

Informazione e comunicazione un binomio imperfetto

Sommario

1. Il fascino inquietante dell'estremo pag. 3
come certe dinamiche comportamentali, partendo da fatti di cronaca, conducono a elevare delle persone al rango di personaggi; il bollino blu; una serie studiata di interventi; la comunicazione senza remore.
2. La fenomenologia dei capponi di Renzo pag.11
l'informazione è strettamente connessa alla formazione e alla cultura; la selezione delle notizie, la priorità, implicano una scelta ideologica che va al di là della mera intenzione informativa del pubblico; la nascita delle cosiddette radio libere ha contribuito a ribaltare queste abitudini.
3. Grida, costumi e società nel '600 e '700 pag.15
quando la gran parte della gente non sapeva né leggere né scrivere, l'informazione avveniva tramite un bando pubblico, ma sarebbe assurdo confinare l'osservazione alle "grida manzoniane"; la vita sociale è sinonimo di comunicazione, pertanto occorre guardare dentro i costumi della società.
4. L'educazione, la didattica " dal libro Cuore alla Storia di Sofia" ,
lo studio come ricerca e coinvolgimento attivo **da sviluppare**
5. Indottrinamento religioso / politico (seminari, sette, regimi dittatoriali) **da sviluppare**
6. Dalla propaganda di guerra, alla guerra degli spot commerciali,
allo scontro politico nelle democrazie **da sviluppare**

7. Le notizie "taciute", "uniformate" alla fonte, le "veline di palazzo" ... la realtà distorta - fatti / notizie da riportare senza commenti, tra virgolette "....." corredate da date, fonti e autori, in modo che chi legge ne trae le conclusioni da sé **da raccogliere**

8. All'origine *dell'homo sapiens sapiens* moderno -
i persuasori occulti; il condizionamento dell'uomo moderno; gli strizzacervelli, al soldo del potere, mirano a dominare l'uomo piuttosto che a curare le sue debolezze.

9. Internet e il recupero della soggettività attiva -
i giornalisti che hanno iniziato ad occuparsi di Internet si trovano spesso coinvolti loro malgrado in pubbliche discussioni sui loro articoli, e non sempre riescono ad accettare questo strano crollo del muro ...

Bibliografia

Il fascino inquietante dell'estremo

di Antonio Fiorella

E di ogni suo rovescio.

Agli uomini risulta spesso incomprensibile quello che fa sognare l'altra metà del cielo. Anzi, talvolta la materia rivela degli aspetti sorprendenti persino per le donne medesime. Ma ciò che maggiormente ci preme osservare è attraverso quali passaggi si accende l'infatuazione che travolge ogni freno.

Come scocca la scintilla che subito diventa fiamma. E la relazione che tale fenomeno ha con la comunicazione.

Il curriculum di Renato Vallanzasca annovera sette omicidi, sequestri di persona, rapine a mano armata, oltre a numerosi tentativi di evasione, che nell'insieme gli hanno procurato ben quattro ergastoli, 260 anni di galera, il soggiorno in trentasei penitenziari. E tanta fama.

(Quanto a lungo può vivere un uomo? Le condanne di comuni mortali a più ergastoli non equivalgono a innalzare un criminale al rango di semidio?)

Infatti di lui si sono occupati a tempo pieno - forse dell'ordine e giudiziarie a parte - sociologi, giornali, tv e cinema. Un film dal titolo 'la banda Vallanzasca' ne ha raccontato (solo in minima parte) le gesta. In carcere il "bel Renè" riceve, narra la sua biografia, lettere dalle ammiratrici a centinaia, vive una intensa vita sentimentale, colleziona un paio di matrimoni e numerosi flirt. Una sua fiamma viene accusata di falsa testimonianza; la sua avvocatessa è sospettata di averlo aiutato a evadere. Per una canaglia dalla vita rocambolesca ogni cosa appare romanzesca o del tutto naturale. Ma non è un caso isolato.

Denise Mina, nell'articolo '*Why are women drawn to men behind bars?*', s'interroga sul 'perché le donne siano attratte dagli uomini dietro le sbarre'. Cita i libri di altre due autrici che s'interessano dello stesso

fenomeno che coinvolge centinaia di donne inglesi. Vengono narrate storie di carcerati nei penitenziari degli Stati Uniti, segregati nel braccio della morte, in attesa della pena capitale; ci sono i casi di un serial killer che ha ucciso e smembrato 13 vittime, di un altro assassino che ha rapito numerose giovani donne: le indagini avrebbero accertato 35 vittime, stuprate e poi uccise. Questi reietti del genere umano, ricevono corrispondenza in carcere da sconosciute, sono oggetto di infatuazione. Delle donne trovano in loro non solo interesse, ma motivo di ammirazione; se ne invaghiscono senza riserve; ne diventano amanti e spose.

Lo zapping televisivo, tra una sequenza di spot pubblicitari e l'altra, inquadra la mole debordante di un uomo che a stento il piccolo schermo tv riesce a contenere. Si tratta del messicano Manuel Uribe che con i suoi 550 kg, è l'uomo più grasso del mondo. Un primato incontrastato che lo porta nel libro dei Guinness. Nell'intervista emerge la vita di una persona costretta a giacere su un letto speciale; per l'eccessivo peso è impossibilitato a muoversi e a compiere qualsiasi attività, se non quella di ingurgitare cibo in quantità sufficiente a placare una fame commisurata al suo peso. Qualche scambio di battute e d'immagini più avanti, e si apprende che la ribalta della cronaca ha regalato a Manuel la gioia dell'amore. La sua storia ha suscitato le attenzioni di una donna (di taglia media), che si è innamorata di lui e del suo sorriso, in tutta la sua stazza, e spera di convolare - si fa per dire - presto a nozze.

