

PUZZLE

MEDIA E POLITICA

IO

Direttore

LORELLA CEDRONI
"Sapienza" Università di Roma

Comitato scientifico

PAULA DIEHL
Humboldt-Universität, Berlin

GIANPIERO GAMALERI
Università degli Studi Roma Tre

DONATELLA PACELLI
Libera Università "Maria SS. Assunta" (LUMSA) di Roma

MICHELE PROSPERO
"Sapienza" Università di Roma

MARTIN REISIGL
Universität Bern

PUZZLE

MEDIA E POLITICA

La collana si propone di dare visibilità alle idee e alle opinioni di giovani studiosi che si confrontano con la dimensione mediatica della politica proprio come in un gioco di pazienza a incastro.

Silvana Calabrese

Lungo i sentieri dell'identità

Prefazione di
Francesco Bellino



Copyright © MMXII
ARACNE editrice S.r.l.

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

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

ISBN 978-88-548-5686-8

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

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

I edizione: dicembre 2012

Dedico questo libro a Roger e Mary.

Ci piaceva immaginarci come una squadra, una squadra vincente, nella quale ciascuno portava in dote una qualità: grinta, esperienza, intuizione.

Poi l'incontro con l'avversario più temuto e più impensato, il tempo. Il suo flusso generalmente lento ha subito un'impennata e una beffarda folata ci ha separati. L'ego e i cambiamenti ci hanno mantenuti tali.

Ma è pur sempre soave ricordare le origini.

Rammentarle è il patto che ho stretto con me stessa.

Silvana Calabrese

Indice

Lungo i sentieri dell'identità

Prefazione di <i>Francesco Bellino</i>	9
Introduzione	11
Capitolo I <i>Io e sé: residenti di uno stesso stabile</i>	21
1.1 Io	25
1.2 Sé	31
Capitolo II <i>Quella grande impresa chiamata identità</i>	33
2.1 Infanzia	40
2.2 Adolescenza	44
2.3 Età adulta	49
Capitolo III <i>Il ballo delle debuttanti ovvero il debutto in società</i>	53
3.1 Le figure di riferimento	57
3.2 Scuola: bussola per il futuro	63
3.3 Amicizia: <i>non spe mercedis adducti</i>	72
3.4 Lavoro: se c'è <i>occupa</i> , se manca <i>preoccupa</i>	78
3.5 Matrimonio: la via del compromesso	89

Capitolo IV	
<i>Self marketing</i>	97
4.1 Lettura e scrittura: mortasa e tenone	106
4.2 Discorsi pubblici: stima di sé e rispetto altrui	127
4.3 Il consiglio: panacea delle proprie incertezze.....	132
Capitolo V	
<i>Un antidoto per i disagi contemporanei:</i> <i>l'audacia della speranza</i>	135
Conclusione	145
Appendice o <i>appendicite virtuale</i>	153
La messa in scena di sé su Facebook.....	155
La <i>personificazione</i> di Youtube: un rischio	161
Una seconda chance di vita	168
I videogiochi secondo la carta stampata	179
Riferimenti Bibliografici	185

Prefazione

di *Francesco Bellino*

Con la sequenzialità di un'espressione algebrica, all'autrice piace spiegare il nesso esistente tra l'etica della comunicazione interumana e la sua riproduzione su larga scala: la comunicazione di massa.

Silvana Calabrese conduce il lettore *Lungo i sentieri dell'identità* in una sorta di visita guidata, di viaggio di istruzione alla scoperta di ciò che accomuna oratori, politici, professionisti, giornalisti, conduttori, tecnici: l'essere persone, individui.

Ogni capitolo rifluisce nel seguente con la scorrevolezza di un sistema di affluenti in rapporto con un fiume, il corso d'acqua formativo.

Attraverso numerose letture, nell'opera si alternano il rettilineo della logica e del buon senso con i tornanti delle esperienze della vita concettualmente suddivisibile in fasi.

L'autrice rende possibile la nostra presenza sul set cinematografico della vita per poterne osservare i diversi *stages*, le fasi che portano alla realizzazione dell'individuo e al suo inserimento sociale.

