

Cyberpolitics: una mappa per orientarsi in un mondo nuovo

 iconocrazia.it/cyberpolitics-una-mappa-per-orientarsi-in-un-mondo-nuovo/

Potere delle Immagini / Immagini del Potere

essay writer

1 Dicembre 2019

di Alfredo Ferrara Iconocrazia 16/2019 - "Atlante di Geopolitica", Saggi

La rivoluzione digitale – cominciata con la diffusione dei personal computer e di internet e poi accelerata da quella dei social media – sta profondamente trasformando la nostre vite, mettendo in questione alcuni fondamenti alla base della modernità. Il testo *Il principe digitale*, scritto da Mauro Calise e Fortunato Musella (2019) e pubblicato da Laterza, analizza i molteplici volti del rapporto tra politica e rivoluzione digitale, proponendo una mappa di problemi e interrogativi ineludibili.

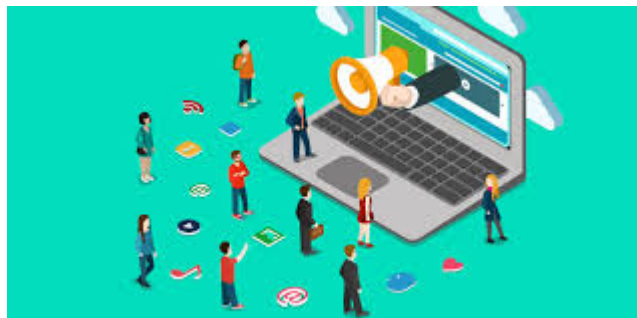
Nel panorama del dibattito politologico italiano il testo scritto dai due studiosi conferma una duplice specificità della scuola napoletana. In primo luogo una specificità metodologica, consistente in una confidenza con l'analisi di lungo periodo e con la teoria politica. In un dibattito in cui prevale una forma di breveperiodismo metodologico che porta a isolare e de-storicizzare i fenomeni e i processi politici, Calise e Musella analizzano la rivoluzione digitale come un fenomeno inserito in un più lungo processo di crisi della democrazia e di trasformazione in senso personalistico dei partiti, praticando un dialogo tra scienza politica e storia che alcune voci della politologia hanno cominciato a tematizzare nell'ultimo quindicennio ultimi anni (Piersons, 2004; Almagisti, Bacetti e Graziano, 2018; Offerlé e Rousso, 2008). Nel farlo mobilitano un apparato teorico ricco ed eterogeneo che spazia da Gramsci a McLouhan, da Rousseau a Machiavelli, praticando da scienziati politici questa volta un dialogo con la teoria politica, dalla quale acquisiscono le chiavi di lettura per orientarsi nei campi inesplorati del presente; alcuni tra i più importanti contributi metodologici per praticare tale dialogo sono stati proposti negli anni passati proprio dai due studiosi in collaborazione con il politologo americano Theodore J. Lowi (Calise e Lowi, 2010; Calise, Lowi e Musella, 2016). La seconda specificità attiene invece all'attenzione che la scuola napoletana dedica ormai da più di due decenni ai processi di personalizzazione della politica, analizzandoli a partire dagli

anni Novanta non come un'eccezione ma come l'avvio di un processo che avrebbe trasformato radicalmente la politica (Calise, 2000; Musella, 2018); grande è infatti l'attenzione che essi rivolgono alla continuità tra personalizzazione e digitalizzazione.