Sogni d'amori proibiti, gusto del rischio, amanti dell'orrido? E dire che è tutt'altro che facile procurarsi gli indirizzi e iniziare una corrispondenza con degli sconosciuti, intrattenere contatti con reclusi, recarsi in posti isolati, varcare i cancelli delle prigioni, sottostare a tutta una serie di limitazioni. Non ultimo, superare ostilità e barriere sociali.

Tutto questo rivela che in presenza di certi fatti, specie se reiterati, si leva intorno a chi li compie (o commette, quando si tratta di misfatti) una specie di alone. D'incanto l'autore dei fatti medesimi smette i panni di semplice persona, per assumere quelli di personaggio. E in tale veste, gesti, sguardi e parole assumono una connotazione e un fascino particolari.

Comunicano, vanno a segno.

Poco importano - per le finalità del nostro approfondimento - le ragioni del cuore o le turbe della mente che spingono a ricercarsi gli uni e gli altri. Quello di cui vogliamo occuparci sono le dinamiche comportamentali e la consequenzialità: partire del fatto in sé, seguito dal momento di cronaca, e dagli sviluppi successivi che ne amplificano la portata.

Il bollino blu

In una ipotetica scala algebrica di valori, in cui la normalità si situa intorno allo zero, presumiamo che gli avvenimenti estremi oltrepassano la soglia +10 oppure -10. Per l'eccezionalità dei casi specifici, sono i fatti in se stessi che richiamano attenzione. E ovviamente suscitano orrore se sono negativi; plauso, se vengono superati dei limiti straordinari per es. in campo sociale e sportivo, in percorsi avventurosi, in ambiti scientifici.

La cronaca, occupandosene, consacra alla notorietà del momento gli attori principali. Narra lo svolgimento della gara, documenta la premiazione, segue le fasi salienti dell'avvenimento celebrativo; oppure descrive la cattura e l'arresto dei delinquenti, segue lo svolgimento dei processi, riporta la condanna. Anche se non tutti gli avvenimenti hanno una collocazione in campi riconosciuti, e pertanto non esiste una regolamentazione che prevede la consegna di onorificenze, si verifica in determinate circostanze una sorte di assegnazione del bollino blu. Nessun valore intrinseco, ma quantomeno un riconoscimento spesse volte anche molto ambito.

Ma né l'attenzione né il plauso elevano i protagonisti al rango di personaggi.

E' l'effetto ripetitivo (il battage nel riproporre dichiarazioni choc, ferme prese di posizione negli aspetti più disparati dell'attualità) che pone al di sopra dei comuni mortali gli uni e gli altri - cioè i cosiddetti eroi leggendari o le simpatiche canaglie.

Posto che non si abbia in animo di commettere né azioni terroristiche né atti criminali, e che superare certi limiti (in positivo) nelle varie discipline è quantomeno arduo, la prima domanda da porsi è la seguente: è proprio

indispensabile diventare autori di fatti eclatanti al fine di emergere dall'anonimato? E inoltre come riuscire a scatenare il big bang che dà l'avvio al ciclo comunicativo?

Intanto una veloce classificazione degli accadimenti in positivo, escludendo l'exploit dell'eroe - sempre che se ne possedga l'ardire - obbliga a distinguere azioni facilmente riconoscibili in quanto eccezionali, che pertanto vengono immediatamente omologate, da traguardi che non sono in evidenza, per cui una volta raggiunti né la fatica né il risultato trovano un riconoscimento. Fatti questi ultimi che restano intrappolati nella rete della "legge dell'ingiustizia". Secondo Nassim N. Taleb tra le attività riconducibili alla legge dell'ingiustizia ci sono quelle dove dei personaggi che sono già emersi dalla fiumana indistinta, e quindi sono in bella mostra nella vetrina mediatica, oscurano i nuovi talenti e quanti si dibattono nelle retrovie lungo la strada impervia verso il successo. Il libro in vetrina, la copertina del primo disco nello scaffale, oscurano tutti gli altri. A maggior ragione quei libri e quei dischi (di autori) che non sono ancora entrati nel giro.

L'industria dei media nel suo insieme, dallo spettacolo alla politica, mira a coltivare i nomi affermati. I postulanti alle prime armi rappresentano costi d'investimento e incertezza.

Quando si appartiene a federazioni sportive, a gruppi riconosciuti (scientifici, cattedratici, e ben altro ancora) i risultati sono in primo luogo vidimati dagli esponenti del proprio ambiente, e pertanto subito diffusi e apprezzati all'esterno. Fuori dagli steccati, resta l'handicap di ottenere visibilità, figurarsi degni riconoscimenti. Nell'affollata gara per mettersi in luce, vigono la strenua legge della giungla insieme alla casualità di una lotteria a premi.

Una serie studiata di interventi

La riflessione successiva ci porta a valutare se, in mancanza di fatti straordinari, si possa comunque approdare alla ribalta della cronaca e quindi amplificare l'impatto mediatico tramite azioni programmate,

ripetitive e costanti. Come ottenere il massimo con il minimo. Il clamore originato dal botto o dalla deflagrazione iniziale.

I predicatori nati con la tonaca, i mestieranti della parola, le persone dal carattere dirompente sembrano imporsi alla platea senza fatica alcuna.

Affiorano altresì alla mente numerose categorie di persone che si avvalgono della ritualità, tanto in campo religioso quanto in quello istituzionale, per evidenziare messaggi rivolti ad avvalorare da un lato l'autorità acquisita, dall'altro la necessità di guadagnare altro terreno alla causa. Il linguaggio è appropriato e inconfondibile. Il rito ha elaborato nel tempo un gergo per ciascun uso specifico. E ogni passaggio, a guardare bene, non fa che riproporre il fatto originale (estremo) da quale tutto ebbe inizio. L'arrivo di un messia, la nascita di una nazione o la difesa dei suoi confini, la riconquista della libertà.

