

# *Filosofia della Relazione*

## ***SULLA COMUNICAZIONE SOCIALE IMPATTO EDUCATIVO DEGLI IDOLA E NARCOSI\****

di  
NICOLA TENERELLI

Io dico che le cosiddette scienze umane dovrebbero rivendicare il proprio "non essere scienze" nell'accezione sedimentata, il senso comune, del termine.

"Scienza" è il risultato della comunicazione dell'uomo presuntuoso.

Il senso del mistero, la spiegazione divinistica di qualsivoglia realtà e avvenimento, sprazzi di vita sconosciuta, pian piano furono assoggettati dalla mente che ricostruì la natura con un colpo d'occhio meccanicistico. I "gravi" galileiani demolirono il mondo misticosofico voluto da Ficino, Pico, Lazzarelli, Campanella: la natura non era più gelosa custode, sancta sanctorum della presenza di Dio. E Giordano Bruno divenendo concime per quel famigerato "Campo dei Fiori" segnò il trapasso da uno stato coscienziale all'altro nella Storia del Pensiero. Ogni tendenziale immanentismo venne disperso al vento assieme alle ceneri di quell'uomo il cui eroico furore non era servito per fermare la presunzione degli umani, presunzione che faceva gridare Francesco Bacone: sapere è potere, utilizziamo la natura.

L'umano, convinto di essere *res cogitans*, si liberò dal pregiudizio di commettere sacrilegi con l'azione-fuori-di-sé, nella natura. Ogni realtà-vera sarebbe divenuta, da quel momento in poi, soltanto l'esistenza-del-singolo (con buona pace di Kierkegaard, ben duecento anni prima) ed il proliferare dei suoi-pensieri-dentro, solo in seguito ricondotti fuori; anche i pensieri ipocriti della "morale provvisoria" erano migliori del moto delle stelle; hegelianamente, anche i più orrendi crimini lo sarebbero divenuti.

Il cammino delle scienze umane fu quindi segnato da quest'umana scoperta: fuori di me, nulla è vivo ma statico, determinato, mosso da una vita-automatica, da un moto perpetuo che non teme grippaggi, un "libro scritto con linguaggio matematico", un hardware ricco di un codice macchina.

Il cambio di prospettiva dell'uomo nei confronti del Tutto fu il segnale della rivoluzione, l'inizio vero della vichiana boria dei dotti: nacque la presunzione del sapere eterno, del vero per sempre, questa volta costruito dai mortali e non riciclato dal sapere divino. Essi, perché fino ad allora le uniche certezze erano le regole tramandate dalla divinità di turno che bisognava anche ringraziare per il dono di sapienza: da quel momento in poi, invece, Dio diviene opzionale: da quel momento in poi si deve scegliere: o Dio, o Natura, poiché insieme non possono coesistere. Gli umani scelsero, in grande maggioranza, la natura relegando magari Dio al ruolo di creatore-non-più-necessario. Certo, perché se

la Natura è data una volta per tutte, Dio, non servendo più, avrebbe potuto anche essersi autoannientato (d'altronde, se è un Dio può aver scelto di sparire!) facendo divenire la scienza –per dirla con Nietzsche- ‘nuovo ideale ascetico’.

Cosa centra tutto ciò con la comunicazione? Ma, come, non ho detto che gli uomini sono diventati presuntuosi? Ed allora?

Bene, l'uomo insicuro, oppure ricco di certezze dettategli dalla divinità, comunica imponendosi con la forza del suo fare profetico.

L'uomo della presunzione scientifica, sicuro oramai di poter costruire le sue certezze, non usa la violenza ma il convincimento.

Bruno è andato sul rogo per affermare le sue dottrine, anzi, ha violentato, costretto i giudici della Santa Inquisizione ad affibbiargli una condanna che non avrebbero voluto dargli -quanto la sua storia è simile a quella di Cristo!-. Invece Galileo, con serafica pazienza, ha accontentato quello stesso tribunale abiurando tutti suoi capovolgimenti, evitando ai giudici l'infamante marchio di carnefici: con un po' di tempo e di applicazione (da parte vostra, o mia plebaglia) capirete che "eppur si muove"!

Quale generosità dell'homo novus, del parvenu!

La verità di Galileo non è stata dettata da una dea parmenidianamente generosa, ma dallo sforzo di comprensione operato dal soggetto che scopre un sapere a disposizione di tutti: nessuna necessità quindi di operare una comunicazione-costrittiva, sostituita con una comunicazione-convincitiva.

Inoltre il nuovo sapiente aveva compreso che il suo sapere poteva essere utilizzato. Ruota e cannocchiale, le due uniche scoperte in due millenni di occidente, vennero presto accompagnate da tante novità (tra le quali la polvere da sparo, altro mezzo di persuasione!) nate da un unico presupposto: a Tutto seguiva una spiegazione, a saperla scoprire nelle pieghe della realtà là fuori!

La scienza classica crea aspettative, (spregiudicate) previsioni di risultati riciclabili sul mercato, risultati che possano definirsi ‘possesso per il sempre’. Ogni sapere presuntuosamente consolidato è inoltre base per una conoscenza ulteriore, che magari possieda le stesse prerogative in termini di potere possibile.

### *Avvertenza metodologica*

La gente, la folla degli umani che si affacciano al mondo con un progetto mai ben congegnato e sempre *in fieri*, le persone, gli esseri che combattono per autoaffermarsi, che odiano-amano-soffrono-vedono-osservano, che capiscono e parlano o parlano senza capire, che si cercano e si sfuggono, che fuggono e rifuggono, che sperano e si disilludono, che comunicano e relazionano, le persone, al di là dei luoghi comuni, dei proverbi popolari, dei tic-tabù-idiosincrasie farmaconeuropsichiatrizzate... bé, a dispetto delle definizioni possibili e della biologia, ogni uomo è un unicum irripetibile: l'Uomo è ogni uomo alla faccia dell'ingegneria genetica, in barba alla fisiognomica ritrovata dei sedicenti viaggiatori nel patrimonio cromosomico. Io lo so bene, tu, proprio tu che stai leggendo non sei riproducibile; come te ci sei soltanto tu, quindi curati e vogliti bene, ricordandoti che io sono come te (in una sola cosa): sono unico anche io. L'Umanità è metafisica, solo tu sei concreto. Ed io.

Proprio per questo non è giusto né logico attribuire l'etichetta di ‘scienziati’ a quei ricercatori che si impegnano per definire il vissuto umano e le relazioni tra i soggetti, e tra questi e la realtà. Attenzione, il percorso anzidetto non allude alla rinuncia di uno studio sull'Uomo ma avverte della differenza con cui ricondursi verso un (s)oggetto di ricerca così particolare.