Rischi e potenzialità dell'ecosistema digitale

L'analisi di Calise e Musella comincia con una *pars destruens* che evidenzia tutti gli effetti contraddittori, laddove non esplicitamente negativi, della rivoluzione digitale. Con la diffusione del web, dei social media e dei device di ultima generazione, la quantità di tracce che un'utenza sempre più planetaria produce è diventata sempre maggiore, al punto che i cosiddetti big data – scrivono i due studiosi – rappresentano oggi «il nuovo oro nero, ambito da imprese e governi di tutto il mondo» (Calise e Musella, 2019, p. 5). Soprattutto nel mercato delle idee, la disponibilità delle informazioni contenute nei big data offre un enorme vantaggio competitivo per chiunque voglia conoscere e orientare le preferenze dell'opinione pubblica. Se lo stato di salute di quest'ultima si misura sul grado di libertà e autonomia di giudizio con il quale si forma, lo scossone provocato dalla rivoluzione digitale apre diversi interrogativi preoccupanti: in primo luogo gli utenti fruiscono di una quantità potenzialmente infinita di informazioni grazie al filtro imposto dagli algoritmi delle piattaforme digitali – in mano a pochissimi grandi player privati – che costruiscono così un'«agenda setting automatizzata» (*ivi*, p. 10). Questo filtro fa emergere quella che Calise e Musella chiamano «la contraddizione centrale della cittadinanza web»: se apparentemente l'ambiente comunicativo si presenta come user-driven, in esso è possibile esercitare una libertà «che si ritrova prigioniera di attori potenti quanto invisibili» (*ivi*, p. 63-4). In secondo luogo il modellamento dell'ambiente digitale sulle preferenze dell'utente crea il così detto effetto echo chambers che finisce per polarizzare le opinioni e inibire gli spazi e le occasioni di dibattito. Infine l'utilizzo dei social come strumento di partecipazione al dibattito pubblico produce il superamento della separazione tra sfera privata e sfera pubblica: l'«opinione resa pubblica attraverso i social è un'opinione privata»; i social sono infatti inondati da pezzi delle vite private di utenti che vivono in pubblico «scegliendo le poche parti della» propria «vita da mantenere private» (*ivi*, pp. 12-3). Se tra il 2000 ed il 2006 la rivoluzione digitale e la comparsa dei primi social erano sembrati «un'eccezionale opportunità di partecipazione», tra il 2006 ed il 2012 tale fenomeno si è mostrato sempre più contraddistinto da una crescita smisurata del «controllo oligopolistico dei big five, le cinque multinazionali che controllano di fatto oggi la rete» (*ivi*, p. 18). Questa così rapida diffusione ha provocato una transizione tra due diversi modi di intendere la socialità: dalla cosiddetta connectedness – secondo la quale la reputazione di un individuo passa dalla status e dalla qualità della rete di relazioni di cui dispone – alla connectivity – all'interno della quale «i collegamenti sociali diventano un'espressione numerica» e «possono riguardare anche soggetti che non conosciamo», ma «soprattutto non sono una risorsa che l'individuo gestisce in autonomia» perché «tra gli utenti interconnessi si interpone la macchina algoritmica» (*ivi*, p. 19). In questo quadro il potere acquisito in così poco tempo dalle piattaforme digitali le ha rese «l'infrastruttura della vita collettiva» e «la base per controllare le fila stesse del nuovo ordine connettivo» (*ivi*, pp. 20-1).

Anche sulle politiche militari la rivoluzione digitale ha avuto un impatto rilevante, inaugurando un nuovo ambito chiamato *cybersecurithy*, in merito al quale ampio è il dibattito politologico che ne sottolinea la portata del salto qualitativo (cfr. Nye, 2011, 2017; Goldman e Arquilla, 2015). Negli ultimi quindici anni molteplici sono stati i cyberattacchi e le operazioni di spionaggio digitale. La novità più rilevante di questi fenomeni è la penetrazione a livello di massa: il fine dei cyberattacchi è infatti prima di tutto quello di condizionare e destabilizzare il clima politico e l'opinione pubblica. Non è un caso che i più celebri siano stati quelli che hanno riguardato le elezioni americane del 2016, il referendum sulla Brexit e quello costituzionale italiano del 2017, durante i quali la diffusione di fake news o l'appropriazione dei dati relativi alla profilazione degli utenti-elettori sono stati utilizzati per produrre nuovi orientamenti nell'opinione pubblica o smobilitare il campo avverso a quello da cui partono gli attacchi.



