

È diventata un caso politico-editoriale l'analisi del professore universitario che critica anche alcune scelte del "suo" quotidiano

Tellia: «Punito perché canto fuori dal coro»

Il sociologo ed editorialista, autore del libro sulla sconfitta di Illy, messo da parte dal "Messaggero Veneto"

Scrivere un libro sul fenomeno politico dell'anno: l'imprevista sconfitta di Riccardo Illy alle regionali di aprile. Lo fa da studioso di sociologia, perfino «con finalità didattica» e «lasciando da parte qualsiasi giudizio sulle qualità della persona». È finora l'unica analisi dettagliata data alle stampe su quanto è avvenuto a primavera in Friuli Venezia Giulia. Fa molte valutazioni e parecchi esempi, indica cause che considera autentiche e altre che bolla come pretestuose. E poi nel testo dedica anche osservazioni ad alcune scelte del quotidiano *Messaggero Veneto* durante la campagna elettorale. Ma siccome è apprezzato editorialista del medesimo quotidiano, gli spiegano che alla luce di quelle critiche non è opportuno che seguiti a scrivere sotto quella testata. Le cose vanno diversamente con *Il Piccolo*, lo storico quotidiano di Trieste che appartiene allo stesso gruppo editoriale, la cui direzione non adotta le medesime scelte.

Il libro, edito da Ribis, è intitolato *L'arte della sconfitta - Come Illy perse le elezioni che doveva vincere*. L'autore, Bruno Tellia, docente all'Università di Udine, è riconosciuto come una delle migliori coscienze critiche (anche nel senso scientifico) della società civile friulana e in genere della comunità regionale. Il titolo del libro s'ispira a un caposaldo della letteratura cinese: *L'arte della guerra* di Sun Tzu, dove si spiega che l'arma segreta del condottiero è la flessibilità, non la rigidità tesa categoricamente all'obiettivo.



A fianco, il sociologo Bruno Tellia durante un dibattito: il suo recente libro sulla sconfitta di Illy è diventato un caso politico editoriale; sotto, un'immagine dell'ex presidente della Regione

Confronto con i politici questa sera a Telefriuli

Stasera alle 21 Bruno Tellia sarà ospite della trasmissione di Telefriuli "Operazione F", condotta dal direttore Alberto Terasso. Assieme al sociologo in studio un cast di politici di lungo corso: i parlamentari Ferruccio Saro e Ivano Strizzolo, l'ex presidente del consiglio regionale Alessandro Tesini e il consigliere regionale Paolo Ciani.

di Maurizio Bait

Professor Tellia, cominciamo da questa collaborazione giornalistica interrotta. Cos'ha combinato?

«Ho analizzato alcuni comportamenti del quotidiano. Avrei potuto farlo anche con gli altri giornali, ma era questo il più diffuso in Friuli. Due o tre paginette al massimo in tutto il libro, scritte anche a scopo di didattica».

Si vede che sono pagine dense.

«Ho considerato l'enfasi, che ritenevo eccessiva, attribuita a certe notizie che a mio parere non avevano rilievo».

Per esempio?

«Come quando l'onorevole Moretti del centrodestra annunciò che

avrebbe votato per Illy».

Il rilievo dei titoli è una questione di scelte, che spettano al direttore e alla redazione.

«Siamo d'accordo. Ma c'è modo e modo di sostenere una scelta, una

linea. Ed è possibile anche ottenere effetti controproducenti».

Cioè la sconfitta di Illy?

«Diciamo che questa è un'ulteriore conferma che i giornali, in generale, contano meno di quanto si pensi nella formazione delle opinioni dei cittadini. Vale assai di più la comunicazione interpersonale, per non parlare dei blog, un fenomeno del tutto libero da controlli».

Di fatto, però, lei ha criticato il "suo" giornale.

«Vivo la critica come una modalità per affrontare i pro-

blemi. Ma non è soltanto una questione di media».

Intende dire?

«Il problema dei problemi è il conformismo pazzesco del Friuli. Qui c'è spazio per tutti, ma soltanto a condizione di stare al gioco. Guai a cantare fuori dal coro».

Si pensa diffusamente che Illy abbia perduto perché ha preferito accorpare le elezioni regionali alle politiche.