Io dico che le cosiddette scienze umane dovrebbero rivendicare il proprio non essere scienze nell'accezione sedimentata del termine.

Ricordate che il folle è nella folla!

## *Scienza oggettiva?*

Noi uomini cosiddetti del duemila, circondati da situazioni e tecnologie, continuiamo a vivere e pensare in base a legami di tipo causale rinforzatisi nell'epoca positivista: scienza. Dovremmo piuttosto renderci conto che la logica che sottende alle dinamiche dello stare insieme, quello che ognuno è-diventa-trasforma in relazione a sé-altri-natura potrebbe essere compreso alla luce di una logica che definisco cibernetica. Cerchiamo di spiegare meglio.

La logica secondo la quale 'se faccio questo ne consegue che avviene quest'altro' non è la struttura che domina il vissuto sociale (uso la parola società in un'accezione emozionale, in quanto gente, folla, persone, fratelli, amici); infatti può capitare che ad un'azione non corrisponda necessariamente una reazione ma ciò non significa che l'azione suddetta sia stata ininfluente.

Sono sicuro che non è ancora chiara la nuova posizione.

Se in una situazione elettrotermica regolata da un termostato la temperatura aumenta di un grado, poniamo da 20 a 21 celsius e non accade nulla, non significa che l'azione sia stata ininfluente e che non accada nulla anche quando la temperatura da 21 passasse a 22 gradi: allo stesso modo, ogni azione nel sistema sociale, anche se non appare determinante all'ottenimento di una reazione sociale, è determinante per i mutamenti della struttura stessa, in ognuna delle sue parti.

La società si nutre dei suoi cambiamenti come ogni individuo si nutre dei cambiamenti di una società; contemporaneamente la società si nutre delle mutazioni di ogni individuo. E tutto questo non è necessariamente avvertibile: non deve necessariamente scoppiare una nuova moda o una rivoluzione per comprendere l'avvenuto cambiamento; ed anche qualora il mutamento avvenisse così drastico e repentino occorrerebbe grande attenzione se si volesse andare alla ricerca della causa poiché essa non è soltanto una: la causa è data da tutto il vissuto operato fino a quel momento. Ripeto, il sistema sociale si nutre di se stesso. Io mi nutro grazie a tutti voi che mi siete intorno e voi mangiate un pezzettino di me! volenti o nolenti.

Siamo tutti convinti di aver capito?

Vediamo un po': immaginiamo di essere nella savana, un caldo torrido, i colori resi evanescenti dall'umidità che sale, una quiete palpabile che però di colpo viene rotta da un ruggito: un leone spuntato dalle erbe secche dove era mimetizzato si slancia su una giovane gazzella; la resistenza del piccolo animale è strenua ma vana, una zampata del felino infatti si abbatte sul collo della gazzella tranciandogli la carotide; sangue e spasmi; la gazzella dopo pochi altri balzi si accascia e muore.

Adesso io vi faccio una domanda: di chi è la colpa per l'uccisione della gazzella? Senza minimamente pensarci voi mi rispondete: è del leone! Ed io vi dico che vi sbagliate, cari miei positivisti, la colpa non è del leone più di quanto non sia della gazzella che si è fatta prendere.

Vuole il leone essere leone, ha colpa il leone perché è nato leone? No di certo. Ed allora che colpa ha il leone se continua a fare quello per cui è un leone? E se voi insistete nel dire che la colpa della morte della gazzella è del leone e continuate a commiserare l'animale ucciso, devo quindi ricordarvi che quella stessa gazzella era l'assassina di circa cinque chili di fresca e vitale erba della savana al giorno. Scorgo qualche bagliore di luce della comprensione. Avete capito finalmente cos'è la logica cibernetica: attenzione non è necessario che condividiate perché per la condivisione c'è tempo: a me basta per ora che comprendiate.

## *Logica cibernetica*

Abbiamo appena esaminato un momento vitale nel sistema savana. In questo sistema c'è un'interazione tra tutti gli elementi che convivono e determinano reciprocamente le loro vite, la gazzella, l'erba, il

leone, così come l'elefante, lo struzzo, la giraffa, un watusso. Appare chiaro che la balena o l'orso, il canguro e l'eschimese, per fare solo alcuni esempi, non interagiscano nel sistema savana.

Altra domanda: quindi, cosa fa in modo che un sistema sia sistema? Quando diciamo che un insieme di esseri viventi costituisce un sistema?

Ebbene, la risposta è semplice: quando tra più esseri viventi si costruisce una comunicazione interna siamo in presenza di un sistema.

Vorrei invitarvi a non considerare comunicazione solo il linguaggio ma tutte le forme espressive.

Ma cosa determina il cambiamento (cibernetico) all'interno di un sistema?

L'esempio tratto dal mondo della natura può risultare fuorviante per il proseguo della discussione. Occorre infatti distinguere il sistema naturale dal sistema sociale: il sistema naturale muta qualora intervengano fattori esogeni, il sistema sociale modifica se stesso in virtù di costruzioni endogene, ovvero si nutre dei cambiamenti che esso stesso determina nel proprio incedere.

Il sistema savana potrebbe rimanere inalterato per sempre se non intervenissero fattori estranei al sistema stesso (desertificazione, bracconaggio, turismo, cementificazione); la naturalità impone la riconferma di moduli vincenti, del paradigma che dimostra la propria affidabilità nell'assolvimento di esigenze quali la procreazione e la sopravvivenza della specie.

Gli umani invece vanno a caccia di cambiamenti: potrei definire il soggetto come colui che è protagonista del cambiamento che apporta da sé in sé. Quali possono essere i motivi di ciò? Cosa possiede l'uomo in più rispetto ai protagonisti dei sistemi naturali tanto da generare il cambiamento?

Già Aristotele aveva definito l'uomo *zoon politicon*, animale politico, essere necessitato alla vita comune oppure 'abbietto o divino' (1). Certo lo stagirita punta il suo interesse verso la dimensione biologica dello stare insieme di cui il soggetto è protagonista.

Il sistema sociale -la gente, le persone, la folla- è caratterizzato da una comunicazione interna serrata e, a differenza del sistema savana preso per esempio, sviluppa dei mutamenti molto più veloci.

Nell'antichità c'erano tanti piccoli sistemi sociali che venivano nutriti da comunicazioni interne di tipo orale o scritto. Col passar dei secoli, l'invenzione della stampa e il velocizzarsi dei mezzi di comunicazione ha fatto in modo che si potessero costituire società sempre più allargate in virtù della comunicazione comune.

