



DIPARTIMENTO DI STUDI POLITICI
STUDI DI STORIA, TEORIA E SCIENZA POLITICA

L'opera è stata realizzata
con il contributo dell'Università di Torino
Dipartimento di Studi Politici

Cristopher Cepernich

Le pietre d'inciampo

LO SCANDALO COME MECCANISMO SOCIALE



Copyright © MMVIII
ARACNE editrice S.r.l.

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

via Raffaele Garofalo, 133 A/B
00173 Roma
(06) 93781065

ISBN 978-88-548-1641-1

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: marzo 2008

*A Ida,
che prima
mi ha insegnato a vivere
e poi a morire*

«Rimane solamente lo scandalo, cioè lo scandalo di questa comunicativa che è, che diventa corruzione, dal momento che tu non cambierai quella persona in platea (...) la puoi scandalizzare, le puoi procurare una certa crisi di un momento: ma solo di un momento: corruzione in questo senso. L'impiegato tale è e tale resterà».

Carmelo Bene

«Gemendo per essere stato svelato, il Vizio grida allo scandalo quando lo si attacca».

D.-A. François de Sade

Indice

- 11 *Premessa*
- 17 *Capitolo I*
Dalla tradizione giudaico-cristiana alla sociologia dello scandalo
- 53 *Capitolo II*
La costruzione sociale dello scandalo
- 87 *Capitolo III*
La mediatizzazione degli scandali e le trasformazioni strutturali della visibilità pubblica
- 113 *Capitolo IV*
Per una fenomenologia dell'inciampo. Ricostruzione di quattro casi clamorosi di scandalo
- 163 *Capitolo V*
La notiziabilità degli scandali: una indagine di "content analysis"
- 195 *Conclusioni*
- 203 *Bibliografia*

Premessa

Questo lavoro si propone di contribuire all'analisi sociologica degli scandali, un oggetto di studio assai più complesso e ambivalente di quanto possa apparire a prima vista. Malgrado la sua evidente attualità nelle società contemporanee, il fenomeno ha sinora ricevuto scarsa attenzione nelle scienze sociali, soprattutto in Italia. Questo nonostante il nostro sia un Paese affatto immune dal morbo dello scandalo: dal caso Montesi alle tangenti Lockheed, dalla P2 alle “carceri d'oro”, passando per Tangentopoli, Cirio, Parmalat, Calciopoli e Vallettopoli, la storia d'Italia offre una casistica assai variegata. E nonostante un'attenta rilettura dei classici permetta di scorgerne i contorni all'incrocio di aree di non poco interesse per la teoria sociologica. All'opposto, verso la fine degli anni Ottanta, un'agguerrita minoranza di ricercatori inglesi ed americani ha inteso le ricerche sugli scandali come una subdisciplina della politologia, battezzandola con il neologismo di *scandology*; da allora, se è vero che la “scandologia” non si è istituzionalizzata come quei “pionieri” avevano auspicato, è pur vero che, nel mondo anglosassone, studi e ricerche in questo campo hanno conosciuto un incremento esponenziale.

Tra i tanti nodi problematici che lo scandologo si trova a dover affrontare, il primo e più importante è quello di spiegare *cosa sia uno scandalo*. Nella letteratura sull'argomento è quasi un luogo comune definire questo come una trasgressione di codici morali socialmente condivisi che, pubblicamente rivelata da un'agenzia di controllo sociale — o intenzionalmente esibita come gesto provocatorio e di rottura — suscita una vasta reazione sociale. Questa definizione del fenomeno è però incompleta e insoddisfacente, in quanto non spiega perché, mentre tutte le forme di devianza, in un modo o nell'altro, si possono considerare come trasgressioni morali, solo in certi casi e a certe con-

dizioni alcune di esse vengono effettivamente etichettate e accettate dal pubblico come “scandalose”. Occorre tener presente che lo scandalo è tipicamente una *costruzione sociale*, al centro della quale agisce un meccanismo di *labelling* collettivo che si innesca a seguito della definizione della situazione data da alcune agenzie, di controllo e/o di comunicazione, che riescono a imporla ufficialmente e a farla accettare e condividere dal pubblico.

Perciò, se non si vuole banalizzare il problema, o ridurlo all’ovvio e al generico, occorre chiarire quali siano le condizioni e i casi in base a cui un gesto, un comportamento o un evento, si configurano come scandalo.

Ecco allora che la premessa da cui muove questo lavoro è che la specificità sociologica dello scandalo non dipenda necessariamente dalla fattispecie della devianza, né dalla sua maggiore o minore gravità morale, giudicata in base a codici socialmente condivisi, ma vada in qualche modo ricondotta alla teoria dei gruppi di riferimento. Ciò nel senso che a far scandalo non è di per sé l’azione che viene compiuta, ma piuttosto lo status di chi la compie. Sono la carica ricoperta dal protagonista e la posizione sociale che egli detiene, o la fama e la celebrità di cui gode, che innescano una forte reazione sociale di indignazione e di ripulsa, quando il pubblico viene a conoscenza di ciò che di male egli ha fatto. In altre parole, *lo scandalo non è nelle cose, ma nell’occhio di chi guarda*, come del resto già suggerivano le Scritture. Nel Libro di Daniele, non è la pia e bella Susanna che si bagna innocente, a scandalizzare, ma i due vecchioni lubrifici che la guardano, come nella mirabile rappresentazione fattane da Artemisia Gentileschi.

Considerato da questo punto di vista, lo scandalo diventa un oggetto di centrale importanza per l’analisi credenziale in sociologia e il suo studio permette di approfondire l’aspetto razionale che sottosta ad alcuni meccanismi relativi alla segretezza e allo svelamento, alla menzogna e all’ipocrisia sociale, i quali operano in combinazione con meccanismi di carattere valoriale e normativo come il prestigio e l’onore, producendo conseguenze inattese ed effetti controintuitivi micro–macro nella redistribuzione del capitale simbolico, oltre che del capitale sociale, su cui poggiano le reti fiduciarie.