

**DOCUMENTI  
IAI**

**COMUNICAZIONI DI MASSA  
E COOPERAZIONE NEL MEDITERRANEO:  
UN COMPITO PER I POETI**

di Roberto Aliboni

Comunicazione presentata al seminario euro-arabo  
“Compréhension et échanges culturels euro-arabes”,  
organizzato dal Consiglio d' Europa  
Strasburgo, 14-15 novembre 1991

IAI9126

**ISTITUTO AFFARI INTERNAZIONALI**

## COMUNICAZIONI DI MASSA E COOPERAZIONE NEL MEDITERRANEO: UN COMPITO PER I POETI

di Roberto Aliboni<sup>1</sup>

Il ruolo delle comunicazioni di massa, particolarmente della televisione, è di grande importanza nelle relazioni odierne fra paesi più e meno sviluppati. Questo è specialmente vero nel caso delle relazioni mediterranee. Anche in assenza di adeguati ripetitori, la ristrettezza del bacino fa sì che le immagini dalle stazioni dell'Europa occidentale siano facilmente ricevute in un certo numero di paesi (per es.: dall'Italia e dalla Grecia in Albania e in parte della Jugoslavia; da Italia, Francia e Spagna nei paesi del Maghreb). Questo fatto, per esempio, ha giocato un ruolo importante durante la crisi del Golfo, quando le immagini della «disfatta araba» a fianco della retorica della «vittoria dell'Occidente» e alla realtà di una potenza tecnica schiacciante si sono mischiate al processo di cambiamento politico in corso nei paesi del Maghreb e lo hanno reso più complicato.

Come fare in modo che i mezzi di comunicazione di massa svolgano un ruolo cooperativo nei rapporti fra il Nord e il Sud del Mediterraneo? È questa la domanda principale a cui questo documento cerca di rispondere. Esso si divide in tre parti. La prima mette in luce gli impatti negativi che le comunicazioni di massa possono avere sullo sviluppo economico e politico dei paesi meno sviluppati e, di conseguenza, sulla sicurezza internazionale. La seconda parte suggerisce quale può essere il ruolo della cooperazione tecnica ed economica per lo sviluppo di un'accresciuta capacità di produzione da parte dei paesi meno sviluppati nel campo delle comunicazioni di massa. La terza parte considera la dimensione più propriamente culturale delle relazioni fra paesi a diverso livello di sviluppo nel campo delle comunicazioni di massa e suggerisce un approccio per superare il divario e rendere la comunicazione un fattore di cooperazione invece che di conflitto.

### **Le conseguenze delle comunicazioni di massa**

Esiste una sfasatura fra il tempo in cui le politiche di sviluppo possono raggiungere i loro fini e il tempo delle comunicazioni. Le comunicazioni sono incommensurabilmente più rapide e, allo stato dei fatti, fluiscono quasi invariabilmente dai paesi più industrializzati, che monopolizzano l'offerta, verso gli altri, che con poche eccezioni si limitano a esercitare una rilevante domanda<sup>2</sup>.

Di conseguenza, le immagini di quel benessere che la politica di sviluppo cerca di realizzare arrivano con molto anticipo sul risultato e creano aspettative. Queste aspettative influiscono sui consumi e fanno sì che emergano domande che l'economia non è ancora in grado di soddisfare<sup>3</sup>. Le comunicazioni di massa creano perciò una pressione assai forte e rischiosa sulle economie meno sviluppate. Non c'è una relazione di per sé positiva fra *mass media* e sviluppo. Gli obiettivi delle politiche di sviluppo sono resi più difficili dalle comunicazioni di massa.

D'altra parte, il divario che si crea fra aspettative e possibilità di soddisfarle contribuisce non poco a suscitare ed aumentare nelle aree meno sviluppate le numerose frustrazioni che sono alla base delle instabilità e dei conflitti che affliggono i rapporti fra queste aree e quelle più sviluppate, nel nostro caso fra i paesi a Sud del Mediterraneo e i paesi della

Comunità europea --e dell'Europa occidentale in genere. Il medesimo divario è anche un ingrediente non trascurabile nelle determinanti dei movimenti di persone. Laddove esiste una grande pressione politica e demografica, i mezzi di comunicazione di massa possono incoraggiare l'emigrazione, fornendo stimoli che vanno ben oltre le necessità economiche. Incoraggiando i movimenti di popolazione le comunicazioni di massa contribuiscono a causare un impatto negativo sulla sicurezza.

