

La grande distanza tra il Signor Rossi e il mondo reale

Il saggio. Nando Pagnoncelli indaga i cambiamenti del Paese e scopre che abbiamo percezioni distorte

GIOVANNI COMINELLI

«Le mutazioni del signor Rossi» – l'omino creato da Bruno Bozzetto nel 1960 – è il titolo di un nuovo libro di Nando Pagnoncelli, presidente di Ipsos Italia, società di ricerca sociale. Il sottotitolo è: «Gli Italiani tra mito e realtà» (Edizioni Dehoniane Bologna). Con prefazione di Giovanni Floris, racconta i cambiamenti di opinione degli Italiani, rilevati con tecniche sempre più sofisticate. È una sorta di spremitura di molti sondaggi, dietro ai quali sta un lavoro di ricerca scientifica sul campo, che tanta paludata sociologia accademico-filosofica ignora.

Ma il termine «mutazioni» allude a qualcosa di più: a un cambiamento antropologico, di cui quello delle opinioni è solo una spia. Il libro è denso di notazioni acute, non sintetizzabili in poche battute. L'unica sintesi possibile può venire solo dalla lettura diretta. Come tutte le analisi, anche le più scientifiche, anche questa risente di quella che gli epistemologi chiamano «la metafisica occulta», cioè un nucleo di valori e di opzioni ideologiche, spesso inconsapevole, che lavora alle spalle del ricercatore e ne orienta i risultati finali.

Nel caso di Pagnoncelli, la metafisica non è né occulta né inconsapevole; è francamente confessata. L'assunzione di fondo è che «la realtà è sempre positiva». Si tratta di un'ontologia semplice e dirimente, che non indulge al

catastrofismo, alle distopie di moda, alla depressione o alla rabbia che da queste conseguono. Di qui uno sguardo quieto, appassionato ma non fazioso sugli italiani, senza la pretesa ortopedica o soteriologica di volerli raddrizzare, cambiare radicalmente, salvare.

E, tuttavia, il suo compito analitico lo svolge con rigore, senza indulgenze per i difetti, le contraddizioni, gli opportunismi, le

■ **Fenomeni come immigrazione e disoccupazione sono largamente sovrastimati**

■ **Ma l'analisi non indulge al catastrofismo, alla depressione o alla rabbia diffusi**

schizofrenie che noi italiani praticiamo e che le ricerche rivelano. Cruciale è, a questo proposito, l'introduzione del cosiddetto «indice di ignoranza», costruito aggregando le discrepanze tra la percezione di un fenomeno e la realtà effettuale. Si potrebbe chiamare «indice di dis/percezione». Uno studio su 14 Paesi, in-

titolato appunto «The Ignorance Index», colloca noi italiani al primo posto nella scala dell'ignoranza-dis/percezione. Meglio di noi Usa, Corea del Sud, Polonia, Ungheria, Francia, Canada, Belgio, Australia, Gran Bretagna, Spagna, Giappone, Germania, Svezia, dove i cittadini sono i più informati. Qualche esempio? Quanti sono i musulmani residenti in Italia? Risposta: «Il 20 per cento della popolazione». In realtà è il 4 per cento. Quanti sono gli immigrati? Risposta: «Il 30 per cento». In realtà sono il 7 per cento. Quanti i disoccupati? Risposta: «Il 49 per cento». In realtà il 12 per cento. Quanti i cittadini con più di 65 anni? «Il 48 per cento». In realtà sono il 21 per cento.

In questo universo di dis/percezioni si muovono forze socio-economiche, mass media, partiti, che fondano sull'ignoranza dis/percettiva programmi politici e mobilitazione elettorale, con ciò allargando ulteriormente il fosso tra il cervello sociale e la realtà effettuale. Ora, un Paese che costruisce la propria visione del mondo, il proprio dibattito pubblico, le proprie scelte politico-elettorali sull'ignoranza della realtà, finisce per sbattervi contro.

Questo libro aiuta a riempire l'abisso tra la realtà e la sua percezione, tra il «chi sono gli Italiani» e il «chi credono di essere». Tutti vogliono le riforme? Certo, ma meglio nell'orto del vicino. Tutti sono solidali? Certo, però evado-



Un immigrato fermato dalla polizia in provincia di Napoli
ANSA/ C. FUSCO Sotto, il Signor Rossi 2015 disegnato da Bruno Bozzetto in tre versioni, come compare sulla copertina del saggio di Nando Pagnoncelli





«Travolti da un mare di informazioni»

L'intervista. Morcellini, esperto di media: la massa di notizie disorienta nell'azione chi ha poca cultura

VINCENZO GUERCIO

Mario Morcellini, ordinario di Sociologia dei Processi culturali, è prorettore alla Comunicazione dell'Università «La Sapienza» di Roma. Con lui discutiamo alcune delle questioni affrontate da Nando Pagnoncelli nel suo ultimo, recentissimo saggio: «Le mutazioni del Signor Rossi».

Morcellini, come è cambiato questo signor Rossi?