Anche sette pseudo religiose e gruppi di adepti alle varie cause non fanno altro che replicare riti e giaculatorie non molto dissimili da quanto appena detto.

Altrettanti capitoli di approfondimento meritano le diverse tecniche di persuasione, che vanno dalla pubblicità al marketing, dall'azione di proselitismo per molteplici scopi alla propaganda vera e propria, tipica delle dittature e dei periodi bellici. Identica cosa per la moda, la didattica, la scelta del linguaggio parlato e l'espressività dei linguaggi del corpo. A mano a mano che ci si allontana dall'evento choc e dalle circostanze più o meno ai margini della quotidianità, diventa più evidente che si rende necessaria la creazione di espedienti divulgativi per colpire la fantasia e di attrezzarsi con una 'miriade di specchi' per la ripetizione dei messaggi. Battaglio e cassa di risonanza.

In assenza quindi della ritualità consumata, della verve naturale e straripante dei professionisti, ci pare di intuire, solo una serie studiata di interventi che aumentino a mano a mano di intensità e di livello - fino a ottenere l'effetto valanga - possono riuscire nello scopo ci comunicare efficacemente. Nel senso di arrivare a segno.

La comunicazione senza remore

La narrativa cattura l'interesse del lettore con espedienti che si rinnovano da un capitolo all'altro. Un accorto dosaggio di colpi di scena alimenta l'attenzione che ad ogni tornata diventa più viva, avida di emozioni, febbrile nel desiderio di conoscere l'esito finale. Anche un libro di saggistica, attraverso lo svolgimento della ricerca e il susseguirsi delle argomentazioni, crea attesa, suscita curiosità, attanaglia la bramosia dello studioso al tema trattato.

Lo spettacolo si avvale di tutti i ritrovati delle varie arti per tessere un canovaccio in cui il racconto e le immagini formano un tutt'uno teso ad avvicinare, a inchiodare alla sedia lo spettatore, una sequenza dopo l'altra, fino all'ultima battuta.

La maestria nel gestire ogni fase di un percorso stabilito, con relativo colpo di scena, è insito nel repertorio di ogni buon comunicatore. Il successo nasce dalla capacità di sorprendere, dall'abilità di padroneggiare la scena e di mantenere gli adepti ancorati alla missione che si vuole compiere.

Il gallerista crea l'evento periodico con l'invito all'inaugurazione di ciascuna mostra. Per l'occasione organizza una breve cerimonia di apertura, assegna un tema ad effetto a ciascun evento artistico, cura la presentazione dell'artista e delle sue opere, offre l'immane buffet e bollicine ad allietare la serata. Prendiamo il caso di un artista in parte affermato ma non ancora famoso; non intendo giudicare l'arte. Delle cento persone che per ipotesi accorrono a celebrare l'evento, il gallerista sa che - parenti e amici a parte - novanta non acquisteranno mai un quadro. Ad essere generosi forse una decina possono essere annoverati potenziali acquirenti. Ad essere benpensanti due o tre acquistano un quadro perché davvero interessati. E gli altri sette? La manfrina celebrativa dell'invito (ai cento invitati che si accalcano davanti a ogni quadro, con sguardo critico, bicchiere alla mano, mimando e bofonchiando ammirazione) è tutta per loro. L'effetto ripetitivo, l'evento panna montata è servito!

Degli studi dimostrerebbero che alcune donne, dopo aver dichiarato di essere attratte da uomini più femminilizzati, "al momento dell'ovulazione

tornano a preferire d'istinto uomini con tratti decisamente mascholini"... Molte di queste ricerche ripropongono "l'antica 'coabitazione' nel cervello umano di genetica e ambiente, cioè di istinti e cultura, che prevalgono uno sull'altro a seconda delle situazioni..." (P. Angela)

In genere l'uomo di cultura tende a credere di poter guadagnare il convincimento delle persone attraverso il ragionamento logico. Il leader invece, come il gallerista di pocanzi, saprà rivolgersi non solo all'intelletto ma anche alla parte più arcaica del cervello legata a istinti ancestrali - detto prosaicamente: sa come parlare alla pancia.

La mente si dà delle arie; ma è la pancia a raccogliere i messaggi: li assorbe, traduce e riporta a modo suo l'informazione, sotto forma di nutrimento, alla mente.

A partire dalla rivoluzione industriale, con la necessità di imporre nuovi prodotti è andata affermandosi la ricerca di tecniche sempre più sofisticate volte a conquistare clienti e mercati. Il messaggio pubblicitario, da insistente, è divenuto seducente, persuasivo, privo di ogni remore, pur di riuscire nel suo intento. Nella società capitalista il denaro funge da catalizzatore. Attira il fior fiore degli esperti in tutte le discipline. Per il saggista Vance Packard l'essere umano di un tempo, cresciuto e disciplinato da principi morali, comuni alla famiglia e all'ambiente di appartenenza, si trova a impersonare un soggetto nuovo, "etero-diretto ... guidato in prevalenza nel suo comportamento, dal desiderio di adeguarsi a ciò che da lui si aspetta il gruppo sociale che egli frequenta abitualmente", dominato dal bisogno di uniformarsi. Nel luogo di lavoro e nella comunità prevale sull'individuo lo spirito di squadra, un distillato da somministrare ad ogni livello. Chiunque si dissocia dal modello prevalente, si sente inadeguato, resta emarginato, non ha prospettive.

Sociologi, psicologi, psichiatri, al servizio di facoltosi committenti, si avvalgono delle loro conoscenze per sfruttare le debolezze umane invece di curarle. L'imperativo è asservire il consumatore, strappare il consenso, a costo di manipolare le coscienze.

Da un estremo all'altro.