Avete di fronte un'opera che valica le categorie del tempo e dello spazio consentendoci uno spostamento sul segmento temporale sia a ritroso che in prospettiva.

La Calabrese non perde occasione di dimostrare quanto pedagogica e catartica possa essere la scrittura ed anche quanto poco ortodosso possa diventare lo scorretto comportamento di un personaggio pubblico coadiuvato dal latente lavoro dello *spin doctor*. È così che la comunicazione vede ampliarsi il suo campo visivo: quello umano è pari

a 60°, mentre quello della comunicazione pubblica e di massa raggiunge i 359°. Un grado è destinato agli insuccessi mass mediatici. Un solo grado è capace di rovinare la perfezione dell'angolo giro.

La missione chiave è cogliere l'attenzione del pubblico e mantenerla viva fino ad ottenere il consenso degli interlocutori sia durante un colloquio di lavoro che in seduta di laurea; alla presentazione di un libro come in campagna elettorale. Man mano che si sale sui gradoni della gerarchia comunicativa quel concetto chiave cambia nella forma espressiva, ma resta immutato nel significato. Audience e percentuali di *share* non differiscono dal plauso conferito da un gruppo ben più ridotto di ascoltatori.

Una grande falla degli istituti educativi di tutto il globo risiede nella prevalenza data agli aspetti tecnici di un mestiere concentrandosi troppo poco sulla preparazione etica.

Al termine dell'opera rammenteremo con approvazione l'assunto di Confucio ripreso dal reporter Kapuściński: «il modo migliore per conoscere il mondo è quello di non uscire mai dalla propria casa». Il concetto di viaggio è elastico poiché si può viaggiare all'interno della propria anima seguendo l'iter costitutivo della nostra identità.

Gli ambiti politico e mediatico dovrebbero ripensarsi partendo da queste fondamenta la cui portata è più ampia di quanto si immagini.

Francesco Bellino
Ordinario di Filosofia Morale, Etica della Comunicazione e Bioetica
Dipartimento di Neuroscienze ed organi di senso
Università degli Studi di Bari "Aldo Moro"

Introduzione

*L'indifferenza nella società
è alimentata
dal generale declino
del pensiero etico.*

La base dell'etica è una corretta *Weltanschauung*.

Le basi dell'etica non sono soltanto morali, ma cognitive, sociologiche, antropologiche, pedagogiche.

L'uomo è guidato molto più dalle proprie sensazioni e motivazioni personali che non dall'intelletto. Per questo è importante che una persona conosca bene se stessa e comprenda concretamente le problematiche che la riguardano.

Il vero quesito esistenziale non è quello inerente all'esistenza di vita extra-terrestre, ma è ubicato nella domanda: «Chi sono io?». *Lungo i sentieri dell'identità* non intende fornire una risposta a tale interrogativo, bensì compiere un viaggio introspettivo affrontando un argomento che accomuna popoli stanziati in zone remote, un tema che suffraga il sillogismo della dottrina cristiana che ci vede fratelli, un assunto che non risente delle differenze fra classi sociali, un argomento di portata universale: l'identità.

Cercherò di percorrere l'itinerario di formazione umana in cui l'identità della persona è alla base della sua crescita personale e del suo progetto di vita¹.

Per procedere è opportuno definire la differenza tra due termini che spesso vengono intesi come sinonimi. Secondo la definizione tradi-

¹ Cfr. AA. VV., *Dalle Alpi alle rose*, mensile del monastero agostiniano S. Rita da Cascia, Cascia (PG), n. 5 agosto/settembre 2010, pp. 8–11.

zionale di morale, essa riguarda le regole di condotta in rapporto alle categorie del bene e del male, due termini il cui perimetro semantico risulta frastagliato, sfuocato, sfumato sotto l'azione dei cambiamenti sociali che agiscono smussando la realtà, al pari delle onde o del vento che concorrono all'erosione delle coste determinandone il cambiamento morfologico.