Se tuttavia l'impatto della rivoluzione digitale si limitasse a questi aspetti gli interrogativi da sciogliere sarebbero tutt'altro che complessi: ci troveremmo infatti di fronte a un fenomeno integralmente regressivo che chiunque abbia a cuore le sorti della democrazia dovrebbe avversare. L'analisi di Calise e Musella è invece costituita anche da una corposa *pars costruens* che evidenzia le potenzialità emancipative della rivoluzione digitale. L'ecosistema digitale impostosi nell'ultimo trentennio è infatti anche contraddistinto da quella che Calise e Musella chiamano la «componente, al tempo stesso più tradizionale e più innovativa della rete», ovvero «l'espansione illimitata della conoscenza» (Calise e Musella, 2019, p. 30); ed è proprio tale aspetto che rende la rivoluzione digitale un terreno di conflitto nel quale convivono allo stesso tempo potenzialità emancipative e istanze di controllo. La diffusione della rete e dei social media ha infatti provocato un «salto nelle potenzialità e nei codici di apprendimento» (*idem*) senza precedenti; l'unico processo che mostra degli elementi di analogia è l'avvento della scrittura, descritto McLuhan con il celebre testo *La galassia Gutenberg* (cfr. 2011) nel 1962; tale processo impose sì un salto cognitivo rivoluzionario ma ebbe bisogno di cinque secoli per acquisire una reale dimensione di massa; oltre alla rapidità, la rivoluzione digitale si differenzia dalla diffusione della scrittura anche perché impone una forma di comunicazione multimediale che fonde testi, audio, immagini e video, superando l'egemonia della parola scritta e spalancando «al nostro cervello gli orizzonti della composizione modulare e ipertestuale del pensiero» (Calise e Musella, 2019, p. 32). La scrittura, che nel breve periodo di diffusione della telefonia semplice, era sembrata in declino, è stata riportata in auge – accanto alle altre forme della comunicazione – dalla rivoluzione digitale, facendola esondare in territori nuovi come la messagistica, le chat, le mail ecc. In virtù della maggiore velocità e della portata cognitiva implicata, Calise e Musella definiscono questo processo Gutenberg 2.0: grazie alla diffusione dei programmi

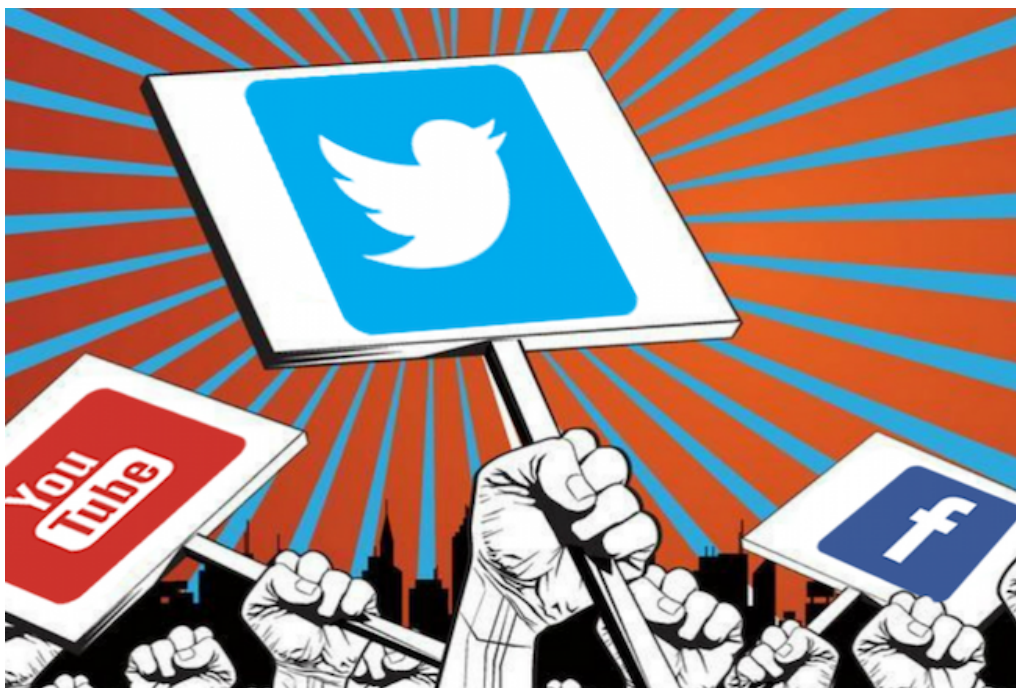
di desktop publishing e alla rete che rende il personal computer uno strumento non solo di elaborazione individuale ma di connessione, «ogni individuo fa il suo ingresso nel club degli autori» e diventa «editore di se stesso» (*ivi*, p. 36). Si sviluppano così nuove attitudini cognitive che trasformano sempre più l'intelligenza individuale in intelligenza connettiva.