A questo impatto derivato sulla sicurezza si aggiunge un impatto diretto che proviene dal contenuto culturale delle immagini e dalla loro influenza sui valori. Nel Maghreb --dove, come si è detto, le televisioni francese e italiana sono ricevute sempre più estesamente-- si verifica una situazione che da molti è percepita come una prevaricazione politica, religiosa e culturale. Questo contribuisce a creare le frustrazioni e le instabilità che incidono sulla sicurezza della Comunità europea e dei suoi paesi membri.

### **Cooperazione tecnica ed economica**

Per ovviare a questi effetti negativi, sia nel campo dello sviluppo, sia nel campo della sicurezza, è necessario che si rafforzi la capacità dei paesi meno sviluppati di produrre comunicazione di massa, in modo che vengano meno le insicurezze e le frustrazioni attuali e ci sia uno scambio culturale al posto della passiva ricettività cui oggi soggiacciono.

Lo sviluppo nel campo dei *mass media* richiede sia *aiuti* dall'esterno, sia *riforme* nei paesi che ricevono l'aiuto. Richiede sia un'azione *specifica* volta a sviluppare il settore dei mass media, sia un'azione più *generale* per sviluppare l'economia nel suo insieme.

L'aumento della capacità di produrre comunicazione è funzione del rafforzamento dell'economia e del rafforzamento delle caratteristiche di libertà sia economiche sia politiche dei paesi interessati<sup>4</sup>. La libertà politica è necessaria all'emergere di sistemi pluralistici, in cui l'iniziativa privata abbia un forte ruolo. D'altra parte, l'iniziativa privata e quella pubblica in tanto possono crescere in quanto l'economia generi risorse e dia alimento ai consumi e, quindi, alla pubblicità.

La cooperazione economica, volta a rafforzare l'economia dei paesi in questione, ha quindi nel lungo termine un ruolo centrale. Nel breve e medio termine, è la cooperazione specifica nel campo dei mezzi di comunicazione di massa che ha un ruolo rilevante. Questa cooperazione a breve e medio termine dovrebbe accrescere le operazioni di cooperazione tecnica, addestramento e trasferimento di tecnologia, mentre dovrebbe evitare sussidi e aiuti capaci solo di portare a prodotti da «festival». Queste più semplici forme di cooperazione (connesse alla forma oggi più estesa di cooperazione, cioè alla fornitura di prodotti finiti) dovrebbe speditamente ampliarsi al rafforzamento delle coproduzioni e all'iniziativa di capitali misti, onde permettere la produzione di *fiction* e dare così inizio a una presenza più significativa sul mercato da parte dei paesi meno sviluppati.

### **Internazionalizzazione e prodotto culturale**

Il successo degli sforzi dei paesi meno sviluppati e della cooperazione economica internazionale per sviluppare un'industria vitale delle comunicazioni sarà misurato dal successo di

questa industria ad esportare i propri prodotti. Ma quale sarà il contenuto culturale di questi prodotti? Se esprimeranno una cultura solo nazionale o etnica, non riusciranno ad essere esportati (se non per festivals o per cineclubs). Per essere esportati dovranno essere prodotti «internazionali», cioè omologhi a quelli accettati sui mercati dominanti. Oppure, nell'ambito delle co-produzioni o delle sub-contracce, dovranno essere parti di prodotti vendibili sui mercati dominanti.

Tutto ciò non è diverso da quanto accade nel campo della produzione dei manufatti, che è sempre più internazionalizzata e prescinde dalle diversità politiche e culturali. Un analogo processo di internazionalizzazione e uniformizzazione nel campo della cultura sembra, tuttavia, meno accettabile. Accettabile o meno che sia, esso è destinato sicuramente a creare e moltiplicare le frustrazioni, proprio quelle frustrazioni che un'accresciuta cooperazione economica intende eliminare per realizzare una migliore stabilità e sicurezza internazionale.

