

PARTE II

2. SCONTRO TRA MODELLI CULTURALI

1.

Dal cancello alla villa ci saranno un centinaio di metri. Davanti a noi saltella un ometto buffo, facendoci strada: noi siamo stanchi, sudati, impolverati da ottocento chilometri di jeep - ma siamo gli ospiti d'onore. E' noi che aspettano i maggiorenti di Tahoua, schierati in bell'ordine sulla terrazza della Prefettura: la seconda, per importanza, del Niger. Ci hanno atteso per un'ora buona, e ci accolgono con la simpatia e la bonaria ironia che hanno gli africani verso gli 'esperti' europei con sahariana e cappelletto. Sulla terrazza, da cui si gode un bellissimo panorama sul deserto che già invade la periferia della città, sono imbandite due lunghe tavole per una ricca cena fredda. A noi due, storditi dal viaggio in 'campagnola', sembra di vivere un film d'ambiente coloniale: sorridiamo a tutti, senza neppure tentare di parlare della nostra missione. Ci sono il viceprefetto, il medico dell'ospedale centrale, un ufficiale dell'esercito, il capo dei *travaux publiques*, un paio di responsabili regionali della sanità: ci studiano discretamente, ma senza rinunciare a godersi il pranzo e la compagnia dei colleghi. Il più attento è un tuareg con gli occhi scuri e lo sguardo intelligente, un architetto. Finita la cena, il servizievole ometto del 'protocollo' prepara, sempre saltellando, sedie e poltrone attorno a un televisore: quando tutti sono seduti, il viceprefetto accende l'apparecchio e siede sulla poltrona centrale.

Saranno le nove di sera: sulla terrazza della Prefettura di Tahoua, ai confini del deserto del Teneré, con i più importanti esponenti della municipalità, guardiamo per circa un'ora i programmi della televisione di stato nigerina: una trasmissione di musica e canti folcloristici, una specie di telegiornale, una rubrica divulgativa sull'agricoltura. I maggiorenti del paese, prima ironici e disinvolti, seguono quasi ipnotizzati le immagini sullo schermo, divertendosi, commentando ad alta voce, bevendosi ogni minuto dei mediocri programmi. Una nuova cerimonia, cui evidentemente non rinunciano nemmeno per la presenza degli ospiti stranieri; senza nemmeno accorgersi di 'scoprirsi' davanti al nuovo totem molto più ingenui di quanto non vorrebbero mostrarsi.

2.

Siamo dunque arrivati davvero al 'villaggio globale' preconizzato dagli studiosi dei moderni mezzi di comunicazione? Il dibattito è ancora acceso: c'è chi lo dà per scontato, e chi invece fa

notare che nonostante le nuove opportunità offerte dalla tecnica le culture continuano a comunicare fra loro molto lentamente e faticosamente. Nessuno, comunque, può dubitare del potere - caratteristico di questi strumenti - di indurre abitudini, di stimolare aspirazioni, di creare appunto cultura. La loro stessa presenza (non lo suggeriva già McLuhan, che "il medium è il messaggio"?) ha un effetto pervasivo, invade tutti gli aspetti della nostra vita, non permette estraniamenti. C'è chi ha parlato, riferendosi in particolare alla televisione, di "tirannia all'immagine", sottolineandone la capacità di penetrazione culturale. Penetrazione di *quale* cultura, e in quale contesto, e con quali effetti?

Già la colonizzazione aveva creato una sorta di 'vuoto' culturale nei paesi assoggettati: in misura diversa, a seconda del modello di dominazione – più rispettoso, quello inglese, delle abitudini, delle credenze e delle istituzioni dei popoli colonizzati; più invadente e imperioso, quello francese, fino alla completa assimilazione culturale: tutti discendenti di Vercingetorice. Ora, nelle mutate condizioni dell'era postcoloniale (ma in questo settore qualcuno parla di era neocoloniale), a livello di contenuti culturali il *gap* informativo si traduce in vera e propria soggezione, in subordinazione di valori, in sradicamento, in alienazione.

Al di là delle intenzioni politiche e dei meccanismi che abbiamo già esaminato nella prima parte di questo lavoro, le ragioni tecniche di questa dipendenza culturale sono abbastanza chiare: succede che nei Paesi in via di sviluppo, alla espansione del mercato interno (soprattutto per quello che riguarda i mezzi audiovisivi, televisione e cinema) e alle nuove dimensioni di consumo culturale, *non corrispondono adeguati sviluppi delle strutture e delle capacità produttive*. Anzi, quanto più si sviluppano i nuovi modelli di consumo, tanto più entra in crisi il sistema di produzione culturale nazionale. In qualsiasi parte del mondo, una emittente televisiva può acquistare un telefilm americano per una cifra inferiore al costo di produzione del più modesto dei suoi programmi: e anche se avesse le risorse finanziarie per produrre qualcosa di simile in loco, non ne avrebbe le risorse umane e professionali (1).