A sostegno della morale interviene un lemma che viene comunemente ed erroneamente associato a morale, ossia etica. Essa si occupa di indagare sul comportamento operativo dell'uomo. La filosofia morale è la riflessione sui fondamenti e sui valori che sono alla base della condotta umana². Il sintagma filosofia morale risente della necessità che il primo lemma venga opportunamente spiegato e mai impiegato con noncuranza o leggerezza. Una filosofia è il tentativo di una persona di organizzarsi sul piano intellettuale e considerare le proprie posizioni per quanto concerne le proprie credenze basilari. La ricerca di una filosofia è la ricerca di una spiegazione intellettuale. Le credenze non sono compartimenti stagni, ma devono essere sottoposte ad un esame critico affinché la loro unione risulti compatta e dia vita a un sistema valido³. L'unico grande problema è che una filosofia, se non basata sull'evidenza, difetta di comprensività intellettuale. E poiché l'evidenza si lega strettamente alla scienza, e dato che per definizione la scienza è la conoscenza maggiormente accertata di un dato tempo, il caleidoscopico tumulto delle innovazioni e dell'avanzamento in campo scientifico si ripercuoterà sulle adesioni filosofiche⁴.

Vi è ancora una distinzione da non sottovalutare: quella tra etica e deontologia. L'etica ha per oggetto la determinazione della condotta umana nell'osservanza dei grandi principi del costume, della vita civile, dei rapporti sociali: agire onestamente, respingere qualsiasi tentativo di corruzione, essere leali. Essa, l'etica, appartiene alla categoria dell'umanità in generale. La deontologia, la cui radice greca del ter-

² Ricoeur adotta la distinzione tra etica e morale in funzione della loro derivazione. Il primo deriva dal greco e designa la prospettiva di una vita compiuta, mentre il secondo deriva dal latino e si riferisce all'articolazione di tale prospettiva entro le norme.

³ Cfr. C. MORRIS, *L'io aperto: semiotica del soggetto e delle sue metamorfosi*, a cura di Susan Petrilli, Graphis, Bari 2002, p. 113.

⁴ Ivi, p. 114.

mine è *tò déon* (= il dovere), riguarda la trattazione dei doveri inerenti ad una particolare categoria di persone. Infatti recentemente viene accompagnata dall'aggettivo professionale⁵.

La decisione di affrontare questo argomento, oggetto della monografia, deriva da un richiamo quotidiano cui mi è capitato di assistere e a cui Emilio Rossi ha dato forma nella prefazione a Fabris. «Mai come oggi probabilmente si è sentito recitare il rimpianto per le virtù morali di altri tempi: un minuto dopo però averle detronizzate, smontate, derise. Mai come oggi si è fatto appello verbale all'etica»⁶.

È doveroso spiegare il nome della disciplina: l'Etica della comunicazione affronta i problemi morali applicati alla comunicazione.

La comunicazione stessa, in quanto tale, dischiude una dimensione implicitamente etica. Per il suo esercizio, infatti, essa richiede e mette in opera il rispetto degli interlocutori, la solidarietà nei loro confronti e la corresponsabilità circa il buon esito dell'interazione⁷. Inoltre alla base della comunicazione e dell'etica risiede il concetto di relazione che lega l'accezione personale a quella interumana e pone a confronto identità diverse ma in fondo simili.

La comunicazione è uno strumento straordinario ed efficace per costruire reti vitali di relazioni. Paul Watzlawick, della scuola di comunicazione della California⁸, sostiene che non sia possibile non comunicare. Infatti le dimensioni della comunicazione sono:

- verbale (7%);
- paraverbale (38%), dimensione che comprende la velocità dell'eloquio, l'eventuale incespicamento, le pause che stanno a significare esitazione oppure si rendono necessarie a scandire la comunicazione;
- non verbale (55%) comprende sguardo, cinesica⁹, gestualità, prossemica.

⁵ Cfr. A. FABRIS (a cura di), *Guida alle etiche della comunicazione. Ricerche, documenti, codici*, Edizioni ETS, Pisa 2004, pp. 19–20.

⁶ Ivi, p. 7.

⁷ Ivi, p. 15.

⁸ Il Mental Research Institute di Palo Alto, nel cuore della Silicon Valley.