Perciò bisogna adoperarsi per affinare la conoscenza nella comunicazione. Non quella della gente, bensì la propria. Per apprendere in prima persona a decodificare lusinghe e messaggi menzogneri che arrivano nostro malgrado a segno. E' un gioco di specchi dai riflessi intricati come una trama di spionaggio, che a nostra insaputa si insinua nel più profondo di noi stessi e che condiziona ogni ragionamento. Solo così ognuno può davvero ambire a edificare un ponte comunicativo verso i simili.

La fenomenologia dei capponi di Renzo

di Giuseppina Manera

Un martedì sera d'agosto, in radio. E in turno sul gr da sola, tanto per cambiare.

Ma stasera non c'è proprio un cavolo di nessuno, a parte me e la guardia all'ingresso. Non c'è nessuno manco della redazione musicale: tutto registrato e tutta roba che tocca mandare in onda a me, tra un gr e l'altro, tenendo l'orecchio attento a possibili "buchi" e gli occhi, le mani e la testa sulle agenzie, sul telefono, sulle registrazioni dei servizi, sulle notizie da scrivere, sui titoli da fare... Normale amministrazione e normale lancio di madonne d'ordinanza ma... la soddisfazione, la felicità, la commozione, l'emozione vera e grande che ho provato nell'essere stata io, in diretta, nell'ultimo gr della notte a dare la notizia della vittoria della lotta della Innse, sarà qualcosa che, davvero, mi ricorderò proprio per tutta la vita!!!

La lotta paga e continua a pagare, non ce n'e'!

...cerchiamo di non dimenticarcelo mai!

La Innse, oltre a tutto, è di fronte alla mia scuola: ho visto la loro lotta e la loro fatica tutti i giorni, l'ho avuta sotto agli occhi per tutti i 15 lunghissimi mesi in cui non si sapeva come sarebbe andata a finire.

Mai turno in radio, per me, e' stato migliore di questo!

Adesso, posso partire per le vacanze contenta!

Manca ancora qualche giorno (e qualche turno in radio e qualche giro di telefonate... ma ormai e' fatta!

...

Come sosteneva Edmund Husserl, "l'io ha bisogno del tu, del noi, dell'altro. Inoltre l'io ha bisogno di un monte di cose. Perciò io, tu noi, il mondo siamo in inerenza reciproca".

Non si può parlare di comunicazione senza parlare di informazione e

viceversa. Le due problematiche sono strettamente legate e collegate e presentano implicazioni comuni.

Che cos'è l'informazione? Il termine informare vuole dire, principalmente, dare una forma a quanto si vuole comunicare, per una utilità pratica, immediata e funzionale, ma vuole anche fornire un indirizzo, un'impronta durevole. Significa "portare dentro" di sé una determinata forma.

O, per dirla con Paul Ricoeur, "é ciò che non ha luogo, un'isola che non esiste in nessun luogo reale ma che diventa principio costitutivo per l'immaginazione soggettiva".

Non bisogna confondere tra propaganda e informazione: se la propaganda, infatti, rappresenta un momento informativo pubblicitario, l'informazione è invece strettamente connessa alla formazione e alla cultura. E' infatti molto difficile slegare le informazioni che raggiungono ognuno di noi dall'abito mentale che ci siamo costruiti e valutarle senza farle passare dai personalissimi filtri con cui l'abitudine e l'esperienza ci hanno abituati o costretti a confrontarci.

Non casualmente quando si parla di mezzi di informazione si usa abitualmente affermare che servono alla "formazione" dell'opinione pubblica.

Come scrive Noam Chomsky in "Illusioni necessarie", i mezzi di informazione producono contenuti ben precisi e non un'informazione di tipo neutro. Concetto ribadito anche da Enrico Giardino in "Comunicazione e potere". La selezione stessa delle notizie, l'ordine di priorità con cui vengono date, implicano una precisa scelta ideologica che va al di là della mera intenzione informativa del pubblico.

La nascita delle cosiddette radio libere, molto più di quelle delle TV libere, aveva contribuito a ribaltare queste abitudini. Le radio libere, nate come radio di interazione immediata tra autori e fruitori, hanno permesso, soprattutto su base locale, di rendere ogni ascoltatore, contemporaneamente, produttore di notizie oltre che semplice ascoltatore. La figura dell'inviato veniva così moltiplicata per ogni

ascoltatore, e ciascuno aveva la possibilità di esprimersi e sottoporre all'attenzione degli altri le questioni che i grandi mezzi di informazione avrebbero trattato solo come fatti minori, probabilmente relegati in qualche nascosto angolino delle corrispondenze locali.

Oggi, le radio che sono sopravvissute hanno modificato le modalità di interazione con il proprio pubblico: nelle redazioni i notiziari si costruiscono soprattutto sulla base delle notizie d'agenzia e gli ascoltatori sono tornati ad essere fruitori più o meno passivi di informazione.

La diffusione di Internet ha di nuovo rimesso in discussione la costruzione e le modalità di funzionamento del sistema informativo. La rete offre informazioni ma, allo stesso tempo, permette a chiunque di produrne di nuove, stabilendo così quella continua interazione tra autore e fruitore che aveva caratterizzato le radio libere nei primi anni '70.

E con Internet si apre un nuovo capitolo, ma ritornando all'incipit:

“Renzo; andate a Lecco; cercate del dottor Azzecca-garbugli ...
Pigliate quei quattro capponi, poveretti! a cui dovevo tirare il collo, per il banchetto di domenica, e portateglieli; perché non bisogna mai andar con le mani vote da que' signori. Raccontategli tutto l'accaduto; e vedrete che vi dirà, su due piedi, di quelle cose che a noi non verrebbero in testa, a pensarci un anno... “ La raccomandazione è prontamente raccolta da Renzo, il quale attraversa i campi “... ruminando il discorso da fare al dottor Azzecca-garbugli. Lascio poi pensare al lettore, come dovessero stare in viaggio quelle povere bestie, così legate e tenute per le zampe, a capo all'in giù, nella mano d'un uomo il quale, agitato da tante passioni, accompagnava col gesto i pensieri che gli passavan a tumulto per la mente. Ora stendeva il braccio per collera, ora l'alzava per disperazione, ora lo dibatteva in aria, come per minaccia, e, in tutti i modi, dava loro di fiere scosse, e faceva balzare

quelle quattro teste spenzolate; le quali intanto s'ingegnavano a beccarsi l'una con l'altra, come accade troppo sovente tra compagni di sventura.”