Abbiamo già visto che gli Stati Uniti, seguiti dai maggiori paesi industrializzati, sono i primi esportatori di programmi nel mondo; ma sono americani anche i sistemi di controllo, il management, le norme di regolamentazione dei sistemi televisivi; sono case americane come la NBC o la RCA ad aver assistito, con la loro consulenza tecnico-organizzativa, la creazione dei sistemi e degli impianti televisivi di molta parte dei paesi in via di sviluppo, dalla Nigeria all'Arabia Saudita, dalle Filippine al Messico, dalla Siria al Vietnam del Sud. E questo non ha potuto non incidere anche in termini di influenza culturale: il fatto stesso di usare una tecnologia

(1) Cfr. Carlo Sartori: *Il modello televisivo americano*, in "Altrimedia", 1992

concepita in Occidente, con codici e regole qui predisposte, condiziona il modo di far televisione, le scelte di linguaggio, la strutturazione dei palinsesti, la selezione delle aree di mercato, l'orientamento verso un determinato pubblico, la concezione del rapporto tra pubblicità e programmi. E' quella che è stata definita "la vischiosità culturale implicita nei mezzi stessi" (2) a determinare l'egemonia incontrastata del modello americano. Dovunque, la voce dell'America (3) si sente meglio di quella locale, influenzando sia gli spettatori che i produttori, creando una domanda che non ha alternative valide. Il risultato di questa egemonia - che è economica e politica, oltre che massmediologica - è una tendenziale **omogeneizzazione**: la molteplicità (delle fonti, degli stili, dei simboli, delle forme, delle idee) è penalizzata, e ovunque si favorisce l'uniformità. "La comunicazione transnazionale - ammoniva già il rapporto MacBride - può tendere, con la diffusione di modelli sociali i quali condizionino e influenzino l'opinione pubblica e gli orientamenti politici, a determinare una sorta di uniformità nel comportamento dei consumatori, e a rendere più difficile per i Paesi in via di sviluppo di consolidare la propria indipendenza e di garantire la propria sovranità".

L'autore di "Quality of Mercy", William Shawcross, afferma che "oggi la cultura occidentale è una cultura mondiale: nessun altro ha concepito idee migliori della democrazia liberale, del capitalismo, dei blue jeans, del microchip e della Coca-Cola"(4). Probabilmente è vero, anche se qualcuno ricorderà timidamente che esistono anche altri valori, che l'Occidente ha spesso ignorato: ma comunque, una cultura 'presa a prestito', anche fosse il migliore dei modelli possibili, ha un effetto distruttivo per l'identità di una nazione, la impoverisce, ne sconvolge gli equilibri profondi. E' lo stesso prezzo che si è dovuto pagare, su un altro piano, per il condizionamento alimentare imposto dal modello occidentale - anche attraverso gli aiuti di cooperazione: carestie e fame sono anche il risultato dello sconvolgimento di un sistema agroalimentare che marciava a bassissimo regime, ma funzionava. Non solo: l'uniformità richiesta dal mercato non è soltanto omologazione del messaggio, ma anche degli utenti della comunicazione. La "logica della merce" (5) riduce gli utenti a consumatori, emargina chi non è in grado di consumare, schiaccia l'identità non solo dei gruppi ma degli individui - costretti a misurarsi su un modello standard lontano e alienante, che poi è l'uomo bianco occidentale.

(2) Aa.Vv.: *Mass media occidentali e terzo mondo: tredici tesi*, su "I giorni cantati" cit.

(3) "The Voice of America" è anche il titolo d'un programma radiofonico diffuso in tutto il mondo; qui il riferimento è più in generale alla voce dell'occidente industrializzato.

(3) William Shawcross: *Quality of Mercy*, Simon & Schuster, New York, 1985.

(5) Alain Touraine, .op.cit.

Il processo di globalizzazione innescato dal potente motore del mercato capitalistico non accenna a rallentare; anzi, dopo il collasso repentino e catastrofico del comunismo, il sistema occidentale appare senza alternative, destinato ad espandersi nel mondo intero. Non c'è bisogno di scomodare Arnold Toynbee (5) per rendersi conto che siamo di fronte ad un'aggressione culturale senza precedenti: una vera e propria valanga, che travolge davanti a sé interessi, istituzioni, valori, tradizioni delle civiltà extra-occidentali. E se può apparire eccessivo affermare, con Asor Rosa (6), che tutto questo è il risultato inevitabile d'una civiltà - quella occidentale - fondata sull'abuso e sulla sopraffazione, non è altrettanto opinabile la constatazione di Serge Latouche che "la pretesa dell'Occidente sul pianeta è definitiva". Scriveva l'autore de "L'occidentalizzazione del mondo", analizzando le lusinghe del nostro modo di vita e l'attrazione fatale da esse esercitata sui popoli del Sud del mondo: "L'Occidente è emancipatore, nel senso che libera dalle umili costrizioni della società tradizionale e apre infinite possibilità; tuttavia, questo affrancamento e queste possibilità si realizzeranno soltanto per un infima minoranza. In cambio, la solidarietà e la sicurezza saranno distrutte per tutti" (7). Affascinando i paesi sottosviluppati con il miraggio del suo benessere e delle sue tecnologie, il Nord industrializzato li induce a un frustrante mimetismo, attirandoli così in una trappola mortale.