Anche Holderlin recita:

*molto ha appreso l'uomo  
molti celesti ha nominato  
da quando siamo un colloquio  
e ci possiamo ascoltare l'un l'altro*

Si badi bene: la comunicazione interna di una società è fondamentale poiché ogni società coincide con la comunicazione che riesce a costruire ovvero tutto il sapere, la scienza, le esperienze comuni oppure scambiate, le parole e le carezze, o gli schiaffi.

### *Comunicazione educativa*

Soprattutto, la comunicazione educativa partiva dal presupposto imprescindibile che l'altro fosse un soggetto attivo, un uomo, un fratello (amico o nemico), una persona, capace di agire o reagire, accettare o negare.

Qui apro una necessaria parentesi: certo anche la comunicazione educativa offre alcuni spunti criticabili, perché ogni cultura è inevitabilmente unidirezionata (nelle intenzioni) e condizionante (nel risultato). Per esempio, ascoltate cosa dice Gloria Capuano, sul sapere tramandato nelle scuole.

*I sacri testi scolastici ci dicono che in una certa epoca storica la schiavitù ebbe fine. Anche qui dovremmo abbandonare la nostra involontaria ipocrisia, o la nostra altrettanto involontaria cecità, o rimontare con le nostre forze la superficialità dell'informazione. E chiederci:*

*gli schiavi di un sistema economico o politico che è contro i diritti dell'uomo è forse meno schiavo di quelli che qualche volta potevano perfino diventare consiglieri dei loro padroni e precettori dei loro figli?*

*E non sono forse schiavi tutti coloro che soggiacciono a una civiltà che si esprime con sempre più mostruosi armamenti che li faranno vittime o vittimizzatori?*

*Sono libere o schiave le donne non censite, quelle la cui sparizione o non è nota, o non interessa a nessuno, abbandonate ad altre civiltà?*

*Sono libere o schiave le donne trascinate con la violenza nel giro della prostituzione?*

*E cosa sono i bambini mercificati? Esseri liberi o schiavi?*

*E sono liberi o schiavi tutti i giovani che cadono nella dipendenza della droga? (2)*

Qualsivoglia critica alle comunicazioni espresse ed utilizzate in passato come tutt'oggi, siano esse fagocitatrici oppure parziali, superficiali o catechizzanti, non allontana il senso dall'imprimatur che possiede ogni comunicazione educativa: l'essere per l'appunto educativa ovvero kantianamente indirizzata all'Uomo: "Fa' in modo che gli altri siano il fine del tuo agire e non un mezzo". (3)

*I bambini guardano, sempre tanto volentieri, i cartoni animati.*

*Molte generazioni di piccoli umani si sono formate anche su quei buffi disegni in movimento, oltre che sulle sempre eterne favole di Gianni Rodari e dei fratelli Grimm. Ancor prima della televisione, i fumetti.*

*Quell'apparente svago, lo si è capito da adulti, era, invece, una lenta ma efficace introiezione di messaggi.*

*Ogni racconto viveva dell'intreccio operato da un buono e da un cattivo: il principe e l'orco, oltre alla diversificazione lessicale che li connotava, non venivano giudicati ma descritti.*

*L'uno, bello, affascinante, elegante disinvolto, eroico, ricco e potente; l'altro, ahimè, zozzo, grasso, decisamente più alto della media -e per questo un po' frustrato-, eterno rapitore della splendida damigella che mai riusciva, o almeno non lo si intravedeva tra le righe, a conquistare -forse per questo minacciava di mangiarsela!-*

*Al concludersi delle vicende, arrivava il principe che, nel plauso generale, trafiggeva quel tristo e solitario figura.*

*Povero orco, chi mai avrebbe fatto il tifo per lui?*

*E' la favoletta dei buoni e dei cattivi, con i buoni che vincono sempre.*

*Questo ci rende felici perché noi siamo buoni.*

*Ma come fa un buono ad essere buono?*

*Chi ha deciso come deve essere un buono?*

*Sicuramente ce lo ha detto qualcuno. Ma chi?*

*Se rinasciamo già grandi, senza esserci impregnati in gioventù di cartoni animati e catechismi, come opereremo la distinzione? Ci farebbe più schifo l'orco o il principe?*

*... forse la damigella...! (4)*

Quindi la comunicazione a scopo educativo è comunque fuorviante perché determina, crea pregiudizi, idola, ma possiede comunque un fine educativo poiché cerca di aiutare gli uomini ad affrontare meglio il loro stare con gli altri. Un uomo puro, senza idee preconcepite non può esistere e sono proprio le idee

anche ‘sbagliate’ che, legate all'esperienza, lo aiutano a crescere misurandosi attivamente con gli altri, ma di questo argomento parleremo dopo.

### *Comunicazione narcotizzante*

I guai sono sorti quando questo tipo di comunicazione educativa è stata sostituita dalla comunicazione, che io definisco, narcotizzante.

Nel dopoguerra l'avvento della televisione diveniva lo strumento di comunicazione intersociale preferito e più rapido.

Mutava la finalità della comunicazione sociale: nasceva il Carosello, la pubblicità.

Tutte le famiglie si dotavano di questo elettrodomestico e chi non poteva possederlo correva al Caffè per assistere ad avvenimenti che avrebbero rappresentato l'oggetto di conversazione per giorni e giorni. Ma la televisione perdeva la finalità educativa propria di tutti gli strumenti di comunicazione per acquisire il potere narcotizzante.

Perché narcotizzante? Semplice, perché il soggetto di fronte al video risulta irrimediabilmente passivo. Studi recenti di psichiatria hanno compreso che difficilmente si può essere critici davanti alla televisione che ci bombarda con informazioni di quantità circa dieci volte superiore alla nostra capacità che a malapena può comprendere 40 byte al secondo. Avviene quindi che nel tentativo di catturare quante più immagini sia possibile dalla scatola magica, noi abbassiamo le nostre barriere, quelle stesse barriere che ci aiutano ad attuare una comprensione critica ed attiva non permettendo i condizionamenti e facendoci mantenere la nostra individualità.

Non è così quando leggiamo un libro o un giornale perché è un gesto che facciamo con i nostri ritmi e, se anche ci succede di non capire, torniamo indietro e riprendiamo la lettura fino a quando non abbiamo compreso!

Ecco perché davanti alla TV rimaniamo inebetiti: piangiamo o siamo felici se Silvester Stallone rischia di morire o sconfigge i suoi nemici; e ci appassioniamo alle vicende di Brooke e di Ridge (personaggi della soap-opera Beautyfull!) come se ci fossimo innamorati noi; e mangiamo il pane con la ‘nutella’ invece di dire pane e cioccolata; e beviamo l'acqua ‘ferrarelle’ dimenticando che si tratta solo di acqua minerale.