⁹ La cinesica, definita anche territorialità, consiste nei movimenti che determinano l'orientamento nello spazio. Si riferisce al saper gestire gli spazi adeguatamente ai contesti e agli interlocutori.

Da piccoli sono gli altri a parlare per noi, interpretando pianti e gorgheggi, poi compiamo quella grande conquista evolutiva che è la parola. Essa però comporta un prezzo da pagare: si deve abbandonare il piacere di “essere indovinati” e imparare a formulare da soli i nostri pensieri per poi esporli in maniera chiara e comprensibile¹⁰.

L’accumulo di capitale verbale non basta per tessere buone relazioni; esistono degli ostacoli interpersonali che minano la qualità della comunicazione. Infatti gli esseri umani si comportano come psicologi dilettanti: descrivono personalità, psicoanalizzano chiunque, distribuiscono generosamente giudizi e sentenziano sui difetti. Un esempio è costituito dalla pretesa di aver individuato nel Body Language un dizionario di gesti-verità standard che offrano dei validi indizi di personalità. E così invece di prestarsi all’ascolto reciproco, gli interlocutori si affannano a scrutare gesti, movimenti del corpo e postura. I maggiori ostacoli della comunicazione interumana risiedono nell’inferenza. È il processo con il quale da una proposizione accolta come vera, si passa ad una proposizione la cui verità è considerata contenuta nella prima. Deriva dal verbo inferire e cioè trarre una conclusione da fatti o circostanze. Per comprenderne meglio il significato ne richiamiamo i sinonimi: congettura, pregiudizio, alla base dei quali vi sono idee prefabbricate, depositate, sedimentate. Bisogna abolire le inferenze e rendere ossequio alle massime della comunicazione:

- qualità dei contenuti (devono essere veri);
- quantità (non bisogna essere prolissi);
- modo (evitare l’ambiguità): tanto la prolissità quanto l’eccesso di impliciti attivano il motore inferenziale;
- relazione (essere pertinenti rispetto all’oggetto).

La comunicazione è ovunque e costituisce la trama delle relazioni umane, risponde a bisogni vitali, come ha sostenuto Watzlawick, e contribuisce a costruire la nostra identità, e poiché l’etica si occupa di indagare sul comportamento operativo dell’uomo, intendo analizzare un percorso che si snoda attraverso:

- comunicazione introspettiva durante infanzia, adolescenza ed età adulta, fasi in cui l’individuo è alla ricerca della propria identità;

¹⁰ Cfr. V. LUSSEI, *Dinamiche e ostacoli della comunicazione interpersonale*, Erickson, Trento 2005.

— comunicazione interumana: l'individuo fa il suo debutto nella società e si relaziona col prossimo in alcuni ambiti quali scuola, amicizia, lavoro, matrimonio.

La proposta è quella di ripercorrere le tappe fondamentali della vita umana: infanzia, adolescenza ed età adulta, analizzando le dinamiche sociali vissute in questi periodi al fine di dimostrare come queste interazioni incidano sullo sviluppo dell'etica della comunicazione, da quella introspettiva alla categoria interumana.

Nei capitoli seguenti ho dato rilievo inizialmente alla definizione di "io" e "sé" ed ho proseguito con la definizione di identità e le trasformazioni che essa subisce lungo l'arco di vita.

Le dinamiche identitarie iniziano a delinearsi durante l'infanzia, all'interno del nucleo familiare, per poi diventare abbozzi di socializzazione con il graduale inserimento nella società.

