voce. Essi trattano l'opinione dell'individuo privato come una realtà che non dovrebbe entrare nel dominio politico senza subire trasformazioni. Gli habermasiani propongono di ottenere ciò filtrando le opinioni private attraverso la deliberazione razionale e pubblica (usando la grammatica dei diritti e della legge, non quella delle credenze o delle convenienze personali), gli schumpeteriani estraendo dalle opinioni private l'unità numerica di calcolo, il fatto misurabile del voto (un dato che il conteggio rende insindacabile e mette al riparo dalle interpretazioni personali). Queste due strategie sono ciò che la democrazia plebiscitaria dell'audience contesta e confuta quando oppone alla intermediazione del giudizio riflessivo (per mezzo delle ragioni pubbliche o dei partiti) quello reattivo ed emotivo alle immagini.

Posso ora ritornare alla diagnosi di Manin secondo la quale è in atto una trasformazione dalla democrazia dei partiti alla democrazia plebiscitaria, nella quale l'apparire in pubblico definisce l'arte della *politica* del pubblico o dell'audience. Nel sottolineare il passaggio dalla partecipazione alla spettatorialità, Manin precisava che consenso e discussione sono entrambi essenziali alla legittimità democratica mentre il giudizio non è da solo il marchio dell'auto-governo. Per questa ragione, egli valutava la transizione dalla democrazia per mezzo dei partiti alla democrazia dell'audience come un segno contraddittorio perché, mentre essa libera gli elettori dall'interpretazione dei partiti, diminuisce il loro potere sul leader politico. Quando i cittadini votavano per partiti con piattaforme e programmi esercitavano il loro giudizio sulla politica futura, il loro voto non esprimeva semplicemente la fiducia nella persona del notabile, come succedeva nell'Ottocento quando il candidato-notabile era il rappresentante (o come succede ora con i partiti-del-leader). Nella democrazia per mezzo dei partiti, l'immagine del candidato non si sostituiva alle aspettative future degli elettori come succede nella democrazia plebiscitaria, dove le elezioni sono incentrate sull'immagine del candidato e il riferimento ai programmi e alle piattaforme politiche è pressoché irrilevante. La conseguenza è che anche l'*accountability* (la rispondenza degli eletti agli elettori) viene a perdere rilevanza poiché gli elettori non hanno più alcun controllo, seppure indiretto,

sulle questioni pubbliche e sulle politiche, nemmeno durante la campagne elettorali. Chiaramente, Manin giudica la trasformazione dal discutere e dibattere (e votare sui programmi) al guardare e giudicare stando in una posizione spettatoriale come un segno di malessere (*malaise*) non come un miglioramento. Infatti conclude il libro con queste parole sconfortanti che faccio mie: «il governo rappresentativo sembra aver cessato i suoi progressi verso l'auto-governo popolare».