(5) Arnold Toynbee: "A Study of History", vol.VIII

(6) Alberto Asor Rosa: "Fuori dall'Occidente", Einaudi, 1992

(7) Serge Lateuche: "L'occidentalizzazione del mondo", Bollati Boringhieri, 1992

3.

Il disegno di una ragazza con le trecce, mentre prende una pillola, sullo sfondo di una finestra attraverso cui si vedono, nella notte, una luna stilizzata e alcune stelle. Era l'illustrazione di un pamphlet sull'uso della pillola anticoncezionale, realizzato in Messico per un progetto di introduzione e adattamento di tecnologie contraccettive: autori, due esperti laureati in comunicazione e tecnologie educative. Sapevano bene che per farsi capire più facilmente da un pubblico prevalentemente analfabeta, occorre che i materiali visivi siano semplici: possibilmente fotografie, o disegni molto lineari e realistici, senza dettagli inutili. Ma nonostante queste precauzioni, un test preventivo effettuato con un gruppo di donne illetterate dimostrò che il disegno veniva completamente equivocato: le donne vedevano nell'illustrazione una bambina che mangiava dei dolci, sullo sfondo di una lavagna, in una scuola!

Dal Messico al Perù: un progetto di cooperazione agricola con la comunità contadina di Qatacaos, promosso da una ONG italiana, il Centro internazionale Crocevia. Mentre si proiettano le immagini illustrative d'una certa malattia delle piante, i contadini interrompono la spiegazione: "Noi quella malattia non ce l'abbiamo, qui". Eppure i tecnici non avevano dubbi: la malattia c'era, e i contadini dovevano saperne qualcosa; perché allora ne negavano l'esistenza? Il problema erano proprio le proiezioni: l'immagine mostrava, ingranditi, gli insetti portatori della malattia, che a occhio nudo erano praticamente invisibili. La gente non aveva mai visto animali così grandi sulle piante, quindi negava l'esistenza d'una malattia portata da quegli insetti. "Non è che i contadini peruviani non abbiano il concetto di riproduzione in scala - commenta uno dei responsabili del progetto, Maurizio Paffetti - ma non percepiscono quasi per niente il rapporto tra l'oggetto e l'immagine quando si tratta di proiezioni: le immagini sullo schermo non rimandano a oggetti reali dell'esperienza, ma solo ad altre immagini proiettate. I problemi nascevano non tanto dalla diversità della lingua, ma dalla diversità dei codici generali dei segni, dalla diversità del rapporto con i segni delle diverse culture".

Abbiamo visto che il rapporto asimmetrico tra emittente e destinatari, caratteristico dei mezzi di comunicazione di massa, contribuisce all'imposizione del modello più potente, quello occidentale - che d'altra parte non nasconde le sue pretese universalizzanti. Si pretende, cioè, che i nostri elaborati comunicativi siano (o passano diventare senza troppi problemi) *validi per tutti*. In realtà questa pretesa è parzialmente sottoscritta anche da quanti condividono la preoccupazione per l'aggressione culturale ai danni dei paesi meno avanzati, vedendo in questa capacità universalizzante un ulteriore strumento della pervasività dei media occidentali. Ma che sia frutto di presunzione o di timore, questa visione è viziata da una certa dose di eurocentrismo. I nostri messaggi *non* sono validi per chiunque: e non a causa di una qualche inferiorità culturale, ma per le profonde differenze tra le diverse culture.

Si dice per esempio che i linguaggi dei moderni mezzi di comunicazione, essendo preminentemente iconici - cioè costituiti soprattutto da immagini - siano indipendenti dalle differenze di lingua, e in grado perciò di superare le barriere linguistiche. Ma questo non è del tutto vero: le immagini non sono neutrali neanche sotto questo aspetto; il loro montaggio, la loro consequenzialità, i loro 'rimandi' interni, il loro simbolismo temporale e spaziale, il loro complesso rapporto con la realtà, non sono comprensibili per tutti. Lo dimostrano i due esempi che abbiamo riportato; un altro classico caso è quello delle 'strisce' a fumetti, che in determinati contesti culturali non vengono lette come una sequenza temporale di vignette, ma come un tutt'uno incomprensibile, o una sequenza d'ordine inverso, o comunque diverso. E' vero che certi elementi 'ordinali' si possono apprendere con relativa facilità: ma è pur vero che si opera così proprio quella destrutturazione culturale che qualcuno ragionevolmente paventava.

Si dice anche che i temi intorno a cui si organizzano le comunicazioni di massa - amore e morte, orgoglio e potere, una specie di teatro delle passioni elementari (8) - siano temi universali, immediatamente riconoscibili sotto qualsiasi latitudine: ma pure questo è parzialmente contraddetto dall'esperienza. Da una parte, non mancano clamorosi 'equivoci' (il buono letto come cattivo, l'eroina disprezzata per una diversa concezione del ruolo femminile); dall'altra, la decontestualizzazione del discorso, la riduzione dei fatti sociali a fatti psicologici, la rimozione degli agenti sociali, dei movimenti collettivi, delle motivazioni storiche, tipica non soltanto della *fiction*, ma anche dei messaggi informativi predominanti sui media occidentali, induce gli spettatori di altre culture ad una riconoscibilità menzognera. Una universalità falsa, perché volutamente a-storica.