Perché narcotizzante? Semplice, davanti alla televisione non siamo uomini -persone, fratelli- ma diventiamo consumatori (anche di programmi elettorali!).

Tempo fa il pontefice ha tuonato contro la pubblicità: ma Santo Padre, si ricorda adesso che la pubblicità è qualcosa di disdicevole che viene utilizzata per accalappiare i poveri consumatori?

Il problema, piuttosto, è che mentre gli spot servono per vendere i prodotti, alla stessa maniera la televisione è divenuto il luogo dove vendere gli spot; la TV è il supermercato della pubblicità. Lo scopo della televisione non è più educativo (con tutti i limiti!), come dovrebbe essere ogni forma di comunicazione della società, ma è lo strumento per eccellenza che esalta il consumismo, la corsa alla ricapitalizzazione, la costruzione del consenso politico. Da quello stesso schermo assorbiamo modelli di vita:

*[In Algeria] dal momento che buona parte della popolazione non ha possibilità di accesso alla cultura scritta a causa del tasso elevato di analfabetismo... La televisione pertanto procura una fonte immediata di informazione e intrattenimento per tutti. (5)*

L'analisi di Robins circa la pervasività del mezzo televisivo in tutte le realtà sociali ‘arretrate’, implicitamente parafrasa la trasformazione che anche l'Occidente ha vissuto in seguito alla concentrazione e massificazione della cultura televisiva all'indomani della Seconda Guerra.

L'omologazione che ne è scaturita è stato un frutto perseguito con ostinazione, i cui risultati sono accolti con eterna insoddisfazione da parte delle multinazionali che davvero vorrebbero scolpire i nostri stili di vita in relazione alle esigenze del mercato (sia sufficiente ricordare la teoria del 'magic bullet', infrantasi di front alla scoperta che gli esseri umani, comunque, non sono completamente condizionabili: lo stesso messaggio pubblicitario non può convincere tutti per via di un atteggiamento selettivo dei soggetti!) (6).

Eccoci là, inebetiti, a sorbirci i nuovi modelli di vita che impariamo a desiderare, mentre in apparenza siamo presi dalla finale di una partita di calcio che ci propina messaggi pubblicitari a profusione.

Eccoci ancora davanti al grande schermo, questa volta stiamo guardando una trasmissione che dovrebbe avere fini sociali, una trasmissione in cui si discute di politica: al termine del programma l'agenzia che si occupa di sondaggi ci conferma che l'opinione dei telespettatori, dopo aver visto la trasmissione, è mutata! Vi rendete conto: quelle cifre parlano di noi! E' bastato qualche servizio ben fatto, un'intervista alla persona giusta, e tutti i giudizi che avevamo sull'argomento, a dispetto della nostra cultura e della nostra preparazione, saltano: la nostra opinione è mutata.

Perdio, ci lavano il cervello: noi che siamo sempre pronti a contestare genitori e professori se dicono qualcosa che si discosta anche di poco dalla nostra idea, poi cambiamo la nostra opinione perché... ma chiaro, ipsa dixit: perché ce lo ha detto la televisione?!

### *Ridondanza comunicazionale*

Rendetevi conto amici miei, la televisione con la propria subdola comunicazione, falsamente ritenuta per il bene di tutti, ci ha espropriati delle nostre idee; soprattutto, la TV sta tarpando i nostri sogni, sta castrando la nostra capacità di immaginare.

Friedrich Nietzsche diceva che l'uomo ha una capacità che lui chiamava apollinea (7): era la forza di sognare e di tentare di tramutare i propri sogni in realtà: ebbene, con la televisione non dobbiamo neppure prenderci il fastidio di sognare poiché lo schermo va al di là di ogni contenuto onirico possibile, di ogni voglia, di ogni umano desiderio. E sapete cosa la TV ci consiglia di fare per realizzare questi sogni? niente paura, semplice, basta avere a disposizione tanti bei soldini da spendere! Riuscite a seguirmi adesso, capite perché ho individuato la logica cibernetica come determinante per comprendere i flussi del sistema sociale?

Veniamo quindi alla questione principale: inevitabilmente questi messaggi che senza posa vanno ad interferire nelle nostre vite, e che ci fanno anche piacere, e che pare non facciano del male, inevitabilmente interferiscono e deviano il nostro sistema sociale, in maniera tanto impercettibile quanto irreversibile: non crediate di tornare indietro adesso che ci siamo programmati con questa cultura televisiva...

Non sono forse i sogni ingannevoli della televisione che inducono centinaia di extracomunitari a rischiare la vita affrontando le onde? eppoi scoprono l'amara realtà, da queste parti non c'è il paese di bengodi soprattutto adesso che il welfare state sta morendo anche per noi.

E che dire delle donne algerine che per un breve periodo hanno scoperto un modello di vita diverso, il modello di vita delle donne occidentali, che non è necessariamente un modello migliore, sia chiaro: lo hanno scoperto, dicevo, in virtù delle parabole che hanno portato le *telenovela* nelle loro case. Quelle stesse donne adesso soffrono perché sono costrette a vestire il chador, il loro abito di sempre di cui non avevano motivo di lamentarsi: adesso soffrono come le nostre donne occidentali che in molti casi hanno riconvertito i vecchi obiettivi di vita con altri: non più diventare lavoratrici, madri e mogli contente di sé, ma essere ricche ed innamorate costantemente, e costantemente arse dalla passione così come le loro eroine degli stessi racconti ad eterne puntate.

E che dire di quel che accade ai bambini! che secondo uno studio effettuato da James Condry (8) negli

Stati Uniti rimangono di fronte al video in media 40 ore complessive per settimana? e se non è televisione sono videogiochi che, peggio, mantengono attiva per tutto il tempo una sola piccola porzione del cervello provocando danni non ancora ben compresi!

Bambini obesi per lo scarso movimento, incontentabili perché vedono in TV sempre cose nuove da possedere anche senza desiderarle, bambini che imparano a considerare positivi quei modelli che le nostre nonne ci raccomandavano di non seguire: furbo come Arsenio Lupin III che non viene mai arrestato, forte come Ken il guerriero che non ha pietà di nessuno, ricco e potente come Berlusconi... oppure come Agnelli!

Le vecchie generazioni che leggevano i fumetti erano dunque instupidite? Già, perché io volevo essere amato e generoso come Paperino anche se non gliene andava bene una, onesto e rispettato come Topolino che sbatteva sempre in carcere quel filibustiere di Gambadilegno, ricco come Paperon de' Paperoni... mi accorgo che il modello della ricchezza è duro a morire ed è vecchio quanto l'uomo!