Grida, costumi e società nel '600 e '700

di Antonio Fiorella

Nei secoli passati, in cui la gran parte della gente non sapeva né leggere né scrivere, l'informazione avveniva tramite un bando pubblico. Le disposizioni dei potenti che governavano un territorio erano annunciate nelle piazze e agli angoli delle strade abitate affinché i sudditi ne prendessero conoscenza. Le "grida" sono citate sin dal primo capitolo dei Promessi Sposi al comparire dei bravi, di nuovo quando Renzo si reca a consultare l'Azzecca-garbugli e in altri punti del romanzo. "Scorgendo il detto Signore, che questa Città è tuttavia piena di detti bravi... tornati a vivere come prima vivevano, non punto mutato il costume loro, né scemato il numero, dà fuori un'altra grida, ancor più vigorosa e notevole." Ma sarebbe assurdo confinare l'osservazione tanto ai bandi scritti (o cronache) del tempo, quanto alle grida manzoniane.

L'informazione corre di bocca in bocca, di casa in casa, da un borgo all'altro. Il tessuto relazionale è antico quanto l'uomo. Il vivere in comune, corredato da tradizioni e costumi sociali, è già di per sé sinonimo di comunicazione. Allora, se è opportuno guardare la società nel suo insieme, balzano subito in primo piano ben altre grida di quelle appena menzionate.

Parte dalla nascita la roulette della vita. Il gioco del caso si serve di una molteplicità di fattori che mettono insieme ricchezza o povertà, luogo e religione... La lista è lunga, le combinazioni pressoché infinite, la risultante amalgama più che sorprendente. Infine la

società nel suo complesso, nel perseguire un proprio cammino, mette in circolo idee e mode che conducono a ideologie, dove l'accanimento sfocia in momenti sublimi o aberranti. E dove talvolta nello stesso periodo storico si trovano a coesistere arte benessere e sofferenze in *un rapporto* - cito Giovanni Sole, - *che somiglia molto a quello del ricamo e del suo rovescio*.

Il saggio storico di Giovanni Sole, *Castrati e cicisbei*, tratta dell'ideologia e della moda del '700 italiano. Sull'altare dell'arte del bel canto, a partire dalla fine del '500, si è imposto l'aberrante sacrificio di evirare dei bambini. Merito del libro è quello di risalire alle cause, documentando con un'analisi precisa e puntigliosa le motivazioni che stavano alla base di questa pratica. Secondo alcuni storici il papa Sisto V, nel proibire alle donne di esibirsi nei teatri e nelle chiese, avrebbe favorito tale costume. Secondo altri sarebbe stato frutto dello straordinario successo del melodramma italiano, che non potendo portare in scena le donne, avrebbe perpetrato l'orchietomia per preservare le qualità canore dei fanciulli anche in età matura. Nel '600 i teatri si affermarono al grande pubblico, gli impresari costruirono intorno alla "forza della voce solista" la febbre del successo. Passava in secondo luogo il fatto che non tutti apprezzassero queste esibizioni da parte di uomini che con voce e portamento effeminati calcavano le scene, inverosimilmente impersonando guerrieri ed eroi del passato. In effetti, più che le qualità canore, si adombra il fondato sospetto che oggetto dell'esibizione fosse la castrazione medesima. Il paradosso era che, secondo De Sade, "per evitare lo scandalo delle donne in teatro, si commisero delitti più gravi." I cantori evirati, nella competizione per l'ascesa sociale, rappresentavano nello stesso tempo il primato maschile su quello femminile (poiché ogni negazione è

l'affermazione degli attributi di chi ne è dotato), l'assoggettamento all'autorità paterna e all'ordine dominante.

I *cavalier serventi*, dai detrattori apostrofati *cicisbei*, si ispiravano "agli ideali cavallereschi e dell'amor cortese." Erano designati dallo sposo a salvaguardia dell'onore della dama, per accompagnarla nei salotti e nei teatri. Esprimevano il bisogno dell'aristocrazia di affermare in "un profondo intreccio tra amore e galanteria" il proprio dominio culturale nella società. In pieno barocco era lo specchio del tempo, l'aspetto esteriore che si manifestava attraverso l'esibizionismo della raffinatezza dei modi, con l'ostentazione di fogge e merletti (e quanto potesse apparire una barriera da contrapporre ai ceti emergenti). Ed era anche un ruolo da affidare ai rampolli dell'aristocrazia, privi di beni ma dotati di belle maniere, e a quei fannulloni che, aspirando a una vita agiata, si sobbarcavano parte delle incombenze dovute dai mariti alle consorti.

Il fenomeno dei castrati e dei cicisbei da un lato evidenziavano i privilegi del ceto aristocratico, in quanto dietro la maschera dell'arte e del manierismo erano i modelli nobiliari a prevalere, dall'altro ne segnavano l'imminente declino, come una moda che ha superato ogni eccesso.