Un'altra prospettiva interessante quanto ambigua è quella che accomuna per certi aspetti la comunicazione di massa moderna con la ritualità tradizionale. Entrambi si rivolgerebbero agli stessi stati psicologici e mentali: un basso livello di vigilanza, un'attenzione fluttuante, una specie di 'trance', o di dormiveglia indotta da uno *zapping* mentale tra i messaggi polisemici dello schermo azzurrino, comparabile in qualche modo al suono ritmico del tamburo o al canto monotono dello sciamano. La televisione, insomma, come sostituto di quelle feste tradizionali che, istituzionalizzando questi stati indifferenziati della coscienza, rifondavano ritualmente l'identità e l'ordine della comunità. La nostra serata sulla terrazza della Prefettura di Tahoua, con i maggiorenti in circolo attorno al totem-tivvù, potrebbe essere un esempio a conferma di questo accostamento così suggestivo. Ma bisogna stare attenti: perché per un verso, sottolineando questo aspetto dei media, se ne suggerisce (almeno per il pubblico più 'primitivo' del Sud del mondo) una fruizione quasi passiva - mentre esiste una possibilità di lettura critica e consapevole dei mezzi e dei messaggi che veicolano; e in secondo luogo, accreditando i momenti di fruizione dei nuovi mezzi di comunicazione come sostituti moderni degli antichi riti, non si dà conto di quanto si perda, proprio in termini culturali, con la progressiva scomparsa di quei tradizionali momenti di incontro, di conversazione, di danza, di dialogo fra le generazioni.

4.

Le suggestioni di quest'ultimo esempio ci permettono di fare qualche altro passo avanti nell'analisi. Abbiamo detto che la presenza dei mass media nei Paesi in via di sviluppo, già di per sé ricca di contraddizioni, acquista la dimensione di un formidabile e spesso drammatico **scontro culturale**, con l'aggressività di un modello pervasivo come quello occidentale, e l'emergere di incomprensioni e profonde differenze di linguaggio e di mentalità. Dell'impatto e

(8) Cfr. le *Tredici tesi* del numero già citato de "I giorni cantati".

delle reazioni a questa difficile situazione parleremo più diffusamente nelle prossime pagine; ma volevamo intanto sottolineare, a parziale equilibrio di tutti questi elementi negativi, alcune caratteristiche di 'recettività' delle culture dei paesi meno avanzati nei confronti dei moderni strumenti di comunicazione.

"L'elettronica rende il passato presente - scriveva Marshall McLuhan - e i media elettronici usano l'occhio come se fosse un orecchio". Se le brillanti intuizioni dello studioso canadese hanno un fondamento, le civiltà orali - che contrappongono alla sequenzialità tipica della scrittura una 'orizzontalità' temporale - dovrebbero rivelarsi particolarmente adatte alla ricezione dei media elettronici. L'analfabetismo - che non è sempre sinonimo di povertà culturale - può permettere un approccio meno mediato alla comunicazione della radio o della televisione; una diversa predisposizione al nuovo tipo di comunicazione proposto da queste tecnologie. Parlavamo prima di 'polisemia' cioè di compresenza simultanea di più piani, di più segnali, di più livelli di discorso in una stessa unità di messaggio: questa caratteristica, unita alla natura multimediale della comunicazione di massa contemporanea, non soltanto permette di cogliere, anche quando non si conosce per esempio la lingua di un film, tutta una serie di input culturali altrettanto significativi; ma incontra una particolare capacità di ricezione presso culture, come quelle orali, necessariamente sensibili alla presenza contemporanea di più significati o connotazioni.

Lo stesso procedimento di 'costruzione' dei modelli mentali proposto dai mass media, con il montaggio di una sorta di palinsesto personale, scandito sugli spazi e i tempi dell'esistenza quotidiana (in un rapporto quasi simbiotico con quegli stessi strumenti/interfaccia/estensioni), è un procedimento che - fatte le dovute distinzioni - può adattarsi bene a culture storicamente non organizzate sui tempi industriali.(9)

Quello che intendiamo dire è che, nonostante le contraddizioni e gli scompensi, la presenza dei nuovi media comporta, ovunque, un nuovo modo di comunicare, di vedere, di assimilare: nasce dentro di noi, senza che nemmeno ce ne rendiamo conto, un nuovo spettatore; cambiamo senza accorgercene, come il terrestre del Villaggio incantato (ricordate il bellissimo racconto di Van Vogt?) che credeva di adattare a sé gli automatismi del pianeta alieno e invece finiva per adeguarsi lui, trasformandosi in uno squamoso lucertolone. Questo **nuovo modo di comunicare** e di ricevere, concentrato di abitudini percettive, introiezione di modelli, trasformazioni mentali operate dal nuovo ambiente tecnologico, travaso delle idee nella forma stessa delle cose, è potenzialmente comune a tutti gli abitanti del villaggio (cioè tutti coloro che

(9) Di alternative al modello industriale parla anche Latouche, op.cit.

sono esposti ai nuovi media): e le culture non occidentali non sono le più sfavorite in questa mutazione.

