

L'intervista

«Vero, verissimo certamente falso»

Nando Pagnoncelli. Bisogna lavorare sull'area grigia legata a una certa retorica politica: le emozioni svolgono un'azione decisiva nell'orientare le scelte degli elettori

N

on è un caso che la «post-verità» sia stata dichiarata, a fine 2016, parola dell'anno dagli *Oxford Dictionaries*, all'indomani della Brexit, il trampolino

di lancio del ciclo nazionalpopulista. Su questo termine chiave del nostro tempo – che indica il sorpasso della percezione della realtà sulla realtà stessa, del ruolo inquinante giocato dalle emozioni sui fatti oggettivi – Nando Pagnoncelli, presidente di Ipsos, ha svolto da tempo sondaggi, ricerche e vi ha dedicato anche alcuni libri.

È ormai accettato il nesso tra fake news e l'esito del referendum sul divorzio con la Ue.

«Due macronotizie, più di altre, hanno influenzato gli elettori. Una è stata la presunta invasione di stranieri, un elemento decisivo a favore della Brexit, peraltro proprio nelle Contee dove vivono

pochi stranieri. L'altra riguarda l'impatto sul servizio sanitario, perché era passato il falso messaggio che i risparmi dei contributi non versati a Bruxelles sarebbero finiti per migliorare ospedali e assistenza medica. Due temi molto sentiti, che hanno a che fare con la vita di tutti i giorni e ai quali sono più esposte soprattutto le fasce anziane della popolazione».

Lei, però, sollecita una riflessione più approfondita sulla manipolazione operata dalle fake news.

«Credo sia necessario indagare meglio in profon-

dità. La fake, se la intendiamo come notizia puramente inventata, è facilmente identificabile e, in teoria, smascherabile. E andrebbe sanzionata. La questione, però, si complica perché nel compartobufale inseriamo, o dovremmo inserire, le esagerazioni della portata di alcuni fenomeni».

Il terreno scivoloso interessa il quasi-vero e il quasi-falso, cioè il finto?

«In un certo senso sì, e qui entra in giocola realtà fai-da-te. Osservo innanzitutto l'accentuazione di una o più componenti che possono suscitare allarme. È qui che bisogna lavorare: su questa area grigia, legata ad una certa retorica politica. Le emozioni svolgono un'azione decisiva nell'orientare le scelte degli elettori. Parlo soprattutto di paure ed emozioni negative, ma ci sono anche quelle positive: quando vuoi essere orgoglioso del tuo Paese ti riferisci a quel che funziona, eppure in questo caso la narrazione non decolla. Un vecchio adagio dice che parlare dei fatti positivi è una non notizia: bisogna essere consapevoli che una comunicazione negativa non la scacci con i numeri e con gli aspetti razionali. Per batterla serve evocare una sensazione positiva: lo potremmo fare tranquillamente, invece non succede».

Per esempio?

«Restando all'Italia, viene diffusa un'immagine distorta, di un Paese in declino. È proprio così? Non direi. Abbiamo 4 milioni e 100 mila imprese, siamo eccellenti esportatori, la seconda manifattura d'Europa e il primo Paese europeo per riciclo dei rifiuti, il primo al mondo per siti Unesco, 6 milioni di persone fanno volontariato e disponiamo di un capitale sociale diffuso. Ci raccontiamo come una terra inospitale per i migranti, ma ne abbiamo 5 milioni e 200 mila. Ricordo due fatti che mi hanno colpito: il 4 luglio '79 abbiamo mandato due navi militari, a spese nostre, a soccorrere nei mari del Sudest asiatico i boat-people vietnamiti in fuga dal regime comunista e dopo Chernobyl, dall'86 ad oggi,

abbiamo ospitato 460 mila bambini e adolescenti bielorussi dei 930 mila da curare. Per non parlare dei tratti di umanità dei nostri militari impegnati nelle missioni di peace keeping. Tutto questo non è fake, ma realtà che dovrebbe renderci orgogliosi. Strumenti da valorizzare per rendere influenti le visioni apocalittiche e distorsive».