Fine del '700, Inghilterra nell'epoca pre-vittoriana (Jane Austin, *Orgoglio e pregiudizio*). La nobiltà godeva da una parte di elargizioni e benefici che il rango concedeva, dall'altra dei possedimenti terrieri. Ma la proprietà era indivisibile ed era destinata ai discendenti maschi. Situazione d'angoscia per la signora Bennet la quale, dopo aver dato alla luce cinque femmine (e nessun maschio!), è angustiata dalla necessità di combinare un matrimonio per le sue figlie e dal timore della morte prematura del marito, che

l'avrebbe privata della casa e di tutti i suoi averi. La narrazione è ritmata da una palpitante sequenza d'inviti, finalizzati a favorire incontri galanti, tra pranzi e cene, balletti e pause di civetteria. In una cornice, nei salotti della media aristocrazia, di ansie giovanili e di combine. Su tutto dominano il rango, il pregiudizio e l'onore morale.

Che oggi troveremmo risibile persino in un romanzetto rosa per adolescenti.

L'autrice Jane Austin niente racconta del momento storico. I soldati, nelle loro splendide uniformi, sono visti dalla maggior parte dei personaggi femminili come tanti figurini da esibire al prossimo ballo. Vengono tratteggiati episodi di opportunismo per un ambito sbocco clericale da parte di giovani del ceto medio sufficientemente eruditi; s'intravede l'ineludibile necessità di arruolarsi nell'esercito per quei cadetti dalla condotta non proprio irreprensibile. Il crogiolo psicologico dell'ambiente della media nobiltà dell'epoca è descritto con dovizia di particolari, ma nient'altro è detto di quei risvolti che la società pre-vittoriana riservava alle donne o alle mogli ribelli.

I primi manicomi datano di quest'epoca; catene e saldi principi religiosi facevano parte integrante dell'armamentario della terapia in uso.

Il calvario de *la religieuse* (1760) di Diderot ha una significativa somiglianza con la storia della Monaca di Monza. La giovane Suzanne Simonin è spinta a rinchiudersi in un convento, a prendere i voti e a condurre una vita monastica.

Contrariamente al personaggio manzoniano, lotta strenuamente. Subisce un processo al termine del quale è condannata a restare in convento. Dopo un lungo decorso procedurale il suo avvocato riesce nell'intento di farla trasferire in un altro convento. Quando infine

fugge, è costretta a vivere nella clandestinità, tra la speranza di trovare aiuto da parte di un marchese e il timore di essere scoperta. “Quale profonda saggezza” si chiede, “c’è in ciò che la cieca filosofia definisce la follia della croce?”

Ecco il punto d’arrivo. Informazione e comunicazione si trovano accomunati insieme - in combutta con le classi dominanti - senza una vera vocazione; sono due elementi che non legano insieme, di difficile coesione come l’acqua e l’olio; costituiscono un binomio tanto inscindibile quanto imperfetto che fluisce con impeto torrenziale attraverso la cloaca massima della storia.

La mente, la capacità di elaborare pensieri, ha più attinenze con la chimica e l’ambiente che con la spiritualità.

Poteva uno sguardo critico sull’informazione e la comunicazione prescindere dall’osservazione dei costumi e della società in un dato periodo?

All'origine dell'*homo sapiens sapiens* moderno

di Antonio Fiorella

“E’ possibile che talune tra le trasmissioni decisamente brutte siano tali di proposito, per dare maggiore forza di penetrazione agli inserti pubblicitari?” Questo interrogativo se lo pose Vance Packard, autore de “I persuasori occulti”, due generazioni fa quando la tv era soltanto ai primi passi.

Gli anni cinquanta negli USA segnarono un enorme balzo in avanti nella ricerca di spregiudicate ‘tecniche di ammansimento’ dell'*homo sapiens sapiens* moderno. E’ risaputo che “gli spettatori ridono più volentieri e si divertono di più se sentono ridere altre persone ... “ Vennero così programmate “le risate in scatola”; ebbero inizio quelle trasmissioni dove un pubblico inesistente sottolinea ogni battuta inesistente con fragorose risate. Ergo la creazione di congegni idonei a produrre diversi tipi di risate e applausi a ripetizione. Ma c’era e c’è ben poco da stare allegri.

L’avvento della televisione ha portato una ventata di modernità nel mondo, compreso in quei paesi rimasti ai margini delle rotte del progresso. Si apprende ora che mentre in occidente, per le donne dai 12 ai 25 anni, la principale causa di mortalità sono i disturbi dell’alimentazione, nelle isole Fiji tali malattie erano sconosciute.

Fino al proliferare, su edifici e tetti delle case sparse nell’arcipelago, di antenne tv e parabole satellitari.

Con esse si è diffuso un modello che ha travolto e travolge valori e tradizioni, colture, modalità di vivere e culture, persino l’arte più antica e collaudata dell’edificare. E che progresso! In nome di quel

dio denaro - *the money-god* - invisibile a Orwell e condannato dagli asceti, novelli barbari senza scrupoli hanno costruito in zone soggette a terremoti (vedi Aquila e dintorni), peggio di quanto non si sia fatto nei tempi bui del basso medio evo.

Ma la televisione è soltanto uno dei *media* a tenere soggiogato l'uomo moderno. Se la musica risulta gradevole all'orecchio umano, perché non sperimentarne l'impatto negli allevamenti intensivi di bestiame? E viceversa: dalla produzione avicola la stessa si diffonde in palestre, supermercati, in luoghi frequentati dal pubblico, un po' ovunque. Deve piacere. Per un identico fine, si sono dispiegati tutti i mezzi.

L'avvio del nuovo processo, dopo la seconda guerra mondiale.