Si afferma - riferendosi in modo particolare all'Africa - che queste culture siano rivolte al passato. La resistenza ai cambiamenti deriverebbe dal desiderio di preservare la propria originalità, dal legame a norme e culti tradizionali, dalla chiusura sui propri valori di solidarietà, bene collettivo, equilibrio con la natura. Ma le culture di questi paesi - tranne poche eccezioni - non hanno mai concepito la difesa della propria identità in termini di isolamento, di chiusura all'esterno: hanno sempre avuto, anche in tempi lontani, quando i mezzi per comunicare erano più lenti e i canali meno numerosi, contatti e aperture verso gli altri popoli. Voler essere se stessi non significa chiudersi agli altri: "ogni cultura ha bisogno delle altre - ha scritto l'antropologo senegalese Cheikh Anta Diop - e la fedeltà di ciascuno alla propria autenticità contribuisce, attraverso gli scambi, ad irrobustire e diversificare quel più vasto insieme che è il risultato della collaborazione. Originariamente concepita come necessità regionale, l'identità culturale si presenta, in ultima analisi, come un dovere nei confronti della comunità internazionale, in quanto condiziona la diversità delle culture, vale a dire la ricchezza del patrimonio comune a tutta l'umanità". (10)

Soltanto la conoscenza del proprio patrimonio culturale, della sua formazione e dei suoi limiti, permette di porre in discussione se stessi, e quindi dialogare con gli altri, e confrontarsi con i loro punti di vista. Il caso più frequente è invece quello della **sordità** tra culture, fenomeni di scontro e di incomprensione non tanto dovuti alle differenze, ma alla volontà di ignorare le differenze. Come quando - per tornare con un esempio alla cooperazione - si costruiscono fabbriche di trasformazione della pesca per un paese, come la Somalia, dove tradizionalmente non si mangia pesce. O come quando - per parlare invece di politica dell'immigrazione - si nega la costruzione d'una moschea perché 'si tratta d'un problema secondario' rispetto agli altri problemi di inserimento dei lavoratori stranieri. L'esempio forse più eclatante - almeno in questi ultimi anni - di sordità culturale, sono state le due guerre all'Irak: conflitti che secondo numerosi analisti hanno visto intrecciati come non mai motivi economico-politici e incomprensioni a livello di mentalità, di valori, di significati. Non a caso si è trattato di un paese islamico (anzi, di un paese che ha accentuato proprio in queste occasioni il suo carattere islamico, in maniera chiaramente strumentale e speculare alla crociata indetta dalle potenze occidentali): in prospettiva, l'incontro/scontro con la cultura dall'Islam - nelle sue diverse componenti - sarà uno dei nodi centrali del rapporto tra Nord e Sud del mondo nei prossimi decenni.

(10) Cheikh Anta Diop: *Identità culturale*, su "Corriere UNESCO", 9-10 1982

5.

Guinea Conakry, fine degli anni '60. Il presidente Sekou Tourè pronuncia alla radio nazionale uno dei suoi infiammati discorsi in chiave anti-occidentale; naturalmente parla in francese, e il tono del discorso, quasi un comizio, si fa sempre più enfatico: "Abas le colonialisme, abas le neo-colonialisme, abas l'imperialisme!...Vive la France!!! uh, pardon: vive la Guinee libre!" Lapsus freudiano? Qualcuno potrebbe sostenerlo, e in verità non senza ragioni; ma quello del presidente guineano è soprattutto un lapsus culturale: dopo tanta retorica di puro stile francese, tanti 'abas' e tanti trascinanti 'isme' è quasi inevitabile esplodere in "Vive la France!".

Non sono molte le ricerche sull'impatto culturale della lingua, delle immagini, dei programmi dei media occidentali sui Paesi in via di sviluppo. Che effetto fa una massiccia somministrazione di "Dallas" o di "Segreti" sulla popolazione d'una città della Costa d'Avorio o dell'Indonesia? Anche gli studi, peraltro molto interessanti, sull'impatto di determinati modelli statunitensi sul pubblico dell'America Latina (11), analizzano più il contenuto culturale di quei mezzi che non gli effetti e le reazioni della gente.

Sarebbe sbagliato, comunque, immaginare - dopo aver tanto parlato di egemonia e d'invasione - un pubblico terzomondiale in difesa, arroccato su posizioni di chiusura e di diffidenza generalizzata. In realtà i Paesi del Sud, nonostante lo squilibrio crescente, le falsificazioni, le incomprensioni, le offese, le umiliazioni, *sono grandi consumatori dei media e più in generale dei beni culturali occidentali*. L'informazione che viene dal Nord è oggetto insieme di attrazione e di repulsione, di rigetto e di domande crescenti: nell'Algeria del Fronte Islamico e delle donne velate, 10 milioni di abitanti su 25 ricevono quotidianamente notizie e programmi occidentali; fioriscono le antenne paraboliche; si aprono migliaia di video-shop.