L'orgoglio nazionale può risolversi, tuttavia, in negativo o in positivo.

«Nel caso della Brexit è stato declinato come chiusura, ma all'orgoglio nazionale servono alcuni ingredienti: la dimensione simbolica e la minaccia interna o esterna, vera o presunta. Funziona all'inizio, con il tempo però rischia di evaporare. Guardiamo ad Alitalia quando, nel 2008, la ventilata intesa con Air France era diventata scontro politico. Berlusconi mette insieme i "capitali coraggiosi" per salvare l'identità italiana della compagnia di bandiera e ora siamo in una situazione ancora più grave con l'ottava proroga del commissariamento. E oggi nessuno rivendica l'italianità, ma ci si lamenta per i soldi pubblici spesi per risanarla».

Il nazionalpopulismo mantiene capacità espansive?

«È in crescita soprattutto in Europa. Se le disuguaglianze sono diminuite a livello planetario, sono però aumentate nel Vecchio continente. È il ceto medio a soffrire di più e s'è ormai creato un cortocircuito. Sono in crescita le disparità di reddito e di ricchezza, le generazioni che ci seguiranno staranno peggio di noi (fatto inedito dal dopoguerra a oggi), quindi le speranze arretrano e aumentano le paure. Risultato: timori e incertezze predispongono il ripiegamento difensivo, la voglia di chiuderti nella tua piccola patria».

Sorprende che l'incipit sia stato scritto dalla celebrata democrazia parlamentare britannica.

«In crisi non è solo il sistema inglese, tuttavia la maggiore frammentazione politica mette in difficoltà la formula elettorale del maggioritario che non garantisce più stabilità. Abbiamo visto il contrasto delle preferenze tra le grandi città e le periferie, le campagne. Quando vivi nelle metropoli come Londra il confronto quotidiano con gli altri determina un atteggiamento di apertura: la capitale è un polo d'attrazione in ogni settore ed è cosmopolita, in grado di far coesistere e interagire in modo proficuo tantissimi popoli. Ho due figli che vivono a Londra che, come tanti altri italiani, stanno alla finestra, aspettando gli eventi con una certa preoccupazione, in una realtà comunque estremamente dinamica che riassume in sé tutto il mondo».

C'è un problema di classe politica?

«Sì, e questo ci disorienta, perché siamo abituati a pensare all'élite inglese come ad un club dalle caratteristiche un po' particolari e resistenti nel tempo. S'è creato viceversa un maggiore livellamento fra ceti alti e classe media e molte paure hanno messo piede anche nell'alta società. Io, comunque, insisto nel dire che senza gli stranieri l'economia britannica non potrebbe reggere. L'uscita di Londra, se fosse hard, avrebbe un impatto molto pesante sul tessuto sociale, produttivo e

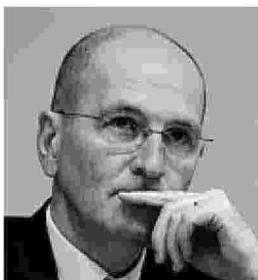
finanziario del Paese».

Franco Cattaneo

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è

Presidente Ipsos interprete della società



LA VITA

Nando Pagnoncelli è nato nel 1959 e vive a Bergamo nel quartiere di Monterosso con la moglie: ha due figli. Ricercatore sociale, dopo il liceo Sarpi e la Laurea in Scienze politiche nell'85 entra in Abacus, dove è stato dal 1990 direttore generale e poi amministratore delegato. Dal gennaio 2004 è presidente di Ipsos Italia. Scrive per il Corriere della Sera e insegna all'Università Cattolica.

LE OPERE

Gli ultimi libri pubblicati: «Dare i numeri. Le percezioni sbagliate sulla realtà sociale». Postfazione di Ilvo Diamanti (EdB). «La penisola che non c'è. La realtà su misura degli italiani» (Mondadori)



La prima pagina del «Sun» nel giorno del voto, il 23 giugno 2016. Il titolo recita: «Il giorno dell'indipendenza» cioè la rinascita della Gran Bretagna

FOTOGRAFIA DI TIM IRELAND