Smaltita l'euforia della vittoria, gli industriali statunitensi si ritrovarono i magazzini pieni. Le ricerche di mercato indicavano che i consumatori, apparentemente, erano disponibili ad accogliere i nuovi prodotti, però le attese, testimoniate dai dati statistici in uso, si traducevano solo parzialmente in acquisti. (Era ancora incombente il ricordo della lunga depressione che, a partire dalla fine degli anni venti, era durata praticamente fino all'inizio della guerra.) I pubblicitari, alle prese con l'imprevedibilità del consumatore, si rivolsero agli studiosi del comportamento umano per ricavare effetti più attendibili. La grande offensiva portò schiere di sociologi, psicologi, psichiatri e specialisti strizzacervelli, a mettersi al servizio delle maggiori società e a scandagliare, analizzare, catalogare gruppi di persone di ogni fascia sociale, appartenenti a tutte le età. Di ogni individuo vennero esaminati gli aspetti razionali, ma soprattutto inclinazioni ansie e debolezze, non più per correggerne gli influssi deleteri per il raggiungimento di un sano equilibrio mentale, bensì per influenzarne gusti e scelte

impulsive, per indurlo a comprare, per farne di lui un essere mai appagato, sempre teso a competere, a superare se stesso, a scalare più in alto nella sfera sociale, totalmente in balia delle mode.

Il consumo in sé diventa occasione di svago, meta di ritrovo, causa prima e (nello stesso tempo) terapia dello stress, invaghimento della bellezza, promessa di eterna gioventù, sogno dell'impossibile, valore essenziale e volano dell'economia, religione. E per favorire il consumo, in ogni occasione pubblica è celebrato il rito della fiducia nel miraggio di un benessere collettivo.

L'essere umano di un tempo, cresciuto e disciplinato da principi morali, comuni alla famiglia e all'ambiente di appartenenza, si trova a impersonare un soggetto nuovo, "etero-diretto ... guidato in prevalenza nel suo comportamento, dal desiderio di adeguarsi a ciò che da lui si aspetta il gruppo sociale che egli frequenta abitualmente", dominato dal bisogno di uniformarsi. Nel luogo di lavoro e nella comunità prevale sull'individuo lo spirito di squadra, un distillato da somministrare ad ogni livello. Chiunque si dissocia dal modello prevalente, si sente inadeguato, resta emarginato, non ha prospettive.

La politica presiede sull'intero sistema. Il candidato politico, confezionato come un prodotto, è venduto seguendo le stesse tecniche di persuasione. Anzi, è proprio al livello della politica che si intensificano le iniezioni di fiducia all'elettorato al costo di non raccontare le cose come stanno, essendo prioritaria la necessità di mantenere inalterata la spinta all'espansione. Il messaggio politico punta a conquistare il voto/consenso di ogni singolo elettore. E un accorto dosaggio porta a rivolgersi a ogni livello razionale ed emotivo in cui si manifesta il consenso stesso.

Molti predicatori religiosi che hanno fatto ricorso alle nuove tecniche della persuasione hanno visto moltiplicati seguaci ed

entrate. Anche se bisogna riconoscere che la pratica religiosa si è sempre avvalsa della prerogativa di rivolgersi direttamente alle coscienze e a quella sfera intima in cui le scelte di vita sono determinate da motivazioni oscure fideistiche e irrazionali.

I pericoli paventati mezzo secolo fa, della diffusione di una *forma mentis* piegata alla cultura dominante (del mondo affaristico e del potere consolidato) sono realtà. E l'ondata mediatica è andata via via ingigantendosi alimentata dal diffondersi di mezzi di comunicazione più sofisticati e pervasivi. Internet, carte di credito, cellulari registrano ogni intercalare della nostra quotidianità, spiano i nostri momenti di incertezza, e in tempo reale sollecitano il nostro istinto.

Osservare la crisi (economica e non solo) in cui siamo immersi soltanto nell'ottica della eccessiva speculazione finanziaria è alquanto miope.

Ecco un libro scritto e pubblicato verso la fine degli anni '50 che rimane di sorprendente attualità e che ha anticipato l'assurdità di uno sviluppo drogato contrario ai valori della civiltà.

Nello sfondo di uno schermo spento, va ripensato l'intero modello di vita.

Internet e il recupero della soggettività attiva

di Giuseppina Manera

I giornalisti che hanno iniziato ad occuparsi di Internet, si trovano spesso coinvolti loro malgrado in pubbliche discussioni sui loro articoli, e non sempre riescono ad accettare questo strano crollo del muro tra autore e lettore. L'informazione in rete, in fondo, non segue più alla lettera gli schemi del tradizionale broadcasting ma diventa una comunicazione "molti a molti", dove ciascuno può assumere, di volta in volta, il ruolo di creatore di informazione o quello di richiedente.

L'informazione è in se stessa affermazione di un avvenimento, di un parere, di una conoscenza particolare o specifica. Come sostiene Piaget, "in tutti gli ambienti gli individui si informano, collaborano, discutono, si oppongono l'uno all'altro".

Si genera informazione quando una domanda ottiene risposta.

La domanda può essere posta da una persona così come da un dispositivo automatico (per esempio quando, on line, si compila un form, un questionario); una domanda ha comunque alla base la richiesta di un qualcuno o di un qualcosa che non possiede la conoscenza esaustiva ed esauriente di una situazione o di un fenomeno. Questa differenza e questa disparità è proprio ciò che genera l'informazione. Informazione che, quindi, è data quasi sempre dalle differenze (di vedute, di cultura, di materiale a disposizione).

Secondo Giacomo Corna Pellegrini “lo spazio diventa territorio quando l'uomo lo abita, lo coltiva, lo capisce. Paesaggio è capire il territorio”.

La differenza può essere data dalle risposte o dalle domande possibili o, genericamente, dalle situazioni e dagli scenari possibili; l'informazione dipende quindi dalla probabilità tanto quanto la probabilità dipende dall'informazione.

Si fornisce informazione quando accade un fatto che porta con sé elementi di sorpresa. Gli accadimenti di ordinaria amministrazione, infatti, non aggiungono nulla al contenuto informativo già presente in ognuno di noi. Karl Popper sosteneva che è necessario avere la possibilità di falsificare una teoria per potervi trovare degli elementi di verità. Verificare una teoria già consolidata, infatti, non aggiunge nulla al suo contenuto informativo, la falsificazione, invece, fornisce un'enorme quantità di informazioni nuove.