Vi rendete conto di quanto sia perversa l'educazione che stiamo producendo attraverso il mezzo televisivo? ed è tanto più pericolosa proprio perché è narcotizzante e come dicevo, sprovvista di un fine educativo ma impostata all'utile: bisogna fare audience.

Il problema sta sorgendo in modo esponenziale da un decennio, a seguito della proliferazione delle emittenti radiotelevisive che si contendono il numero di telespettatori. I maghi della pubblicità, un tempo impegnati per attirare i telespettatori verso i prodotti pubblicizzati, debbono da qualche tempo fidelizzare gli stessi verso un canale a discapito, anzi, in concorrenza (come ogni prodotto commerciale!) con gli altri.

Come vedere crescere la propria audience? Come legare a sé i tele-consumatori? Inoltre, il metodo deve riuscire ad attirare tutti indistintamente dall'appartenenza sociale, culturale, economica, ed anche dall'età e dal sesso.

La ricetta: sesso & violenza.

Per ottenere il maggior numero possibile di telespettatori si fa leva sui desideri alle volte inconfessati, sulle perversioni assopite con tanta difficoltà grazie ad una comunicazione educativa vecchia di secoli e divelta in un decennio. Dice Freud:

*Ci si presenta ora la conclusione che c'è davvero qualcosa di innato dietro le perversioni, ma che è qualcosa di innato in ognuno, anche se come disposizione può variare di intensità e può essere accresciuto dalle influenze della vita reale. (9)*

Credo che anche ai non freudiani queste parole debbano far riflettere.

La TV fa leva sulle nostre perversioni inconscie, dicevo poc'anzi: proprio per questo il sesso e la violenza la fanno da padroni sul nostro piccolo schermo; l'opulenza, la ricchezza ed il piacere egoistico, il culto della persona, ci proiettano in un vissuto potenziale meglio della favoletta che la nonna raccontava ai bambini di un tempo per farli dormire.

E pian piano la società devia il corso vitale che essa stessa ha costruito con secoli di fatica. Ancora la logica cibernetica: i prodotti della società inevitabilmente mutano la società verso situazioni che non era possibile ipotizzare precedentemente: la società (le persone, la gente) che vivendo provoca i suoi mutamenti e scopre inorridita ciò che essi possono provocare!

Gli effetti perversi della comunicazione che si è instaurata nella nostra società occidentale, la comunicazione del villaggio globale (10), come viene chiamata con orgoglio dai poco lungimiranti, sta già creando le sue evidenti storture: la diminuzione dei matrimoni e delle nascite, l'aumento dei divorzi, le pistolettate da non ben definite finestre dell'università, l'aumento dei suicidi, i sassi dal parapetto, la voglia di essere eroi il sabato sera sballandosi di alcol-musica-ecstasy-velocità: la colpa non è dei giovani di oggi, la colpa è dell'educazione e della cultura, dei modelli e delle aspettative che questa

società costruisce ad uso e consumo delle nuove generazioni.

Io vi dico che questi giovani sono il frutto di una società che ha distrutto i vecchi modelli sostituendoli con l'ideale della concorrenzialità, del migliorare a tutti i costi, con l'essere competitivi, pretendendo sempre di più da sé e dagli altri. E gli antagonisti non sono più i coetanei del quartiere e della scuola, ma i pari età di tutto il sistema competitivo occidentale con cui si confrontano (anche se in modo virtuale!).

Come fanno i più deboli ad affermarsi in questa società che dimostra di non tollerare le incertezze? E della famiglia? Cosa ne è stato della famiglia, l'ultima roccaforte delle tradizioni, il baluardo, specie in Italia, atto a difenderci dai condizionamenti sociali?

State a sentire. Ecco un esempio di effetto perverso della comunicazione narcotizzante.

La famiglia è un'istituzione che la televisione tende a salvaguardare perché è nell'ambito della famiglia che si sviluppano i consumi, anzi, la TV vorrebbe insegnare a tenere unita la famiglia. Da più parti infatti il piccolo schermo viene accusato di proporre programmi a contenuto sessista. Molti studiosi dicono che la TV insegnerebbe i maschi ad essere maschilisti e le femmine a rimanere in casa a tessere la faticosa calzetta rimuginando gli amori trascorsi.

Anche in questo caso, a parere di Joshua Meyrowitz docente di Comunicazione del New Hampshire, si sarebbe sviluppato un effetto che non si poteva prevedere (11).

Nelle vecchie società c'era una netta distinzione dei ruoli: il maschio veniva educato dal padre che gli insegnava a non aver paura, a sacrificarsi per la famiglia, a lavorare duro, ad essere insomma l'uomo di casa perché le donne erano deboli ed avevano bisogno di essere sorrette: in cambio le femmine avevano una predisposizione particolare per le loro doti materne, per l'innata gentilezza, per l'indispensabile tocco femminile nel gestire la vita tra le pareti domestiche.

La mamma insegnava invece alla bambina che non doveva preoccuparsi per il proprio sostentamento, che tanto c'erano i maschietti, che soltanto lei poteva svezzare degnamente i figli, gli uomini non ne erano capaci, che era lei la regina della casa anche se doveva soccombere ai doveri imposti dal matrimonio.

Con l'avvento della TV, dice Meyrowitz, il trucco si svela: immaginiamo infatti di mettere su un palcoscenico buio, illuminato soltanto da un faro ad occhio di bue, un bambino ed una bambina. Ne rimarranno agghiacciati, impietriti, terrorizzati.

Ad un certo punto entrano in scena i genitori che insegnano ai bambini i propri ruoli sociali: alla bimba la madre dirà di fare la femmina, ed al bambino il padre dirà di fare il maschio, tutto come avveniva prima; ma mentre in precedenza l'educazione veniva impostata loro separatamente, adesso l'uno assiste all'esplicazione del modello che viene inculcato all'altro. Ecco che la bimba si rende conto che il maschietto ha paura anche lui, vive lo stesso timore del buio che ella avverte; la bambina comprende anche di avere la stessa forza per lavorare e per essere autonoma. Anche il bambino scopre che non c'è nessuna predisposizione naturale che rende le donne abili madri, così come niente può impedire ai maschi di lavare o rammendare i calzini.

Il disvelamento che un sesso fa dell'altro provoca la rottura degli equilibri e delle convenzioni costruite con secoli di paziente *comunicazione educativa*: il risultato noi oggi lo chiamiamo crisi della famiglia e del rapporto di coppia, diminuzione delle nascite, e così via.