«Dichiarare la morte non sarebbe una brutta notizia. In passato questo eccesso di semplificazione, coagulazione degli italiani attorno a poche tipologie ha comportato gravi problemi di incomprensione. La modernità porta con sé due cose: un aumento delle devianze leggere (tipologia «minima quantità» nel consumo di droghe); un'esplosione di stili di vita e aspettative eccessive. Una volta c'erano pochissimi modelli e riferimenti. Oggi ognuno di noi pretende, in ordine ad aspettative esagerate, di essere lui la categoria. Nessuno si sente più «signor Rossi», italiano medio. Nessuno si rassegna a essere il luogo della media. Poche volte la storia ci ha fatto assistere a una così radicale trasformazione di aspettative e stili di vita».

L'offerta mediatica, specie nel campo dell'informazione, ha cambiato gli Italiani?

«Certo. Basti considerare il rapporto fra solidarietà e individualismo. L'individualismo stravincente, e i media, giornali compresi, non sono affatto innocenti. Nell'offerta culturale c'è qualcosa che milita contro i valori: esagera gli aspetti negativi, la cronaca nera,



Mario Morcellini, massmediologo

■ ■ Nessuno si sente più signor Rossi, ciascuno presidia la propria individualità»

■ ■ Le identità si frammentano, è il tempo della contraddizione e dell'incoerenza»

l'incattivirsi della società, spinge verso l'individualismo. Come se l'accumularsi di contenuto della comunicazione fosse, invece che elemento di allargamento della cittadinanza, un presidio dell'individuo. Nella crisi generale - istituzioni, politica, buona educazione, scuola - i media appaiono l'unico punto di riferimento non ancora in crisi. Invece dominano aggressività, paura degli altri: sul piano razziale ma anche generazionale, di fronte a chiunque sia percepito come diverso da sé».

L'emotività prevale sulla razionalità?

«Alcuni studiosi hanno parlato di «psicologizzazione» dell'uomo contemporaneo, sotto il peso di questa immane massa di informazioni che gli casca addosso. L'organo che più è chiamato a fronteggiare l'assalto è lamente, anzi una via di mezzo fra emotività e razionalità. L'uomo è costretto a introiettare, per la prima volta nella storia, un numero incontrollabile di informazioni e dati, che non aiuta a costruire una risposta adeguata con l'azione. Abbiamo bisogno dell'informazione per orientare la scelta di vita. Quando le informazioni sono incontrollabili, sovraccaricate, e non hai un codice culturale per mettere in fila i saperi il risultato pratico è il disorientamento: un ulteriore attacco alla fragile razionalità degli uomini».

Pagnoncelli parla di un forte scarto che esiste fra percezione e realtà...

«Sì. Per esempio, quando interroghi gli Italiani sulla quantità degli immigrati, solo il 15 per cento azzecca la percentuale. L'83 per cento raddoppia, triplica, o più, i dati statistici. Chi ha messo questi immigrati negli occhi degli italiani? Il sistema delle comunicazioni».

È vero che, a causa dei media, abbiamo più informazioni ma siamo meno dotati di senso critico, meno capaci di discernimento razionale?

«Vero. Detto altrimenti: il «collezionismo» con cui gli italiani usano i media non è legato a una capacità di mettere in ordine le informazioni che arrivano».

Il presidente di Ipsos parla di un crollo della dimensione progettuale, della visione del futuro, a favore di una sorta di «presentismo» onnivoro e fagocitante.

«Il presente assoluto. Non è vero se si pretende che sia un'analisi valida per tutti. Per i soggetti con meno cultura e capacità critiche la comunicazione finisce per essere il vocabolario con cui si ordina l'esperienza del mondo. Non sono più la politica, i movimenti, la famiglia, le relazioni personali a costruire valori, ma le tecnologie comunicative. Non è vero però per la parte - tutt'altro che trascurabile - degli italiani che hanno un capitale culturale significativo, una buona formazione familiare e scolastica. Per questi la comunicazione funziona prevalentemente come allargamento del sapere individuale. Per la maggioranza tuttavia la comunicazione è un mezzo che fa diventare sudditi invece che protagonisti».

Altro tema di Pagnoncelli è l'idea dello «specchio rotto» dell'identità, la sua frammentazione, secondo il principio del massimo tornaconto: l'operaio che è leghista alle urne, cattolico la domenica mattina a Messa, iscritto alla Cgil sul lavoro.

«Amara descrizione dell'uomo contemporaneo. Vediamo la nostra identità spezzettata e non ricomponibile. Stante la crisi dei punti di riferimento, è più difficile che si strutturi una personalità coerente. Questo è il tempo della contraddizione. Il che significa che gli uomini sono sempre più infelici. Dal vivere situazioni così dissonanti il benessere spirituale è compromesso. Nel nostro tempo di eccessi tecnologici si vivono più dipendenze che in passato. Le risorse che sono disponibili per noi promettono indipendenze, gli uomini manifestano però sempre più forme di dipendenza».

no il fisco. Tutti a difendere la famiglia, fondata su uomo, donna e figli come cellula della società. Peccato che sia praticata come un guscio socialmente impermeabile e protettivo. I giovani? Senza passioni e senza speranze. Ma questa non è l'autobiografia dei loro genitori? Europa? Certo, ma non disposti ad accettare la perdita di sovranità nazionale che ne consegue. E via di incoerenza in incoerenza, di contraddizione in contraddizione...

Fino a quando? Il libro attiva un allarme per le agenzie educative del Paese: scuola, parrocchie, famiglie, partiti, per ciascuno di noi.