Di conseguenza, uno sviluppo nel campo dei *mass media*, diretto a raggiungere risultati cooperativi piuttosto che conflittuali non dovrebbe puntare alla produzione di prodotti culturali «internazionali» o «etnici» o «nazionali». Esso dovrebbe puntare a prodotti «universali», cioè prodotti che senza tradire l'autonomia culturale del produttore hanno però la capacità di attrarre un'udienza più vasta di quella nazionale o etnica. Quale prodotto risponde a questi requisiti? Che cosa è un prodotto culturale universale?

Per rispondere a questa domanda dobbiamo osservare la dimensione più propriamente culturale della questione che stiamo esaminando.

## **Il carattere universale della cultura come fattore cooperativo**

L'opera letteraria contiene sempre due tipi di messaggio. Da una parte, è normativa o prescrittiva. Essa suggerisce al lettore o allo spettatore nuove idee, nuovi valori, nuovi modelli che si discostano dalla sua vita e dai fini che in essa egli generalmente persegue. Dall'altra, l'opera letteraria ha una funzione di conferma e rassicurazione. Rappresentando eventi e caratteri che sono noti al pubblico e corrispondono alla vita come essa la conosce, l'opera letteraria rassicura il suo fruitore. Perciò, da un punto di vista sociale l'opera letteraria è un intreccio di fattori che tendono a provocare cambiamenti e di fattori che tendono invece ad assicurare stabilità.

Quando l'opera letteraria è valida, cioè si realizza come opera di poesia, essa compie una sintesi fra le due tendenze. Il banale e rassicurante riconoscimento della propria vita si trasforma nella scoperta di universali umani, e questi universali umani, benché riconoscibili nell'esperienza ordinaria, assumono un valore normativo. Questa sintesi trasforma in cultura --per definizione universale-- il particolarismo sociologico dei suoi ingredienti. L'opera letteraria cessa di essere strumento di politica culturale, ora volto al cambiamento, ora volto alla conservazione --sempre e comunque al dominio delle coscienze-- e diventa poesia universale.

Va sottolineato che una volta che l'opera letteraria è diventata poesia universale, essa assolve a una funzione di formazione delle coscienze e quindi raggiunge il medesimo scopo della politica culturale. Lo raggiunge però autonomamente, cioè senza essere al servizio di nessuno. Entra nell'equazione della cultura come variabile indipendente, che sfugge ai parametri delle politiche dei governi, dei partiti, delle sette, delle chiese, etc.

La coscienza degli uomini è perciò esposta a due grandi correnti che competono nel plasmarla: la politica culturale «particolaristica», che fa un uso socio-politico dell'opera

letteraria basandosi sulle sue dimensioni sociologiche, e la politica culturale «universale», che fa un uso umanistico dell'opera letteraria come poesia.

Nella nostra epoca i *mass media* hanno dato uno straordinario supporto alla politica culturale particolaristica e uno invece assai modesto all'operaria letteraria poetica, universalistica. Il grande sviluppo dei *mass media* è sempre più diventato un veicolo che trasmette i messaggi di cambiamento o di conservazione che il potere desidera. Lo sviluppo della *fiction* televisiva è un esempio travolgente dell'importanza che ha assunto la politica culturale particolaristica. Così, la commedia televisiva egiziana ha un evidente scopo di consolidamento sociale. Per contro, la «soap opera» americana è un brutale mezzo di omologazione dei modelli di valore e di consumo che attua la modernizzazione attraverso effetti culturali devastanti. E quando arrivano le proteste di chi, come la Comunità europea, ha i mezzi per difendersi e si appresta a inaugurare politiche di protezionismo economico e culturale, la macchina dell'industria della *fiction* si adatta con celerità e passa da «Dallas» e «Beautiful» a «Riviera», un nuovo *serial* che consapevolmente usa riferimenti e segnaletiche «europeizzanti», onde meglio mettere a profitto la funzione consolatoria e conservatrice dell'opera letteraria<sup>5</sup>.

Questo tipo di sviluppo non crea una cultura universale, ma una forte tendenza all'uniformità, all'omologazione culturale forzata. Come abbiamo già notato, dal punto di vista della politica internazionale essa crea crescenti frustrazioni, crescenti squilibri --quelli di cui abbiamo parlato nella prima sezione di questo documento-- e quindi prepara crescenti conflitti. Se vogliamo evitare questa evoluzione conflittuale è necessario dare maggior spazio alla politica culturale universale e, quindi, alla creazione e alla propagazione della poesia.