L'effrazione e la violenza esistono, indubbiamente, e sotto diverse forme: c'è innanzi tutto l'intrusione di una tecnologia moderna in società prevalentemente tradizionali, con effetti psicologici non trascurabili; c'è una effrazione più politica, che mette in discussione sistemi e strutture sociali, a volte con salutari effetti di spinta all'apertura democratica, altre volte con effetti disgreganti; c'è un'effrazione di contenuto morale, che colpisce i costumi, la famiglia, il ruolo della donna (soprattutto temuta l'incidenza della pornografia); c'è poi una violenza di carattere simbolico, che riguarda l'immagine che si ha di sé attraverso i media stranieri - quella che abbiamo provato ad analizzare nei capitoli precedenti. Dall'intreccio o dalla sommatoria di

(11) Si può vedere, per tutti, il classico di Ariel Dorfman e Armand Mattelart: *Come leggere Paperino*, Feltrinelli, 1972

queste violenze deriva quel senso di disgusto, di rigetto, o almeno di scontentezza del pubblico del Sud - soprattutto quello più consapevole - con atteggiamenti alterni di sconforto o di rivendicazione, e talora la scoperta (come per le falsificazioni dell'informazione occidentale sulla guerra) della 'nudità' dell'imperatore.

Dall'altra parte c'è **la seduzione**: il fascino irresistibile del modo di vita occidentale, l'attrazione del benessere economico (emigrazione), la tentazione del consumismo - i jeans e le coca-cola di cui parlava Shawcross. Tra i boat-people albanesi sbarcati 'alla disperata' sulle coste italiane, c'era chi era stato spinto dal miraggio di un'Italia (quella della pubblicità televisiva) "dove i gattini mangiano in piatti d'argento". Il pubblico del Sud, come scrive Alain Touraine, "è affascinato da scelte sempre più aperte, dalla varietà dei beni e dei servizi offerti, dall'indebolimento dei controlli sociali e culturali tradizionali, dall'individualismo proprio delle economie liberali. Soprattutto quando la società di mercato viene paragonata alla società dirigista, sui cui grava il peso di un'ideologia e di una burocrazia soffocante". (12)

Ecco allora che l'emancipazione è vissuta come adeguamento ai modelli occidentali: in particolare quelli offerti sul 'piatto d'argento' della pubblicità, dei telefilm, delle soap-opera americane. Sulla Cairo Road di Lusaka o sul Boulevard Pasteur di Tangerang, ragazze in minigonna e giovanotti azzimati scimmiettano nel modo di vestire e di parlare, nei gusti alimentari, nella scelta degli 'status-symbol', dall'orologio all'automobile, i modelli cinematografici e televisivi giunti da Parigi o da New York. "Un modello di cosmopolitismo opulento, appetibile quanto irraggiungibile - osserva Serge Latouche - perché legato al possesso di un reddito che essi non possono nemmeno lontanamente sognare di raggiungere...Né cittadino del mondo a pieno titolo, perché il suffragio è censitario, né membro di un clan o di un'etnia, poiché tutto ciò è stato distrutto, né cittadino di uno Stato autentico, poiché la politica 'nazionalitaria' degli Stati nati artificialmente dalla decolonizzazione non ha altra radice da offrire che un mimetismo generalizzato, *l'occidentalizzato* del Terzo mondo è un accattone". (13)

6.

Stretto tra violenze e seduzioni, come si difende, e come reagisce, il "prosumer" (il proletario del consumo, nell'acuta definizione sintetica di Alvin Toffler) del Sud del mondo? A livello di fruizione, si possono analizzare diverse forme di resistenza alle informazioni e alle immagini

(12) Alain Touraine, op.cit.

(13) Serge Latouche, op.cit.

che giungono attraverso i media occidentali: ci sono prima di tutto le distorsioni e le incomprensioni che abbiamo analizzato, che costituiscono altrettante forme di resistenza involontaria; il messaggio rimane immutato, ma il significato che viene recepito è diverso (o non arriva affatto). Qualcuno ha affermato che in questo senso l'ignoranza diventa un rifugio dell'indipendenza e della diversità; contro le effrazioni dei media internazionali, diventa una difesa il fatto stesso di non averne accesso! Naturalmente si tratta di un paradosso: ignoranza e miseria non possono essere mai considerati fatti positivi, a meno di non tornare a rifugiarsi nel mito del 'buon selvaggio'. E' comunque vero che il recupero o la valorizzazione degli elementi culturali non omogenei a una supina lettura dell'informazione veicolata dai media occidentali rafforza la capacità di resistenza all'invasione di questi mezzi. Anche quel minimo di selezione che rimane possibile fra le diverse proposte comunicative in arrivo, può costituire una difesa in quanto costringe il produttore ad autolimitarsi: per esempio, evitando gli stereotipi più offensivi, soprattutto quando si tratta di prodotti destinati a una larga diffusione, cioè vendibili a più paesi. Un rovescio c'è anche per questa medaglia: per evitare di colpire la suscettibilità di qualcuno, si finisce per ridurre i contenuti e accentuare quella semplificazione decontestualizzante che abbiamo criticato parlando della pretesa universalizzante dei media occidentali. L'altro rischio è quello di indurre un atteggiamento di 'controllo' censorio sulla correttezza etnico-culturale dei messaggi (quella che gli americani chiamano *p.c.*, *political correctness*), che portato ai suoi estremi risulta controproducente, e negativo per tutti.