«Prima aveva deciso per il voto separato, spiegando che gli elettori avrebbero avuto troppe schede in mano con rischi di confusione specialmente a Udine, dove si rinnovavano anche Comune e Provincia. E poi spiegava che lo statuto regionale non consentiva di votare in quel giorno».

Eppure ha cambiato idea.

«Già, ma si trattava in ogni caso di una scelta rischiosa. Si è considerato più utile l'*Election day* perché alle politiche avrebbe vinto Berlusconi e votare alle regionali poche settimane dopo avrebbe scontato l'onda lunga dell'esito nazionale, con i vantaggi psicologici di un Governo appena insediato. E poi verso la fine della legislatura la popolarità di Illy era calata, credo se ne fosse reso conto anche lui».

Lo ha detto lei stesso, un rischio da entrambe le scelte.

«Illy è una persona razionale

e perciò ha compiuto la scelta più razionale. Tuttavia non è colpa di tale decisione se le elezioni sono state perdute».

Ne sono convinti in molti, però.



«La questione è proprio questa. I partiti, le associazioni, i dirigenti di categorie che lo avevano sostenuto hanno cercato di autoassolversi con questa spiegazione, allontanando da sé la circostanza che non avevano portato al centrosinistra i voti che avrebbero dovuto. È stato un modo per evitare

la pena di un'analisi profonda della sconfitta. Delle sue cause».

Nel suo libro ve ne sono indicate più d'una.

«Due, fondamentalmente, sono quelle decisive: una sbagliata strategia di comunicazione e la diffusione di una realtà troppo ottimistica delle cose, una realtà virtuale».

Partiamo dalla comunicazione.

«Riccardo Illy ha probabilmente accolto l'indicazione a fare il condottiero fermamente rivolto all'obiettivo, guardando soltanto quello. Ma nel libro *L'arte della guerra* di Sun Tsu si spiega che lo stratega di successo dev'essere flessibile, capace di adattarsi alle condizioni ambientali che sono in costante mutamento».

Crede che non l'abbia letto, Illy, il libro del maestro cinese? Di rane cinesi, però, e delle relative parabole applicabili alla nostra socio-economia pur s'intendeva.

«Non so. Non basta leggerlo. Bisogna saperlo leggere. Non

pensare mai alla distruzione dell'avversario. Basta sconfiggerlo, senza annientarlo».

Albert Camus diceva che sconfiggere un uomo è amaro quanto esserne sconfitti.

«Appunto. Molto meglio vincere senza distruggere. Il fatto è che Illy, fin dall'insediamento in Regione, ha cominciato a costruire attorno a sé un gruppo coeso, certo, ma che ha finito per smarrire il contatto con la realtà. Si finiva per credere che avere buoni rapporti con giornali e giornalisti fosse coe-

rente con la sua strategia di comunicazione».

E invece?

«Invece la sua comunicazione ha assunto più i caratteri della propaganda, cioè senza un'effettiva interazione fra emittente e ricevente. Un flusso a senso unico. Anche fra innamorati se a comunicare è uno soltanto vuol dire che manca in dialogo».

Propaganda, dice lei. Ma come si sarebbe attuata sul piano pratico?

«Servendosi di tutti gli strumenti capaci di riprodurre il messaggio. Unidirezionalmente. Ma questo sistema funziona soltanto se sia possibile controllare anche la comunicazione fra persone».

In democrazia non esiste questa "opzione".

«Certo, ci mancherebbe. Il sistema nel quale viviamo assicura la libertà d'intercomunicazione. Ma perciò dico che comunicare a senso unico non è utile. In ogni caso il sistema adottato dalla Regione finiva per trattare chi assumeva atteggiamenti critici verso una notizia o una decisione come un cittadino che non aveva capito. C'era senz'altro della buona volontà, nel comunicare, questo è evidente. Però tutti i messaggi assumevano connotazioni didattiche».

Insomma parlare molto e

ascoltare poco?

«Non accogliere il messaggio che arrivava dopo il messaggio diffuso, le reazioni in genere. Ecco perché la sconfitta è stata una clamorosa sorpresa. Perché un evento del genere non poteva succedere. La comunicazione cercava all'esterno la conferma alla propria validità. E poi ricordate gli inserti pubblicitari mensili dei giornali?».

