volerelaluna LA POLITICA PUNTOACAPO

Costruire egemonia nell'età dell'algoritmo

Autore: Francesco Coniglione

L'egemonia, ho argomentato altrove sulla scorta di quanto sostenuto da Gramsci, non è la conseguenza meccanica di una tecnica di conquista degli apparati. È qualcosa di più profondo e più raro: la capacità di rendere naturale un linguaggio, familiare una visione del mondo, spontaneo un certo modo di pensare. Non dimora dove si firma una nomina, ma dove una società impara, quasi senza accorgersene, a pensare con le tue parole.

La scena in cui l'egemonia si produce è oggi radicalmente cambiata. **La vecchia egemonia culturale – quella che in Italia ebbe una forte centralità comunista – si fondava su un ecosistema relativamente stabile: giornali, riviste, case editrici, scuole di partito, sezioni, case del popolo, sindacati, università, premi letterari, teatri, festival**. Era un mondo fatto di luoghi, tempi, rituali, appartenenze. Le idee non circolavano nel vuoto: avevano binari, stazioni, interpreti, comunità riceventi. E quell'egemonia era anche un sistema di riconoscimento: attirava gli intellettuali perché offriva loro ciò che il pensatore desidera quasi quanto la verità, e talvolta più della verità: un pubblico. L'intellettuale non teme solo di essere confutato; teme molto di più di non essere ascoltato. Essere ignorato significa precipitare nella morte civile del pensiero.

Oggi quella scena si è frantumata. I giornali pesano meno, le riviste faticano a costruire continuità, i libri conservano prestigio ma perdono centralità nella formazione quotidiana dell'opinione. Al loro posto è sorto un ambiente più vasto e instabile: **social media, piattaforme video, podcast, newsletter, canali Telegram, motori di raccomandazione, nicchie culturali**. Non si è semplicemente sostituito un mezzo con un altro: **è cambiata la struttura cognitiva dello spazio pubblico**. McLuhan lo aveva intuito con la formula "*the medium is the message*": il mezzo non trasporta soltanto contenuti, ma modifica la forma stessa dell'esperienza. Oggi discutiamo i singoli messaggi, ma troppo poco l'architettura che decide quali messaggi appariranno, a chi, con quale intensità e per quanto tempo. Il pubblico si è scomposto in ambienti cognitivi parzialmente impermeabili. Ogni nicchia ha i propri autori, miti, nemici, linguaggi, fatti, indignazioni. **Non esiste più soltanto il pluralismo delle opinioni; esiste la frammentazione delle realtà**. Il problema non è che gli individui pensino cose diverse, questo è il sale della democrazia. Il problema è che spesso non abitano più lo stesso mondo informativo.

In questo scenario, l'egemonia non può più essere pensata come controllo del giornale, della casa editrice, della rivista o del festival. Sarebbe come voler comandare il traffico aereo disponendo meglio le carrozze di una stazione ferroviaria. **Oggi l'egemonia passa attraverso visibilità, raccomandazione algoritmica, costruzione di comunità, continuità narrativa, qualità dei contenuti, intelligenza della forma**. Una frase che non diventa condivisibile, commentabile, rilanciabile, rischia di restare una bella frase morta. Ma questo non significa che l'egemonia debba ridursi a slogan, *meme*, manipolazione emotiva. La questione è un'altra: **come costruire pensiero**

lungo dentro ambienti brevi? Come produrre continuità dentro piattaforme progettate per l'interruzione? Come fare in modo che l'intelligenza artificiale non diventi macchina dell'appiattimento, ma strumento di elaborazione collettiva?

Non basta esorcizzare l'intelligenza artificiale né denunciarla come artificio del capitale. Quando una forza storica esiste, la politica non può limitarsi a maledirla: deve comprenderla, organizzarla, piegarla a un progetto. La stampa fu propaganda, ma anche Illuminismo; la radio fu totalitarismo, ma anche pedagogia democratica; la televisione fu omologazione, ma anche alfabetizzazione di massa. **L'intelligenza artificiale potrà essere dominio o emancipazione a seconda di chi la possiede, di come è progettata, dei fini che serve**. Mario Sommella, in *Cyberfascismo. Anatomia di un dominio invisibile*, ha colto con precisione il nodo: una parte crescente del patrimonio comune della conoscenza – la "biblioteca della specie" – è ormai custodita, filtrata e amministrata da pochi oligopoli cognitivi. Da qui discende una conseguenza politica decisiva: **nell'età dell'algoritmo non basta più produrre idee; occorre costruire le condizioni della loro visibilità, della loro durata e della loro trasmissione**. Una nuova egemonia, nell'età dell'intelligenza artificiale, dovrebbe saper fare almeno tre cose.