I capitoli che scandiscono il lavoro fungono da macroaree essenziali dato che esistono intere rassegne di situazioni quotidiane in cui talvolta non si sa come comportarsi: formulare una critica non volta ad evidenziare i limiti, ma a misurarsi con essi in vista del miglioramento; declinare un invito, mostrare aggressività, trovare difficoltà nel dire «ti voglio bene» per il timore di apparire vulnerabili; essere vittima del desiderio di comando; accettare un complimento, considerando che è un desiderio latente riceverne, fino a giungere ad una nuova sfera etica e comunicativa imposta a partire dal XXI secolo, il web che contribuisce a ridefinire ulteriormente l'identità e ha portato a parlare di "secondo sé" e di "identità virtuale". Non intendo lambire questo ambito attuale capace di suscitare notevoli dibattiti che tuttavia trovano un "posto di blocco" nel *digital divide*. Il mio obiettivo è quello di focalizzare l'attenzione su ciò che è "universale", ma soprattutto che compone le basi dell'identità. La seconda parte dell'opera riguarda il debutto in società e le sue ripercussioni: resta solido l'ancoraggio alle figure di riferimento; è crescente l'influenza dell'istituzione scolastica intesa come strumento di orientamento verso il futuro; si impone la ricerca di quell'indissolubile sodalizio chiamato "vera amicizia"; si cerca una collocazione stabile nel meccanismo societario attraverso un impiego; si comprende il passaggio dalla dipendenza dello stadio infantile all'indipendenza ricercata con l'età adulta, fino all'interdipendenza con la creazione di un legame stabile quale il ma-

trimonio.

Su questo percorso aleggiano alcune riflessioni che spesso generano controversie: la capacità di intendere l'amore in senso platonico; la crescente responsabilità cui dovrebbe fare seguito uno sviluppo del senso civico; la disputa sul diritto al voto e la maggiore età anagrafica che non sempre implica una concreta maturità nelle decisioni di voto; scelte e capacità di prevedere le conseguenze delle proprie azioni; ancora una volta la scuola come luogo per socializzare, per testarsi, e anche come luogo di popolarità, ma soprattutto bussola per il futuro perché proietta prima virtualmente nel futuro professionale e poi prepara ad affrontare la realtà esterna. Viene posto in risalto il contesto educativo, soprattutto familiare, nel quale è opportuno che il genitore sappia creare il giusto equilibrio tra il deterrente ed il premio.

Self marketing è il capitolo che condensa la nostra attitudine ad amministrare noi stessi e presentarci al resto del mondo oltre che a noi stessi. Ne derivano l'introspezione, talvolta agevolata dalla pratica della scrittura che diventa catarsi, sfogo o ricognizione; le proprietà terapeutiche del consiglio; la gestione dei discorsi tenuti in pubblico che non sono altro che una riproduzione su larga scala della comunicazione interumana. Si fa necessario il ricorso ad alcuni assunti della comunicazione e alla figura del comunicatore simile ad un auriga alle prese con equilibri difficili da stabilire. Il bravo comunicatore stimola la cooperazione e riduce l'asimmetria. Tale assunto si lega allo stile assertivo e all'ascolto attivo o empatico, idoneo per migliorare la relazione comunicativa. Si tratta di una competenza relazionale che può essere acquisita e migliorata nel corso del tempo, ma disporre di questa competenza equivale a possedere un prezioso passaporto per comunicare in modo efficace, essendo in grado di dare forma ai propri pensieri, sentimenti e bisogni nel rispetto del proprio interlocutore, ed esortando quest'ultimo a fare lo stesso, evitando però pregiudizi e critiche che non fanno altro che lacerare, anche irreversibilmente, i rapporti interpersonali pregiudicando già in partenza la qualità dello scambio comunicativo. È fondamentale l'autocontrollo.

Una comunicazione diretta ed efficace non è compatibile con l'attività inferenziale insita in ognuno di noi, in quanto ne impedisce spontaneità e naturalezza. L'ascolto attivo o empatico ne rappresenta la soluzione. Esso è profondo poiché nasce dalla sintonia con l'altro e

dalla condivisione della comune vulnerabilità umana¹¹.

Lo stile assertivo si lega all'intelligenza emotiva teorizzata da Daniel Goleman. Si tratta di un aspetto dell'intelligenza legato alla capacità di provare emozioni, riconoscerle e viverle in modo consapevole. L'intelligenza emotiva possiede alcune caratteristiche fondamentali tra cui consapevolezza e dominio di sé¹².