Quelli in carta patinata stampati dalla Regione?

«Quelli. Spesso i temi erano lontani dalla gente, trattavano di realtà che mi parevano estranee ai cittadini. Si cercavano approvazioni, non verifiche effettive».

Veniamo all'altro errore che lei considera capitale.

«Descrivere realtà troppo ottimistiche. Dire che abbiamo ottimi livelli d'occupazione e insistere sulle eccellenze della regione, dalla scienza in poi. Il messaggio è arrivato anche a migliaia e migliaia di laureati che si dibattono fra lavoretti saltuari e inferiori ai propri titoli, costati tanti anni di studi. O se preferite prendiamo l'innovazione».

Su quella la Giunta Illy ha investito. E parecchio.

«Ditelo a tanti artigiani, o a imprenditori in genere. La Regione ha compiuto forti investimenti, è vero, ma concentrati su pochi obiettivi. Insomma è stata comunicata spesso una realtà non rispondente alla società reale. Eppure esiste una regola elementare della comunicazione: non esagerare nella creazione di aspettative».

Intende dire che a essere troppo ottimisti si possono avere soltanto brutte sorprese?

«È un fatto che il cliente sod-

disfatto non senta la necessità di parlar bene del fornitore, ma il cliente insoddisfatto si farà un dovere del parlarne male. Ma c'è anche un'altra questione, piuttosto delicata. Riguarda una profezia».

Scendiamo dunque nel metafisico?

«Non proprio. È stata teorizzata da Robert Merton ed è la profezia che si autoadempie. Illy probabilmente riteneva che continuare a sostenere che le cose andassero bene avrebbe alla fine realizzato questa situazione, favorendo l'attivazione di comportamenti virtuosi».

Crederci è fondamentale per vincere, come sa qualsiasi sportivo.

«Tuttavia è vero anche l'esatto contrario: la profezia che si autodistrugge mediante comportamenti che impediscono il compimento della realtà desiderata. Volete un esempio pratico?».

Pronti.

«Quando i sondaggisti prevedono che un candidato stravincerà, la cosa può galvanizzare il suo elettorato, ma induce diversi sostenitori a non votare: tanto, dicono, vince lo stesso. E altri a votare altrove, perché vogliono che il candidato vinca ma senza stravincere. Dall'altra parte, intanto, gli avversari si demoralizzano, è vero, possono farsi travolgere dallo scoramento. Ma allo stesso modo possono anche motivarsi a votare in massa per sovvertire quel cupo pronostico».

È vero tutto e il suo contrario, allora? E col senno di poi chi perde ha sempre sbagliato?

«Sono entrambe regole universali, che si avverano frequentemente. Ma non sai mai quando».



LA SCHEDA

Docente ed esperto di comunicazione

● Bruno Tellia è docente di Sociologia industriale e di Sistemi organizzativi aziendali alla Facoltà di Ingegneria dell'Università di Udine. È responsabile del modulo di "Comunicazione" obbligatorio per gli studenti dell'Università di Udine.

● Negli anni ha tenuto all'ateneo friulano corsi di Sociologia della comunicazione, Teoria e tecnica delle comunicazioni di massa, Organizzazione e tecniche di negoziazione.

● È direttore di "Label - laboratorio di e-learning" del Dipartimento di economia, società e territorio dell'Università di Udine.

● È componente di reti europee che si occupano di formazione superiore (terzo livello), di progetti innovativi di formazione continua e di formazione alla cittadinanza europea.

● È iscritto, come pubblicista, all'Ordine dei giornalisti del Friuli-Venezia Giulia.

● Fra le pubblicazioni più recenti: *La Formazione imprenditoriale e professionale nell'artigianato*, Franco Angeli, Milano, 2001; *La società italiana alla fine del XX secolo. Dalla commedia dell'arte alle regole rigide*, in Lamberti, Bizzoni (ed.), *La negoziazione con il cliente-utente* (a cura), Guerini, Milano 2007; *I numeri del Friuli Venezia Giulia* (con Fulvio Mattioni), Forum, Udine 2008.