Non solo: la TV cancella ogni principio di autorità familiare e politica. In televisione vengono mostrati i genitori che litigano, che sono indecisi sulla gestione dei figli, che hanno i propri limiti e perversioni che tentano di tenere nascosti. Inoltre dallo schermo è possibile forme di sapere (lingue straniere, gergalità, cultura underground, nuove mode) che fanno sentire il giovane superiore ai propri genitori ed insegnanti, i quali perdono lo status di modelli: l'infante diviene 'perito' (12) sviluppando cultura e linguaggio completamente differenti (non migliori) da quelli dei genitori senza che questi abbiano posto le basi del mutamento stesso, così come avveniva con la vecchia educazione educativa. Ripeto: tali effetti non sono voluti dai produttori di spot e programmi: al contrario, si vorrebbe tener salda la

famiglia, quale luogo dei consumi, grazie alla TV, nuovo camini di fronte al quale essa dovrebbe rinvigorire la propria saldezza.

La Scuola Critica, Adorno e Horkheimer (13), ha sempre denunciato un sistema massmediologico che riproduce i contenuti culturali di una élite sociale, generando una falsa coscienza rassicurante che tende ad eliminare conflitti ideologici, economici; i media come 'custodi del consenso' (14). Rafforzamento dei valori, senso di comunità: questi gli obiettivi manifesti della televisione, per esempio, quando trasmette le nozze dei regnanti di turno: rafforzare i valori tradizionali del corteggiamento, del matrimonio, della religione, della fedeltà e felicità; allo stesso modo, mostrare i notiziari ricolmi di violenza vuole trasmettere ribrezzo e denuncia della criminalità.

Spero che adesso si sia compreso che, in cambio, quale effetto perverso, la comunicazione massmediologica narcotizzante ottiene disadattamento, alienazione, decontestualizzazione, inadattabilità al quotidiano del cittadino-utente-audience che vede sbiadire nei contorni e nel significato la sua vita di tutti i giorni. Teniamo sempre presente un principio: i contenuti televisivi non hanno quale fine quello di comunicare messaggi innovativi ma solo di riproporre la realtà in modo accattivante, per fare *audience*! E vendere quindi pubblicità, anzi vendere spettatori alle multinazionali! Il fine ultimo è l'utile. Tutto ciò muta il risultato della comunicazione sociale: la comunicazione non è più educativa ma è divenuta narcotizzante.

Rendiamoci quindi conto che i messaggi che giungono nel sistema sociale divengono utili o dannosi in virtù della combinazione che si attua tra di loro: alcuni messaggi sembrano innocui, altri appaiono negativi, ma il loro stare insieme può ottenere un risultato sociale imprevedibile. Attenzione, però, lo ripeto: il problema maggiore è il bombardamento di messaggi che la comunicazione narcotizzante dei nostri anni offre a noi uomini del duemila. Gli uomini infatti devono fare esperienza (mentale) di ogni realtà per imparare a distinguere sulla propria pelle ciò che è utile da ciò che utile non è. La comunicazione ricchissima di questo fine secolo impedisce ai soggetti di rendersi reattivi e critici rispetto a contenuti conoscitivi che vengono appresi ma non decodificati: impariamo a gestire i rapporti senza rischiare di sbagliare perché ci hanno detto come fare; e si impara a desiderare tutto ciò che anche gli altri desiderano; e reagiamo alle situazioni in modo standard.

Gli uomini, i fratelli, folla, persone, soggetti, rischiano di diventare "società".

Ogni costruzione esperienziale è inutile perché accettiamo pedissequamente le esperienze che ci vengono comunicate: ma così facendo non fermiamo la crescita del genere umano?

Dobbiamo infatti considerare i contenuti che la società ci comunica -sia essa comunicazione educativa che comunicazione narcotizzante- come i modelli che ci vengono offerti nel proseguo della nostra vita, quelli che possiamo chiamare idola.

Ebbene gli idola sono fondamentali per la nostra vita, sono il trampolino da cui slanciarci verso il nuovo sapere; idola sono la letteratura, Dante e Shakespeare, idola è la scienza da Galileo a Einstein (e del prof. Zichichi di turno televisivo!), e tutta la cultura prodotta dall'uomo e di cui noi siamo il risultato. Noi uomini del duemila siamo come dei computer alla cui parte rigida -il cosiddetto hardware che nel nostro caso ha ancora tantissimo spazio- viene applicato lentamente un insieme di programmi - il software-, programmi che diventano vecchi e vengono sostituiti da altri migliori. Immaginate quindi che il software sia la comunicazione valoriale, l'insieme dei modelli imputati in una società: nel periodo in cui la comunicazione era educativa ogni soggetto accettava i modelli rinnovandoli alla luce della propria cultura, sensibilità e senso critico, autocorreggendosi.

Come allorquando il giovane Alessandro e le sue falangi entrarono in contatto con l'Oriente, come la diaspora dei dotti bizantini all'indomani dell'invasione turca, come il rinnovato scontro tra Platone ed Aristotele generarono la rivoluzione galileiana: la dialettica tra paradigmi genera consapevolezza, affina l'acume, costringe all'analisi, temprava l'intuizione, genera la scelta. In questo nostro villaggio globale le infinite comunicazioni si susseguono invalidandosi reciprocamente a guisa di antinomie kantiane; inoltre, lo straripante sovraffollamento di opzioni rende impossibile ogni verifica producendo

il consenso non sperimentato. Duplice appare il processo di narcosi che la comunicazione realizza: da una parte la comunicazione massmediologica, con il suo fine improntato all'utile, produce effetti perversi che non riusciamo a comprendere ed anticipare; inoltre, l'infinita varietà di messaggi contrapposti e contraddittori (vedi la politica!) la *ridondanza comunicazionale*, vanifica ogni tentativo di comprensione degli avvenimenti, già superati ed invalidati da ulteriori messaggi ben prima di ogni sperimentazione coscienziale dei soggetti. Anzi, lo sforzo possibile diviene inutile quando il teleconsumatore scopre la possibilità dell'attendere (seduto in poltrona, con birra e pop-corn, come la famiglia Simpson dei cartoni animati!) le novità, i nuovi modelli, per avere risposte subite e meno faticose.

Da un decennio, i modelli in questione vengono accettati dagli uomini con sempre minore forza di rinnovamento: accettiamo e basta, senza rivisitare alla luce dei nostri bisogni gli idola che questa società iperautomatizzata sforna senza posa.

Innanzitutto non criticiamo più la miriade di informazioni che ci giungono perché, per criticare, bisogna fermarsi a riflettere e quindi smettere di appropriarsi di nuovi contenuti in arrivo.

Inoltre la fantasia ed il coraggio per opporsi agli idola, ai modelli sociali sta mancando agli uomini sempre più.

Infine il villaggio globale sta imponendo per tutti gli stessi idola il che impedisce agli uomini di confrontarsi con modelli diversi.