Crisi della democrazia, formazione del consenso e personalizzazione della politica

La rivoluzione digitale si inserisce in un contesto di una crisi della democrazia di cui la scienza politica discute da ormai oltre due decenni, trovando nella fortunata formula postdemocrazia coniata da Colin Crouch un concetto capace di descrivere uno svuotamento sostanziale dei processi democratici in presenza di una permanenza di tutti i suoi caratteri formali (*cf.* Crouch, 2009). Calise e Musella, intrecciando la crisi della democrazia con l'impatto della rivoluzione digitale evidenziano la duplicità di significato contenuta nell'accostamento dell'aggettivo 'virtuale' al sostantivo 'democrazia': da un lato un significato peggiorativo in continuità con il deterioramento della sua qualità, dall'altro un significato potenzialmente migliorativo in relazione alle nuove forme elettroniche di partecipazione. La virtualità della democrazia può quindi indicare una finzione tutta confinata nei processi formali o un'espansione legata alle nuove forme di partecipazione digitale. La seconda opzione – rispetto alla quale occorre rifuggire dalla tentazione di attribuirne un potenziale ruolo palingenetico che risolverebbe tutte le aporie e le fragilità della prima – rappresenta secondo i due studiosi un'opportunità di riscatto della politica e della democrazia lungo le due linee della partecipazione e del governo: l'e-partecipation offre infatti allo stesso tempo l'occasione di un superamento dei confini spaziali connaturati alle democrazie tradizionali e gli strumenti per una partecipazione più plurale e consapevole; l'e-government invece può utilizzare le nuove tecnologie come «principale leva di implementazione» per rinnovare la macchina amministrativa rendendola più efficiente (ma aprendo, ancora una volta, interrogativi relativi alla maggiore e più invasiva capacità di controllo da parte dei governi sui cittadini) (Calise e Musella, 2019, p. 54).

L'importanza assunta dalla rete e dai social nella formazione ed espressione dell'opinione pubblica ha incrementato delle tendenze già manifestatesi nella trasformazione delle campagne elettorali negli ultimi decenni del Novecento: il cosiddetto social campaigning rigenera e riconverte le tre p della campagna elettorale – personale, pervasiva e permanente – ampliandone la portata e facendole camminare «alla velocità della luce» (*ivi*, p. 58). La personalizzazione della politica nell'epoca dei social viene infatti rafforzata da «quel rapporto micropersonale su cui si fonda l'ecosistema dei social», aprendo a una «micropersonalizzazione delle campagne elettorali» stesse (*ivi*, pp. 59-60). I social hanno inoltre abbattuto «le residue barriere di grandi e piccoli aggregati sociali», individualizzando la formazione delle opinioni politiche che prima si orientavano attorno a cleavage stabili e duraturi: di fronte a una contrapposizione politica sempre più contraddistinta da una grande volatilità elettorale, la pervasività del social campaigning assume la forma di una necessità, inaugurando una «campagna elettorale uno-a-uno» (*ivi*, p. 62) e producendo il terreno ideale per la proliferazione delle fake news. Infine in questo contesto contraddistinto da un declinante senso di appartenenza politico-ideologica, la permanenza della propaganda e della costruzione del consenso ha

trasformato la politica in una «campagna elettorale permanente» (*ivi*, p. 66): i social si inseriscono in questo trend rendendo possibile un monitoraggio in tempo reale dell'andamento dell'opinione pubblica attraverso tecniche di rilevazione ed elaborazione dei dati e permettendo agli attori politici di adottare «tecniche raffinate di targetizzazione dell'elettorato finalizzate ad un efficace management dell'attenzione» (*ivi*, p. 67).