Nell'etica della comunicazione, il parlar franco, la *parresía*, è la condizione indispensabile perché si possa veramente comunicare e non ingannarsi a vicenda. La *parresia* rappresenta propriamente l'apertura del cuore e indica la necessità, per i due soggetti coinvolti, di non nascondersi l'un l'altro nulla di quello che pensano, e quindi di parlarsi con franchezza. Per comprendere gli altri occorre uscire da sé, spodestarsi e decentrarsi, cessando così di porsi dal proprio punto di vista e collocandosi empaticamente dal punto di vista degli altri. Si tratta di un rendersi disponibili agli altri senza speranza di ricambio, ma secondo la logica dell'offerta generosa. Tuttavia la comunicazione va incontro a molti scacchi. C'è sempre negli altri qualcosa che fugge anche alle migliori intenzioni comunicative e che può alimentare malintesi e incomprensioni. È incessante l'esistenza di una specie di cattiva volontà congenita che resiste alla reciprocità dello scambio¹³.

Ho condotto un'indagine in merito alla percezione che abbiamo di noi stessi, del nostro fluire nel tempo, inabissandoci nel passato, compromettendoci nel presente e orientandoci al futuro¹⁴. L'obiettivo era quello di porre le basi utili a comprendere delicate questioni come il lassismo, accompagnato da bullismo, droga, tabagismo, alcolismo. Tali problematiche trovano la loro ragion d'essere in alcune basi scientifiche e quotidianamente rilevabili. Tutti i giorni possiamo osservare come gli individui siano ancorati a due meccanismi: imitazione e distinzione. Gli esseri umani osservano gli altri e subiscono una forte

¹¹ Cfr. F. BELLINO, *Per un'etica della comunicazione*, Mondadori, Milano 2010, p. 193; per approfondimenti cfr. J. LISS, *L'ascolto profondo*, La Meridiana, Molfetta (BA) 2004.

¹² Cfr. A. MONGELLI, *Architetture culturali*, Angeli, Milano 2008.

¹³ Cfr. F. BELLINO, *Per un'etica della comunicazione*, cit., pp. 62–63; per approfondimenti cfr. M. FOUCAULT, *L'ermeneutica del soggetto. Corso al Collège de France (1981–1982)*, trad. it., Feltrinelli, Milano 2003, p. 122.

¹⁴ Cfr. A. MONGELLI, *op. cit.*, pp. 58–66.

sollecitazione ad uniformarsi agli altri: è la pressione al conformismo che deriva dal dubitare di sé. È documentata anche la capacità di mantenersi ancorati alle proprie idee e percezioni. Questo deriva dal bisogno di affermare la nostra unicità.

Il percorso si conclude con la prescrizione di un antidoto per i disagi contemporanei.

L'anima del lavoro proposto riguarda la formazione della personalità dell'individuo, come sistema di tratti caratteriali, bisogni, motivazioni, valori, che è stata riconosciuta come terreno interdisciplinare tra psicologia, sociologia, antropologia e pedagogia¹⁵.

Alcuni dei capitoli presenteranno un'appendice terminale volta a illustrare con tabelle e grafici i dati numerici di alcuni dei fenomeni oggetto di argomentazione.

Un percorso di studi corrisponde a un percorso formativo e di crescita intellettuale: sono giunta alla mia terza pubblicazione definitiva scientifica, ma nell'ambito della ricerca quell'aggettivo ha delle sfumature, dei gradi di sviluppo che si evincono da un'analisi contrastiva delle opere prodotte da un individuo e poste in ordine crescente. Dall'osservazione delle stesse si potrà notare quanto le proprie tecniche di ricerca si siano affinate nel tempo facendo sì che l'*opera prima* risulti la peggiore. Tutto questo non va inteso come un difetto, bensì un grande pregio, un segno del miglioramento, poiché è la dimostrazione che la dedizione costante verso lo studio, applicandovi i consigli del proprio mentore o di chiunque generosamente ne dispensi, produce un progresso che ha la potenzialità di renderci maggiormente critici verso il primo lavoro svolto, quando ancora eravamo privi di mezzi, strumenti ed intuizioni che abbiamo acquisito nel tempo. Si può fare introspezione nella psiche umana oppure nel modo in cui il nostro intelletto si è sviluppato mediante le ricerche esperite.