Gli uomini confrontano soltanto le proprie priorità, ciò che soggettivamente ritengono più importante: chi possiede la cultura vuole la ricchezza, chi possiede la ricchezza vuole il potere, entrambi la bellezza, ognuno vuole essere libero da impegni collettivi, e così via.

Si badi che opporsi ai modelli significherebbe solo crearne di nuovi, riuscire a produrre nuovi idola che a loro volta verrebbero considerati utili o modificati dalle esperienze e da nuova fantasia.

Invece la nostra società, a causa della comunicazione narcotizzante che rende tutti uguali, non riesce a criticare gli idola che ha prodotto, anzi li assolutizza poiché sono condivisi dalla moltitudine. E così avviene che tutti si vestano uguali, che tutti bevano coca-cola ed ascoltino il rock, facendolo in base ad espliciti modelli culturali e commerciali accettati passivamente. Oggi si può imparare a farsi di droga, a bere, a lanciare i sassi, abituandosi alla violenza, a truffare e non rispettare i patti, ad infischiarne della parola data: il tutto senza considerarlo immorale. Sono i risultati che la comunicazione sociale odierna ottiene pur senza volerli, gli effetti definibili perversi che la nostra comunicazione narcotizzante produce nel sistema sociale ciberneticamente inteso.

Ecco che venire massificati, seguire passivamente gli idola della nostra comunicazione, significa soprattutto bloccare le nostre capacità intese come senso critico, fantasia: pensiamo, illudendoci, di essere liberi; desideriamo quello che crediamo ci faccia piacere, ma senza averlo davvero desiderato noi. E' ciò che volgarmente viene definito crisi dei valori: incapacità dell'uomo di farsi portatore del suo rinnovamento: abbiamo bisogno di qualcuno che ci insegni cosa credere.

### *Distopia del concetto di massa*

Dice Ludwig Wittgstein:

*L'enunciato può rappresentare la realtà tutta ma non può rappresentare ciò che, con la realtà, esso deve aver comune per poterlo rappresentare - la forma logica. Per poter rappresentare la forma logica dovremmo poter situare noi stessi con l'enunciato fuori della logica, vale a dire, fuori del mondo [...]. Ciò che nel linguaggio si specchia, il linguaggio non può rappresentare.(15)*

Wittgstein ci vuol avvertire che il nostro metro comunicativo adopera una logica che è diversa dalla

logica intrinseca ai fatti che vorrebbe raccontare. Ogni comunicazione non può pretendere di essere esaustiva ed ultimativa; il linguaggio non deve pretendere di descrivere l'essenza dei fatti né, tanto meno, di determinare i fatti; ed il confronto tra modelli è solo confronto tra racconti plausibili che si accrescono reciprocamente di senso ulteriore.

Ma, avverte Wittgenstein: *i limiti del mio mondo sono i limiti del mio linguaggio* (16).

Se il linguaggio dovesse davvero divenire massmediologicamente quello del villaggio globale, rischiamo di andare incontro ad un unico mondo possibile nonché, al tempo stesso, inconfondibile (con quale altro mondo-modello-idolum potrebbe mettersi in discussione?).

L'eliminazione del dibattito sociale appare l'esito ultimo di un tipo di comunicazione (e di economia, e di cultura, e di società) che nasce dal processo di globalizzazione in atto e da tanti osannato; l'ultima e definitiva perversione a cui la società massmediologica inconsciamente tende quale processo di pacificazione autodistruttiva (immaginiamo di eliminare tutti gli uccelli, saremmo subissati da insetti! Tutte le serpi? Subissati da roditori! Tutti i deserti? Tutti i ghiacci? E che fine farebbero i 'giochi linguistici' (17)?). Forse l'unica assolutizzazione possibile consisterebbe nell'eliminazione di tutti gli uomini: non avremmo riprova di quale effetto perverso tale gesto produrrebbe!

Infine l'uomo, risultato della comunicazione massmediologica, soggetto privo di confronto scontro a causa della risoluzione di ogni modello in uno, va incontro all'ultimo effetto perverso, prodotto dalla comunicazione narcotizzante: ottiene come effetto perverso l'isolamento, l'incomunicabilità tra i soggetti, le nevrosi.

Quei ragazzi che, su quel cavalcavia di Tortona, lanciavano sassi sulle auto, uccidendo, erano in tanti ma non avevano nulla da raccontarsi; e tutti avevano il fatidico cellulare emblema della volontà di affermarsi come soggetto parlante: ma parlare di cosa se stiamo diventando così dannatamente uguali? Non solo siamo uguali esternamente, gli stessi jeans e maglietta, ma stiamo diventando uguali dentro con gli stessi gusti e desideri e sogni infilati nelle nostre menti dalla comunicazione narcotizzante di questo nostro villaggio globale.

Come ci possiamo difendere?

Rispetto al passato noi uomini del duemila dovremmo comprendere che quando si tenta di imporre alla società un modello comune si creano delle storture. La logica cibernetica ci ha mostrato che costringere ad un modello (quello del villaggio globale, internet, tv) la società comporta degli scompensi non voluti e non prevedibili. Occorre, quindi, trasformare la comunicazione per ricondurla alla finalità educativa di un tempo, un'eticità della comunicazione sociale che per quanto sbagliata riusciva a correggere empaticamente i suoi errori.

Dobbiamo ritornare ad un liberismo (in senso keynesiano!) della comunicazione (18): liberi di parlare ognuno secondo i propri bisogni, secondo le proprie necessità, consapevoli di essere ascoltati e ascoltatori (quindi significativi per sé e per gli altri).

Ogni civiltà ha prodotto il suo modello e poi gli uomini con l'autonomia delle proprie letture e cultura, dei propri gusti e sogni, si rendevano differenti, si contrapponevano al modello, si contrapponevano tra di loro facendo evolvere il genere umano –i fratelli, gli amici, i nemici, la gente- ed il mondo: *non come il mondo sia, è il mistico, ma che il mondo sia* (19).

Evviva le eresie! Evviva le guerre di religione! Si individua come le bande limite di riferimento siano la clonazione e la guerra, dall'uniformità alla separatezza! Guerra significa differenza –*differànce*, dice Derrida (20)- laddove il totalitarismo uniformante della comunicazione narcotizzante si configurerebbe come processo di clonazione che renderebbe la società Società, il genere umano Genere Umano. Obiettivo: la pace del mondo (ovvero: spartizione tra le multinazionali delle fette di mercato, con il placet della politica, come dice Hobsbawm (21), sottomessa all'economia)! Tentativo vano: *Polemos è il padre di tutte le cose!* (22)

E siccome il modello che abbiamo definito narcotizzante passa attraverso la TV satellitare dovremmo spegnere tutte le TV o almeno impedire, soprattutto ai bambini, di guardarla; comprendere come lingua

inglese per tutti e l'accesso ad internet, emblematico tutor della democrazia e della pariteticità tra i popoli, produca effetti boomerang.