In questa fase di crisi dei partiti, le leadership carismatiche sono state la risposta più efficace per cercare una nuova legittimazione della politica. La rete e i social media hanno potenziato i processi di leaderizzazione già avviati dalla televisione generalista, ma allo stesso tempo hanno prodotto un fenomeno nuovo: la personalizzazione dell'elettorato; nella società individualizzata infatti «è il singolo cittadino a guadagnare il centro della scena» (*ivi*, p. 79) attraverso la produzione di contenuti riguardanti la propria vita privata, le proprie opinioni o pulsioni. Questo consente di modellare la comunicazione dei leader su base individuale: scrivono Calise e Musella che «anche quando il leader continua a parlare a nome del popolo, pensa a una somma di individui» (*ivi*, p. 80). In questa forma di comunicazione centrale è il ruolo delle immagini, grazie all'immediatezza comunicativa di cui sono portatrici; accanto ad esse vengono veicolati messaggi semplici «a presa rapida, a grande potenzialità emotiva, e senza l'onere della coerenza» (*ivi*, p. 81). In questa «dittatura dell'immagine» emerge il pericolo di un'opinione pubblica che non controlla più il potere: è quella che i due studiosi chiamano «autocrazione del selfie», ovvero «il paradosso di un assetto che, a fronte del rispetto delle regole formali, e degli spazi di azione e di espressione dei cittadini, finisce col diminuire la capacità di lettura intelligente e di astrazione comprendente» (*ivi*, p. 82).

Leader, partiti e sapere di fronte alla rivoluzione digitale

Da trasformazioni di tale rilevanza, che hanno inaugurato un momento machiavelliano, «in cui un regime – giovane e vigoroso – appare improvvisamente vulnerabile» (*ivi*, p. 87), la politica «è stata presa in contropiede» (*ivi*, p. 90). Analizzare le risposte che i partiti e i leader politici hanno proposto in tale contesto significa quindi confrontarsi con

una condizione di profonda metamorfosi nella quale sono fino ad ora emersi dei tentativi fragili e abitati da contraddizioni, e tuttavia rilevanti proprio perché tematizzano tali fragilità e contraddizioni. Per comprendere quanto sta accadendo è necessario quindi elaborare nuove categorie in grado di cogliere le trasformazioni che la digitalizzazione sta imprimendo alla personalizzazione della politica e all'evoluzione dei partiti, sfida che Calise e Musella raccolgono nella terza parte del volume.

I social media hanno trasformato i leader politici in personal leader, impegnati in un perenne adattamento della propria immagine a quella dei propri seguaci, proponendone frammenti diversi a target diversi. Questo «salto di qualità» (*ivi*, p. 101) ha permesso di mettere in contatto diretto leader e sostenitori, rafforzando un «feeling di autenticità» grazie all'esibizione della propria quotidianità da parte dei primi. Si può pertanto parlare di hyperleadership basata su un «rapporto iperpersonale» (*ivi*, p. 103) la cui leva è il microtargeting. E se i leader già affermati, per costruire il consenso sulla rete, hanno fatto ricorso a team di esperti e professionisti (attraverso la mobilitazione di ingenti risorse finanziarie che producono un'ulteriore privatizzazione della politica), i leader in ascesa hanno fatto ricorso alle competenze informatiche personali (è il caso ad esempio di Alexandria Ocasio Cortez). In questo processo di costruzione di un carisma digitale è centrale il ruolo degli influencer, che consentono ai leader di arrivare ai pubblici secondari, quelli non raggiunti direttamente dai contenuti pubblicati dagli attori politici ma indirettamente dai contenuti pubblicati dalla schiera di sostenitori che li rilanciano.



In relazione alla trasformazione che la digitalizzazione ha imposto ai partiti politici Calise e Musella evidenziano come le soluzioni più innovative siano riscontrabili in formazioni politiche nate nell'ultimo decennio – come il M5S, Podemos, La France Insoumise e i partiti pirata – che hanno sin da subito visto nella rete e nei social media un'opportunità di affermazione. In queste molteplici esperienze sono riscontrabili due costanti: da un lato la diffidenza terminologica e ideologica nei confronti della forma partito; dall'altro la promessa di disintermediazione della politica come prospettiva di emancipazione e allargamento delle possibilità di partecipazione. Il caso più interessante, evidenziano Calise e Musella, è quello del M5S che – oltre ad adottare un modello basato sulla hyperleadership personalizzata e sulla strutturazione cybercratica – si è fatto portatore dell'«ideologia della rete» riassunto nello slogan 'uno vale uno' che, scrivono i due