La proposta di questo documento per cercare di affrontare il problema che si è appena considerato potrà apparire quasi patetica. Tuttavia, l'autore non intende per questo sottacerla. La proposta è di accoppiare alle forme di cooperazione che abbiamo visto (le coproduzioni, le *joint ventures*, anche la semplice fornitura di prodotti finiti) l'opera di poeti, lasciando che essi operino nella massima indipendenza. Essi creeranno prodotti universali e quindi prodotti che si potranno esportare senza però essere la semplice espressione dell'internazionalizzazione dell'economia. Questi prodotti uniranno gli uomini, daranno loro nuove idee e il senso della loro sostanziale unità. Essi dunque contribuiranno alla cooperazione internazionale.

Beninteso, le opere di poesia nella cinematografia e nella *fiction* televisiva odierna non mancano, ma queste opere, come è già stato detto, sono spesso sussidiate o non sono sorrette dai grandi capitali impegnati per la produzione e la distribuzione di massa. Ciò che occorre fare è dunque di mettere i grandi mezzi a disposizione dei poeti, dei creatori indipendenti lasciando che siano loro a trovare i modelli unificanti, i modelli universali che sono necessari all'economia delle comunicazioni di massa e rinunciando ai vantaggi che il potere trae dall'uso particolaristico della politica culturale.

### **Un esempio dal passato del Mediterraneo**

Per concludere vorrei trarre dal passato del Mediterraneo un esempio del tipo di opera letteraria che sarebbe oggi auspicabile nel senso che ho indicato. Nel 472 a.C. Eschilo presentava al pubblico degli ateniesi, i reduci delle vittorie di Maratona, di Salamina e di Platea, «I Persiani», una tragedia nella quale viene mostrato l'altra faccia di queste vittorie: la miseria

della sconfitta e delle sue conseguenze. La tragedia di Eschilo «... rimanda inattesa l'immagine dell'altro: altre ragioni, altre angosce, altra paura. Come uno specchio il teatro rimanda, inattesa, l'immagine di sè: come nel tempo degli eroi l'epica aveva cantato l'identità essenziale del vincitore e del vinto --dell'uccisore e dell'ucciso, di Ettore e Achille-- ora ... la tragedia rappresenta nel teatro della *polis* l'identità collettiva di vincitori e vinti, di uccisori e di uccisi, di Persiani e di Greci»<sup>6</sup>. Eschilo indicava al suo pubblico, dunque, un universale umano, un aspetto della essenziale unità dell'uomo. Faceva poesia e al tempo stesso univa Persiani e Greci.

Non sarebbe male se il più vasto pubblico dei *mass media* al di qua e al di là del Mediterraneo, diviso ieri e oggi da vittorie e da sconfitte, fosse consegnato a un nuovo Eschilo. Ma chi impegnerà mai i grandi capitali su un intellettuale trasgressivo come Eschilo? Quando i «Persiani» fu rappresentata l'impresario pubblico di Atene (*chóregos*) era Pericle. Ci sarà oggi un leader democratico altrettanto audace?

#### NOTE

(1) Direttore delle ricerche all'Istituto Affari Internazionali, Roma

(2) H. Kandil, «The Media and Arab Integration», in G. Luciani, G. Salamé, *The Politics of Arab Integration*, London, New York, Sidney, Croom Helm, 1988, pp. 54-72.

(3) Per l' «effetto di dimostrazione» v. J.S. Duesenberry, *Income, Saving and the Theory of Consumer Behaviour*, Harvard University Press, Cambridge (Ma.), 1967, p. 27.

(4) Vedi A. Pilati, «The Role of Cooperation in Mass Media Development», *The International Spectator*, di prossima pubblicazione.

(5) M. Fraser, «Battle of Tv Quotas Heats Up in Europe», *International Herald Tribune*, Oct. 7, 1991, p. 15.

(6) Dall'introduzione di Monica Centanni all'edizione Feltrinelli, Milano, 1991, p. 6.