Un altro tipo di difesa sta nelle diverse forme di fruizione critica: ironia, incredulità, presa di distanza, vigilanza contro le falsificazioni; un controllo che diventa meno difficile quando l'ascolto - come avviene frequentemente nei Paesi poveri - è collettivo, e induce a discussioni, commenti, scambi critici di grande importanza. La stessa 'ricettività' di cui abbiamo parlato nel paragrafo precedente, riferendoci in particolare alle culture di tradizione orale, permette un ascolto più consapevole: che già di per sé costituisce una reazione alla 'unidirezionalità' della comunicazione caratteristica dei mass media. Nel momento in cui si accetta, in modo più o meno cosciente, la contaminazione tra certi caratteri identificativi della propria cultura e alcuni aspetti della cultura dei media, si creano forme di **sincretismo** che rendono dinamica la ricezione, fornendo strumenti per rovesciare i messaggi verso chi li ha prodotti ed imposti.(14)

Ne avevamo già accennato, prendendo in esame le contraddizioni insite nella stessa natura dei nuovi strumenti di comunicazione: le modificazioni del nostro modo di percepire, l'apprendimento di nuovi linguaggi, la comprensione dei meccanismi e delle strategie

(14) Cfr, anche, nella IV Parte, la discussione sulla cosiddetta 'informazione alternativa'.

comunicative, ci permettono di non essere soltanto 'oggetti' della comunicazione.

E' questo che rende obsolete le analisi tradizionali sugli effetti dei mass media, e in particolare sui condizionamenti cui verrebbe sottoposto l'utente, specialmente quello dei paesi meno avanzati. Il condizionamento esiste, ma il pubblico non è passivo. Possiamo in qualche modo difenderci, perché impariamo a *decodificare* il messaggio.

E' chiaro che queste difese a livello di ricezione e lettura dei messaggi hanno una rilevanza parziale, e comunque non esauriscono il problema. Quale resistenza è possibile, di fronte all'invasione culturale occidentale, in termini di produzione, di distribuzione, di scelta di contenuti? Abbiamo visto che comprare sul mercato internazionale un qualsiasi telefilm americano costa molto meno che produrre qualcosa di simile in proprio; ma non è soltanto una questione economica: le produzioni occidentali sono preferite perché sono decisamente migliori. E questo vale anche per i programmi d'informazione, che nonostante tutto quello che abbiamo detto sono più credibili, più completi, più interessanti di quelli prodotti nella maggioranza dei Paesi in via di sviluppo. Gli Stati Uniti e l'Europa sono insomma forti anche della debolezza di questi paesi: i cui programmi, spesso privi non soltanto di fascino e di interesse, ma anche di obiettività, di originalità, di coraggio, non fanno che spingere il pubblico a cercare avidamente i prodotti occidentali. "Non è più possibile, in queste condizioni, parlare di effrazione - ha detto Noureddine Sail, direttore dell'acquisto programmi di Canal Plus Horizons - I meccanismi immunitari delle nostre società sono stati distrutti, non c'è più niente da difendere, e non resta altro che il desiderio irresistibile di captare le immagini venute dal cielo" (15).

Qualcosa di simile, ricordiamolo, avviene anche - su diversa scala - nei rapporti tra prodotti statunitensi ed europei: su 100 programmi di fiction trasmessi in Europa, 51 sono di origine americana. Ma la risposta, qui in Europa come nel Sud del mondo, non può essere di tipo puramente protezionista, né tantomeno liberticida, basata cioè su controlli o censure. All'egemonia culturale dei media occidentali si può opporre solo una **resistenza creativa**: occorre produrre anche secondo logiche e interessi locali, senza scimmiettare i modelli occidentali; concentrare ogni sforzo per una produzione nazionale, creandone le condizioni economiche, e lottando soprattutto per più ampi spazi di democrazia, liberando i media dalla pesante tutela degli Stati o dei partiti unici. Più si è democratici e meno si ha paura dell'invasione culturale straniera, e dei pericoli che comporta l'identità nazionale: non per rassegnazione o complicità con la cultura occidentale, ma al contrario perché una reale libertà

(15) Cfr. gli Atti del Colloquio "Conoscenza e Comunicazione", già citato.

d'espressione offre più spazio e più occasioni a una risposta creativa. Una partecipazione democratica alle decisioni che investono la vita collettiva è la migliore garanzia di difesa della propria identità.