La prima: ricostruire una scena per gli intellettuali. Non basta dire loro: scrivete, intervenite, partecipate. Bisogna offrire un ambiente in cui la loro parola circoli, venga valorizzata, discussa, trasformata in influenza. L'intellettuale contemporaneo può pubblicare ogni giorno, ma scomparire dopo pochi minuti nel flusso; può avere accesso a un pubblico potenziale immenso, ma essere divorato dall'algoritmo dell'irrilevanza. **Una forza politica o culturale che voglia costruire egemonia dovrebbe creare reti editoriali digitali, piattaforme di discussione, archivi intelligenti, comunità di lettura**: luoghi in cui il pensiero non sia soltanto postato, ma accolto e rimesso in circolo.

La seconda: usare l'intelligenza artificiale come infrastruttura di elaborazione, non come surrogato del pensiero. Essa può organizzare materiali, sintetizzare dibattiti, tradurre testi, rendere accessibili contenuti complessi, generare percorsi formativi, assistere gruppi di studio. Può diventare una nuova tipografia cognitiva. Ma perché ciò accada, deve essere guidata da una cultura forte. Altrimenti non produrrà egemonia; produrrà rumore ben impaginato. **L'intelligenza artificiale non sostituisce il pensiero dirigente: lo mette alla prova**. Dove c'è un pensiero forte, lo potenzia. Dove c'è il vuoto, lo rende più rapido.

La terza: sottrarre le infrastrutture cognitive al monopolio privato. Oggi gran parte dello spazio pubblico digitale appartiene a soggetti privati che possono modificare regole, oscurare contenuti, privilegiare certi formati, estrarre dati, condizionare accessi. Non c'è egemonia democratica se l'intero terreno della battaglia culturale è presidiato da oligopoli che, in ogni momento, possono cambiare serratura. Qui la "mano pubblica" potrebbe ritrovare una funzione storica nuova, non tornando allo statalismo caricaturale novecentesco, che confuse il controllo pubblico delle condizioni della libertà con la

gestione burocratica di ogni attività economica. Nel Novecento, la mano pubblica intervenne su ferrovie, energia, telecomunicazioni, credito, scuola, sanità, perché certi ambiti non potevano essere lasciati alla sola logica del profitto senza mutilare la cittadinanza. **Oggi l'infrastruttura decisiva non è solo materiale: è cognitiva**. Riguarda dati, reti, cloud, algoritmi, motori di ricerca, sistemi di intelligenza artificiale, archivi digitali, piattaforme di deliberazione. Se questi spazi appartengono integralmente a monopoli privati, la democrazia resta formalmente intatta ma sostanzialmente dimidiata. Si continua a votare, discutere, scegliere; ma dentro ambienti costruiti da altri, secondo logiche non democratiche. **Il nuovo Stato sociale dovrebbe dunque includere una dimensione cognitiva e digitale**: non solo pensioni, sanità, istruzione, sussidi, ma anche diritto all'accesso informativo, diritto alla non manipolazione algoritmica, diritto alla trasparenza dei sistemi decisionali automatizzati, diritto a piattaforme pubbliche o cooperative, diritto a modelli di intelligenza artificiale aperti e verificabili. **Una piattaforma pubblica non deve dire cosa pensare; deve garantire che nessun monopolio privato possa decidere, in modo opaco, cosa diventa visibile e cosa scompare**. La libertà non nasce dall'assenza dello Stato quando il vuoto è occupato dai monopoli: nasce da istituzioni capaci di impedire che il potere privato diventi sovrano senza responsabilità.

L'egemonia, dunque, non è viralità. Un contenuto virale può durare un giorno; un'egemonia dura quando diventa grammatica. **La sfida è trasformare l'energia volatile dei social media in sedimentazione culturale**: far sì che un post rimandi a un saggio, un video a una scuola, un podcast a un gruppo di lettura, una polemica a una comunità stabile. La vecchia egemonia aveva luoghi fisici; la nuova dovrà avere architetture ibride: digitali e territoriali, algoritmiche e umane, veloci nella diffusione ma lente nella formazione. Non si tratta di rimpiangere il mondo perduto del Partito comunista italiano, delle riviste militanti e delle case del popolo. Quel mondo non tornerà. Ma occorre comprenderne il ruolo storico: dava linguaggio, appartenenza, prestigio, continuità; offriva agli intellettuali una scena e al popolo un lessico. Una nuova forza egemonica dovrà ereditarne il compito, reinventandone le forme. **L'egemonia non si costruisce soltanto con le idee giuste. Si costruisce rendendo quelle idee abitabili**. Chi lascerà il terreno digitale ai monopoli privati, agli apprendisti stregoni della propaganda e ai mercanti dell'attenzione, avrà già perso. Chi saprà invece costruire in quel terreno una nuova infrastruttura pubblica del sapere, della discussione e del riconoscimento, potrà forse dare una nuova forma all'antica intuizione gramsciana: perché nell'età dell'algoritmo la battaglia decisiva non sarà soltanto per il governo dello Stato, ma per il governo delle condizioni stesse in cui una società vede, pensa, desidera e giudica.