studiosi, «saldava il più antico anelito egualitario alla più moderna strumentazione tecnologica» (*ivi*, p. 95). La rete – essendo l'ambiente dove è più evidente l'abbattimento delle barriere sociali e della separatezza tra élites e masse – non è solo uno strumento neutro, una forma da riempire con contenuti pre-esistenti, ma è portatrice di una visione del mondo, delle relazioni sociali e della conoscenza. La troppo frettolosa profezia sulla fine delle ideologie a cui gran parte del dibattito politologico nella seconda metà del Novecento ha aderito, trova in questa analisi una secca smentita: scacciate le ideologie novecentesche dalla porta dei sistemi politici, ecco che nuove ideologie rientrano dalle molteplici finestre con le quali la politica si affaccia sulla società; in questo caso dalla finestra rivolta alle relazioni sociali trasformate dalla rivoluzione digitale.

In continuità con il filone di studi inaugurato da Michel Freedon (*cfr.* 2008), l'analisi di Calise e Musella ribadisce come sia impensabile una politica, soprattutto una politica democratica e capace di mobilitare l'opinione pubblica, senza ideologie; la sfida è quella di sottrarre tali ideologie a un processo di adozione implicita nei programmi politici e di sottoporle invece al vaglio critico del dibattito pubblico per affrontarne contraddizioni e fragilità. Nelle esperienze dei partiti cybercratici ad esempio è emersa nuovamente una contraddizione alla base del partito moderno, quella tra partecipazione e decisione. Se da un lato infatti assistiamo a un potenziamento della capacità di partecipazione, espressione e mobilitazione diffusa, dall'altro si produce una «centralizzazione della capacità di indirizzo della leadership» (Calise e Musella, 2019, p. 112). Quello che i due studiosi chiamano «partito cybercratico» ha adottato infatti il «modello organizzativo tipico delle start-up della Silicon Valley» (*iidem*), basato cioè su una piattaforma che unisce centralizzazione del controllo dei flussi comunicativi a partecipazione individualistica a tali flussi. Assistiamo così a un'ulteriore evoluzione del partito personale comparso negli anni Novanta sulla scena politica occidentale con Forza Italia, che diventa così interpersonale – «fondato sulle relazioni individuali tra i suoi membri» – e iperpersonale – avente «la persona al centro anche del rapporto con i vertici» (*ivi*, pp. 112-3).

In questo scenario la verticalizzazione dei processi decisionali è sembrata fino ad ora prevalere sull'orizzontalismo della partecipazione, ma il nodo resta aperto: «non è che l'inizio», scrivono i due studiosi, e «mai come in questo tornante della Storia, la partita si presenta aperta» (*ivi*, p. 118). Il web può rappresentare un'occasione di riscatto della politica se partiti e leader che ne comprendono la portata e sono animati da una cultura democratica saranno in grado di sfruttare tale occasione. L'aspetto più interessante di questo processo, sottolineano Calise e Musella, è che a differenza di quanto denunciato dalle élites che hanno frettolosamente bollato come populistici questi fenomeni, nella rivolta culturale in atto non c'è solo il rifiuto di un know-how scientifico e professionale ma anche «la creazione – ancora confusa e frammentata – di una episteme globale priva di barriere, sociali e territoriali» (*ivi*, p. 97).

Il controllo delle leve culturali è da sempre non solo una questione pedagogica ma anche e soprattutto una questione politica. La rivoluzione digitale sta spostando questo conflitto su un terreno nuovo, contraddistinto da una pervasività e da potenzialità di agency senza precedenti. Negli ultimi due decenni – mentre le iniziative degli stati sono state fragili o del tutto assenti – l'implementazione di un'infrastruttura della conoscenza e della