Quando si osserva un avvenimento, un quadro o un'opera architettonica, è necessario spostarsi spesso per poterlo apprezzare in tutta la sua completezza. Lo stesso discorso può essere fatto per le situazioni quotidiane. Ernst Bloch in “*Experimentum mundi*” definisce questa operazione con i termini “ruotare e sollevare”, designando così una modifica della postura fisica che implica anche un cambiamento dell'abito mentale e degli eventuali pregiudizi nell'osservazione e nell'osservatore.

Lo stupore platonico consisteva nel continuo domandarsi e questa operazione veniva ritenuta l'unica possibile per poter cogliere il nocciolo delle cose; il “ruotare e sollevare” blochiano e la falsificazione popperiana possono anche essere intese come una riproposizione in chiave moderna dello stupore platonico.

La notizia è un'altra modalità per il passaggio di informazioni, anche se è meno ricca di contenuto. Di solito si intende per notizia la

descrizione nuda e cruda di un fatto; laddove la notizia, invece, si fonde con un contenuto comunicativo si ha l'informazione genericamente intesa.

In Internet non passano quasi mai semplici notizie. Di solito l'autore tende ad aggiungere qualcosa di proprio nella comunicazione: un'interpretazione dei fatti, un elemento conoscitivo in più e, perché no, magari anche un pezzo della propria esperienza. Le differenze tra *have e have not*, però, anche in questo caso si fanno pesantemente sentire. Porsi in situazioni di novità presuppone infatti la capacità di comprendere i “salti temporali” degli utilizzatori.

Edgar Morin afferma che “i guadagni inauditi di conoscenza vengono pagati con guadagni altrettanto inauditi di ignoranza”.

E' necessario quindi tenere conto del livello e delle possibilità di tutti gli interlocutori, avendo ben presente tutti i limiti esistenti, oggettivi e soggettivi. Per dirla con Pareyson “per poter interpretare le cose è dunque necessario interessarsene e rispettarle”.

Anche in Internet, la convinzione che “la verità” possa farsi strada da sola non tiene conto dei dislivelli della realtà, delle differenze linguistiche e culturali. Attualmente la quasi totalità dell'informazione che circola sui mass-media comporta la passivizzazione dei fruitori. La sfida di Internet consiste anche in un ribaltamento di questa visione: la comprensione degli avvenimenti e il passaggio di un'informazione è determinato soprattutto dalla capacità di com-prendere, cioè di prendere insieme, afferrare e fare proprio qualcosa. La capacità di com-prendere gli accadimenti è quindi imprescindibile dal com-prendersi sia del soggetto che comunica sia di chi riceve la comunicazione; non è quindi tanto importante “cosa” si comprende, ma l'inscindibile legame tra “chi” comprende e “che cosa” comprende.

La comprensione è stata definita come la capacità che ha un soggetto di cogliere un dato che manca.

J. Campbell in “Il potere del mito” ha sostenuto che “i riti mitologici alludono al riconoscimento del nuovo ruolo in cui ti trovi, al processo con cui si elimina ciò che è vecchio per lasciare spazio al nuovo”.

Le nuove tecnologie, quindi, possono essere paragonate alla mitologia degli antichi: almeno per quanto riguarda il valore che rivestono nella società.

La consapevolezza di ogni soggetto, del proprio essere e del proprio esistere è data, sostanzialmente, dalla capacità di “sentirsi vivere”, dal sentirsi nel mondo e con il mondo, formando con esso un'unica entità vitale. Henry Bergson ha teorizzato che “esistere è mutare e mutare significa creare indefinitivamente se stessi”. Il vissuto di ogni soggetto è il metro che viene utilizzato per confrontarsi con ciò che si ha di fronte.

Questo offre un duplice aspetto: da un lato si rischia di interpretare sempre gli stessi dati perdendo così l'elemento di novità che forma il contenuto informativo, dall'altro si tende ad accentrare ogni elemento percepito come dipendente solo ed esclusivamente da chi percepisce.

Come sostiene Simona Cerrato in “Teoria dell'informazione”, “In moltissime lingue, informazione, dati, conoscenza, comprensione (nel senso di dati interpretati in un contesto) e molti altri termini simili, rappresentano un concetto fondamentale che non appartiene al mondo degli oggetti fisici, ma è puramente rappresentativo e appartiene quindi al mondo degli oggetti mentali”.

E' importante rendersi conto dei possibili scenari che potranno seguire alle diverse strade che questa trasformazione prenderà. Si tratterà di costruire una società globale più democratica, con un

livello culturale elevato, dove tutti avranno accesso a un'informazione più genuina e diretta, a migliori servizi, a una maggiore sicurezza e mobilità. Oppure verrà generato un mostro, in cui la maggiore potenza del sistema dell'informazione sarà usata per controllare e limitare la libertà di tutti e di cui solo pochi godranno i vantaggi.

Il recupero della soggettività attiva, del senso e della partecipazione alla vita, mal si accorda con la società dei consumi massificata che offre solo palliativi al reale soddisfacimento dei bisogni e, come ha sostenuto Agnès Heller in "La teoria, la prassi, i bisogni", quasi mai le necessità di mercato coincidono con le necessità umane dei singoli.

Bibliografia:

Il cigno nero, *Nassim N. Taleb*

I persuasori occulti, *Vance Packard*

Ti amerò per sempre, *Piero Angela*

Pride and prejudice, *Jane Austin*

Castrati e cicisbei, *Giovanni Sole*

Why are women drawn to men behind bars?, Denise Mina (*The Guardian*,
13 January 2003)

<http://biografieonline.it/>