Creare dunque in proprio, produrre in riferimento alla sensibilità nazionale, riappropriarsi della cultura del paese: uno strumento di difesa importante dall'egemonia straniera è senz'altro il **ricorso alla tradizione**. Ma si tratta di uno strumento molto dibattuto: da una parte c'è chi, pensando soprattutto a contesti conservatori o addirittura integralisti, afferma che il richiamo alle tradizioni e agli antichi valori sia un argomento di stabilità politica piuttosto che di protezione culturale; in questa prospettiva, la difesa di quelle tradizioni e di quei valori non è altro che lo strumento di conservazione d'un potere ipocrita. Altri, con sensibilità più antropologica, vedono nel riferimento ai modi di vita tradizionali lo strumento essenziale per costruirsi un percorso originale: "E' un doloroso paradosso - scriveva per esempio Claude Levi-Strauss - In molti paesi che hanno raggiunto l'indipendenza, c'è l'idea che tutti i vecchi costumi, le vecchie abitudini, rappresentino altrettanti ostacoli allo sviluppo, e che quindi si debba disfarsene il più rapidamente possibile" (16). In realtà, nell'opposizione alla supremazia dell'occidente, molti popoli hanno progressivamente riscoperto la propria civiltà, il valore della propria differenza.

Parlando di resistenza al modello culturale occidentale, in rapporto a paesi che nella stragrande maggioranza si sono resi indipendenti nel dopoguerra, durante la lunga fase della cosiddetta guerra fredda, non bisogna dimenticare il ruolo che ha avuto un altro modello: quello comunista. Ne abbiamo accennato nell'introduzione, chiarendo i limiti della nostra analisi, tutta interna alla problematica dei mezzi di comunicazione di massa, e alle influenze culturali ad essi legate. Diciamo solo, in termini generali, che per molti anni le nazioni del Terzo mondo (una definizione che faceva appunto riferimento ai due mondi allora contrapposti, dell'Ovest e dell'Est) hanno creduto di poter trovare una risposta efficace allo strapotere occidentale proprio nel comunismo, nel quale hanno visto un sistema in grado di offrire strumenti per combattere il colonialismo culturale e contemporaneamente indicare vie originali per lo sviluppo. Quanto tutto questo sia stato soltanto una crudele illusione, e quanto invece un riferimento essenziale per l'emancipazione di quei popoli, non è questo il luogo per giudicarlo. Certo si è che, già prima della definitiva crisi del sistema sovietico, il modello comunista aveva perso ogni capacità di "spinta propulsiva" – come disse in altro contesto Enrico Berlinguer. I Paesi del Sud, svanito

(16) *Triste Occidente*, Intervista con Claude Levi-Strauss, a cura di Massimo Boffa, su "Rinascita", luglio 1982

anche questo punto di riferimento culturale alternativo , si sono trovati - chi prima, chi dopo – di fronte a un dilemma disperato: o un rifiuto ‘rabbioso’ della moderna civiltà occidentale (17), quale espresso oggi, con spettacolare aggressività, dall'integralismo islamico; oppure l'assimilazione della cultura d'importazione, una sorta di auto-colonizzazione, di 'resa' culturale. Due soluzioni egualmente poco auspiciabili, perché l'una sfocia nell'isolamento regressivo, se non nello scontro violento; l'altra in una umiliante subalternità, in una perdita d'identità che ha il peso d'una sconfitta per tutta l'umanità.

E' certo che la strada dell'emancipazione - anche in senso sociale ed economico - passa attraverso una complessiva ripresa di identità culturale, con la creazione di modelli originali, inediti, basati appunto sulla propria cultura: ma se per **sviluppo autocentrato** si intende la ‘rottura’ con la cultura e i mezzi di comunicazione occidentali, il rifiuto delle tecnologie, il populismo secondo cui "solo piccolo è bello", si percorre una strada perdente. L'unico *tertium* rispetto ai due sbocchi rovinosi che abbiamo delineato, è una forma di **sviluppo integrato**, che non annulli le specificità culturali, e passi invece per un dialogo autentico, e continuativo, tra le diverse culture. Si deve partire dalla premessa, cara al premio Nobel Jean Dausset, che "le variazioni fra gli individui sono necessarie" e "l'evoluzione culturale dell'umanità passa proprio per una protezione gelosa delle diversità intellettuali degli individui e dei gruppi etnici". Non si tratta (come vedremo più approfonditamente nel capitolo sulla società multiculturale) di tollerare, con una specie di rassegnazione, le differenze tra le culture: si devono invece – in un'ottica interculturale – ammettere, incoraggiare, coltivare, valorizzare le differenze, consapevoli della ricchezza che comportano. Sviluppo integrato, in questo senso, implica che nell'incontro/scontro siano messi in discussione entrambi i modelli culturali di partenza: il Sud si apre, criticamente, ai media occidentali, impadronendosi degli strumenti per comprendere, ed eventualmente rovesciare il messaggio; facendo riferimento alla propria tradizione culturale non per arroccarsi, ma per la creazione di modelli originali. Il Nord, da parte sua, mette alla prova i suoi valori e i suoi schemi di riferimento, imparando che esistono altri punti di vista, prospettive diverse, che sostanziano i legami di interdipendenza e di complementarità con il resto del mondo.

(17) Quella che Luciano Pellicani definiva, con Toynbee, la “soluzione zelota”, sull’“Avanti!” del 7 maggio 1992