formazione digitale è stata tutt'altro che ferma, sollecitata da iniziative assunte da grandi player privati e da alcune istituzioni pubbliche. Calise e Musella evidenziano due grandi filoni sui quali l'innovazione ha prodotto i risultati più rilevanti: a) la creazione di grandi data bank digitali che hanno trasformato biblioteche e grandi archivi in banche dati digitali aperte alla consultazione gratuita, ma soprattutto b) la nascita del settore dell'Open Educational Resources, nato dall'iniziativa assunta dai principali atenei americani che hanno reso disponibili sul web i propri contenuti didattici. Il primo fenomeno ha prodotto un allargamento dei contenuti scientifici sul web, ed è stato ulteriormente implementato dalla pubblicazione in formato open access dei risultati di ricerche finanziate da enti pubblici e dalla nascita di social media e piattaforme che consentono la condivisione e la fruizione di paper e testi scientifici. Il secondo fenomeno ha dato invece avvio alla proliferazione dei MOOC (Massive Open Online Courses), ovvero corsi di studio progettati direttamente per l'apprendimento in rete. La diffusione dei MOOC è stata caratterizzata da due aspetti: la garanzia di qualità apportata dai grandi atenei americani che ne sono stati promotori e la concentrazione della distribuzione in mano a pochi player globali (in particolar modo Coursera, edX e Udacity).

Una sfida aperta?

Dal testo di Calise e Musella emerge una risposta decisamente affermativa al quesito se la sfida lanciata dalla rivoluzione digitale alla democrazia ed alla politica sia ancora una sfida aperta. Questo testo sollecita il dibattito politologico ad interrogarsi su un fenomeno nuovo, costitutivamente ambiguo e contraddittorio come tutti i fenomeni politici rilevanti, rifuggendo da letture unilaterali che ne evidenzino esclusivamente gli aspetti regressivi e di dominio o quelli emancipativi e di accrescimento dell'agency. Il digitale sarà uno dei terreni principali sui quali si giocherà il futuro della democrazia: prenderne coscienza è un'operazione preliminare per individuare le strade possibili per un suo rafforzamento e i rischi di un suo affossamento.

BIBLIOGRAFIA

Almagisti M., Bacetti C. e Graziano P., a cura di (2018). *Introduzione alla politologia storica*, Carocci, Roma.

Calise M. (2000). *Il partito personale. I due corpi del leader*, Laterza, Roma-Bari.

Calise M. e Lowi T. J. (2010). *Hyperpolitics: An Interactive Dictionary of Political Science Concepts*, The University of Chicago Press, Chicago.

Calise M., Lowi T. J. e Musella F. (2016). *Concetti chiave. Capire la Scienza politica*, Il Mulino, Bologna.

Crouch C. (2009). *Postdemocrazia*, Laterza, Roma-Bari.

Freedman M. (2008). *Ideologia*, Codice, Torino.

Goldman E. O. e Arquilla J. (2014). *Cyber analogies*, in «Naval postgraduate School Monterey Ca».

McLouhan M. (2011). *La galassia Gutenberg*, Armando Editore, Roma.

Musella F. (2018). *Political Leaders Beyond Party Politics*, Palgrave Macmillan, London.

Nye Jr, J. S. (2017). *Deterrence and dissuasion in cyberspace*, in «International security», 41(3), pp. 44-71.

Id. (2011). *Nuclear lessons for cyber security?*, in «Strategic Studies Quarterly», 5(4), pp. 18-38.

Offerlé M. e Rouso H., a cura di (2008). *La fabrique interdisciplinaire: Histoire et science politique*, Presses universitaires de Rennes, Rennes.

Pierson P. (2004). *Politics in Time: History, Institutions and Social Analysis*, Princeton University Press, Princeton.



Alfredo Ferrara

Assegnista di ricerca in Sistemi di elaborazione delle informazioni e Filosofia politica presso il Dipartimento di Informatica dell'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro".

More Posts

Category: [Iconocrazia 16/2019 - "Atlante di Geopolitica"](#), [Saggi](#) | [RSS 2.0](#) Responses are currently closed, but you can [trackback](#) from your own site.

No Comments

Comments are closed.

Editore: Prof. Giuseppe Cascione Dipartimento di Scienze Politiche Università degli Studi di Bari "Aldo Moro" info@iconocrazia.it

Iconocrazia Rivista scientifica semestrale di scienze sociali e simbolica politica ISSN 2240-760X | Aut. Trib. di Bari n. 3690//2011 - num Reg. Stampa 42 Bari © 2012 | designed by POOYA