Un risultato forse potremmo già averlo costringendo le TV a divenire monotematiche ma questo è un discorso da specialisti e non voglio approfondirlo (23).

Dobbiamo sostituire la TV con i libri facili o difficili, belli o brutti, ad ognuno il suo.

Dobbiamo fare in modo che ogni uomo costruisca da solo i propri valori, le proprie leggi, i propri pregiudizi, le illusioni, i sogni, insomma i propri idola e che non faccia propri, in modo narcotizzante, quelli accettati dall'audience .

Gli idola, le credenze, i pregiudizi non sono negativi, sono le nostre piccole verità destinate ad esser soprafatte da nuove verità, ad essere contraddette dai fatti e dalle nuove generazioni; gli idola sono sicurezze effimere che tutti possediamo poiché ci aiutano a vivere. Gli idola rappresentano la beata differenza tra gli umani che, nell'eterno tentativo di fagocitare il diverso, comunicano.

Allo stesso tempo, gli uomini-fratelli-amici-folla, mediocrità e non dei, debbono inferire significato alla propria esistenza: ogni uomo dovrebbe divenire un'aurea mediocritas –vi ricordo che per i latini la mediocritas non era contraddistinta negativamente- diventando unico ed irripetibile e, proprio per questo, indispensabile.

Dobbiamo imparare a diventare unici e non cloni cresciuti alla luce della stessa cultura, stolti ripetitori di modelli imposti dal sistema.

Dobbiamo rivendicare il possesso delle nostre idee, dobbiamo essere gli architetti del nostro vissuto e delle nostre menti.

John Keats ci ha lasciato alcuni versi con i quali ci ricorda che il senso dell'uomo nasce dalla propria unicità, senza timori, con orgoglio:

*Dov'è il poeta? Fatemelo vedere nove Muse  
che io possa conoscerlo!  
E' l'uomo che di ogni uomo  
è un uguale, sia esso re  
o il più povero del clan dei mendicanti  
o qualunque altra stupefacente cosa  
un uomo possa essere tra la scimmia e Platone.*

**NICOLA TENERELLI**

Note

\* *Saggio pubblicato su: Didattica e Intercultura tra Italia e Albania, a cura di Nicola Tenerelli, Stilo Editore, Bari 2002*

1. Aristotele, *Politica*, I, 2, 1252 b 27 sgg.
2. Captano G., *Progetto informazione per creare un giornalismo di pace*, Edizione per le scuole e l'università, Roma, 195, p. 53
3. Kant I., *Fondazione della metafisica dei costumi*, a cura di Chiodi P., Utet, Torino 1986, p. 88
4. Tenerelli N., *Cattività*, Bari 1997, p.74
5. Mahamdi Y., *Televisione algerina, revival islamico e identità nazionale nell'epoca della globalizzazione*, in Robins, Torchi, *Geografia dei media*, Baskerville, Bologna 1993, pp. 181 sgg
6. La teoria comportamentista ha tratto spunto dagli esperimenti di Pavlov e Skinner. In seguito le teorie della differenziazione sociale superarono l'approccio determinista del comportamentismo, prima con Lasswell, che definì le differenze di risposta allo stimolo in base ai gruppi di appartenenza, poi con Lazarsfeld, che grazie

all'analisi di 'panel' (studio per momenti successivi) mostrò le differenti caratteristiche nascoste anche nello stesso comportamento.

7. Nietzsche F., *Nascita della tragedia*, Adelphi, Milano 1964
8. Condry J., *Ladra di tempo serva infedele*, in Popper K., Condry J., *Cattiva maestra televisione*, reset, Milano 1994
9. Freud S., *Tre saggi sulla sessualità*, in Freud S., *Sessualità e vita amorosa*, Newton Compton, Roma 1989, p. 48
10. Il concetto di 'villaggio globale' è da attribuire a H. Mac Luhan che definiva il senso della globalità possibile, in chiave politica e culturale, grazie alle nuove tecnologie massmediologiche.
11. Meyrowitz J., *Oltre il senso del luogo*, Baskerville, Bologna 1993, pp. 359 sgg.
12. Bozzi R., *Introduzione al presente*, Adriatica, Bari 1993, pp. 104 sgg.
13. Rusconi G. E., *La teoria critica della società*, Il Mulino, Bologna 1968
14. Gouldner A. W., *The dialectic of ideology and technology*, Mcmillan, London 1976
15. Wittgenstein L., *Tractatus Logico-Philosophicus*, a cura di Colombo G. C. M., Bocca, Roma 1954, prop. 4.12
16. Ivi, prop. 5.6
17. Wittgenstein L., *Ricerche filosofiche*, a cura di Trinchero M., Einaudi, Torino 1967, parte prima, nn. 23 e 66
18. Il liberismo puro, capitalistico, della comunicazione ha condotto alla ridondanza comunicazionale; la comunicazione deve riscoprire l'importanza che riveste per i cambiamenti sociali: innanzitutto, dare ad ognuno la possibilità di comunicare con gli altri nella presunzione di poter instaurare una dialettica, in senso hegeliano, con gli altri. Scavare e riempire buche, keynesianamente: non solo subire la comunicazione ma anche produrla, non solo consumatore ma produttore cosciente di valori.
19. Wittgenstein L., *Tractatus*, cit., prop. 6.44
20. Derrida J., *La scrittura e la differenza*, Einaudi, Torino 1971. Per Derrida il logo-fonocentrismo ha perso la sua battaglia! "[...] Bisognerebbe ancora cercare di ritornare su quella metafora dell'ombra e della luce (del mostrarsi e del nascondersi), metafora fondatrice della metafisica (vedi il significato di aletheia in Heidegger, N.d.A.). L'altro fraterno non è fin dal principio nella pace di ciò che si chiama intersoggettività; non è fin da principio sicuro nella pace della risposta dove due affermazioni si congiungono, ma è chiamato nella notte al lavoro di scavo dell'interrogazione". Il processo di clonazione a cui tende la comunicazione globalizzante è un obiettivo impossibile, un compito utopico, una barriera metafisica poiché nel linguaggio degli uomini-fratelli- folla è imprescindibile un camaleontico gioco di rimandi e fraintendimenti, comprensioni e sottintesi, apparenti sinonimi e contraddizioni.
21. Hobsbawm E. J., *Intervista sul nuovo secolo*, Laterza, Roma-Bari 1999, cap. 5 L'homo globalizzatus
22. Eraclito, frammento D-K, B 53
23. Richeri G., *La Tv che conta*, Baskerville, Bologna 1993