Volevo fare in modo che nel seguente testo non si presentassero le espressioni cui siamo soliti far ricorso come: "molti ritengono", "è una pratica usuale", "numerosi fenomeni", "in pochi sono concordi nel ritenere". Per adempiere all'obiettivo imposto mi sono basata sui dati

¹⁵ Cfr. B. MAZZARA, *Prospettive di psicologia culturale*, Carocci, Roma 2007, pp. 21-56.

ufficiali che l'ISTAT raccoglie e pubblica annualmente, perché i fenomeni di cui si parla, per conferire precisione a un lavoro di ricerca, necessitano di una quantificazione.

In particolare ho focalizzato la mia attenzione sulle indagini episdiche multiscopo. Si tratta di osservazioni periodiche aventi per unità d'analisi e rilevazione la famiglia. Oggetto di indagine sono i temi sociali più rilevanti: vita quotidiana, tempo libero e cultura, salute, uso del tempo¹⁶.

Tuttavia, l'Istituto Centrale di Statistica, pur costituendo la fonte principale di dati relativi a fenomeni di interesse nazionale, è ben lungi dai tanti occhi inesperti di chi osserva quei dati per trarne un significato. Al fine di garantire una migliore leggibilità di quegli stessi dati e fornire una visione immediata del fenomeno che rappresentano, ho elaborato dei grafici posti a corredo di alcuni dei capitoli trattati. Ho scelto questo strumento per quantificare e conferire autorevolezza alle trattazioni, ma anche per alleviare il tormento di un dubbio la cui conferma mi è giunta dalle pagine di un volume:

Spesso, davanti a un'arida serie di dati in colonna, il nostro primo impulso è stato quello di ignorare la tabella in questione — state pur certi che è un'abitudine radicata tanto nei giovani allievi, tanto negli studenti universitari. È una certezza empiricamente osservata.

Ecco perché è opportuno tradurre questi dati poco invitanti in un disegno che li renda immediatamente visibili e possa anche servire da confronto con altri dati relativi ad altri fenomeni¹⁷.

Quando avrete terminato la lettura del volume ripensate alle istanze freudiane. *Es*, *Io* e *Super-io*, prelevate dall'inconscio, potrebbero combaciare alla perfezione se applicate all'ambito mediatico. Vediamo in che modo.

All'interno della comunicazione introspettiva e interumana l'*Es* rappresenta un polo pulsionale, un calderone di impulsi ribollenti.

¹⁶ Il 9 luglio 1926 venne varata una legge, la n. 1162, mediante la quale si istituì un ente, l'Istituto Centrale di Statistica del Regno d'Italia, ovvero l'ISTAT. Per approfondire Cfr. G. DA MOLIN, *Fonti e demografia. Documenti per lo studio della popolazione italiana dal XV al XXI secolo*, Cacucci, Bari 2003, pp. 125–146.

¹⁷ Cfr. G. ARDUINO, *Risorse e tecnologie*, vol. A, Lattes, Torino 1995, p. 183. L'inciso è mio.

All'interno della comunicazione pubblica e di massa corrisponderebbe al desiderio di intrattenimento, spettacolo e cruenza superando qualsiasi limite anche quello della continenza formale.

Il *Super-io* costituisce l'insieme delle proibizioni. Si tratta della nostra coscienza morale. Nella sfera mediatica potrebbe essere interpretato dalla deontologia, dal novero dei doveri professionali e dai codici di condotta.

Il luogo di tensione inconscia, di oppressione, l'*Io*, sempre intento a cercare di stabilire armonia tra i due padroni dominanti *Es* e *Super-io*, potrebbe essere trasposto nel mondo mass mediatico. *Lo* si ricondurrebbe al bisogno di raggiungere buone percentuali di *share* affinché si registri un forte audience. L'*Io* mediatico racchiude al suo interno le redini degli introiti pubblicitari e prevede la massima cautela in merito al rispetto del buon costume, della continenza formale. Non si dovrà ledere il senso del pudore del pubblico.